

Prise de parole en public

Livret stagiaire



SOMMAIRE FICHES OUTILS

<i>LES TROIS ZONES</i>	<i>P1</i>
<i>PLANNING DE PREPARATION</i>	<i>P2</i>
<i>Pourquoi le TRAC / la PEUR ?</i>	<i>P3</i>
<i>LA STRUCTURE D'UNE PRESENTATION</i>	<i>P4</i>
<i>LES PALIERS D'UNE PPP</i>	<i>P5</i>
<i>LE DEROULEMENT D'UNE PRESENTATION</i>	<i>P6</i>
<i>L'IMPACT DU MESSAGE</i>	<i>P7</i>
<i>EN CAS DE PANIQUE SOUDAINE,</i>	<i>P10</i>
<i>LES FILTRES DE COMMUNICATION</i>	<i>P11</i>
<i>LES POSITIONS DE VIE</i>	<i>P12</i>
<i>LES COMPORTEMENTS CONDITIONNELS</i>	<i>P14</i>
<i>INFORMATIONS DIVERSES</i>	<i>P17</i>
<i>LES SUPPORTS DE PRESENTATION</i>	<i>P18</i>
<i>REUNION A DISTANCE</i>	<i>P20</i>
<i>GESTION DES INTERACTIONS</i>	<i>P21</i>
<i>LE DESC</i>	<i>P25</i>
<i>LE SYNOPSIS</i>	<i>P26</i>

FICHE OUTIL

LES TROIS ZONES

Notre confiance en nous est variable selon nos champs d'investigation.
Développer son assertivité permet d'engager des actions conformes avec ses intentions.

Nous pouvons représenter ces espaces en trois zones.

zone de confort

C'est la zone dans laquelle on est à l'aise pour faire les choses.
Zone à agrandir toujours plus.

Identifiez les limites de votre zone de confort afin de les repousser

Zone d'inconfort et de progrès

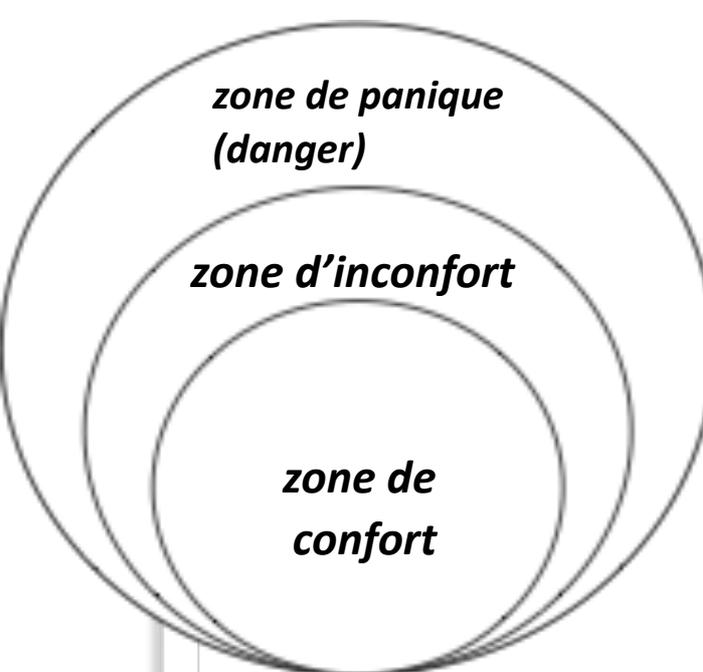
C'est la zone de l'apprentissage !
La réussite est possible au prix d'un effort.

Zone de panique (de danger)

Toutes tentatives d'action dans cette zone effectuée brutalement, sans évaluation objective de son potentiel, conduit à l'échec, car c'est la zone dans laquelle on perd tous ses moyens.

Lorsqu'on (se) fixe des objectifs trop ambitieux, trop éloignés de notre zone de confort, cela entraîne une fixation, voire une rigidité dans cette zone...et de la panique ou de l'agressivité.

La "représentation" de ces trois zones est très individuelle et fortement influencée par notre personnalité.



zone de panique
(danger)

zone d'inconfort

zone de
confort

FICHE OUTIL

PLANNING DE PREPARATION

"Il faut généralement plus de trois semaines de préparation pour faire une bonne improvisation. »

(Mark Twain).

Voici une check-list pour vous aider à vous préparer. Nous vous proposons votre planning de préparation en 4 étapes.

1. Définir un objectif

Si votre public vient de lui-même, qu'attend-t-il ?

S'il est contraint à venir, comment lever cette contrainte ?

2. Bâtir le plan

Soyez impitoyable, éliminez tout ce qui vous intéresse vous mais n'est pas susceptible de séduire vos auditeurs.

Utilisez les principes de cartes heuristiques pour poser vos idées. EX:XMIND

3. S'entraîner

Enregistrez-vous ou répétez avec des amis ou un professionnel pour éviter les tics verbaux et visuels. Demander du feedback.

4. Le jour J

Afin d'éviter le piège de la récitation, oubliez vos notes. UTILISER LE SYNOPSIS

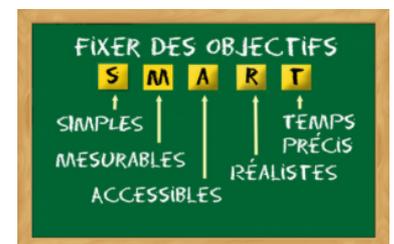
Pensez à votre auditoire, vous êtes là pour leur communiquer quelque chose. Que voulez-vous qu'ils gardent en mémoire ?

Une check-list pour vous aider à vous préparer:

- **Anticiper** les questions que l'on pourrait vous poser
N'angoissez pas à l'idée de ne pas tout savoir !
- **Préparer** les réponses que vous souhaitez donner
- **Identifier** les points clés, vous laisserez de la place à votre spontanéité. SYNOPSIS
- **Rechercher** toutes les informations, données, chiffres et références dont vous pourriez avoir besoin
- **Ordonnez-les** pour y accéder rapidement lors de la présentation, vous n'êtes pas obligés de tout savoir par cœur

Lors de la présentation, voici quelques "bonnes pratiques" »

- **Reformuler** les questions de l'auditoire *Garantie d'une question bien comprise et vous permet de structurer votre réponse*
- **Prendre le temps** de réfléchir avant de répondre, sans précipitation *Votre réflexion montre l'intérêt que vous portez à la réponse*
Vous ne savez **pas répondre** à une question ? Renseignez vous et revenez vers l'interlocuteur ou tournez-vous vers l'auditoire ?
En reconnaissant vos limites, vous faites preuve de professionnalisme.



Pourquoi le TRAC / la PEUR ?

LE PARADOXE

A propos de la *peur* et du *trac*....

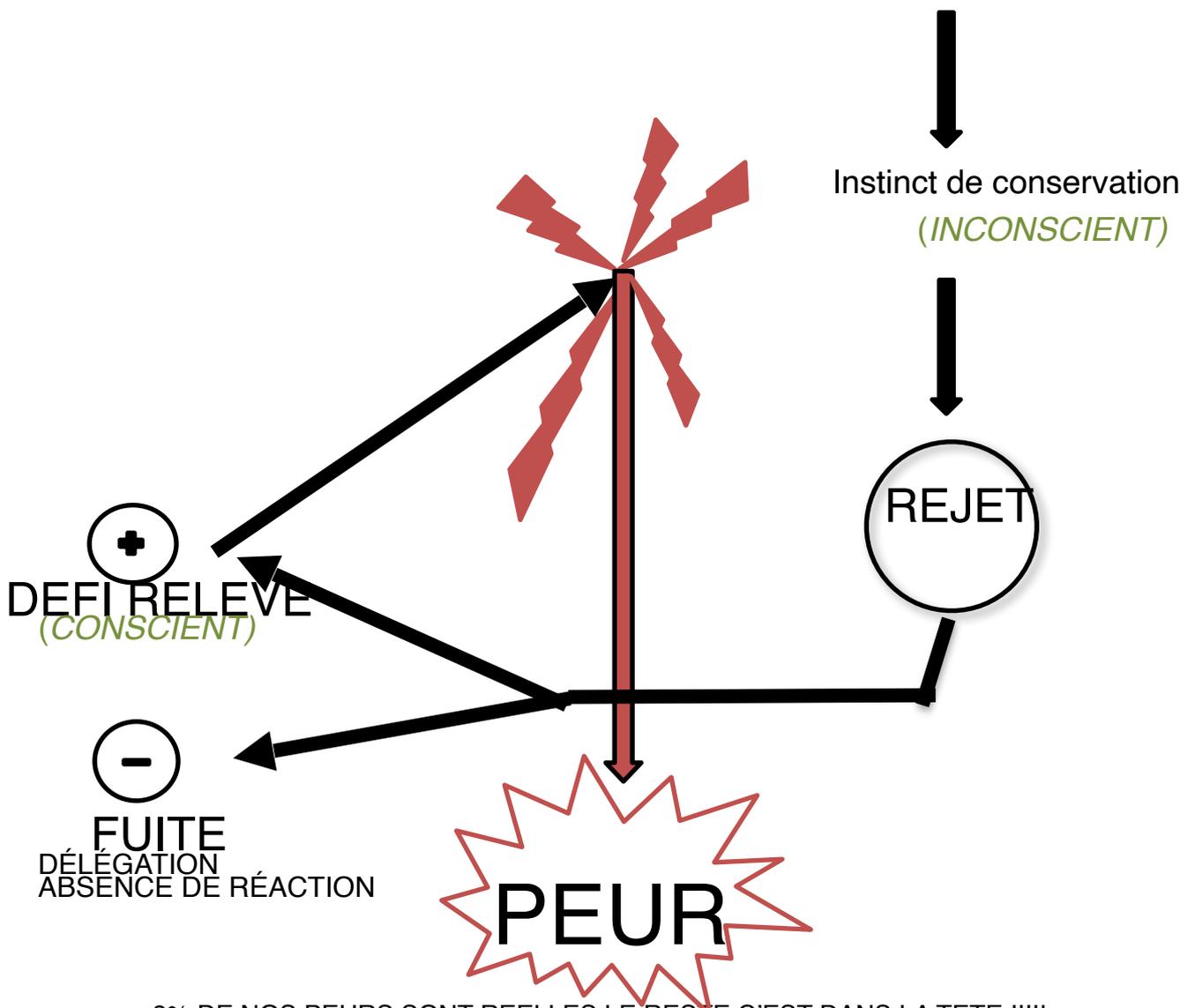
Se rappeler que **LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC** est l'illustration d'un véritable **PARADOXE**.

A la minute même où l'on s'exprime, l'**ORATEUR** se retrouve à la fois :

LEADER
&
CIBLE

Situation A-Normale

(synonyme de DANGER)



8% DE NOS PEURS SONT REELLES LE RESTE C'EST DANS LA TETE !!!!!

+ ON A LE TRAC + ON SERA BON

LA STRUCTURE D'UNE PRESENTATION

Faire une présentation orale demande une méthode et des attitudes de base sans lesquelles cette méthode n'est pas efficace.

1. La préparation ➡ Une bonne présentation, c'est 99% de préparation !

1.1 Définir l'objectif de la présentation (ce que vous voulez obtenir)

Que cherchez-vous à obtenir ? Vendre ? Informer ? Convaincre ? Hypothèse à vérifier ?
changer ?
changement à induire ? ...

Votre objectif prioritaire (dans le meilleur des cas) c'est :

Votre objectif secondaire (si tout se passe normalement) c'est :

Votre objectif de repli (au pire) c'est :

1.2 Définir le public

A qui vous adressez-vous ? Combien sont-ils ? Se connaissent-ils ?

Quelles est leur connaissance du sujet ?

1.3 Préparer un schéma général de votre présentation (SYNOPSIS, CARTE MENTALE)

Quels sont les domaines à présenter ? Les questions ou thèmes clés ? Que peut-il se passer ?

Quels sont les informations dont vous disposez sur le thème ?

1.4 Choisir outils et méthodes

Quels sont les outils les mieux adaptés ? (PowerPoint, Paper-board, documents papier)

Discussion – échanges ? Présentation puis questions – réponses ?

1.5 Organiser

CQQCOQP : Comment, Quoi, Qui, Combien, Où, Quand, Pourquoi ?

2. Conduire la présentation CAPTER L'ATTENTION Etonner/surprendre/faire sourire

2.1 Vous présenter

Vous présenter clairement et annoncer le sujet et l'objectif de la présentation **MOTIVER SON AUDITOIRE**

2.2 Proposer la méthode que vous allez utiliser et le timing

"Dans un premier temps, je vous propose de ... puis..."

2.3 Lancer la phrase d'accroche

Travaillez la phrase qui va faire "rentrer" vos auditeurs dans votre présentation

2.4 Développer

Phrases courtes, exemples vivants, concrets, appropriés au public

Vous posez des questions ? Elles sont claires, courtes, relatives à une seule idée à la fois, non orientées, nécessaires.

Respecter des pauses, **accepter le silence**

Reformuler différemment ce que vous venez de dire

Rester neutre, avoir un langage non-verbal cohérent **LA CONGRUENCE**

Rester vigilant jusqu'au bout

3. Conclure la présentation

3.1 Reformulation finale

Soulignez les 3 ou 4 idées majeures

3.2 Tirer les conclusions

3.3 Fixer les prochaines étapes

Restez vigilant jusqu'au bout

3.4 REMERCIER vos participants

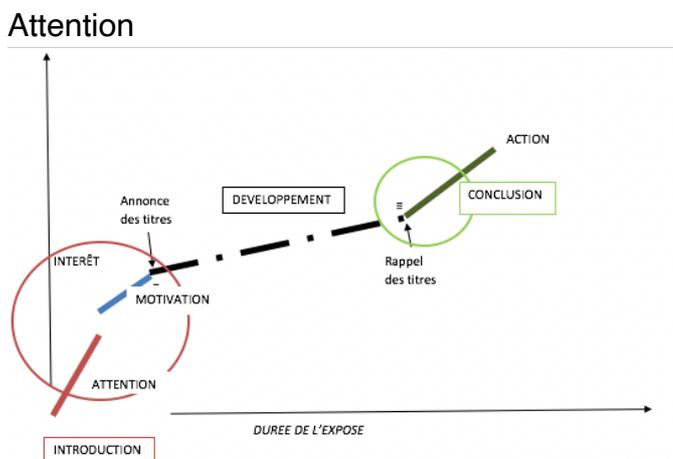
FICHE OUTIL

LA COURBE D'ATTENTION LES PALIERS D'UNE PPP

Dans une communication, l'attention de l'auditoire est variable.

Statistiquement, elle est au plus haut lors de l'introduction, puis elle fléchit au plus bas au cours du développement et elle remonte lors de la conclusion.

Introduction et conclusion sont donc les moments à privilégier.



Temps

Introduction Développement Conclusion

Pour utiliser au mieux cette courbe :

1. Muscler votre introduction, C'est vous qui créez la "mise en appétit".

Capter l'attention Une Chiffre/une citation/Mot-clés...

Motiver votre auditoire ...

Annoncer clairement ce que vous allez aborder afin de donner envie aux auditeurs de vous écouter

L'attention reste encore un peu au plus haut. Profitez de ces instants privilégiés et prolongez les autant que possible avec votre voix (claire, puissante, modulée) votre regard (distributif en prenant le temps "d'offrir" une séquences de mots à un auditeur.) et votre posture.

2. Au cours du développement, l'attention joue au yoyo.

- répétez votre message en reformulant
- sollicitez votre auditoire en lui posant des questions
- Invitez à prendre des notes
- recourez aux métaphores exemples concrets
- utilisez des supports visuels simple une image ...
- Trouvez des moyens pour attirer l'attention = variation des supports et registres (humour ..)

3. A la conclusion, refaites la synthèse pour permettre aux "inattentifs" de repartir avec les points clés. N'oubliez pas de faire une VERITABLE conclusion.

FICHE OUTIL

LE DEROULEMENT D'UNE PRESENTATION

Une présentation se découpe en 3 phases majeures.

1. Annoncer à votre public de quoi vous allez lui parler

Les 2 premières minutes sont celles de la **capture d'attention**.

- Entraînez votre auditoire dans le sujet.
- Activez leur curiosité, éveillez leur intérêt.
- Introduisez l'idée clé, vos objectifs, votre message.

2. Dites-leur ce que vous voulez leur dire

Vous vous êtes préparé, vous connaissez les fondamentaux de votre sujet.

- Développez votre idée en mettant en lumière l'essentiel.
- Expliquez pourquoi cette idée est importante.
- Soyez clair, concis et centré sur votre sujet.
- Utilisez des visuels pour maintenir l'intérêt du public.
- Suscitez les questions, les feedbacks, les commentaires...

3. Dites leur ce que vous venez de leur dire. Ancrez votre message

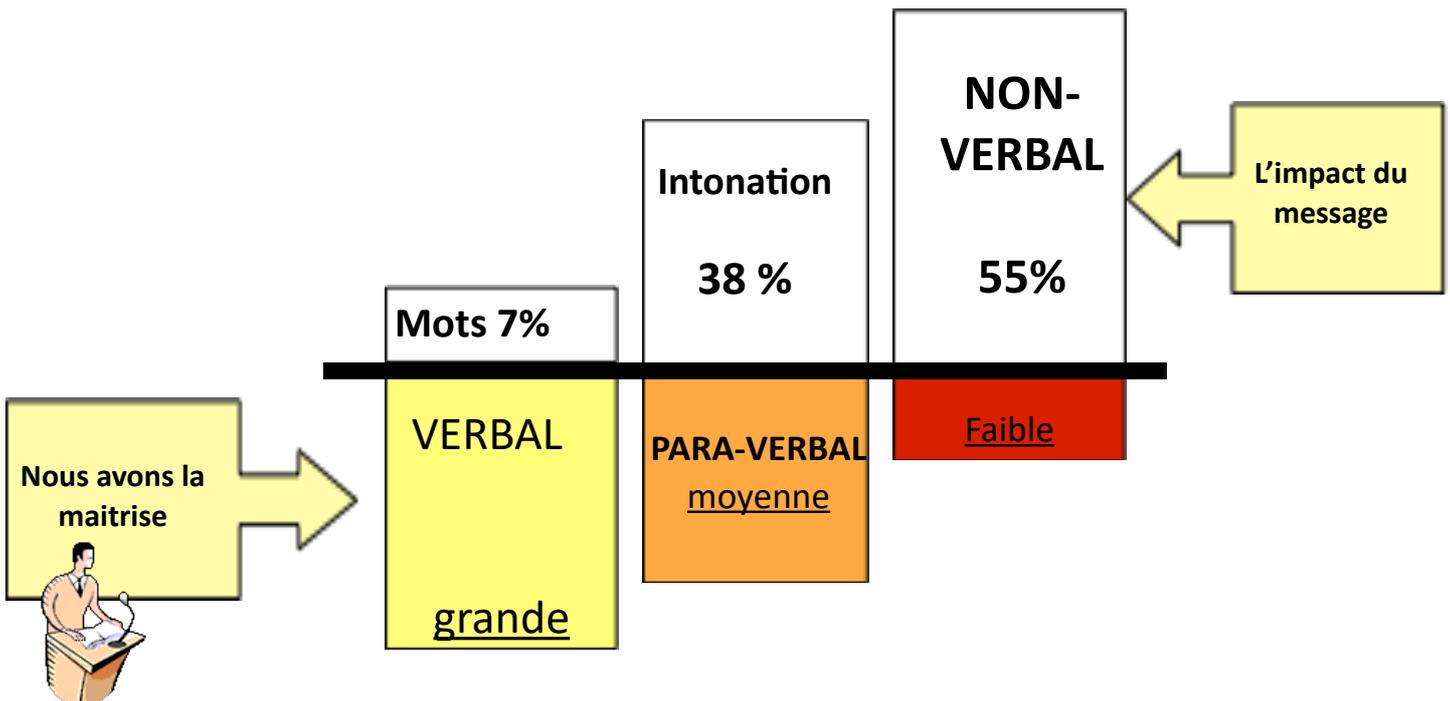
- Récapitulez vos objectifs
- Reprenez les points clés de votre message
- Introduisez la prochaine étape de l'action à mener, vous projetez vos idées dans le futur

FICHE OUTIL

L'IMPACT DU MESSAGE

Page 1/3

Albert Mehrabian, professeur de psychologie à l'université de Californie de Los Angeles est devenu célèbre pour ses publications sur la différence d'importance entre les messages verbaux et non-verbaux.



Considérez ces chiffres comme une **tendance**. Des spécialistes du langage non verbal tels que Judee Burgoon, David Buller et Gill Woodall ont déclarés ces chiffres suspects.

Pour eux, Mehrabian minimise l'importance des mots.

Le degré de persuasion nécessaire influe considérablement l'impact des deux différents types de langage sur une présentation.

Lors d'une présentation importante (argumentaire, conférence...) la répartition des sources d'impact s'inverse. Le langage du corps passe de 55 % d'impact à 32 %, le ton de la voix de 38 % à 15 % et le message (les mots) passe de 7 % à 53 % d'impact.

LE PARA VERBAL : ENTHOUSIASME ET ENERGIE

• Intonation, qualité et rythme.

Baissez le ton de votre voix pour augmenter votre autorité

Recherchez un ton assez bas, cela relaxera vos cordes vocales

Une voix posée inspire confiance et montre de l'assurance

• Respirer vous permet de moduler votre voix et votre discours

Respirez depuis le diaphragme, il devrait monter et descendre

Respirez seulement à la fin de vos phrases

Le silence est l'écrin des mots, il est votre ami, pas votre ennemi !

• Le volume est une façon de garder l'attention de l'auditoire

Soyez enthousiaste, cela montrera votre intérêt pour le sujet, est c'est contagieux !

Jouez avec le volume pour provoquer le suspens et l'effet de surprise

Accentuez les mots les plus importants.

FICHE OUTIL

L'IMPACT DU MESSAGE

Page 2/3

• Modulez le ton

Eviter le ton monotone
Prononcer bien tous les mots jusqu'à la fin
de la dernière syllabe

Souriez, cela donnera de la lumière et de la chaleur à
votre voix

• Les "distracteurs"

Restez silencieux, bouche fermée quand vous cherchez
vos mots

Jouez avec le silence pour accentuer certains mots, cer-
taines informations clés.

LA DICTION

Élément	Objectif à poursuivre	Moyens de perfectionnement
Le Volume <i>niveau sonore</i>	Parler suffisamment fort pour : ETRE ENTENDU	S'obliger, dans un premier temps, à parler plus fort que d'habitude.
Le Débit <i>vitesse de diction</i>	Parler de façon posée, en tenant compte de la vitesse d'assimilation pour : ETRE CLAIREMENT COMPRIS	S'obliger, dans un premier temps, à parler moins vite que d'habitude. Est lié à l'articulation
L'Articulation <i>construction des mots</i>	Restituer chaque syllabe et finir nos mots pour : ETRE COMPLETEMENT COMPRIS	Bien découper chaque syllabe sans "escamoter" les fins de mots. Fonction de notre respiration et de notre débit.
Le Rythme <i>ponctuation orale</i>	Ménager des pauses (courts silences) surtout en fin de phrases ou lorsque nous introduisons une nouvelle idée pour : SOUTENIR L'ATTENTION	Construire de courtes phrases n'exprimant qu'une seule idée à la fois. "Aérer" en faisant des pauses. Equivaut à des virgules, des points de suspension. Lié à notre débit.
La Modulation L'intonation, la musicalité	Jouer sur des changements de volume sonore et sur les différences de tons pour : VALORISER NOTRE LANGAGE	Eviter toute monotonie. Donner de l'amplitude à notre voix.

Chaque élément constitutif de notre voix nécessite un travail patient et régulier pour qu'il devienne un support intéressant et parfaitement compréhensible.

FICHE OUTIL

L'IMPACT DU MESSAGE

Page 3/3

LE NON VERBAL : CE QUI PARLE EN PREMIER

Lors d'un premier contact, le langage du corps a la plus forte influence.

Deux minutes suffisent à votre interlocuteur pour se forger une première impression pratiquement immédiate et automatique, se basant ainsi sur un nombre très limité d'informations.

Le rituel est très codifié. Par ordre, nous regardons :

- Le visage (notamment les yeux)
- Le corps et les vêtements

La posture du corps

- Confortablement droit, votre poids réparti également sur vos deux pieds.
- Vos pieds doivent être écartés au maximum de la largeur de vos épaules, bien ancrés !
- Professionnelle, toujours face au public

Prenez votre place

- Calmement, posément, placez-vous face au public, en vous enracinant.
- Faites une brève pause pour regarder votre auditoire en entier.
- Expirez doucement, puis inspirez et alors, seulement, commencez à parler.

Bougez : une présentation animée implique quelques mouvements

- Pour changer de rythme ou de sujet
- Pour attirer l'attention du public sur un sujet ou la faire revenir sur vous
- Pour renforcer une idée

Le contact visuel est essentiel pour capter l'attention du public

- Regarder votre auditoire d'individu à individu et aussi comme un groupe.
- Parcourez régulièrement la salle du regard, sans balayer
- Etablissez un contact visuel avec une personne pour une phrase ou deux, puis regardez une autre personne pour la phrase suivante....

Des mouvements positifs

- Ouvrez vos bras et vos mains pendant que vous parlez, cela implique d'avoir les mains libres !
- Eviter de pointer du doigt
- Penchez-vous légèrement en avant lorsque vous êtes assis.

L'expression du visage

- Souriez à votre auditoire, au moins au début et à la fin...
- Gardez une expression détendue et animée
- Maintenez cette expression, quoi qu'il arrive au cours de votre présentation.

EN CAS DE PANIQUE SOUDAINE,

faire immédiatement et dans l'ordre :

1 2 3

S'ou**B**lie**R**

o u o u e

u u g e s

r r e p i r e

e r e r

FICHE OUTIL

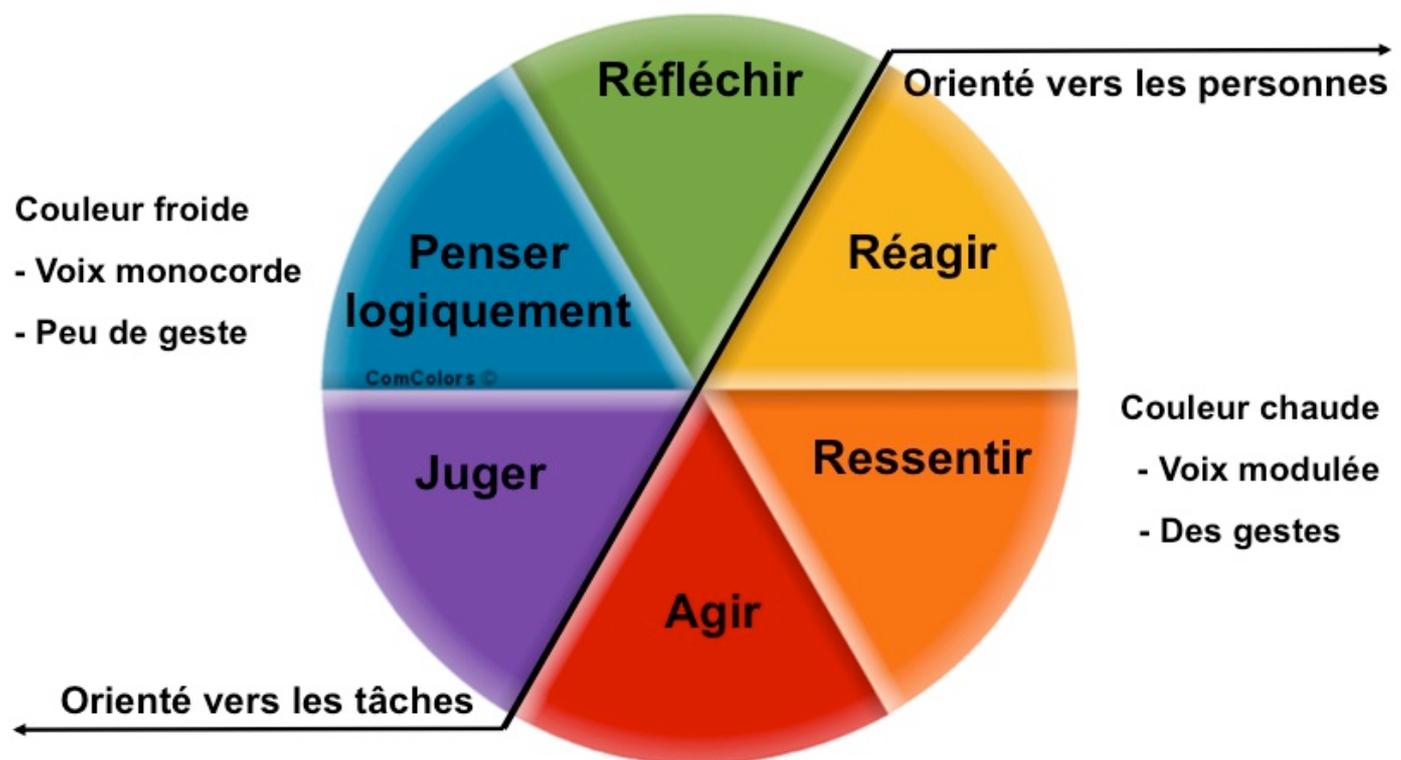
LES FILTRES DE COMMUNICATION

ComColors définit comme filtre de perception, la sensibilité des personnes dans leur communication.

Cette sensibilité est liée aux typologies de personnalités et se représente comme suit.

Les personnalités dont les dominantes correspondent à des **couleurs froides** vont mettre en priorité l'accent sur la réalisation des **tâches**.

Les personnalités dont les dominantes correspondent à des couleurs **chaudes** vont mettre en priorité l'accent **sur la relation**.



FICHE OUTIL LES POSITIONS DE VIE

Etre conscient de la position de vie dans laquelle chacun se place dans un échange est le point de départ pour communiquer efficacement et/ou pour améliorer une communication insatisfaisante.

La position de vie est la représentation qu'un individu a de lui et des autres et cela influence la manière dont il pense, agit et entre en relation avec les autres. Deux types de représentations vont construire cette vision du monde.

La deuxième qui concerne *la représentation des autres* et peut revêtir également deux aspects :

- Considérer que les autres n'ont pas de valeur, ne sont pas importants et qu'il faut se méfier d'eux.

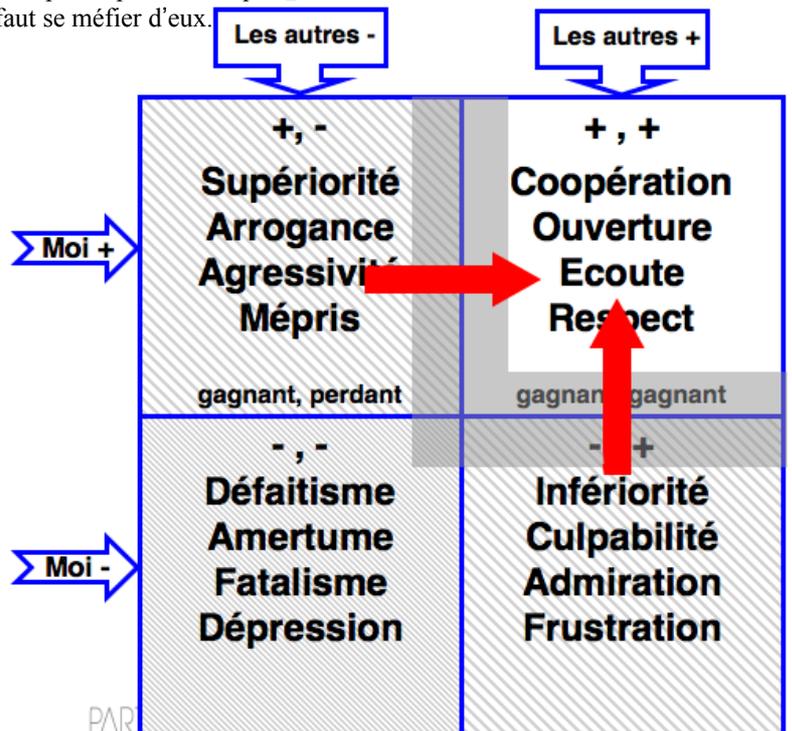
- Considérer que les autres ont de la valeur et qu'ils sont importants, indépendamment de leurs qualités et de leurs défauts.

La première qui concerne *la représentation de soi*

peut revêtir deux aspects:

- Se considérer comme ayant de la valeur, être humain unique et de ce fait important, indépendamment de ses qualités et ses défauts.

- Se considérer sans valeur, pas à la hauteur, en bref, peu important, pas digne d'être aimé ni estimé.



(+, -) DOMINATION

Je me survalorise Je dévalorise l'autre
Colère Agressivité Rancune Ironie
Mépris Pitié

(-, -) INDIFFERENCE

Je me dévalorise Je dévalorise l'autre
Détachement Destruction Désespoir Dépression Cynisme
Mélancolie

(+, +) COOPERATION

Je m'accepte J'accepte l'autre
Joie, peur, colère, tristesse authentiques Tolérance Respect
Coopération Ecoute Négociation Assertivité

(-, +) SOUMISSION

Je me dévalorise Je survalorise l'autre
Fuite Tristesse Honte Inquiétude Admiration Culpabilité

FICHE OUTIL

LES POSITIONS DE VIE

La position de vie - , -

Correspond à une représentation négative de soi et des autres.

C'est la solution de résignation. Elle est aussi appelée position de vie "perdant-perdant". Une personne dans cette position de vie est persuadée que, dans la vie, elle est perdante mais les autres aussi. Elle est souvent dans le sentiment de découragement, la démission, voire la dépression : "la vie ne vaut pas la peine d'être vécue... je suis nul, mon patron aussi, mon entreprise n'est pas performante... Si seulement tout était différent, je pourrais faire tant de choses!" Souvent en retrait et désintéressée, cette personne est compatissante à l'égard de ses propres faiblesses. Elle préfère ne rien demander plutôt que d'essayer un refus.

La position de vie + , -

Correspond à une représentation positive de soi et une représentation négative des autres. C'est la solution de l'expansion et de la domination. Elle est aussi appelée position de vie "gagnant-perdant". Cette appellation ne se réfère pas au résultat ou au statut mais seulement à l'esprit dans lequel une personne va se positionner par rapport aux autres. Une personne dans cette position de vie est persuadée que « pour réussir, paraître, avoir de la valeur il faut écraser les autres ». Elle dévalorise les autres ou ne leur fait pas confiance et manque de considération envers eux. Cette position de vie s'apparente au complexe de supériorité, au "Moi, je sais tout". Dans cette position, la personne est d'une susceptibilité excessive à la critique, elle est agressive et batailleuse. Elle ne peut supporter d'être sans valeur, en faute ou encore sans défense.

La position de vie - , +

Correspond à une représentation négative de soi et une représentation positive des autres. C'est la position de vie "perdant-gagnant".

Une personne dans cette position de vie se vit comme inférieure, pas assez à la hauteur par rapport aux autres qu'elle se représente comme des gagnants. Même si elle réussit, elle se sentira perdante et se dévalorisera car elle estimera y avoir consacré beaucoup plus de temps, d'énergie, d'argent... que les autres. Ici, la personne cherche avant tout à être aimée par les autres. Elle se soumet aux autres et dépend d'eux. Elle a aussi un fort besoin de se faire remarquer et croit qu'on se sert d'elle.

Cette position s'apparente au complexe d'infériorité, la dévalorisation de soi.

La position de vie + , +

Correspond à une représentation positive de soi et des autres. Elle est aussi appelée position "gagnant-gagnant". Une personne dans cette position de vie prend conscience de ses propres responsabilités et agit de façon réaliste et constructive. Elle a confiance en ses propres capacités, elle est convaincue qu'elle et les autres peuvent être gagnants si ensemble, ils s'en donnent les moyens. Cette position est synonyme de coopération, négociation, relation épanouissante, enrichissement réciproque, complicité synergique : c'est la solution la plus constructive.

FICHE OUTIL LES COMPORTEMENTS CONDITIONNELS

Les comportements conditionnels indiquent que la personne s'impose une condition pour se sentir acceptable à ses yeux et/ou que c'est une condition nécessaire mais fautive pour se maintenir dans la position de vie gagnant/gagnant.

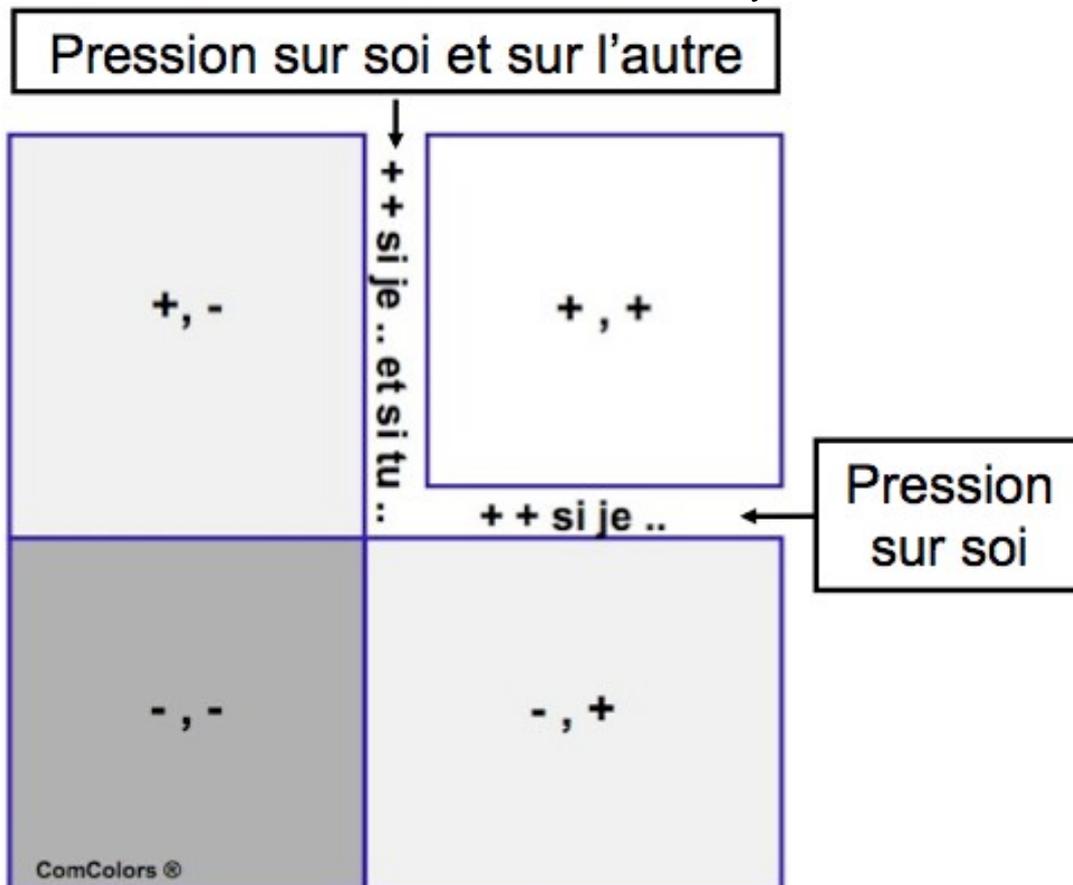
Il existe deux types de comportements conditionnels :

Le comportement conditionnel **+, + si je...** La personne se met la pression sur elle-même. Elle se dit : « Toi, tu as de la valeur et moi, j'ai de la valeur si je me comporte d'une certaine manière ».

+, + si je ...

Le comportement conditionnel **+, + si je ... et si tu...** La personne se met la pression sur elle-même et par « débordement » met également la pression sur l'autre. La personne se dit :

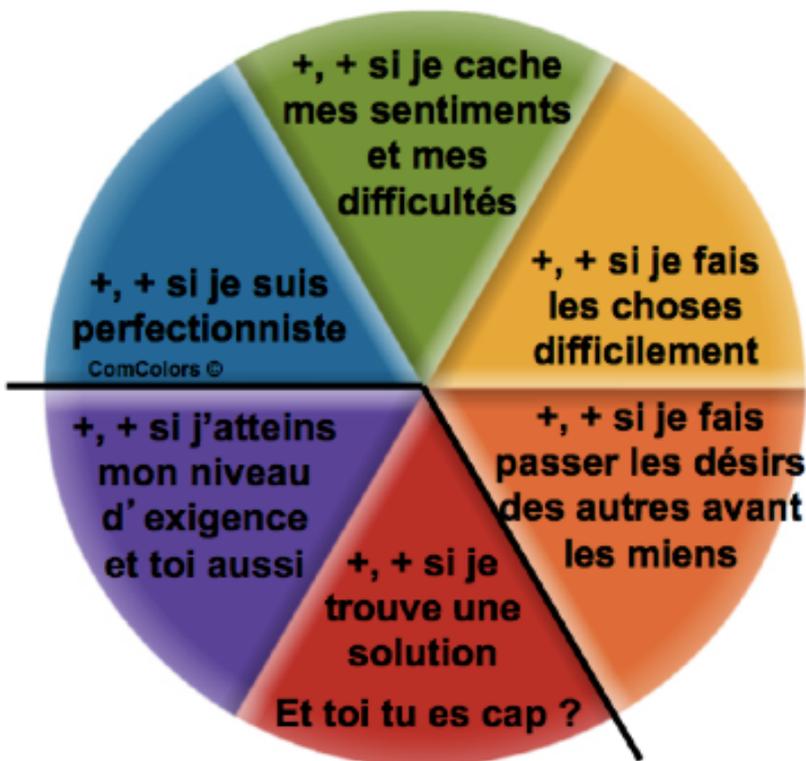
« Moi, j'ai de la valeur si je me comporte d'une certaine manière et toi, tu as de la valeur si tu fais comme moi » **+, + si je ... et si tu ...**



FICHE OUTIL LES COMPORTEMENTS CONDITIONNELS

Pression sur soi ressentie par l'autre { **si j'atteins mon niveau d'exigence et toi aussi**
si je trouve une solution et vite

Pression sur soi { **si je répons aux désirs des autres avant les miens**
si je suis perfectionniste
si je cache mes sentiments et mes difficultés
si je fais les choses difficilement



FICHE OUTIL

SORTIR DES COMPORTEMENTS CONDITIONNELS

Perd le fil de son discours, passe du coq à l'âne sans s'en rendre compte	S'appuie sur une présentation simple et structurée où les points clés sont écrits
Fait une présentation ennuyeuse de peur de passer pour un rigolo	S'autorise à faire de l'humour et créer une interaction avec le public
A tendance à ne regarder que les personnes qu'il connaît ou qui lui sourient	Commence par regarder les personnes connues ou qui lui sourient puis porte son regard sur les autres personnes pour inclure tous les participants
A tendance à improviser face à une question qu'il n'a pas anticipée	Prendre le temps de réfléchir avant de répondre. Prend le temps de préparer la structure de sa présentation avant sa prise de parole. Soumettre la question aux autres, reformuler
Se met une forte pression pour se sentir à la hauteur de ses exigences	Se remémore les présentations précédentes qui se sont bien passées
Entre dans le détail et perd son auditoire	Se fixe comme objectif de vérifier le niveau d'information attendu au début de la présentation et à chaque question pour ne pas entrer dans du sur- détail En fonction de son auditoire

FICHE OUTIL

INFORMATIONS DIVERSES

CE QUE NOUS RETENONS DES MESSAGES.

Lorsque nous faisons attention, nous retenons approximativement :

- 10% **de ce que nous** lisons
- 20% **de ce que nous** entendons
- 30% **de ce que nous** voyons
- 50% **de ce que nous** voyons et entendons en même temps
- 80% **de ce que nous** disons
- 90% **de ce que nous** disons **en faisant quelque chose à propos de quoi nous réfléchissons et qui nous implique.**

Afin d'optimiser l'efficacité de vos présentations, travaillez la cohérence visuelle et votre message.

DUREE D'ACTIVITE ET ATTENTION POUR UN ADULTE

Un adulte peut accomplir la même tâche **à un niveau** optimum de productivité **pendant** 45 minutes maximum.

Au-delà, son efficacité et sa motivation décroissent régulièrement. Celles-ci se réactivent à l'apparition d'une nouvelle tâche.

Face à un orateur, **et sans participer, un adulte peut maintenir son attention** 20 minutes maximum, **même si elle est stimulée par des aides audio.**

Quand un adulte écoute, il retient, en étant concentré, 20 à 30 % des informations diffusées.

Au delà de 20 minutes, ce pourcentage chute à 5%. Il est nécessaire de faire une pause de 15min toutes les 90 min (wc, boire, relâcher la tension).

FICHE OUTIL

LES SUPPORTS DE PRESENTATION

1. **Objectifs de vos supports**

- Illustrer l'exposé,
- Renforcer et appuyer un message
- Clarifier une démonstration ou déclencher une réflexion du groupe
- Faciliter la mémorisation des participants.

Utilisés de manière appropriée, ils permettent de :

- varier et modifier le rythme d'apprentissage
- s'en servir comme référence pendant et après la formation

Les messages doivent être brefs et essentiels, et doivent faire ressortir les idées clefs.

2. **Le choix du support**

Il ne sera pas le même s'il s'agit d'une utilisation unique ou répétée.

- Une utilisation répétée sur plusieurs séances, requiert des supports permanents tels que des transparents, diapositives, documents papier, power point...
- Lorsque le support doit être visualisé plusieurs fois par les participants pendant la même séance, le tableau-papier est certainement plus approprié.

L'utilisation du support doit être facile.

- Une installation rapide sans trop de déménagements matériels. Il est important que le passage au support visuel puisse s'effectuer rapidement pour ne pas casser le rythme.
- La visualisation du support doit être facilitée pour tous. Autrement son utilisation est inefficace. Elle se transforme plutôt en source de démotivation et de frustration.



Utilisez des supports avec lesquels vous êtes à l'aise !

FICHE OUTIL

LES SUPPORTS POWERPOINT 1/2

Le recours aux présentations PowerPoint est aujourd'hui fréquent.

En présentant l'information en 2 dimensions, vous sollicitez les personnes de types Visuels et Auditifs (PNL).

Nos capteurs sensoriels font que :

- Nous entendons plus vite que nous lisons
- Nous voyons plus rapidement que nous entendons
une image sera plus "percutante" qu'un texte écrit

OBJECTIFS DES PRESENTATION POWERPOINT

- Aider à communiquer votre message
- Simplifier la complexité
- Capter les auditeurs sur ce que vous êtes en train de dire

Les préconisations d'une présentation réussie

Avant toute chose, posez-vous la question si un PowerPoint est la meilleure solution pour transmettre votre message.

Ayez recours à une charte graphique qui personnalise votre présentation.

L'utilisation d'un standard dans le positionnement des logos, des titres et n° de pages, de la police et de la couleur des caractères... donne du cadre le cadre facilite la lecture, organise l'information.

Pour préparer votre présentation basez- vous sur une "durée de vie" par diapositive de 2 à 5 minutes. Insérez des pauses sans diapositives toutes les 20 minutes.



le fond

- Chaque page comporte un **seul message principal** avec :
Un titre positif et déterminé qui annonce le message (forme interrogative possible) 3 idées différentes au maximum
5 lignes maximum de 6 mots au plus
- Le message essentiel peut être renforcé (ou remplacé) par une image
- Vous pouvez indiquer un exemple (et vous pourrez en développer plusieurs à l'oral)
- Le support visuel est un **résumé** qui ne comporte que les mots clés
c'est votre talent d'orateur qui vous permettra de détailler la synthèse affichée



la forme

- Utilisez **une police** pour une présentation sobre ou **deux** pour une présentation plus recherchée (ex : une pour les titres, une pour les sous-titres et le texte)
- Laissez de **l'espace vide** dans la page (environ 50%)
= mettez l'information principale au centre où à l'intersection des tiers
- Tous les textes d'un même niveau de lecture doivent avoir la même police et la même taille
- Ajustez le style de police au message à transmettre
- Pour le style :
 - *Italique* : citations, mots techniques
 - **Style gras et couleur** : mise en évidence d'une information
 - **A éviter** : le souligné et l'ombré qui se lisent mal de loin

FICHE OUTIL

LES SUPPORTS POWERPOINT 2/2

- Par exemple, la taille peut être de 32 pour les titres, 28 pour les sous-titres, 20 pour le texte – plus la salle est grande, plus la taille de la police doit être augmentée
- Renforcez la taille des traits de vos graphiques et mettez des légendes
- Si vous utilisez des animations, restez simple (développer, balayage...)
- Favorisez le contraste des couleurs de polices et de fond
- Les couleurs s'assombrissent lorsqu'elles sont projetées dans une grande salle
- Utilisez au maximum 4 couleurs de polices par page (attention, pensez aux 10% de daltoniens)
- **PRECAUTION : Pour vérifier la qualité de vos diapo, projetez-les sur le sol et vérifiez si elles sont faciles à lire, ou bien asseyez-vous dans le fond de la salle et voyez si elles sont lisibles de si loin !**
- La symbolique des couleurs :
Les dérives potentielles :
- Abondance d'animations qui fatiguent votre auditoire
- Texte trop détaillé qui "absorbe" l'auditeur et dispense du présentateur
- Finalisation de la présentation au dernier moment
- Débit verbal trop rapide lors de la présentation
- Sur-détail de chiffres, tableaux, courbes...
- Eléments distrayants : sons et images sans utilité réelle

Une question fondamentale à vous poser lorsque vous préparez et lorsque vous animez :

Qui je sers ?

FICHE OUTIL

REUNION A DISTANCE

Durée et rythme

Les notions de durée et de rythme revêtent une importance spécifique pour les réunions à distance.



- D'une part, parce que l'on constate que la capacité d'attention des participants est moindre : autour de nous, il y a plus de stimuli qui nous « sortent » de la réunion (le chat qui passe, la plante verte à côté qui a besoin d'être arrosée,... Bref, tout l'environnement immédiat qui a priori n'est pas en lien avec le sujet), et il y a moins de stimuli pour nous aider à rester en lien (croisements de regards, interpellations, paraverbal des participants et de l'animateur, etc).
- D'autre part, parce qu'il semblerait que les pauses techniques soient plus souvent nécessaires à distance : prendre un café, fermer une fenêtre, aller chercher un pull, aller aux toilettes (les vessies se rempliraient-elles plus vite derrière un ordinateur ?!).

Par conséquent, on vous conseille de programmer des temps de réunions de **maximum 1h30**, et **pas plus de 45 min consécutives**. Planifiez donc vos séquences en tronçons qui permettent, toutes les 45 min environ, de faire une pause (5 min suffisent), pour que chacun puisse s'extraire de son ordinateur et effectuer la pause technique qui lui est nécessaire, avant de passer, de façon concentrée, à la séquence suivante.

le truc en +

Lors de ces pauses, n'hésitez pas en tant qu'animateur, à partager votre écran sur lequel tourne un minuteur.

C'est peut être aussi le bon moment pour lancer une petite musique de fond que vous diffusez par votre micro. Et pourquoi pas partager sur votre écran une image ou une animation récréative : **Cadeau !**



Réunion en visioconférence d'information descendante

Lorsque vous animez une réunion en visioconférence dont le seul objectif est de présenter de l'information, voici les quelques règles à respecter :

- Je coupe mon micro quand je ne parle pas.
- J'interviens par le chat et par les TAG.
- J'interromps celui qui parle en cas d'apport urgent et important uniquement.

Réunion en visioconférence pour un atelier de co-construction

Si vous êtes amené à animer une réunion en visioconférence dont l'objectif est de produire à plusieurs, voici les quelques règles d'hygiène dont vous aurez besoin pour canaliser les échanges et tirer le meilleur de votre groupe :

- **Échelonnage dans la prise de parole, en fonction de l'apport au débat :**
 - 1^{er} niveau : pas important, pas urgent, je réagis instantanément via les TAG et le chat,
 - 2^e niveau : important, pas urgent, j'attends la fin de la phrase de celui qui parle pour prendre la parole,
 - 3^e niveau : important, urgent, j'interromps poliment celui qui parle
- Je ne monopolise pas la parole.
- On reformule et on récapitule régulièrement l'état des échanges.
- On garde une trace de nos échanges : prise de notes partagée ou partage d'écran.

LE TRUC EN +

Le facilitateur peut dessiner un plan de table sur un papier pour représenter chaque participant et ainsi les solliciter nommément à tour de rôle. Idem par téléphone. (pourquoi ne pas utiliser votre check list ? **ICI**).

Le groupe peut s'équiper d'un bâton de parole virtuel (couper son micro en fin de parole) ou démultiplié (chacun s'équipe d'un objet similaire à présenter devant sa webcam

Réunion en visioconférence (et son petit chat qui va avec)*

Vous avez le son et l'image, vous êtes royal au bar !

Encore plus qu'au téléphone, la grosse difficulté de la visio est la lenteur des prises de parole et des coupures son associées. Tout l'objectif ici va être de vous donner des propositions de règles pour optimiser ces interruptions et maximiser malgré tout l'interaction.

En premier lieu, on vous suggère d'adopter un code commun pour réagir sans interrompre. Vous aurez peut-être reconnu les TAG, alias Techniques d'Animation Gestuelle. Voici celles que l'on vous propose, inutile de surcharger, on s'y perdrait...



Je demande la parole



Réponse : Oui



Je suis d'accord avec toi



Je n'entends pas



Réponse : Non



Temps mort
Je suis perdu-e
C'est le bazar
Je ne comprends pas



Réponse :
Je n'ai pas d'avis,
je ne sais pas



Je ne suis pas d'accord avec ça / ce qui est dit

FICHE OUTIL

GESTION DES INTERACTIONS

Il convient de répondre aux contradictions avec méthode et diplomatie, afin d'éviter malentendus, dérapages et conflits.

L'interlocuteur dont la remarque est prise en compte de manière positive est prêt à entendre votre réponse.

S'il est agressé, il ne pense qu'à se défendre.

1/ Écouter et qualifier

- **Contradiction fondée** : répondant à une réelle préoccupation de l'interlocuteur.
- **Contradiction prétexte** : l'interlocuteur gagne du temps ou recherche une simple approbation.

2/ Apaiser

- **Formule de compréhension** : pour prendre en compte l'objection avant de répondre.
- **Question** : pour faire préciser la contradiction.
- **Reformulation** : pour minimiser la contradiction
 - par un affaiblissement
 - par une question de style : "*Vous vous demandez si...*"
- **Appui** : donner raison à l'interlocuteur et changer d'argument ou de proposition.

3/ Répondre

- Brièvement par:
 - un contre-argument,
 - un bilan des avantages et inconvénients - une autre proposition-différer la réponse au besoin
- Obtenir l'accord de l'interlocuteur :

"J'ai répondu à votre préoccupation ?"

FICHE OUTIL

GESTION DES DIFFERENTS TYPES DE PARTICIPANTS

Chaque typologie de participants nécessite un ajustement de l'orateur.

Les apartés

Interrompre en s'approchant des personnes en silence

S'il s'agit d'une contribution positive : Demander de la partager avec le groupe

Si hors sujet :

Interrompre et recentrer en posant une question à la personne qui écoute

Les digressions

Reformulait

Rappel de l'objectif

Appel aux faits concrets, aux exemples pour recentrer sur le sujet

Le leader

(celui qui veut toute la place, surtout celle de l'animateur)

Rester neutre et reformuler

Recentrer sur l'objectif en rappelant les contraintes de temps et lui demander de vous aider à atteindre l'objectif

Positiver : "tu me sembles vouloir aller plus loin dans cette notion" Inviter à l'expression d'autres avis du groupe

Réaffirmer son rôle de garant de la méthode et des objectifs

Le bavard

Très souvent traduit un besoin de reconnaissance élevé

Digressif : le stopper

Dans le sujet : le canaliser en reformulant de façon synthétique

L'agressif

Reformulation

Ecoute active " tu me parais furieux"

Message "je" ; "je me sens agressé, cela me met mal à l'aise parce que je ne peux pas continuer sereinement ma présentation

L'opposant

Ne pas placer des opposants pressentis face à face

Reformulation

Inviter à l'expression d'autres avis du groupe

Ecoute active "j'ai le sentiment désagréable de ne pas me faire comprendre quel que soit l'argument que je te propose" Message "je" ; " cette proposition me surprend, ce n'est pas ce que j'ai saisi la dernière fois"

Les "fuites" du groupe devant les questions délicates

Formuler le "problème/obstacle" de façon impersonnelle.

Préciser que la question est délicate et proposer de ne pas l'aborder

Faire travailler sur les risques encourus du fait de cette situation

Brouhaha

Arrêter de parler

En silence, regarder l'auditoire

Lorsque le silence est revenu : "Vous avez peut-être une question, un commentaire ?"

S'il n'y a rien, faire une pause

Taux d'attention d'un groupe

Face à un orateur et sans participer, un adulte peut maintenir son attention 20 minutes maximum, même si elle est stimulée par des supports.

Ne pas excéder 55 minutes de présentation, limite maximum d'attention

FICHE OUTIL

LE DESC

Le DESC est un outil utilisé dans différentes situations comme :

- La résolution de conflit
- La négociation
- L'assertivité

Il se déroule en 4 phases :

- **D** = décrire
- **E** = exprimer
- **S** = suggérer
- **C** = conséquences

ère

1 étape : **DECRIRE**

Décrivez l'attitude ou la situation qui vous ennuie.

Apportez des faits, utilisez des termes concrets.

Votre description doit être concise, précise, objective et non accusatrice.

ème

2 étape : **EXPRIMER**

Exprimez vos sentiments, l'effet que la situation a sur vous,

Annoncez vos sentiments d'une manière positive et dites ce que vous pensez de cette situation.

ème

3 étape : **SUGGERER**

Suggérez des solutions.

Proposez une attitude spécifique différente, une alternative au comportement actuel. Suggérez les actions concrètes que vous voulez voir arrêtées et celles que vous voulez voir réalisées.

ème

4 étape : **CONSEQUENCES**

Dites à la personne ce que vous désirez obtenir par votre demande de changement. Décrivez les conséquences positives pour les deux.

FICHE OUTIL

LE SYNOPSIS

Temps & durée	Idées « Force »	objectifs	Anecdotes	Aides et supports Schémas, croquis, illustration...
10'	Accueil	bienveillance implication		flûte de pan et orgue georghii ZAMFIR doc audio 1 accouchement
15'	COMMUNICATION	<i>stop compétition !!!! humour tutoiement</i>	<i>EXEMPLE DE MORAD diplôme du communicant avec mention :-)</i>	JEU EMETTEUR-RECEPTEUR 2 PASSAGES
5'	HISTORIQUE	<i>POSER LE CADRE</i>	<i>DECLIC MON VECU</i>	
15'	PRESENTATION DES OBJECTIFS	<i>Meilleure connaissance de soi Comment suis-je perçu par les autres? Acquisition de techniques et outils</i>	<i>Tout est à expérimenter</i>	« c'est quand on se plante qu l'on trouve ses racines » Alain « Etre cultiver.....creux de sa main..... » « INNOCENT DE LA TETE QUE J'AI RESPONSABLE DE LA TETE QUE JE FAIS »
4	PRESENTATION CROISEE	<i>CREER LA RENCONTRE RECUPERER LE ATTENTES PREMIERE VIDEO</i>		SLIDE PPT

	CE QUE JE GARDE	CE QUE LAISSE
FOND		
FORME		

CONCLUSION

CE QUI EST BEAU EN VOUS C'EST VOUS !!!!

Je me sais imparfait mais valable.

Osez le plaisir + l'impatience à prendre la parole en public et devenez des orateurs qui parlent AUX gens et non plus devant les gens

Immense merci pour votre participation.
Je vous souhaite une belle continuation

« Plutôt que de chercher à rajouter des années à la vie essayer de rajouter de la vie aux années. »
Oscar Wilde