


# Réussir une présentation orale

Guide pour les communicateurs fédéraux

COMM Collection N° 13  
Édition 2012

.be



'COMM Collection' est une série de guides pratiques à l'intention des communicateurs fédéraux. Ils sont le fruit de travaux menés par des fonctionnaires fédéraux, actifs dans le domaine de la communication.

Le COMMnetKern, composé des responsables communication des services publics fédéraux et présidé par le SPF Personnel et Organisation et le SPF Chancellerie du Premier Ministre, en a validé les contenus et est chargé de leur mise en œuvre.

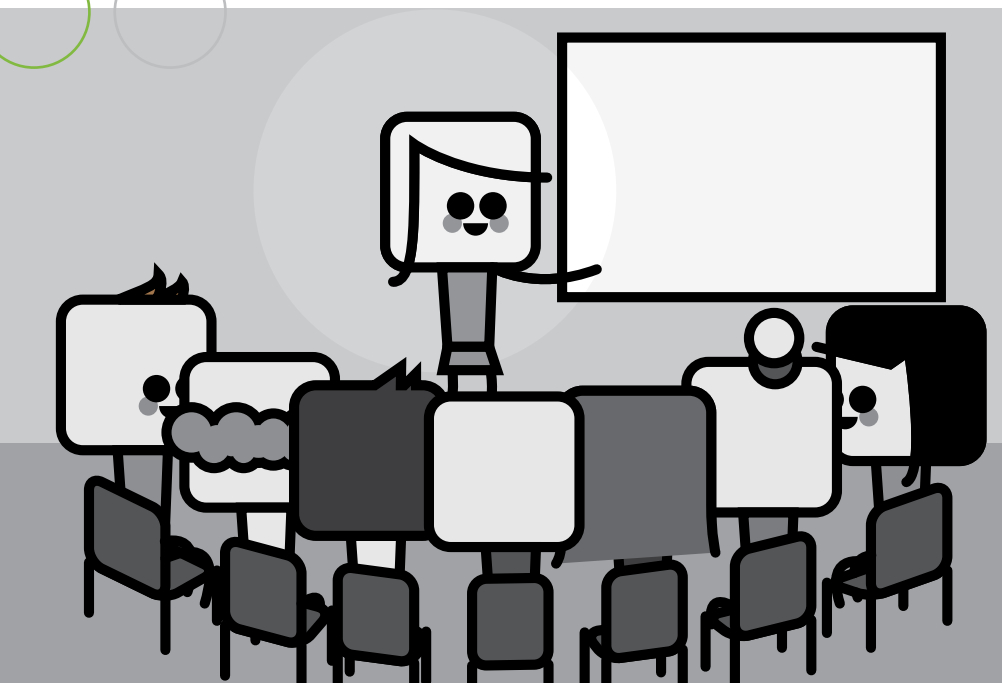
Déjà parus:

- N° 1 Utilisation efficace du courrier électronique
- N° 2 COMMtrainings Résidence (épuisé)
- N° 3 Vision et mission de la communication interne
- N° 4 Identité visuelle des autorités fédérales belges
- N° 5 Pourquoi et comment réaliser un rapport annuel
- N° 6 Les points de contact de l'administration fédérale
- N° 7 Prévoir et gérer une communication de crise
- N° 8 Vision et missions de la communication externe
- N° 9 Concevoir et diffuser une lettre d'information électronique
- N° 10 Code de déontologie des communicateurs fédéraux
- N° 11 Pourquoi et comment développer une identité visuelle
- N° 12 Etablir le plan de communication d'un projet
- N° 13 Réussir une présentation orale
- N° 14 Communiquer durablement
- N° 15 Evaluer des actions de communication
- N° 16 Pourquoi et comment organiser un événement
- N° 17 Vers un Balanced Scorecard pour la communication publique
- N° 18 La Charte du COMMnetKern
- N° 19 Elaborer un plan de communication stratégique pour une organisation publique
- N° 20 Droits d'auteur et propriété intellectuelle en questions
- N° 21 Recommandations pour l'utilisation des médias sociaux
- N° 22 Comment harmoniser votre intranet et Fedweb
- N° 23 Gérer les relations avec la presse

A savoir

Les versions électroniques de ces brochures sont disponibles en format PDF sur [www.fedweb.belgium.be](http://www.fedweb.belgium.be)>Publications.





# Réussir une présentation orale

Guide pour les communicateurs fédéraux

COMM Collection N° 13  
Édition 2012





# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	5
<b>1. Avant la présentation</b> .....	7
1.1. Analysez le contexte .....	8
1.1.1. Dans quel contexte intervenez-vous ? .....	8
1.1.2. Quel est l'objectif de votre présentation ? .....	9
1.1.3. Quel est votre public ? .....	10
1.1.4. Quel est votre style de communication et celui de votre public ? .....	11
1.2. La préparation pratique .....	15
1.2.1. De combien de temps disposez-vous ? .....	15
1.2.2. Comment se présente la salle ou le local ? .....	16
1.2.3. De quel matériel avez-vous besoin ? .....	17
1.3. La préparation du contenu .....	19
1.3.1. Délimitez le sujet de la présentation .....	19
1.3.2. Rassemblez la documentation .....	19
1.3.3. Déterminez le message clé .....	19
1.3.4. Structurez votre histoire et développez votre exposé .....	20
1.3.5. Ajoutez des exemples, histoires et illustrations adéquats .....	22
1.4. La préparation d'un support visuel .....	29
1.4.1. PowerPoint ou Keynote .....	29
1.4.2. Prezi .....	32
1.5. Exercez-vous .....	33
<b>2. Pendant la présentation</b> .....	35
2.1. La parole et le corps .....	35
2.1.1. Comment gérer le stress ? .....	35
2.1.2. Quelle attitude adopter ? .....	36
2.1.3. Comment utiliser la voix ? .....	37
2.1.4. Quelle tenue vestimentaire choisir ? .....	38
2.1.5. Langage .....	38
2.2. L'interaction avec le public .....	38
2.2.1. Etablir le contact .....	38
2.2.2. Maintenir l'attention du public .....	40
2.2.3. Twitter .....	41



<b>3. Après la présentation</b> .....	43
3.1. Clôturer .....	43
3.2. Partager les informations .....	44
<b>En tant qu'organisateur</b> .....	46
<b>Bibliographie</b> .....	48
Lecture utile .....	49
Sites internet .....	52
Vidéos didactiques .....	53

## Introduction

Une enquête a démontré qu'à la question 'de quoi avez-vous peur ?', la réponse 'parler en public' obtient un score très élevé (Verderber, R., 1976; Gallup Survey, 2001). Parler en public ne va donc pas de soi.

Contrairement à ce qui se passe lors d'une conversation normale, vous vous adressez à un public diversifié composé d'auditeurs très différents, qui vous perçoivent et interprètent votre histoire chacun à leur manière. Outre la responsabilité d'informer ce public, vous devez aussi le convaincre et maintenir l'attention de chaque auditeur. Car la seule connaissance du sujet ne suffit pas; vous devez aussi pouvoir l'exposer de manière captivante. En outre, à travers votre discours, vous représentez votre organisation et plus largement, l'administration fédérale. Votre présentation n'est donc pas seulement importante pour votre image; elle l'est aussi pour l'image que vos auditeurs se feront de votre organisation et de l'administration fédérale.

Il n'y a pas de plus grand gaspillage de temps qu'un exposé ennuyeux dont le contenu aurait tout aussi bien pu être communiqué par e-mail.

Toutes les raisons sont dès lors réunies pour ressentir une certaine nervosité. Et pourtant, rares sont les personnes qui ne seraient pas capables de réussir une présentation. Il n'est pour autant pas question de refermer cette brochure : celle-ci contient des conseils très utiles pour apprendre à réussir une présentation orale.

Un bon orateur maîtrise les techniques qui permettent de raconter des histoires passionnantes et agréables. Il sait quel message il veut faire passer et il adapte son histoire à son public. Autant d'aspects qui peuvent s'apprendre.

Cette brochure peut vous aider à faire de votre présentation une réussite.





Ont collaboré à la réalisation de cette brochure :

Barbara de Clippel

Dana De Groot

Katrien Eggers

Erik Snoeijers

Hilde Verbeken

Cathy Verbyst

SPF Sécurité sociale

SPF Emploi, Travail et Concertation sociale

SPF Personnel et Organisation

Ministère de la Défense

SPF Personnel et Organisation

SPF Personnel et Organisation



# 1. Avant la présentation

Si on vous demande de faire un exposé ou de donner une présentation, ou si vous décidez vous-même de le faire, il est important de ne pas vous lancer immédiatement dans le vif du sujet, mais de vous pencher d'abord sur le contexte. Réfléchissez au type de présentation que vous allez donner, à son objectif ainsi qu'au public ciblé. Entamez ensuite seulement la préparation pratique et la préparation du contenu. Une bonne préparation commence plusieurs semaines avant la présentation et prend du temps.

Mais avant tout, demandez-vous si vous êtes bien la bonne personne pour faire cette présentation. Un de vos collègues ou de vos collaborateurs est peut-être meilleur orateur, ou peut-être a-t-il plus d'expertise que vous dans cette matière ? Votre égo peut se sentir flatté si on vous demande de parler en public, mais il vaut parfois mieux laisser cet honneur à un autre expert.



**Soyez critique et posez-vous les questions suivantes :**

- Etes-vous la bonne personne à la bonne place ?
- Connaissez-vous l'organisateur ? Y a-t-il un lien entre votre organisation et l'organisateur ?
- L'instance organisatrice peut-elle vous discréditer ou discréditer votre organisation, parce qu'il s'agit d'une initiative commerciale, d'un parti politique, d'une a.s.b.l. controversée... ?
- Votre organisation ou vous-même avez-vous à y gagner ?
- Quel est l'intérêt pour le public de vous entendre parler, vous et non quelqu'un d'autre ?
- Une présentation est-elle réellement le bon moyen pour atteindre votre objectif et votre public ? Peut-être pouvez-vous vous adresser de manière individuelle à votre public, si celui-ci est restreint, ou pouvez-vous atteindre votre objectif plus rapidement via une communication écrite ?

## 1.1. Analysez le contexte

### 1.1.1. Dans quel contexte intervenez-vous ?

Vous a-t-on demandé de parler dans le cadre d'un congrès rassemblant plusieurs centaines de participants, ou devez-vous faire une présentation pour les cinq membres du comité de direction ? Etes-vous le seul intervenant ou d'autres personnes prennent-elles aussi la parole ? Les réponses à ces questions influenceront inévitablement la forme et le contenu de votre présentation.

Lors d'un discours ou d'une présentation devant un large public (ex : dans un auditoire), vous devez avant tout être perçu comme étant sûr de vous et utiliser votre attitude et votre voix de manière optimale. Lors d'une présentation devant un petit groupe (ex : au cours d'une réunion), l'interaction aura beaucoup plus d'importance.

Certaines situations requièrent aussi une approche spécifique: conférences de presse, discours de nouvel an, formations internes, instructions à des collègues...



**Vous êtes invité à parler dans le cadre d'une conférence ou d'une journée d'étude où d'autres intervenants prendront aussi la parole ?**

Dans ce cas, rassemblez le plus possible d'informations sur les présentations des autres intervenants, contactez-les ou prévoyez éventuellement une rencontre préalable. Mettez-vous d'accord pour ne pas empiéter sur vos domaines respectifs et ne pas vous contredire mutuellement (à moins que ce ne soit le but recherché, par exemple dans un débat).

Si vous êtes invité à parler lors d'un congrès, veillez à être présent tout au long de celui-ci. Vous pourrez ainsi entendre ce que racontent les autres intervenants et y réagir.

## 1.1.2. Quel est l'objectif de votre présentation ?

Quelle est la raison d'être de votre exposé ? Quel but voulez-vous atteindre grâce à votre présentation ? L'objectif est-il d'attirer l'attention, de motiver ou de convaincre, d'informer ou encore de susciter l'action ou un changement de comportement ?



**Vous devez pouvoir décrire l'objectif spécifique de votre présentation en quelques phrases.**

Qu'est-ce que les auditeurs doivent comprendre, savoir, croire ou faire ? Vous pouvez utiliser le principe SMART pour résumer votre objectif :

**S**pécifique – L'objectif est clair et net (sans équivoque)

**M**esurable – Les résultats à atteindre sont quantifiables ou observables

**A**cceptable – L'objectif est acceptable pour le public cible

**R**éaliste – L'objectif est réalisable

Déterminé dans le **T**emps – L'objectif est délimité dans le temps.

### EXEMPLES

- Dans le cas d'une présentation sur Twitter pour un public large: 'Je veux qu'à l'issue de la présentation, toutes les personnes présentes puissent citer trois avantages de Twitter.' (informer)
- Dans le cas d'une présentation à des collègues sur la nouvelle procédure d'enregistrement des plaintes: 'Je veux qu'au moins cinq collègues rejoignent le 'groupe de travail enregistrement des plaintes' dans la semaine qui suit la présentation.' (inciter à l'action)

### 1.1.3. Quel est votre public ?

Pour pouvoir vous mettre au mieux dans la peau de vos auditeurs, vous devez savoir à l'avance à qui vous vous adressez :

- S'agit-il d'un public professionnel (ex : des collègues, des directeurs du personnel) ou les participants viennent-ils par intérêt personnel (ex : à un salon, une soirée d'information) ?
- S'agit-il de jeunes, de pensionnés... ?
- Les participants se connaissent-ils ?
- Viennent-ils de leur plein gré ou leur présence est-elle obligatoire ?
- Quelles sont leurs attentes ? Y a-t-il des résistances ?
- Ont-ils des connaissances préalables ?
- Combien sont-ils ?

Demandez à l'organisateur un maximum d'informations sur le background (professionnel) de votre public (s'agit-il d'analystes, de managers, de vendeurs, d'étudiants... ?). Ou organisez vous-même une enquête préalable auprès de vos auditeurs, pour connaître par exemple leur position sur le sujet. Dans l'invitation, vous pouvez aussi demander aux participants de dire ce dont ils aimeraient vous entendre parler.

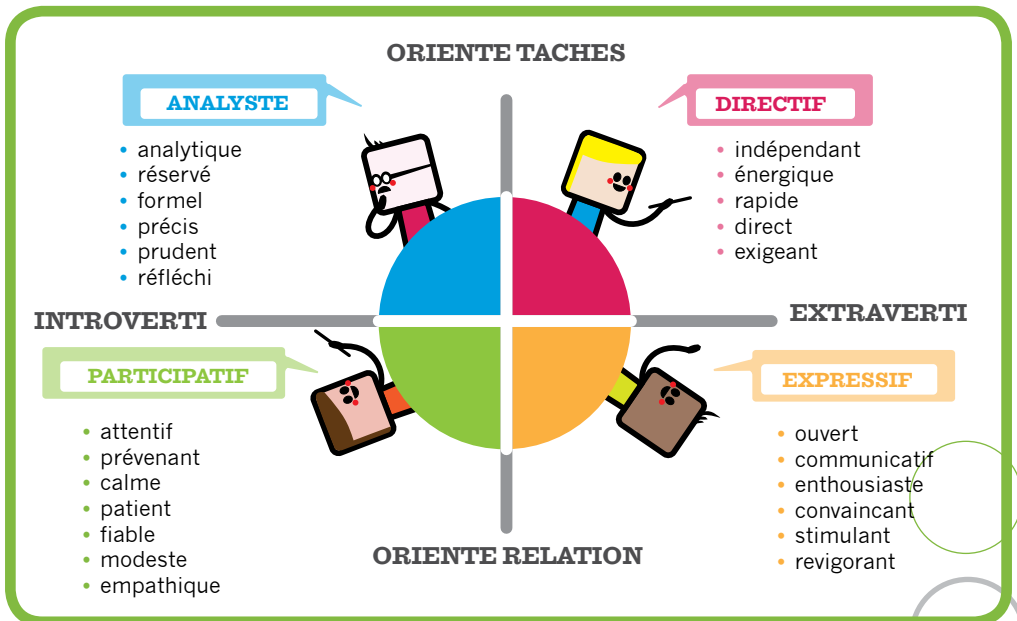


**Arrivez bien à temps** afin d'établir d'emblée le contact avec votre public. Ces contacts informels préalables vous permettront de prendre la température et d'avoir une première impression de votre public.


### 1.1.4. Quel est votre style de communication et celui de votre public ?

Chacun a son propre style de communication: la manière dont vous transmettez l'information et dont vous la traitez. Grosso modo, on peut répartir les styles de communication en quatre types, qui varient selon deux axes : un axe 'orienté tâches' vs 'orienté relation' et un axe 'introverti' vs 'extraverti'. Orateurs et auditeurs ont chacun un style de communication dominant.

- **Analyste ('orienté tâches', introverti)** : experts, universitaires, documentalistes, gestionnaires de dossiers...
- **Directif ('orienté tâches', extraverti)** : managers, dirigeants, chefs d'équipe...
- **Participatif ('orienté relation', introverti)** : secteur social, assistants, accompagnateurs...
- **Expressif ('orienté relation', extraverti)** : experts en communication, acteurs, journalistes...



Source : Syllabus de formation certifiée, Techniques de présentation pour avancés, IFA, 2012.



Chaque orateur a son propre style de communication, mais le public a aussi le sien. En tant qu'intervenant, vous devez tenir compte du style du public auquel vous vous adressez, et adapter votre propre style à celui de votre public.

Quel est votre style de communication ? Quel est le style de communication de votre public ? Avez-vous déjà réfléchi au fait que vous avez un style propre ? Si vos présentations sont très structurées et que vous aimez jongler avec chiffres et tableaux, vous êtes probablement un 'analyste'. Un public d'universitaires appréciera votre style, car ils sont souvent eux-mêmes analystes. Un public 'directif' (ex : une équipe de management) trouvera probablement vos présentations beaucoup trop détaillées. Ce type de public requiert une approche très directe. Lors de chaque présentation, réfléchissez à la manière d'adapter au mieux votre style à celui de votre public.

### **Vous êtes analyste**

- Vous êtes 'orienté tâches' et vous vous en tenez aux faits
- Vos présentations sont très structurées
- Vous donnez des chiffres, des graphiques, des statistiques
- Vous aimez les procédures bien définies
- Vous citez des références et des études
- Vous distribuez de la documentation après votre présentation (voir point 3.2. 'Partager les informations', p.44)

### **Pour un public d'analystes** (ex : experts, universitaires, documentalistes, questionnaires de dossiers...)

- Soyez exhaustif et précis
- Mettez l'accent sur des données et des chiffres corrects
- Répétez et approfondissez
- Adressez-vous à votre public comme à des experts, ne le sous-estimez pas
- Ne soyez pas autoritaire ou exagérément motivant...

## Vous êtes directif

- Vous êtes 'orienté tâches'
- Seuls les résultats vous intéressent
- Vous vous référez à des actions et des réalisations
- Vous êtes énergique et vous voulez de l'action
- Vous parlez en 'je'
- Vous voulez diriger
- Vous démontrez les avantages pour l'organisation

## Vous êtes participatif

- Vous êtes 'orienté relation' et aimez parler des gens
- Vous pensez en 'nous' et vous faites preuve d'empathie
- Vous recherchez les avantages pour tous
- Vous parlez de la vie quotidienne
- Vous voulez bien faire pour toutes les personnes présentes, vous ne voulez heurter personne
- Vous avez un grand sens des responsabilités

## Pour un public directif (ex : managers, dirigeants, chefs d'équipe...)

- Soyez concis
- Soyez 'orienté tâches'
- Montrez les résultats et les bons exemples
- Soyez bien organisé
- Ne donnez pas d'informations superflues ou périphériques
- Tenez-vous en aux faits et évitez les émotions

## Pour un public participatif (ex : secteur social, assistants, accompagnateurs...)

- Soyez calme et détendu
- Racontez des histoires mettant en scène des personnes
- N'introduisez pas de changement brusque
- Ne choquez pas
- Parlez en 'nous'
- Privilégiez l'interaction, les questions/réponses
- Jouez sur l'esprit de groupe
- Soyez à l'écoute

## Vous êtes expressif

- Vous êtes 'orienté relation' et vous racontez des histoires (mettant en scène des personnes)
- Vous êtes enthousiaste
- Vous êtes innovant, créatif et original
- Vous êtes très fort lorsqu'il s'agit de motiver
- Vous voulez engager votre public

## Pour un public expressif (ex : experts en communication, acteurs, journalistes...)

- Mettez l'accent sur le relationnel
- Organisez une séance de brainstorming
- Soyez authentique et enthousiaste
- Donnez des exemples, racontez des histoires
- Prévoyez suffisamment de temps pour les questions/ réponses
- Tenez-vous près du public
- Impliquez ce public
- Il est permis de montrer ses émotions



L'orateur s'adapte à son public et non l'inverse !



## 1.2. La préparation pratique

### 1.2.1. De combien de temps disposez-vous ?

Informez à l'avance les organisateurs de la conférence ou le président de la réunion du temps dont vous avez besoin. Parfois, on vous assigne un temps déterminé. Ne prévoyez jamais un exposé trop long pour le temps dont vous disposez.

Tout le monde a déjà assisté à une présentation trop longue : rien n'est moins agréable. Le public se fatigue, les organisateurs s'impatientent et l'intervenant est frustré parce qu'il doit achever son discours à toute vitesse.

*Faites en sorte que votre discours soit fini avant que le public ait arrêté d'écouter.*

*Dorothy Sarnoff*



**Répétez** votre présentation à **haute voix**. Cela vous donnera une bonne indication du temps nécessaire.



Déposez une montre à un endroit bien visible ou utilisez dans PowerPoint la fonction "Utiliser le mode présentateur (dans l'onglet 'Diaporama')", ou dans Keynote la fonction 'Aide à la présentation'. Cela vous permettra de **gérer le temps** pendant la présentation. Vous pouvez en outre ajouter des notes personnelles que le public ne voit pas. Vous gardez ainsi une vue d'ensemble car vous voyez les slides qui sont déjà passées et celles qui doivent encore être présentées.



*PowerPoint: Utiliser le mode présentateur (dans l'onglet 'Diaporama')*

### 1.2.2. Comment se présente la salle ou le local ?

Si vous voulez éviter les (mauvaises) surprises, visitez à l'avance la salle/le local où aura lieu la présentation. Si vous ne pouvez pas vous rendre sur place, une visite virtuelle peut suffire. Consultez par exemple des photos sur le site internet, ou demandez qu'on photographie la salle pour vous. Quelles sont les dimensions de la salle ? Combien de personnes peut-elle accueillir ? Quelle est la disposition de la salle (auditoire, salle de réunion,...) ? Peut-on adapter la luminosité ? Y a-t-il assez de prises de courant ?...



Arrivez bien **à temps** de manière à pouvoir organiser la salle comme vous le souhaitez. Ayez **les coordonnées de l'organisateur** et du responsable de la salle à portée de main, au cas où vous auriez besoin de leur aide.



Choisissez **un lieu central, facile d'accès en transports en commun**, afin que les participants ne doivent pas se déplacer inutilement en voiture. Organisez un service de voitures partagées ou de navettes à partir de la gare la plus proche. Mentionnez dans l'invitation les possibilités de transports en commun.

### 1.2.3. De quel matériel avez-vous besoin ?

Certains orateurs savent captiver un public et maintenir son attention uniquement grâce à leur manière de présenter. La plupart des conférenciers professionnels utilisent cependant un support visuel : une présentation projetée sur écran. Les outils de présentation les plus courants à l'heure actuelle sont MS PowerPoint, Keynote pour Mac ou Prezi.

L'utilisation d'un support visuel est pratique pour clarifier la structure de votre histoire et pour maintenir l'attention de votre public. La projection sert de support à ce que vous dites et ne doit en aucun cas détourner l'attention.

Vérifiez à l'avance l'équipement de la salle : ordinateur portable, beamer, connexion internet, *pointer* (télécommande de présentation)... Si vous donnez fréquemment des présentations, cela vaut la peine d'investir dans ce type de matériel. Vous l'aurez ainsi toujours à portée de main et vous éviterez les surprises désagréables.





Faites une liste complète du matériel dont vous avez besoin. Utilisez la check-list suivante :

- Ordinateur portable/pc
- Beamer/projecteur (+ câbles)
- Ecran/smartboard
- Connexion internet, wifi (gratuit)
- Musique/son
- Tableau blanc/feutres
- Flipchart/feutres
- Microphone
- Caméra
- Papier
- Bics
- Présentation sur clé USB
- Documentation/brochures
- Pointer* (télécommande de présentation)
- Coordonnées technicien
- Coordonnées organisateur/  
responsable salle



Préférez les **tableaux effaçables** aux flipcharts.

## 1.3. La préparation du contenu

### 1.3.1. Délimitez le sujet de la présentation

Si vous avez bien défini l'objectif de votre présentation, il ne sera pas difficile de délimiter clairement le sujet de votre exposé. Déterminez ce que vous allez et n'allez pas aborder. Soyez concis et ne tentez pas de dire tout ce que vous savez sur le sujet. Gardez en mémoire qui est votre public cible et ce qu'il doit savoir.

### 1.3.2. Rassemblez la documentation

Bien avant la présentation, recherchez le plus possible d'informations pertinentes, d'images, d'illustrations, de tableaux, de vidéos ...



Pensez à conserver soigneusement les **sources de votre documentation.**

### 1.3.3. Déterminez le message clé

Formulez pour vous-même, en une seule phrase, ce que vous voulez que votre auditoire retienne à l'issue de votre exposé. Il s'agit de votre message clé. En tant qu'expert dans votre domaine, il peut être difficile de dépouiller votre message de tout détail superflu pour n'en conserver que l'essentiel. N'hésitez pas à couper. Vous devez pouvoir faire passer votre message de manière claire, simple et concise.

***KISS: Keep it short and simple!***

***Less is more.***



## Les caractéristiques principales d'un message :

- **Concret** : il est difficile de se représenter des notions abstraites
- **Actif** : les gens aiment le mouvement; un exposé dynamique est plus attrayant qu'un exposé statique; utilisez des verbes actifs
- **Positif** : ne dites pas ce que ce n'est pas, mais ce que c'est; au plus simple la structure, au mieux !
- **Jargon** : évitez l'usage du jargon si vous n'êtes pas sûr que tout le public vous comprenne; expliquez les notions dont vous ne savez pas avec certitude si elles sont connues; langage parlé vs langage écrit, langage administratif
- **Exemples** : citez des exemples que vous connaissez personnellement et préparez-les; adaptez-les au public; l'expérience personnelle est crédible
- **Illustrations** : les photos, vidéos, objets, graphiques, citations... qui permettent de renforcer votre message
- **Répétition** : la meilleure façon de pimenter votre message.



**Posez-vous la question suivante** : 'Comment vais-je raconter cela à mes enfants ou à ma (grand-)mère ?' Il s'agit souvent de l'histoire sans les détails, sans information superflue.



**De kern van een goede presentatie**, De Beuk, 2011  
<http://youtu.be/9KFDkclqM-E>

### 1.3.4. Structurez votre histoire et développez votre exposé

Dans les grandes lignes, une présentation comporte une introduction, un développement et une conclusion.

- Dans l'**introduction**, il s'agit surtout de capter l'attention des participants et de les mettre dans de bonnes dispositions. Imaginez une phrase introductive percutante : la première phrase donne le ton. Elle doit être accrocheuse (sur le plan visuel ou auditif).

Présentez-vous et exposez brièvement ce qui est au programme. Commencez par une anecdote ou faites référence à l'actualité. Dans l'introduction, présentez le sujet et donnez un aperçu de ce que vous allez raconter (table des matières). (voir point 2.2.1., p. 38)

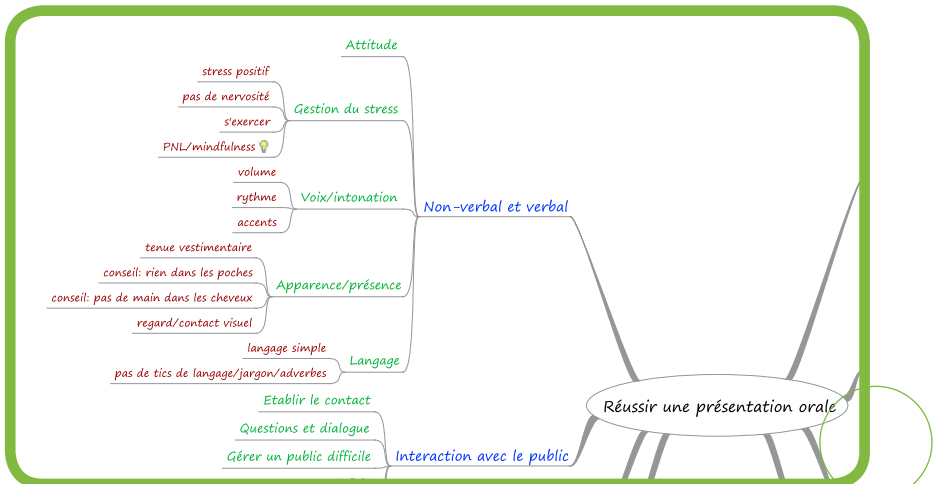


**Presenteren: start met een goed verhaal**, Gunnar

Misschielssens, 2009

<http://youtu.be/BJ6kgKuovvc>

- Il existe plusieurs techniques pour développer votre **exposé**. Vous pouvez par exemple ordonner vos idées au moyen d'un mindmap, d'un organigramme ou d'une arborescence, de post-its... Une construction claire et logique est nécessaire pour maintenir l'attention de votre public. Il faut que l'histoire comme la structure servent votre message clé.



Mindmap

Vous pouvez réaliser un mindmap au moyen de logiciels gratuits tels que FreeMind, Xmind, Freeplane, Mindmeister...



TED: Nancy Duarte, Comment faire une présentation stimulante, inspirée par l'idée de 'changer le monde' : <http://youtu.be/UfQF3DXG-S4>



A ce stade-ci, ne commencez pas encore à élaborer votre support visuel, MS PowerPoint ou Prezi. **Mettez d'abord clairement vos idées sur papier.**

- Dans la **conclusion**, résumez votre message et donnez vos coordonnées. Imaginez une phrase de clôture dont les participants se souviendront (voir point 3.1., p. 43).



Faites preuve de **créativité en ce qui concerne le titre** de votre présentation. Par exemple : 'Unlock the intelligence, passion, greatness of girls' (TED, Leymah Gbowee); 'Let's take back the Internet!' (TED, Rebecca MacKinnon)

### 1.3.5. Ajoutez des exemples, histoires et illustrations adéquats

Pour renforcer votre message, utilisez des exemples, histoires et images. Notre cerveau comporte en effet deux hémisphères, le gauche et le droit. L'hémisphère gauche est plus spécialement consacré aux mots, chiffres, analyses, faits, détails... L'hémisphère droit traite plutôt les images, les sentiments, les émotions, la fantaisie, la perception globale... Veillez à stimuler les deux hémisphères dans votre présentation.



- Une **histoire** rend le message accessible et concret. Impliquez votre public en lui racontant une histoire: c'est la technique du **storytelling**. Le storytelling, ou 'l'art de raconter des histoires', a pour but de marquer les esprits en donnant du sens et en faisant appel aux émotions. Les histoires (anecdotes, récits, discours...) servent alors de vecteurs pour faire passer des messages plus complexes, selon le principe que pour atteindre la raison, il faut d'abord faire appel aux émotions. Cette technique permet au public de se sentir davantage concerné, prêt à s'impliquer et à adhérer à une histoire.



### Cinq règles d'or pour traduire votre message en une histoire qui marque les esprits :

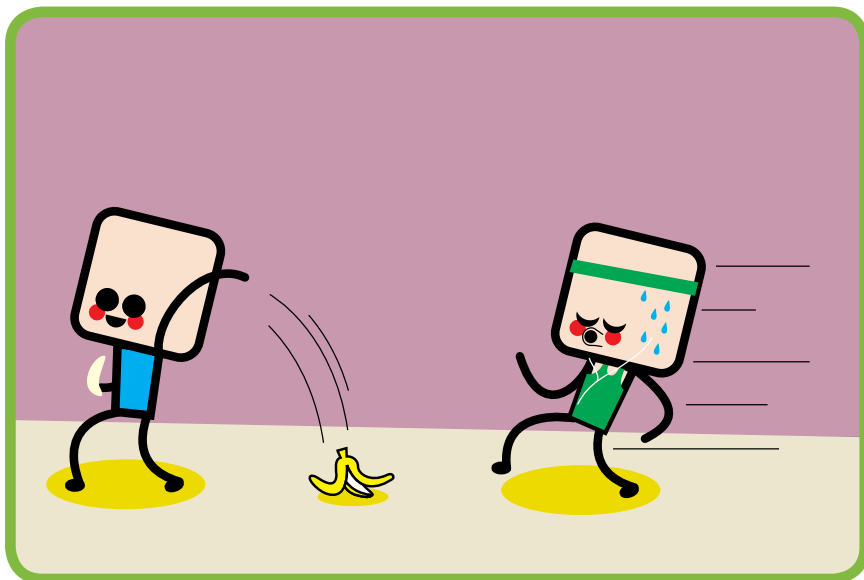
- **Simple** : concentrez-vous sur l'essentiel de votre message (qu'est-ce qui est le plus important ?). Les histoires les plus simples sont les plus stables et les plus pérennes.
- **Inattendu** : surprenez votre public. Plus une histoire est inattendue, plus elle aura de chances de capter l'attention et l'intérêt de votre public.
- **Concret** : évitez toute forme d'abstraction, privilégiez les images et les mots concrets. Votre public arrivera d'autant mieux à comprendre et à se souvenir de votre histoire qu'elle est concrète.
- **Crédible** : soyez vrai, authentique, crédible. Votre public doit croire en votre histoire : mieux vaut donc que sa crédibilité repose sur une certaine véracité.
- **Émouvant** : vos idées doivent avoir une portée émotionnelle. Faites appel aux émotions pour renforcer la pénétration de votre message et favoriser l'adhésion de votre public.



### Plus sur le storytelling :

- Power of storytelling, Raf Stevens, 8/11/2011  
[http://youtu.be/v0FVm\\_H\\_D18](http://youtu.be/v0FVm_H_D18)
- Corporate Storyteller, Raf Stevens,  
[http://youtu.be/BsGFngNp\\_5U](http://youtu.be/BsGFngNp_5U)

- Une **image** dit plus que 1000 mots. Choisissez les images adéquates et utilisez-les de manière fonctionnelle et originale.



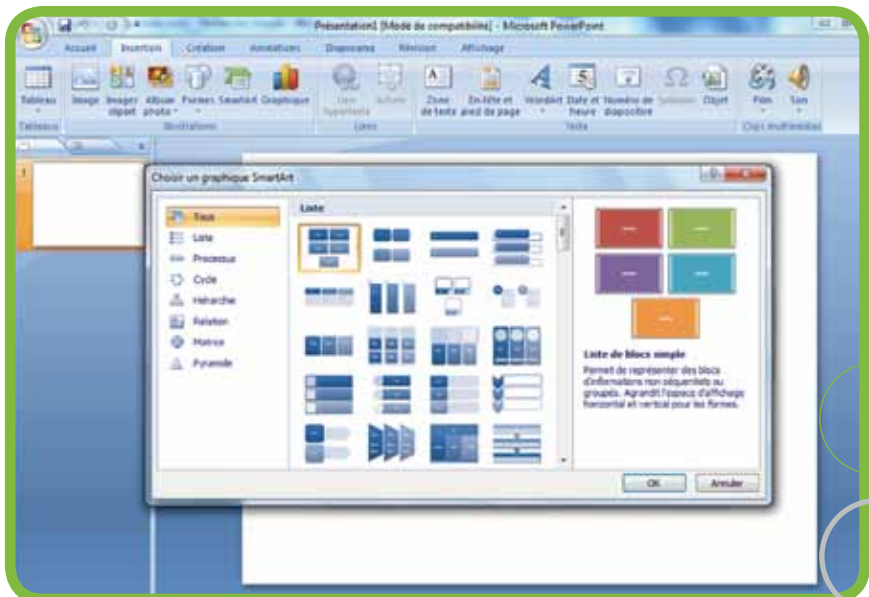
- Si vous devez présenter des chiffres, utilisez de préférence des **graphiques** (et non des tableaux). Réalisez des graphiques sobres.




- N'hésitez pas à utiliser les **outils de visualisation** proposés dans Prezi et PowerPoint (SmartArt). Ils ont pour but de présenter l'information de manière plus accessible.



*Prezi : Insert a drawing*



*PowerPoint : SmartArt*



C'est le moment de vous assurer que vous avez bien cerné votre public (voir points 1.1.3., p. 10 et 1.1.4., p. 11).

S'il agit de **'directifs** ou de **décideurs'** (ex : comité de direction), mieux vaut aller droit au but. Montrez uniquement les tableaux nécessaires à la prise de décision. Présentez les avantages et les inconvénients des différentes options et laissez décider les intéressés. Soyez concis.

S'il s'agit d'un public d'**'analystes** ou de **penseurs'** (ex : experts, universitaires, scientifiques), mieux vaut prévoir suffisamment de statistiques et de tableaux clairs et univoques. Pour ce public, il est intéressant de prévoir de la documentation reprenant les références et les études complètes. Ce groupe aime les chiffres corrects et clairs. Une présentation basée sur des faits bruts aura le plus de succès.

S'il s'agit surtout d'un **'public participatif** ou de **rêveurs'** (ex : collaborateurs du service du personnel) ou **'d'expressifs** ou de **faiseurs'** (ex : collaborateurs communication), vous avez intérêt à émailler votre exposé d'histoires. Le storytelling est une technique intéressante à cet égard. Montrez que ce que vous racontez concerne tout le monde. Ce type de public est séduit par les images et vidéos bien choisies. Un public participatif requiert de l'empathie, tandis qu'un public expressif aime être impliqué de manière active.



### Respectez les droits d'auteur

Trouver des illustrations, textes ou citations sur internet et les coller dans votre présentation est très facile, mais c'est interdit. En un clin d'œil, vous transgressez la loi sur les droits d'auteur. (COMM Collection 20, Droit d'auteur et propriété intellectuelle en questions, 2010)

Le label Creative Commons signale s'il est permis de réutiliser une image ou un texte et sous quelles conditions. Plus d'infos sur [www.creativecommons.org](http://www.creativecommons.org)



*Creative Commons*

Si vous voulez diffuser de la musique, vous devez payer une contribution à la SABAM. Plus d'infos sur [www.sabam.be](http://www.sabam.be)



### Trouvez des images libres de droits

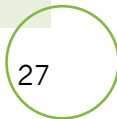
Vous pouvez bien sûr faire vous-mêmes des photos pour vos présentations, ou demander à un photographe de constituer une banque d'images pour votre organisation. De cette manière, vous aurez toujours des images adéquates sous la main, dont vous avez acquis les droits.

#### Pour acheter des images :

- Getty Images, [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)
- iStockphoto, [www.iStockphoto.com](http://www.iStockphoto.com)
- Fotolia, [www.fotolia.com](http://www.fotolia.com)
- Shutter Stock, [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)
- Shutter map, [www.shuttermap.com](http://www.shuttermap.com)
- 123RF, [www.123RF.com](http://www.123RF.com)
- Stock.XCHNG, [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu)
- Art beats, [www.artbeats.com](http://www.artbeats.com)

#### Pour trouver des images gratuites :

- Morgue file, [www.morguefile.com](http://www.morguefile.com)
- Flickr Creative Commons Pool, [www.flickr.com/creativecommons](http://www.flickr.com/creativecommons)
- Image After, [www.imageafter.com](http://www.imageafter.com)
- Everystockphoto, moteur de recherche, [www.everystockphoto.com](http://www.everystockphoto.com)
- Stock footage, [www.stockfootageforfree.com](http://www.stockfootageforfree.com)



- Dans **Prezi**, vous pouvez insérer des images libres de droits en cochant 'Show only images pre-licensed for use in Prezi'. Attention: si vous cochez cette option, le choix d'images sera restreint.



- Dans **MS PowerPoint**, vous pouvez utiliser les illustrations jointes (Clipart), mais celles-ci ne se distinguent pas par leur originalité.



## 1.4. La préparation d'un support visuel

Le moment est venu d'élaborer votre présentation au moyen de PowerPoint, Keynote ou Prezi. Gardez en mémoire que vous élaborez un support visuel et qu'il ne s'agit pas ici de reproduire tout le contenu de votre présentation. Le public entend ce que vous racontez; projeter le texte complet de votre présentation ne présente aucune valeur ajoutée. Etayez votre histoire à l'aide de mots clés bien choisis, d'images, de graphiques... Le but de la présentation PowerPoint ou Prezi est de mettre en évidence la structure de votre exposé et de rendre la présentation vivante.



Choisissez le **support visuel** en fonction du public et du type d'information que vous voulez transmettre. Pour chacune de vos présentations, évaluez les avantages et les inconvénients que peut offrir chacun de ces supports.



Quel que soit l'outil choisi, visez la **simplicité**. Pensez en termes de 'supprimer' et gardez-vous d'ajouter tout ce que vous savez. Utilisez beaucoup d'images et peu de texte.

### 1.4.1. PowerPoint ou Keynote

PowerPoint (ou Keynote pour les utilisateurs de Mac) est bien intégré et connu. L'avantage, c'est que l'utilisateur peut rapidement se mettre au travail. PowerPoint est prévu pour soutenir la structure linéaire de votre exposé. Le désavantage, c'est que l'utilisateur est tenu de respecter une structure uniforme : un titre et une zone de texte, où les items apparaissent sous la forme de bulletpoints. Il arrive souvent que PowerPoint soit utilisé à mauvais escient, par exemple lorsque le texte est intégralement repris sur les slides. On appelle cela un 'slideument' : un document sous la forme de slide.

## Caractéristiques de PowerPoint :

- Structure linéaire
- Utilisation simple (mise en page, sauvegarde offline sur clé USB...)
- Templates, vérification orthographique
- Ajout facile de matériel multimédia.

## Pièges de PowerPoint :

- Structure figée qui rend difficile la navigation à travers la présentation
- Utilisation excessive de templates et de fonctionnalités
- Utilisation trop fréquente de bulletpoints
- Ajout excessif d'animations.



- Utilisez les **éléments visuels de votre organisation**. La plupart des organisations disposent d'un template PowerPoint. Si ce template ne répond pas du tout aux conseils ci-dessous, il est peut-être temps d'en développer un nouveau.
- Si vous utilisez le template PowerPoint avec l'identité visuelle (logo...) de votre organisation, faites-le **avec parcimonie**. Il n'est pas nécessaire de placer le logo sur chaque slide, à l'exception du logo fédéral .be.
- **Les titres et les sous-titres** doivent être assez grands et surtout clairs et concis.
- Utilisez la **police de caractère** prescrite dans la **charte graphique** de votre organisation ou choisissez une police adéquate. 'Comic sans' convient pour les mouvements de jeunesse mais pas pour la présentation de votre rapport annuel.
- N'utilisez **pas de longs blocs de texte**. Pensez 'visuel' ! Un mélange d'images et de texte est plus facile à retenir.



- Choisissez un **fond sobre**. Optez pour un texte clair sur fond sombre dans une salle obscure, et pour un texte foncé sur fond clair dans une salle éclairée.
- N'évitez pas les **blancs**. Le vide sur les slides apaise.
- **Les illustrations et les graphiques** doivent être clairs, il ne faut pas laisser de place à l'interprétation ou à la fantaisie. Éliminez le fatras visuel, les redondances et l'information superflue. N'utilisez les images et les graphiques simultanément que s'ils se renforcent mutuellement.
- Soyez cohérent dans **les transitions et les animations**.
- Pour naviguer facilement, utilisez un **pointer** (télécommande de présentation) ou une commande à distance.

*Using PowerPoint is like having a loaded AK-47 on the table...  
You can do very bad things with it*

*Peter Noving*



Si vous êtes habitué à utiliser votre présentation PowerPoint comme aide-mémoire, il faut absolument que vous perdiez cette habitude. Préparez des **notes personnelles** que vous pouvez imprimer ou faire paraître dans l'option 'Utiliser le mode présentateur'. (voir point 1.2.1., p. 15)



Vous pouvez prévoir des **slides cachées**, pour les personnes qui demandent des détails, des chiffres, des références...



## 1.4.2. Prezi

On peut comparer une présentation sur Prezi à une grande affiche ou un mindmap, sur lequel on peut zoomer sur des détails et dézoomer sur l'ensemble. Mais il est aussi possible de parcourir la présentation de manière linéaire. Prezi est idéal pour aider votre public à garder une vue d'ensemble. Zoomer et dézoomer permet à l'auditoire de mieux suivre l'histoire.

Via [www.prezi.com](http://www.prezi.com), il est possible de créer un compte gratuit, sur lequel vous pouvez développer et conserver vos présentations en ligne. Celles-ci sont alors visibles pour tous les utilisateurs. Seule une licence payante permet d'ajouter un logo à votre présentation et de masquer complètement celle-ci.



**Caractéristiques** de Prezi :

- Donne une vue d'ensemble de la présentation, introduit une structure.
- Permet de distinguer l'essentiel de l'accessoire.
- Favorise la créativité.
- Dynamise la présentation.
- Permet de naviguer facilement dans la présentation.
- Simple d'utilisation (ajout de texte, d'images et de multimédia).

## Pièges de Prezi :

- Les participants peuvent vite attraper 'le mal de mer' si vous faites trop de mouvements circulaires rapides sur la présentation.
- Prezi n'est pas fait pour être utilisé comme PowerPoint : montrer une image après l'autre, sans présenter de vue d'ensemble.
- Si vous utilisez la version en ligne de Prezi, vous avez besoin d'une bonne connexion internet. Mais vous avez aussi la possibilité de télécharger votre présentation sur votre ordinateur ou sur une clé USB et de faire votre présentation offline.
- Il peut arriver que Prezi soit parfois 'indisponible'.

## 1.5. Exercez-vous

Un bon présentateur sait transmettre son enthousiasme, connaît sa matière et est un orateur entraîné.

Parler en public s'apprend. Demandez à un public test de vous écouter et de vous donner du feedback. Entraînez-vous à utiliser votre matériel, connectez le portable au beamer, testez les transitions de votre présentation...



Conseils de Management : **Animer une présentation**  
(2ième Partie), VODemotionTV, Florence Chauve, 2010  
<http://youtu.be/JJDNOA90VIs>



**A éviter** : Every Presentation Ever: Communication  
FAIL, 2012  
<http://youtu.be/rIABo0d9MVE>



## LES QUESTIONS A VOUS POSER

- Dans quel contexte intervient ma présentation ?
- Qu'est-ce que je veux raconter ?  
Qu'est-ce que je veux atteindre comme résultat ?  
Quel est le but de ma présentation ?
- Qui sont mes auditeurs ? Dans quel contexte évoluent-ils et quelles sont leurs attentes ?
- De combien de temps ai-je besoin ?  
Ou de combien de temps puis-je disposer ?
- Quel type de salle est-ce que je recherche ?  
Ou quelle salle a-t-on choisi pour moi ?
- Est-ce que j'opte pour un support visuel ? Si oui, lequel ?
- Quel est mon message clé ?
- Comment puis-je compléter mon message clé par des images et des histoires ?

## AU TRAVAIL !

- Structurez votre exposé.
- Intégrez-y des images et des histoires.
- Elaborez votre support visuel (PowerPoint, Prezi, Keynote...)
- Exercez-vous.

## 2. Pendant la présentation

### 2.1. La parole et le corps

La communication non verbale en dit parfois plus long que la communication verbale. Votre attitude, votre voix et votre apparence sont des facteurs très importants dans la réussite d'une présentation. La communication non verbale peut soutenir votre histoire ou au contraire la ruiner.

L'impression que vous produisez sur votre public est déterminée pour 10% seulement par vos paroles, pour 40% par votre voix et pour 50% par votre attitude.



**Effectief presenteren**, De Beuk, 2011

<http://youtu.be/vCjQjyLurj0>



Conseils de Management : **Animer une présentation**  
(1ère Partie), VODemotionTV, Florence Chauve, 2010

[http://youtu.be/gxQhM\\_a7bVM](http://youtu.be/gxQhM_a7bVM)

*L'impression qu'on a d'une personne éclipse ce qu'elle dit.*

*Aristote*

#### 2.1.1. Comment gérer le stress ?

Soudain, vous entendez votre nom. C'est à votre tour de parler. Vous avez les mains moites, la gorge sèche, votre cœur s'emball... Ce sont là des réactions tout à fait normales. Tout le monde est plus ou moins nerveux avant de prendre la parole en public. Ressentir un peu de stress n'est pas grave. Tant que le stress reste positif, il vous donne juste assez d'adrénaline pour rester vigilant pendant la présentation. En général, vous sentez monter la pression juste avant la présentation, mais celle-ci disparaît dès que vous commencez à parler. Inspirer profondément et boire un peu d'eau avant de commencer à parler peut aider. Les personnes

souffrant réellement de stress peuvent pratiquer le yoga, les techniques de méditation, la Mindfulness...



Veillez à arriver bien **à temps** sur le lieu de la présentation afin de pouvoir vous préparer tranquillement. Arriver une demi-heure à l'avance n'est certainement pas un luxe.

### 2.1.2. Quelle attitude adopter ?

- Cherchez une position stable.
- Posez les deux pieds à plat au sol.
- Ne vous balancez pas, ne croisez pas les jambes.
- Vous pouvez vous promener dans la salle, mais ne marchez pas de long en large.
- Tenez-vous droit et ne vous appuyez pas contre le mur ou la table.
- Ne vous tenez pas trop éloigné, mais pas trop près non plus de votre public.
- Ne vous cachez pas derrière un bureau, une table ou une tribune.
- Recherchez le contact visuel avec les participants.
- Ne tournez pas le dos au public (par exemple, lorsque vous écrivez au tableau)
- Ne mettez pas les mains en poche et videz vos poches: pas de portefeuille, de gsm ou de clés qui détournent l'attention.
- Ne vous passez pas sans arrêt la main dans les cheveux.



Veillez à pouvoir **circuler librement** et à ne pas dépendre de la souris de votre ordinateur pour passer à la slide suivante. Un pointer (télécommande de présentation) ou la commande à distance du beamer (si celui-ci est relié au portable ou au pc par un câble USB) peuvent être d'une aide précieuse. Ils vous permettent de naviguer facilement d'une slide à l'autre.



**Eteignez complètement votre gsm** (ne le mettez pas seulement en mode silencieux) pour empêcher toute interférence avec le micro pendant votre présentation.

### 2.1.3. Comment utiliser la voix ?

Votre voix vous permet de maintenir l'attention des auditeurs. La voix se travaille. Lorsque vous racontez une bonne histoire, vous utilisez automatiquement votre voix pour maintenir le suspense. C'est exactement la même chose pendant une présentation.

- Ayez un verre d'eau à portée de main et buvez régulièrement.
- Variez le rythme, le ton et le volume ; adaptez le volume à la salle, mais ne criez pas.
- Utilisez un micro si nécessaire, et utilisez-le correctement (pas trop près de la bouche, ne pas le tapoter...).
- Intercalez des pauses pour faire monter la tension. Les auditeurs apprécient les pauses pour reprendre leur souffle.
- Soignez votre intonation.
- Pendant toute la présentation, prenez le temps de respirer correctement, sinon les mots vous resteront dans la gorge. Expirer est aussi important qu'inspirer.
- La voix aide à mettre l'accent sur les éléments importants.



Faites le test et remarquez à quel point les accents peuvent être importants. Prononcez la phrase suivante en mettant l'accent sur le mot en gras :

Je n'ai **pas** dit qu'il avait emprunté mon livre.  
Je n'ai pas dit qu'il avait **emprunté** mon livre.  
Je n'ai pas dit qu'il avait emprunté **mon** livre.  
Je n'ai pas dit qu'il avait emprunté mon **livre**.



### 2.1.4. Quelle tenue vestimentaire choisir ?

Veillez à avoir une tenue soignée lorsque vous faites une présentation. Vos vêtements sont aussi une forme de communication non verbale. Tenez compte du code vestimentaire de l'organisation ou du public auquel vous vous adressez.



Portez des vêtements dans lesquels vous vous **sentez à l'aise** et qui ne détournent pas l'attention.

### 2.1.5. Langage

Utilisez un langage courant simple et certainement pas de dialectes. Veillez à ne pas paraître trop informel.

Evitez :

- **Les tics de langage** : euh, bon, oui, allez...
- **Les adverbes tels que** : éventuellement, peut-être, un peu...  
Ces mots nuisent à votre histoire. On dirait que vous doutez de ce que vous dites.
- **Le jargon** : sauf si votre public est familiarisé avec ces expressions. (ex : 'Chod' pour 'Chief of Defence', 'MOD' pour 'Minister of Defence').
- **Les constructions passives.**

## 2.2. L'interaction avec le public

### 2.2.1. Etablir le contact

Voici cinq choses que vous pouvez faire pour améliorer la première impression auprès de votre public :

- **Avancer** : aller vers le public
- **Accueillir** : faire un geste d'ouverture
- **Regarder** : établir le contact (le contact visuel est en outre un élément important de feedback pendant la présentation)
- **Respirer** : vous poser
- **Sourire** : faire plaisir.



Commencez par vous présenter, afin que le public n'ait pas affaire à un inconnu. Dites au public en quelle qualité vous êtes là, de quoi vous allez parler et comment vous allez traiter le sujet.

Ensuite, vous devez capter l'attention et impliquer les auditeurs.

Quelques **moyens de capter l'attention** lors d'une présentation :

- Une citation : 'Une bonne présentation est comme une mini jupe : assez longue pour contenir l'essentiel et assez courte pour rester captivante.'
- Un exemple spectaculaire.
- Une anecdote : Auparavant, les professeurs d'université étaient parfois un peu provocateurs. Pendant la première heure de cours, ils demandaient aux étudiants de serrer la main de leurs voisins de gauche et de droite. Et ils ajoutaient : 'L'un de vous trois réussira cette année'.
- Dévoiler un secret.
- Une info significative : 'Il n'y a que 15 femmes parmi les hauts fonctionnaires.'
- S'inspirer de l'actualité : 'Hier, c'était la journée des femmes. Et aujourd'hui, c'est de nouveau la journée des hommes, comme tous les jours...', 'Cet hiver, des dizaines de familles ont dormi dans le froid glacial.'
- Les questions rhétoriques.
- La provocation : 'Les meurtriers, les voleurs, les violeurs, les escrocs, les terroristes, bref tous les malfaiteurs qui s'ingénient à faire de la vie de leur prochain un enfer, sont depuis près de 20 ans ma principale source de revenus' (Intro du criminologue Andreas Burier, dans les années '80)
- Exagérer.
- Transgresser un tabou.
- Un exemple inspiré de sa vie personnelle (les enfants, les tantes, les grand-pères sont une véritable source d'inspiration) 'Mon grand-père disait toujours : ... 'Mes enfants ...'
- Faire des comparaisons : 'Quelle est la différence entre ... et ...'
- Utiliser l'humour.
- Utiliser les émotions : 'Chaque jour, x personnes meurent ...'
- Mettre en scène un objet : 'Qui connaît le rapport entre ceci (un crayon) et ceci (une cassette)? Alors vous avez plus de 40 ans.'

**Parler, c'est séduire.**

## 2.2.2. Maintenir l'attention du public

La plupart des gens ne savent pas écouter avec concentration pendant plus de 10 minutes. Il faut en outre tenir compte de la courbe d'attention, qui indique que le public écoute avec concentration le début et la fin d'une présentation (à condition que vous l'annonciez). Tenir le public en haleine est un art.

Jouez de votre public comme d'un instrument. Introduisez votre présentation en lui posant par exemple une question et faites régulièrement des pauses pour poser de nouvelles questions. 'Qui connaît Prezi ?', 'Qui s'est déjà endormi lors d'une présentation ?', 'Qui n'a encore jamais brûlé un feu rouge ?'

Autre exemple : distribuez des cartes rouges et vertes, et demandez au public de les utiliser pour faire connaître son avis. Veillez à ne pas toujours poser vos questions à un seul côté de la table ou de la salle, et essayez d'impliquer tout le monde.

Vous pouvez aussi attirer l'attention en vous adressant personnellement aux auditeurs ou en racontant des anecdotes personnelles.

Manifestez votre passion pour ce que vous faites. Soyez sincère. Si vous n'êtes pas motivé par votre sujet, le public le remarquera immédiatement.

Ayez de la présence et bougez :

- ne parlez jamais dans le noir
- ne vous tenez pas derrière une table
- ne restez pas scotché à votre portable.



Fixez d'emblée **les règles du jeu** en ce qui concerne **les questions et réponses**. Les participants peuvent-ils poser leurs questions à tout moment ou préférez-vous qu'ils les posent à la fin de la présentation ?



Des **questions plus 'classiques'** (ex : Est-ce que tout le monde est d'accord ? Qu'en pensez-vous ?) peuvent également vous aider à entretenir une interaction avec votre public.

### 2.2.3. Twitter

Vous pouvez favoriser l'interaction pendant la présentation en lançant un # sur Twitter (ex : #nomducongrès). De cette manière, les 'twittos' dans la salle peuvent rapidement retrouver leurs remarques, questions et suggestions respectives, et entamer un dialogue virtuel. Il peut être pratique de prévoir un second portable ou une tablette de manière à ce que vous aussi, vous puissiez suivre les tweets.

Les réactions sur Twitter peuvent être projetées sur écran, permettant ainsi à tous les participants de lire ce qui se dit. Cela s'appelle un 'tweetwall'. (<http://www.tweetwally.com/>, <http://www.tweetwallpro.com/> ...)

**Avantages** de Twitter :

- Le public peut participer activement : il peut poser des questions et y répondre.
- Vous savez immédiatement ce qui se vit dans le public.
- Le débat s'anime.
- Certains 'twittos' ont de la répartie et peuvent rapidement transmettre l'essentiel de l'information.
- Encourage le réseautage et la conversation.
- Votre présentation peut trouver des échos et des réactions loin de la salle de réunion ou de l'auditoire dans lequel vous vous trouvez.

**Pièges** de Twitter :

- Risque de distraire.
- Peut déranger.
- Quid si les participants twittent à côté de la question ?
- Le risque de lire des bêtises sur Twitter est élevé.
- Vous pouvez perdre le contrôle de la situation.
- Seuls les participants disposant d'un smartphone ou d'une tablette peuvent prendre part à l'échange.





Si du **wifi gratuit** est disponible dans la salle, communiquez le mot de passe à l'avance aux participants.

## 3. Après la présentation

### 3.1. Clôturer

Après la présentation, prenez le temps de répondre aux questions.

Imaginez ensuite une phrase de clôture percutante. Quelques exemples :

- Vous pouvez quitter la salle et tout oublier, sauf ceci...
- Renvoyez au début de la présentation. 'Je vous ai demandé en début d'après-midi qui avait un compte Twitter. Qui est maintenant curieux et ira voir tout à l'heure ce qui se dit sur Twitter ?'
- Une citation : 'Une bonne présentation est comme une mini jupe: assez longue pour contenir l'essentiel et assez courte pour rester captivante.' 'Aller à pied est toujours plus rapide, lorsqu'on ne sait pas rouler à vélo' (pour encourager les participants à essayer quelque chose de nouveau)
- ...

Restez encore quelques instants après la fin de la présentation, de manière à nouer des contacts ou entamer une discussion. Ayez vos coordonnées/cartes de visite à portée de main.



**A éviter :** 'Je vois que je n'ai plus beaucoup de temps, je vais donc rapidement terminer', 'Je ne vais pas vous ennuyer plus longtemps avec mes histoires...', 'C'est à peu près tout ce que je voulais vous dire'. C'est la meilleure manière de décrédibiliser votre exposé.



#### Exemple d'un mot de clôture réussi

TED: Peter Hinssens: The Tiger and the rock.  
<http://youtu.be/F4RMDoGCCKO>

## 3.2. Partager les informations

- **Imprimés** : prévoyez des documents reprenant le texte complet, un résumé ou une bibliographie. Ceci sera surtout apprécié par un public d' 'analystes' et de 'penseurs'. Un public de dirigeants appréciera un aperçu reprenant uniquement les points essentiels et nécessaires à la prise de décision (executive summary). Ne distribuez pas de copie de toutes vos slides. Celles-ci doivent servir de support à votre présentation et pas de documents à distribuer.
- **En ligne** : renvoyez si possible à un outil en ligne sur lequel votre public trouvera des informations complémentaires, de la documentation et éventuellement la présentation complète. Quelques exemples d'outils en ligne :
  - Le site internet de l'organisation ou du congrès/de la journée d'étude.
  - L'intranet (si la présentation est destinée aux collaborateurs de votre organisation)
  - beConnected  
<https://beconnected.belgium.be>



Grâce à cette plateforme électronique, tous les membres du personnel fédéral peuvent collaborer à distance et gérer des documents en ligne. Les documents se trouvent dans un environnement entièrement sécurisé. En fixant les droits d'accès, vous pouvez faire en sorte que seul le public cible y ait accès, ou vous pouvez donner accès à un public plus large. Via la fonctionnalité 'Audit', vous pouvez vérifier qui s'est intéressé à votre document. Pour le personnel de l'administration fédérale, c'est un instrument idéal pour partager documents et informations.

[www.fedweb.belgium.be](http://www.fedweb.belgium.be) > A propos de l'organisation > Gestion des connaissances > beConnected

- Slideshare ou Scribd permettent d'organiser, de publier et de partager des documents et des présentations. Ces outils en ligne sont conviviaux et gratuits.  
<http://www.slideshare.net/>, <http://www.scribd.com/>





**Imprimez le moins possible de documents**, et s'il n'est pas possible de faire autrement, choisissez du papier avec Ecolabel et imprimez recto-verso. (Plus de conseils: COMM Collection 14, Communiquer durablement, 2006)



## En tant qu'organisateur



**L'autre face : vous êtes l'organisateur d'un congrès, d'une conférence, d'une journée d'étude...**

- **Choisissez votre orateur en fonction de son expertise et de ses compétences en matière de présentation.**
- **Donnez à votre orateur les informations préalables nécessaires :**
  - Qu'attendez-vous de lui ?
  - Quel public avez-vous invité ? Combien de personnes attendez-vous ? Donnez à l'orateur le plus possible d'informations sur le public que vous attendez.
  - Vous invitez plusieurs intervenants ? Mettez-les en contact à l'avance afin qu'ils puissent accorder leurs présentations.
  - Quelle salle avez-vous prévu ? Invitez l'orateur à visiter les lieux et/ou à s'exercer dans la salle.
  - De quel matériel disposez-vous ? Qu'est-ce que l'orateur doit apporter lui-même ?
  - De combien de temps dispose l'orateur ?
  - Donnez-lui vos coordonnées et celles du responsable de la salle.
- **Faites confiance à l'orateur et donnez-lui suffisamment de liberté :**
  - N'obligez pas l'orateur à utiliser certains templates ou formats.
  - Demandez-lui de mettre la présentation à disposition de manière numérique et pas sur papier.



- **Soignez l'accueil :**

- Accueillez votre orateur, de manière à ce qu'il n'éprouve pas de stress inutile. Discutez avec lui.
- Veillez à ce que la salle soit tout à fait opérationnelle.
- Demandez l'attention du public et présentez l'orateur. Donnez-lui la parole.
- Prévoyez du wifi gratuit et communiquez le mot de passe.
- Remerciez l'orateur.
- Offrez-lui une rémunération adéquate ou une petite attention.



Choisissez un **cadeau durable** pour votre intervenant.





## Bibliographie

COMM Collection 14, Communiquer durablement, 2006.

COMM Collection 16, Pourquoi et comment organiser un événement, 2007.

COMM Collection 20, Droit d'auteur et propriété intellectuelle en questions, 2010.

COMM Collection 21, Recommandations pour l'utilisation des médias sociaux, 2011.

COMM Collection 23, Gérer les relations avec la presse, 2011.

De Redactie. Hoelang gaat deze presentatie hier duren,  
Article consulté le 24/01/2012 via: [http://www.deredactie.be/cm/vrtnieuws/ookdatnog/ODN\\_120124\\_PowerpointSaai](http://www.deredactie.be/cm/vrtnieuws/ookdatnog/ODN_120124_PowerpointSaai)

Gallup Survey, February 2001

Reynolds, G., (2008) Presentatiezen.  
De kracht van eenvoud bij het geven van presentaties.  
Amsterdam, Pearson Education. 229 p.

Reynolds, G. (2011) La présentation mise à nu : pour des présentations percutantes, avec ou sans diaporama. Paris, Pearson Education France. 204 p.

Stevens, R. (2011) No story, no Fans. 225 p.

Van Der Speck, E. ; Van den Bulck, J.; De Jong J. (2000)  
Mag ik uw aandacht? Meer vuurwerk in uw presentaties. Samson.

van Groenendaal, H. (2010) Presenteren met Prezi.  
Amsterdam, Pearson Education. 160 p.

## Lecture utile

Aguilar, M. (2010) 300 citations pour convaincre.  
Paris, Dunod. 123 p.

Bédu, V. ; Boussac, V. ; Monerris, Ch. (2011) Votre profil d'orateur.  
Paris, Editions d'organisation. 111 p.

Bellenger, L. (2009) L'excellence à l'oral : développer son charisme.  
ESF, Paris. 220 p.

Bolte, G. (2008) De kunst van het speechen:  
helder schrijven en overtuigend spreken.  
Zaltbommel, Haystack. 112 p.

Carlier, F. (2011) Prendre la parole en public pour les nuls.  
Paris, First-Gründ. 278 p.

Coldong, O. (2010) Le storytelling en action. Transformer une  
politique, un cadre d'entreprise ou un baril de lessive en héros de  
saga. Paris, Editions d'organisation. 183 p.

Conseils Marketing. Les secrets pour réussir une présentation  
à la Steve Jobs. Consultez le 21/1/2012 via : <http://www.conseilsmarketing.com/communication/les-secrets-pour-reussir-une-presentation-a-la-steve-jobs>

De Wit, E. (2008) Uw uitgesproken uiterlijk.  
Alphen aan den Rijn, Kluwer. 80 p.

De Groof, B. (2007) Spreken voor een volle zaal.  
Antwerpen, Garant. 54 p.

Durand, S. (2011) Storytelling : réenchantez votre communication.  
Dunod. 173 p.


Fossé, P. (2009) Quand prendre la parole devient facile :  
mettez en scène vos talents d'orateur. Le Mans, Gereso. 278 p.

Ivey, A. (2010) Perfect Presentations : How You Can Master the Art  
of Successful Presenting. Ventus Publishing ApS. By Bookboon

Gerritsen, S. (2008) Een goed verhaal. Presenteren, praten, pleiten.  
Amsterdam, Uitgeverij Nieuwezijds. 240 p.

Grange, B. (2009) Réussir une présentation.  
Préparer des slides percutants et bien communiquer en public.  
Groupe Eyrolles. 110 p.

Ivey, A. (2010) Perfect presentations.  
Ventus Publishing ApS (by Bookboon) 50 p.



Lebelle, B. (2011) L'art des présentations PowerPoint : de la réalisation technique à la performance oratoire. Paris, Editions d'organisation. 386 p.

Levasseur, L. (2009) 50 exercices pour prendre la parole en public. Paris, Eyrolles. 127 p.

Mombaerts, M. (2005) Even uw aandacht. Succesvol informatief informeren. Gent, Academia Press. 184 p.

MTD Training (2010) Presenting an effective message. Ventus Publishing ApS (by Bookboon)

MTD Training (2010) Influencing and persuasion skills. Ventus Publishing ApS (by Bookboon)

Nobbe, F.; Holwerda, N. (2010) Meestersprekers : over de kunst van het spreken. Den Haag, Academic service. 191 p.

Plasse, F. (2011) Storytelling: enjeux, méthodes et cas pratiques de communication narrative. Territorial éditions. 86 p.

Schroevens, S. (2006) Digitaal presenteren. Kluwer.

Smal, G. (2011) La parole en public pour les timides, les stressés et autres tétanisés. Liège, Edipro. 174 p.

Smitskamp, I. (2009) Woorden laten spreken: de fijne kneepjes van het presenteren. Amsterdam, Mediawerf. 144 p.

Vacature. Presentatietechnieken. Article consulté le 9/1/2012 via : <http://www.vacature.com/carriere/presentatietechnieken>

Van Aken, P. (2009) Durf, leer en presenteer: zet jezelf neer. Amsterdam, Point. 175 p.

Van der Wijk, P. (2007) Corporate storytelling: de marktwaarde van een geloofwaardig verhaal. Haystack. 80 p.

Van Sterkenburg, P. Landman, E. (2010) Nooit meer met je mond vol tanden!: een toesprakenboekje: van hakkelaar tot redenaar. Schiedam, Scriptum. 151 p.

Verderber, Rudolph (1976) The Challenge of public Speaking;

Verleye, S. (2010) Stilte, ik spreek!: presentatie ervaringen van 30 vrouwen aan de top. Gent, Yin Books. 134 p.

Wieringa, S. (2010) Praten en iets zeggen: de impact van woorden. S.I., Scriptum. 242 p.

Williams, R. (2010) Réussir ses présentations. L'art de ne pas endormir son auditoire. Paris, Editions First. 110 p.





## Sites internet

<http://www.growingleaders.com/habitudes/communicators>

<http://www.presentationzen.com>

<http://www.ted.com>

<http://www.pecha-kucha.org>

<http://www.corporatetoryteller.be>

## Vidéos didactiques

Public Speaking Skills, J. Douglas Jefferys, MCP,

<http://youtu.be/whTwjG4ZIJg>

Presentation skills, Andy Harrington,

<http://youtu.be/OJ3dbY-8xJw> [www.andyharrington.co.uk](http://www.andyharrington.co.uk)

Presentation Zen: The Video,

<http://youtu.be/Uh4SegWhnOE>

Online cursus presentatietechnieken, Jo Depoorter,

<http://www.essentie.be/titel/cursus-presentatietechnieken-6>

Durée: 1:19 min, Prix 9,99 euro

De kern van een goede presentatie, De Beuk, 2011

<http://youtu.be/9KFDkclqM-E>

Effectief presenteren, De Beuk, 2011

<http://youtu.be/vCjQjyLurj0>

Presenteren zonder powerpoint, Gunnar Misschielssens, 2009

<http://youtu.be/H3BKDOzHwlc>

Presenteren: start met een goed verhaal, Gunnar Misschielssens, 2009

<http://youtu.be/BJ6kgKuoovc>

Conseils de Management : Animer une présentation (1ère Partie),  
VODemotionTV, Florence Chauve, 2010

[http://youtu.be/gxQhM\\_a7bVM](http://youtu.be/gxQhM_a7bVM)

Conseils de Management : Animer une présentation (2ième Partie),  
VODemotionTV, Florence Chauve, 2010

<http://youtu.be/JJDNOA90VIs>

Every Presentation Ever: Communication FAIL, 2012

<http://youtu.be/rIABoOd9MVE>

[http://www.ted.com/talks/nancy\\_duarte\\_the\\_secret\\_structure\\_of\\_great\\_talks.html](http://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks.html)



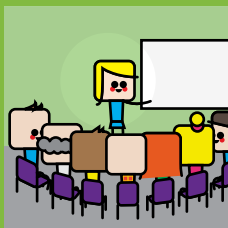






SPF Chancellerie du Premier Ministre  
Direction générale Communication externe  
Rue de la Loi 16  
1000 Bruxelles  
Tél.: 02/501.02.11  
E-mail: [communicationexterne@premier.belgium.be](mailto:communicationexterne@premier.belgium.be)  
[www.belgium.be](http://www.belgium.be)

SPF Personnel et Organisation  
Direction générale Communication interne et Gestion des connaissances  
Rue de la Loi 51  
1040 Bruxelles  
Tél.: 02/790.58.00  
E-mail: [info@p-o.belgium.be](mailto:info@p-o.belgium.be)  
[www.p-o.belgium.be](http://www.p-o.belgium.be)



Editeur responsable: Jacky Leroy • rue de la Loi 51 • 1040 Bruxelles  
Dépôt légal: D/2012/7737/11  
Juin 2012