

Prise de parole en public

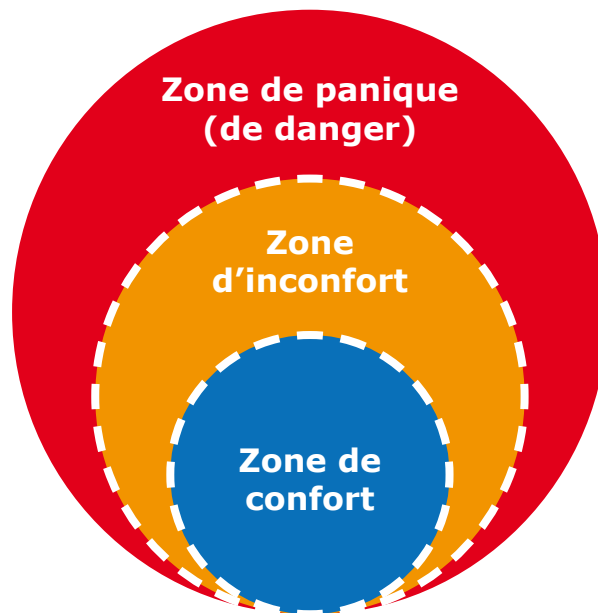
Livret stagiaire



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

- La réussite est possible **au prix d'un effort**.
- C'est par des incursions **fréquentes, conscientes et volontaires** dans cet espace, que vous allez élargir votre zone de confort.

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.

La structure d'une présentation

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, 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 ?
- Quelle 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 ?
- Quelles sont les informations dont vous disposez sur le thème ?

1.4 Choisir outils et méthodes

- Quels sont les outils les mieux adaptés ? (Powerpoint, paperboard, documents papier)
- Discussion – échanges ? Présentation puis questions – réponses ?

1.5 Organiser la logistique

- QQCOQP ? Date et durée de la présentation ? Lieu ?

2. Conduire la présentation

2.1 Vous présenter

- Vous présenter clairement et annoncer le sujet et l'objectif de la présentation

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

- Travailler 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

3. Conclure la présentation

3.1 Reformulation finale

- Souligner les 3 ou 4 idées majeures

3.2 Tirer les conclusions

3.3 Fixer les prochaines étapes

- CQQCOQP : Comment, Quoi, Qui, Combien, Où, Quand, Pourquoi ? rester vigilant jusqu'au bout

3.4 REMERCIER vos participants

La préparation d'une présentation

« 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 :

- ☐ **Anticipez** les questions que l'on pourrait vous poser
N'angoissez pas à l'idée de ne pas tout savoir !
- ☐ **Préparez** les réponses que vous souhaitez donner
En connaissant les points clés, vous laisserez de la place à votre spontanéité.
- ☐ **Recherchez** 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 coeur.

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 mais n'est pas susceptible de séduire vos auditeurs.
- Utilisez les principes de cartes heuristiques pour poser vos idées.

3. S'entraîner

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

4. Le jour J

- Afin d'éviter le piège de la récitation, oubliez vos notes.
- Pensez à votre auditoire, vous êtes là pour leur communiquer quelque chose.
- Que voulez-vous qu'ils gardent en mémoire ?

Lors de la présentation, voici quelques bonnes pratiques :

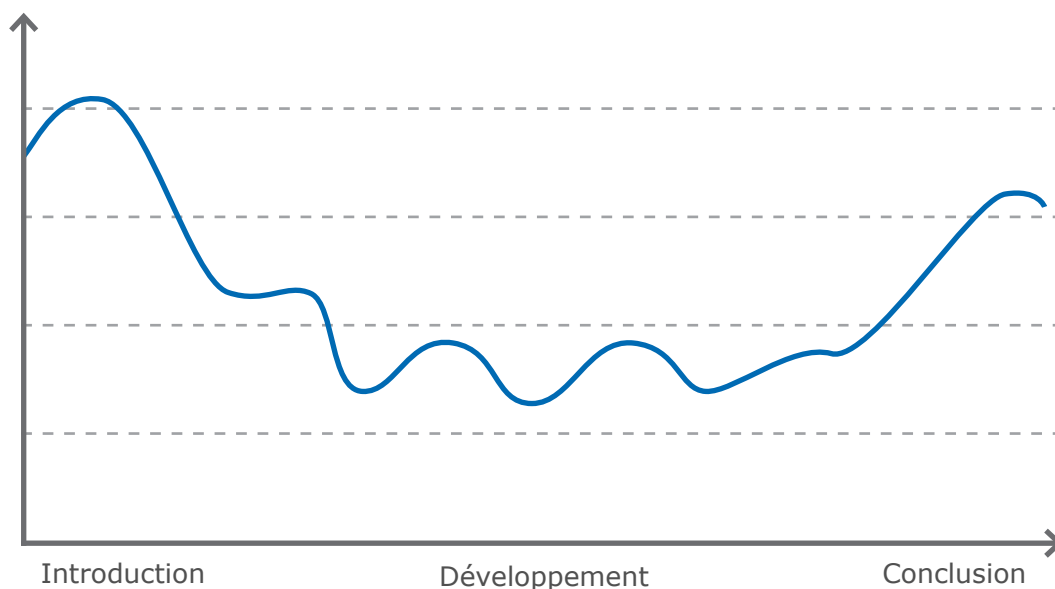
- ☐ **Reformuler** les questions de l'auditoire
Garantit une question bien comprise et permet de structurer votre réponse
- ☐ **Prendre le temps** de réfléchir avant de répondre, sans précipitation
Votre réflexion montre l'intérêt que vous portez à la réponse
- ☐ Vous ne savez pas répondre à une question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

La courbe d'attention

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.



Pour utiliser au mieux cette courbe :

1. **Musclez votre introduction**, annoncez clairement ce que vous allez aborder afin de donner envie aux auditeurs de vous écouter. C'est vous qui créez la «mise en appétit».

2. Après l'introduction, 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) et votre regard (distributif en prenant le temps «d'offrir» une séquences de mots à un auditeur).

3. Au cours du développement, l'attention joue au yoyo. Concentration et attention vont et viennent. **Trouvez des moyens pour attirer l'attention :**

- Répétez votre message en reformulant
- Recourez aux métaphores
- Utilisez des supports visuels
- Sollicitez votre auditoire en lui posant des questions
- Invitez à prendre des notes

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

Le déroulement d'une présentation

Une présentation se découpe en 3 phases majeures.

1. Annoncez 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 feedback, les commentaires...

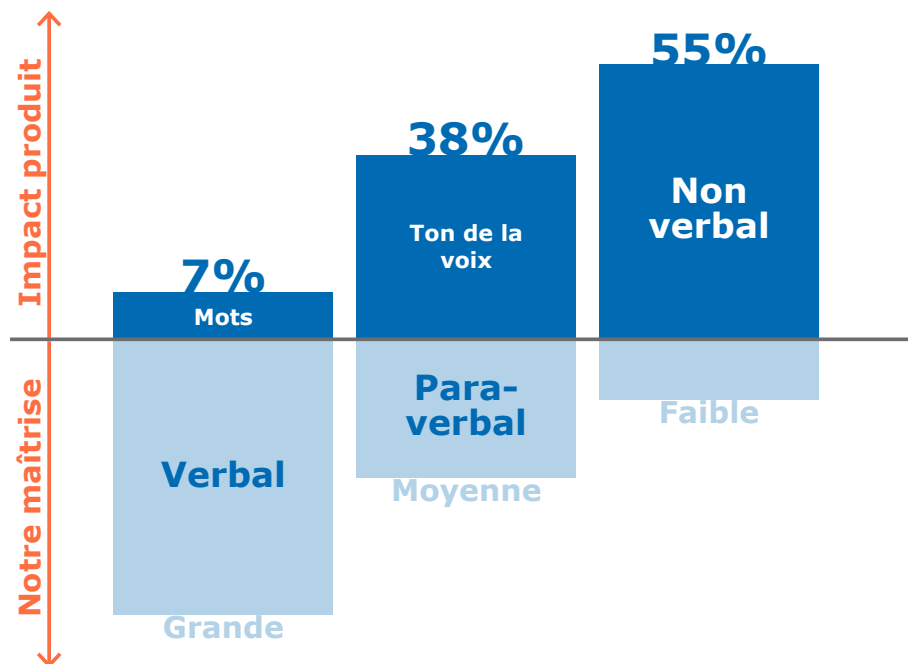
3. Dites leur ce que vous venez de leur dire

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

L'impact du message 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 déclaré ces chiffres suspects. Pour eux, Mehrabian minimise l'importance des mots.

Le degré de persuasion nécessaire influence 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 !

L'impact du message 2/3

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

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, certaines informations clés

LA DICTION

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

Elément	Objectif à poursuivre	Moyens de perfectionnement
Volume Niveau sonore	Parler suffisamment fort : ETRE ENTENDU	S'obliger, dans un premier temps, à parler plus fort que d'habitude.
Débit Vitesse de diction	Parler de façon posée, en tenant compte de la vitesse d'assimilation : ETRE CLAIREMENT COMPRIS	S'obliger, dans un premier temps, à parler moins vite que d'habitude. Est lié à l'articulation
Articulation Construction des mots	Restituer chaque syllabe et finir nos mots : ETRE COMPLETEMENT COMPRIS	Bien découper chaque syllabe sans «escamoter» les fins de mots. Fonction de notre respiration et de notre débit.
Rythme Ponctuation orale	Ménager des pauses (courts silences) surtout en fin de phrases ou lorsque nous introduisons une nouvelle idée : 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.
Modulation L'intonation, la musicalité	Jouer sur des changements de volume sonore et sur les différences de tons : VALORISER NOTRE LANGAGE	Eviter toute monotonie. Donner de l'amplitude à notre voix.

L'impact du message 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

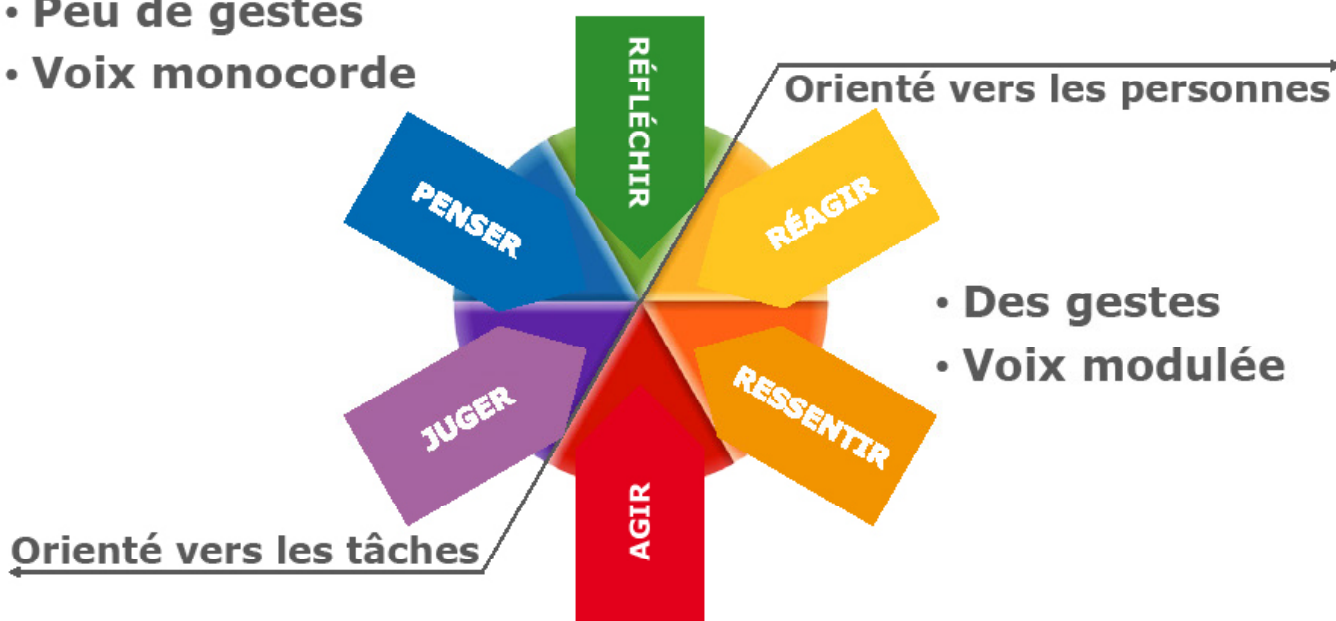
L'expression du visage

- 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

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 :

- **Peu de gestes**
- **Voix monocorde**



- **Des gestes**
- **Voix modulée**

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**.

Les positions de vie 1/2

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.

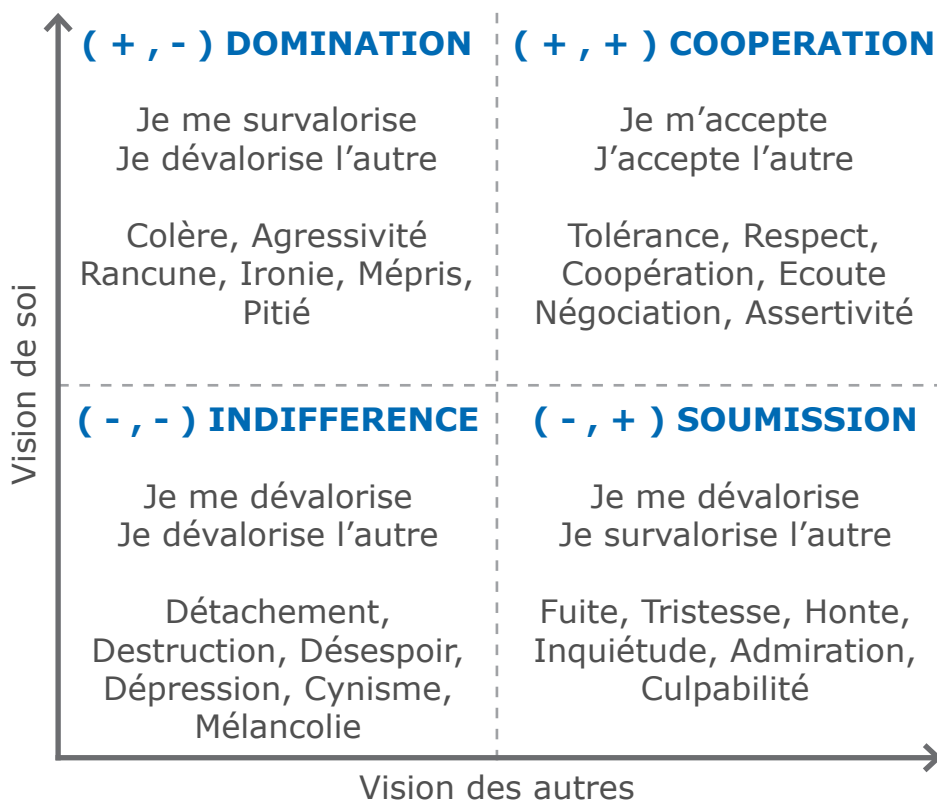
La première, qui concerne la **représentation de soi**, peut revêtir deux aspects :

- Se considérer comme ayant de la valeur, être humain unique et de ce fait, important, indépendamment de ses qualités et de ses défauts.
- Se considérer sans valeur, pas à la hauteur, en bref, peu important, pas digne d'être aimé et estimé.

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

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

REPRÉSENTATION SCHÉMATIQUE



Si l'on représente la **vision de soi** par un axe vertical et la **vision des autres** par un axe horizontal, et si l'on réalise l'intersection de la vision de soi et de la vision des autres, nous obtenons le schéma suivant dans lequel les quatre positions de vie sont représentées par les 4 symboles suivants :
 + -, - -, - +, + +.

Les positions de vie 2/2

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'essuyer 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.

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 fausse pour se maintenir dans la position de vie gagnant/gagnant.

Il existe deux types de comportements conditionnels :

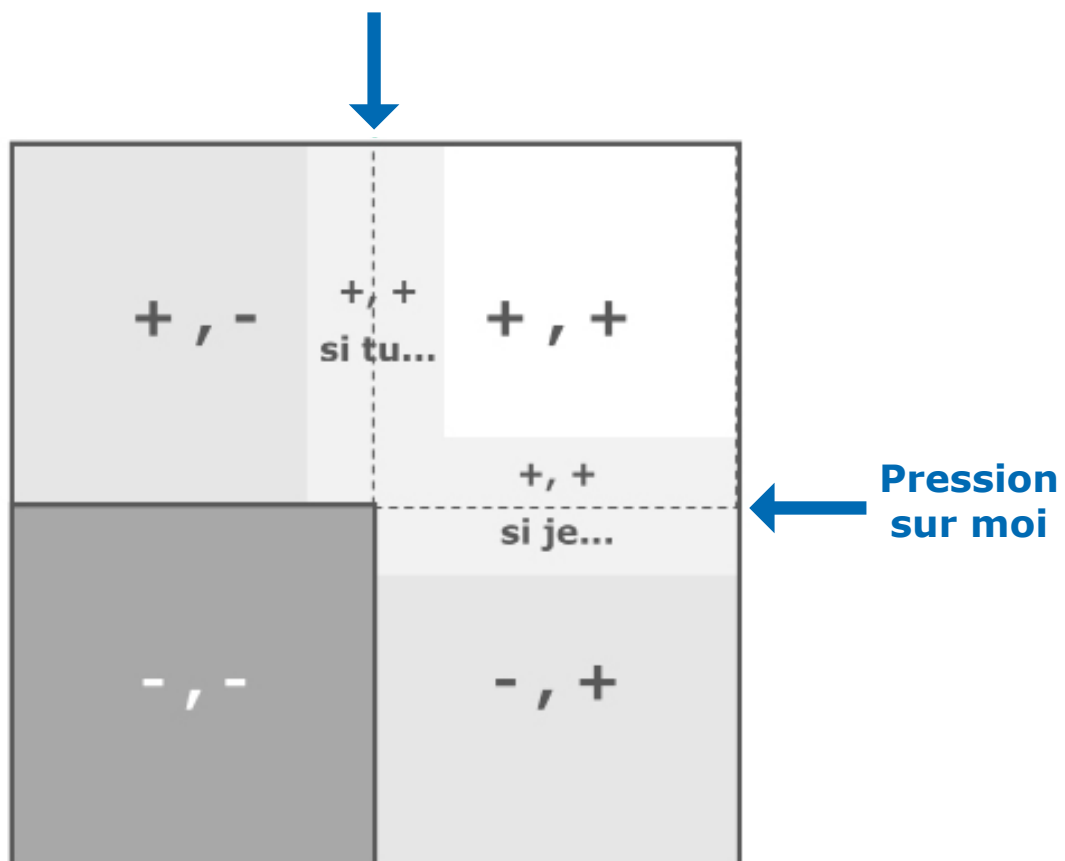
Le comportement conditionnel **+, + si je...** La personne se met la pression sur elle-même. Elle se dit : « Toi, tu as de la valeur et moi, j'ai de la valeur si je me comporte d'une certaine manière ».

+, + 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 ...

**Pression sur l'autre
(ou ressentie par l'autre)**



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

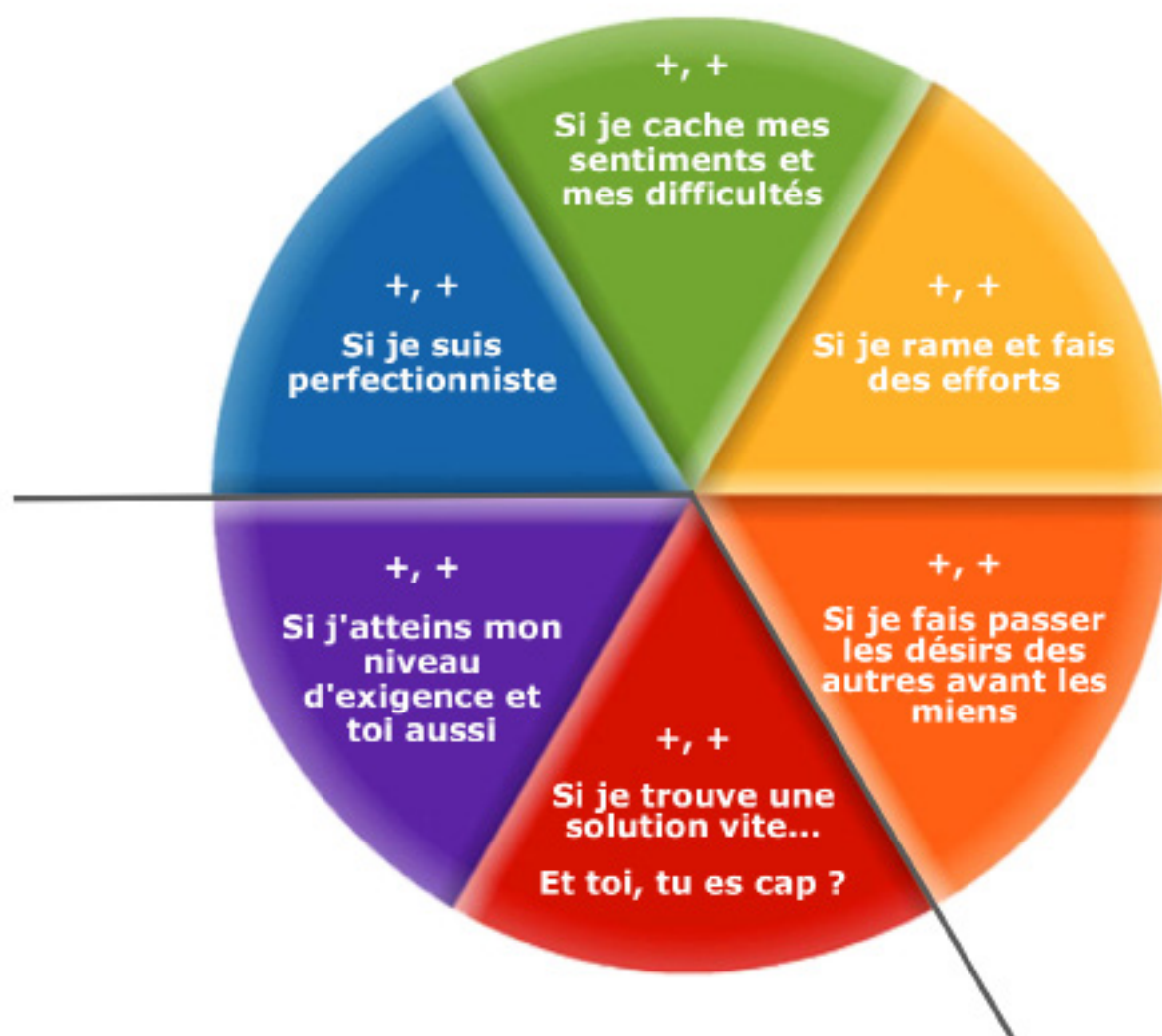
si je réponds aux désirs des autres avant les miens

Pression sur soi

si je suis perfectionniste

si je cache mes sentiments et mes difficultés

si je fais les choses difficilement



Sortir des comportements conditionnels

Manifestation du stress	Comment réduire son stress
 Perd le fil de son discours, passe du coq à l'âne sans s'en rendre compte	S'appuyer sur une présentation simple et structurée où les points clés sont écrits
 Fait une présentation ennuyeuse de peur de passer pour un rigolo	S'autoriser 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	Commencer par regarder les personnes connues / qui sourient puis porter 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. Prendre le temps de préparer la structure de sa présentation avant sa prise de parole
 Se met une forte pression pour se sentir à la hauteur de ses exigences	Se remémorer les présentations précédentes qui se sont bien passées
 Entre dans le détail et perd son auditoire	Vérifier le niveau d'information attendu au début de la présentation et à chaque question pour ne pas entrer dans du surdétail

Informations supplémentaires

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**.

DURÉE D'ACTIVITÉ 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 15 minutes** toutes les 90 min (wc, boire, relâcher la tension).

Les supports de présentation

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.

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 documents papier, présentations powerpoint...
- 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 !



Les présentations 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 D'UNE 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 TEXTE -> 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

Les présentations Powerpoint 2/2

LE TEXTE -> LA FORME

- Utilisez une police pour une présentation sobre ou deux pour un effet plus recherché (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
- Exemples de taille : 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
- Projetées dans une grande salle, les couleurs s'assombrissent
- Utilisez **au maximum 4 couleurs de polices** par page (attention, pensez aux 10% de daltoniens)
- **PRÉCAUTION** : pour vérifier la qualité de vos diapos, 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 :

Blanc	Pureté	Orange	Energie, stimulant, visibilité
Marron	Réalisme, quotidien, simplicité	Vert	Repos, apaisement
Jaune	Jeunesse, tonicité, gaité	Bleu	Calme, vie, couleur de l'esprit
Gris	Elégance, chic	Noir	Silence, distinction, sérieux
Rouge	Force, dynamisme, énergie	Violet	Mysticisme, utopie, rêverie

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 distrayeurs : sons et images sans utilité réelle

**Une question fondamentale à vous poser lorsque vous préparez
et lorsque vous animez : **Qui je sers ?****

La gestion des interactions 1/2

GESTION DES CONTRADICTIONS

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 • Si la contradiction est fondée • Par : - un contre-argument - un bilan des avantages et inconvénients - une autre proposition • Obtenir l'accord de l'interlocuteur : «J'ai répondu à votre préoccupation ?»

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	Reformulation Rappel de l'objectif Appel aux faits concrets, aux exemples pour recentrer sur le sujet

La gestion des interactions 2/2

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

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

1ère étape : DÉCRIRE

- 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.

2ème 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.

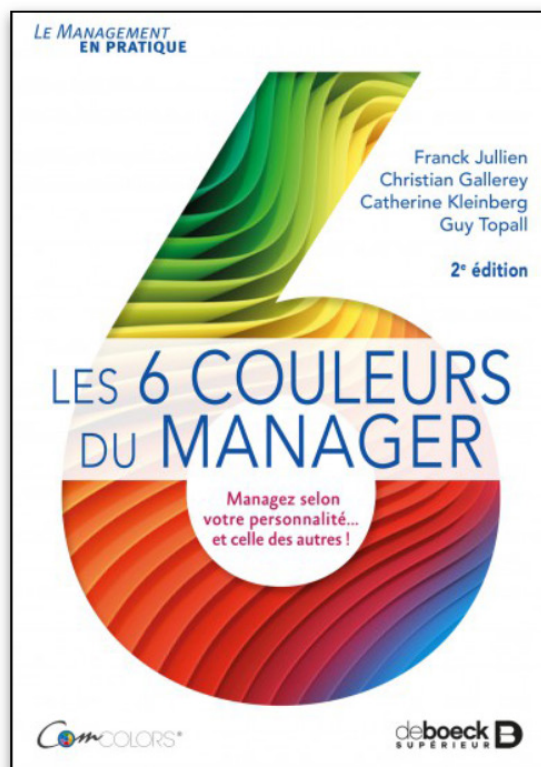
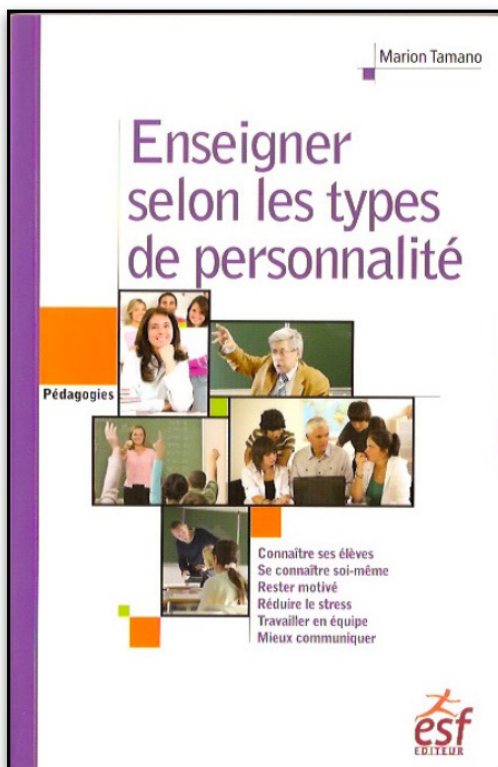
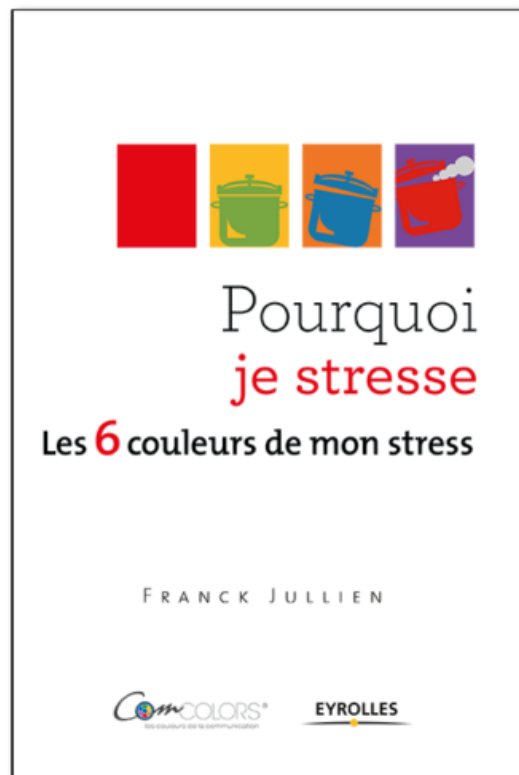
3ème étape : SUGGÉRER

- 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.

4ème étape : CONSÉQUENCES

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

Les livres ComColors



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.



Handwriting practice lines consisting of 20 sets of three horizontal dashed lines.

