

5 Étapes pour rendre vos présentations visuelles PowerPoint plus percutantes!

Démarquez-vous des autres présentateurs et engagez votre auditoire !

5 Étapes pour rendre vos présentations visuelles PowerPoint plus percutantes!

Publié par :



Version Avril 2018

Copyright © 2008-2018
par Chantal Bossé, CHABOS inc.



Tous droits réservés. L'information contenue dans ce document ne peut être traduite, utilisée, reproduite, distribuée ou diffusée d'aucune façon sans la permission écrite de l'auteur.

Marques déposées :

Microsoft, Office et PowerPoint sont des marques de commerce ou des marques déposées de la Corporation Microsoft aux États-Unis et/ou autres pays. CHABOS inc. n'est associé à aucun des produits mentionnés dans le présent guide.

Table des matières

Introduction	1
Les plus grands irritants des présentations actuelles	1
1. Analysez le contenu	6
1.1. Questions pour vous aider à planifier :	6
1.2. Analyse du contenu	8
1.3. Développement du message	10
2. Appliquer les bonnes pratiques de design	15
2.1. Styles et tailles de police :	15
2.2. Couleur d'arrière-plan et contraste	17
2.3. Utilisation des couleurs	19
2.4. Désencombrer le contenu	21
2.5. Uniformiser la mise en forme	23
3. Remodelez le contenu	25
3.1. Alternatives aux listes à puces	25
3.2. Utilisation des documents pour vous aider	28
3.3. Utilisation des médias visuels	29
3.4. Les animations	32
4. Automatisez des tâches	33
5. Remodelez votre style de présentateur	35
5.1 Une solution qui fait appel à votre mémoire	36
5.2 Un peu d'interactivité dans vos présentations grâce au Mode Présentateur	37
5.3 De l'interactivité grâce à des hyperliens	40
6. Contenu bonus!	42
Raconter son histoire	42
Soyez différent !	43
Prise de parole en public : 3 règles de base et 7 astuces	44
Et maintenant?	52

Introduction

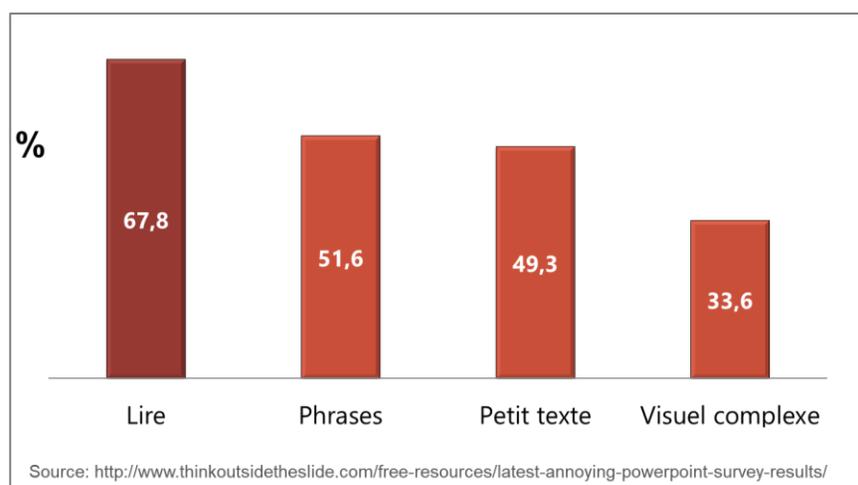
Les plus grands irritants des présentations actuelles

De nos jours, il est très fréquent d'entendre des gens se plaindre au sujet de mauvaises présentations. Voici quelques statistiques intéressantes recueillies par mon confrère Dave Paradi à la suite d'un sondage mené auprès des visiteurs de son site en 2017.

(L'article complet peut être trouvé au <http://www.thinkoutsidetheslide.com/free-resources/latest-annoying-powerpoint-survey-results/>).

Et vous, qu'est-ce qui vous irrite le plus dans les présentations que vous voyez de nos jours ?

(439 répondants en 2017, dont 27,8 % assistent en moyenne à une présentation ou plus...par jour !)



Tout comme dans ses sondages depuis **2003**, un présentateur qui lit ses diapositives à son auditoire remporte la palme du premier rang. Au deuxième et troisième rang, les gens se sont plaints des diapositives où l'on retrouve des phrases complètes et / ou comportant des textes tellement petits qu'ils ne pouvaient les lire. Ces résultats nous permettent de dire une chose : les trois éléments irritant le plus les auditoires sont tous reliés au phénomène des diapositives surchargées de texte!

Le message principal que Dave a pu faire ressortir des résultats du sondage est le suivant :
« *Les gens ont l'impression que les présentateurs n'estiment pas assez leur auditoire pour prendre le temps requis pour créer et livrer une présentation efficace.* »

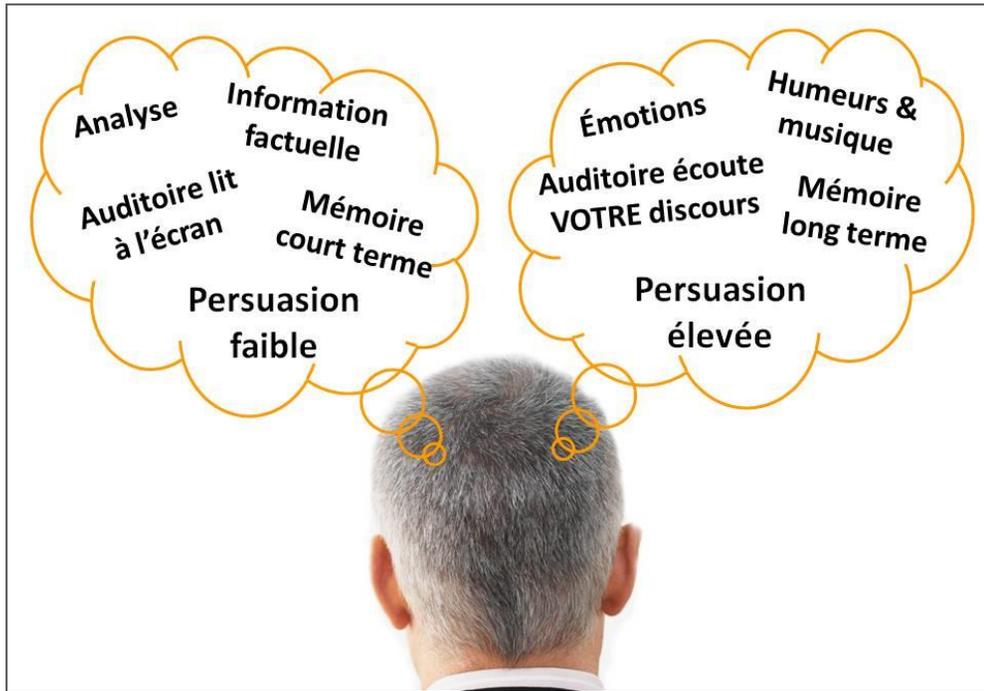
Je me permets de traduire également de cette façon : l'auditoire a l'impression que vous n'en avez rien à cirer de leurs besoins et de la valeur du contenu que vous transmettez ! Comme le mentionne Dave dans ses résultats, les commentaires qu'il a reçus démontrent clairement que les présentateurs doivent faire mieux.

Introduction

Votre auditoire s'attend à 3 choses de votre part :

- 1) La clarté de votre message;
- 2) La clarté de vos diapositives;
- 3) La clarté de la livraison de votre présentation.

On peut donc voir qu'il semble y avoir un consensus au sujet des éléments qui requièrent notre attention dans nos présentations et la raison est fort simple : le fonctionnement du cerveau humain.



En effet, le cerveau gère différents types d'information soit avec le côté droit ou le côté gauche. Le **cerveau gauche** gère notre côté plus **rationnel** en analysant et gérant des détails très factuels comme des données, des faits, des listes à puces sur une diapositive, etc. Puisque les textes et les puces font partie de cette liste cela signifie également que lors du visionnement de diapositives surchargées de texte, seule notre mémoire à court terme est sollicitée. Très peu efficace si vous désirez faire une impression durable !

À l'opposé, le **cerveau droit** gère tout ce qui a un lien avec **les émotions et la création d'ambiance ou d'humeurs**. Ceci signifie qu'une présentation riche en éléments visuels et le choix des couleurs influenceront votre auditoire. Puisqu'ils n'ont pas à se concentrer sur la lecture de vos diapositives, ils peuvent fixer leur attention sur votre discours. Le cerveau droit étant également le centre de la mémoire à long terme, le fait de le solliciter vous permettra également de persuader votre auditoire tout en stimulant la prise de décision.

Un peu de neuroscience appliquée aux présentations

La neuroscience s'intéresse à l'étude du système nerveux. Les neurones sont responsables de la transmission de toute cette activité sensorielle dans notre corps et notre cerveau en fait l'interprétation et génère nos réactions.

Malgré les variations des données sur le sujet, l'être humain réagit à son environnement grâce à ses quelques 100 milliards de neurones stimulés par nos cinq sens.



Pour maintenir l'attention de votre auditoire, il faut stimuler au minimum entre 45 et 60 milliards de neurones. Si on se contente d'un calcul purement mathématique, qui divise également le nombre total de neurones entre nos 5 sens, on arrive avec 20 milliard de neurones stimulés par sens. Conclusion? Vous devez stimuler au moins deux, et préférablement trois sens, pour réussir à maintenir l'attention des gens.

- Parler sur un ton monocorde = échec!
- Utiliser un langage sans intérêt = échec!
- Faire lire l'écran = échec!
- Ne pas avoir de visuel = échec!
- Les forcer à écouter passivement = échec!

Introduction

Pour y arriver, vous devez plutôt :

- Avoir un message clair;
- Utiliser des mots qui évoqueront des émotions;
- Utiliser des éléments visuels qui compléteront votre discours, que ce soit une présentation visuelle projetée, des objets pour une démonstration, un tableau blanc, etc.;
- Travailler votre voix afin de faire passer vos propres émotions et votre passion;
- Faire participer votre auditoire régulièrement pour que les gens se sentent impliqués;
- Et même les faire bouger (exercices, discussions entre eux, etc.).

Si vous désirez informer, inspirer et persuader vos auditoires, vous devez toucher leurs émotions afin qu'ils passent à l'action. Vous devez également en venir à présenter davantage sous la forme d'un dialogue afin de bâtir une relation avec vos auditoires, pas seulement « donner » une présentation. Est-ce que votre objectif est vraiment de prendre autant de temps à concevoir une présentation sans que votre auditoire passe à l'action ou retienne votre message ?

Un mot sur l'importance des émotions...

Certains diront : « Mon sujet est bien trop sérieux pour toucher les émotions des gens. » ou encore, « Pourquoi parler d'émotions quand je veux juste convaincre mon client d'acheter mon produit/service ? ». Détrompez-vous ! Peu importe le sujet, vous devrez commencer à réfléchir quelle émotion fera réagir favorablement votre auditoire.

Les responsables du marketing ou les publicitaires deviennent davantage à l'affût du neuromarketing, ou selon une définition dans Wikipédia : *l'application des connaissances issues de la recherche publique en neurosciences cognitives au marketing et à la communication. Le but de cette discipline émergente est de mieux comprendre les comportements des consommateurs grâce à l'identification des mécanismes cérébraux qui interviennent lors d'un achat.*

Je vous épargne ici toutes les données scientifiques mesurées lors des études mais la conclusion est en soi bien simple : le côté émotif influence toujours notre processus d'achat ou nos opinions.

Vous en doutez? Voyons quelques émotions que nous avons fréquemment avec certaines publicités bien faites.

- **La peur** d'être volé : on achète les caméras de surveillance dernier cri.
- **La peur** de tomber malade : on se lance en pharmacie pour aller chercher le dernier médicament « préventif » contre la *turista* avant vacances.
- **La joie** de se sentir bien dans sa peau : en achetant l'appareil d'exercice révolutionnaire qui ne demande que 5 minutes d'effort.
- **Le bonheur** de passer des moments magiques en famille : en planifiant nos prochaines vacances « tout inclut » à Disney World.

Ça vous dit quelque chose ces exemples? La prochaine fois que vous regarderez une publicité télévisée, ou même une publicité sur un panneau ou dans un magazine, soyez attentifs lesquelles vous attirent le plus. Vous risquez fort de réaliser que se sont celles qui provoquent une émotion quelconque. ☺

Les pages du présent guide de formation vous permettront d'apprendre comment éviter de reproduire les plus grands irritants dans vos présentations. Vous verrez 5 étapes à mettre en pratique afin de vous aider à concevoir et développer de meilleures présentations, ou même revoir tout votre contenu actuel sous un nouvel angle.

1. Analysez le contenu

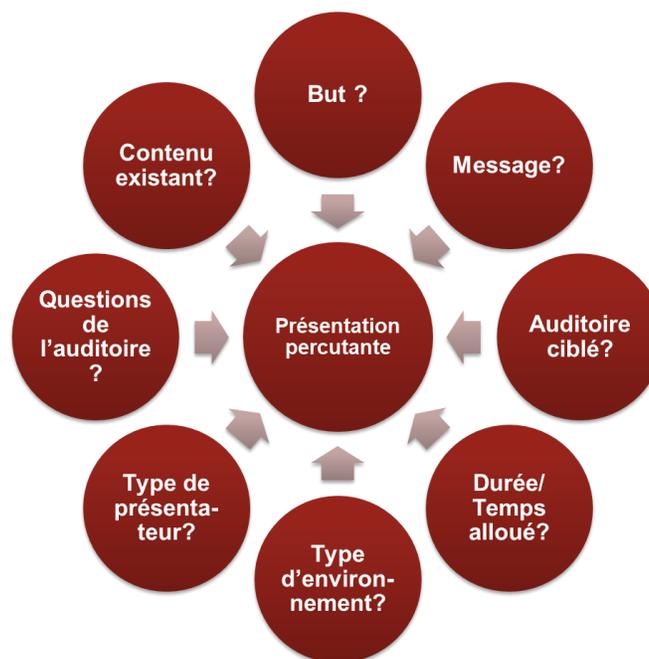
1. Analysez le contenu

Avant d'ouvrir le logiciel, faites vos devoirs! Ceci peut sembler être un conseil démodé ou uniquement du « gros bon sens », mais il est primordial d'avoir une idée très claire du message que vous devez transmettre à votre auditoire avant même d'ouvrir le logiciel PowerPoint. En d'autres mots vous devez planifier votre discours : qu'est-ce qui doit être dit et comment.

Malheureusement il est encore très fréquent de voir des gens remettre la proverbiale « pile d'idées de contenu » sur le bureau de quelqu'un en disant : « Peux-tu me mettre ça beau ? ». S'éloigner du syndrome décrit par mes confrères américains comme *Death by PowerPoint* (la mort par PowerPoint) signifie que toute personne appelée à concevoir une présentation doit en venir à comprendre le sujet afin de capter les éléments importants et comment ils sont reliés. La clé du succès est une bonne planification !

1.1. Questions pour vous aider à planifier :

Pour vous aider à planifier, voici une série de 8 questions que j'utilise avec tous mes clients AVANT de commencer à remodeler ou créer du contenu. Croyez-moi, c'est vraiment la meilleure façon d'y voir clair, surtout lorsqu'un projet comporte plusieurs personnes. Le consensus d'une équipe face à ces questions vous épargnera du temps et de l'argent en révisions. Et vous éviterez les maux de tête inévitables lorsqu'on tente aux suivis et à la consolidation des points de vue de plusieurs individus quand on circule une présentation mal planifiée et préparée.



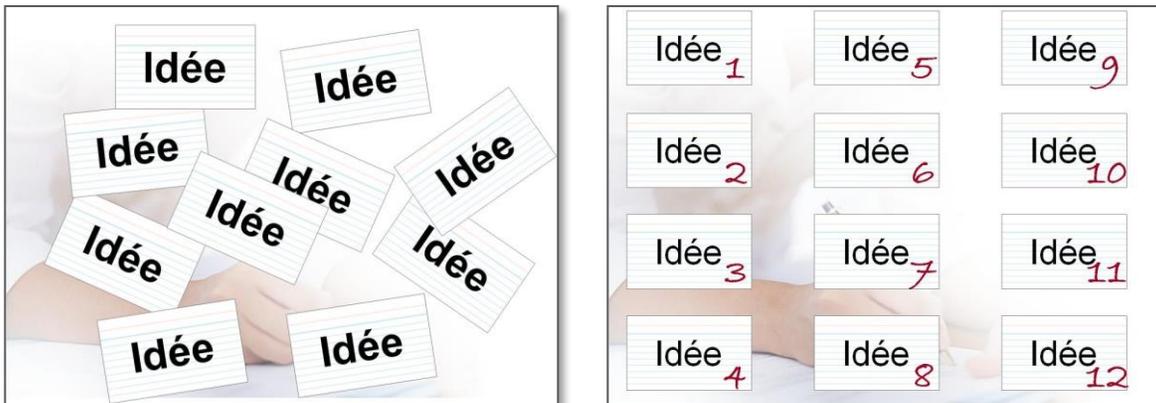
Voici une liste plus exhaustive de questions, sous forme de tableau à reproduire, pour vous aider avec votre prochain projet.

Questions	
<p>Quel est le but de ma présentation ? Information ? Formation ? Ventes ou investisseurs ?</p>	
<p>Quel sera l'impact si ma présentation est « moyenne » ; quels sont les enjeux ?</p>	
<p>Quel est mon message PRINCIPAL ?</p>	
<p>Quelle histoire peut m'aider à mieux faire passer/faire comprendre mon message ? Pouvez-vous utiliser l'exemple d'une étude de cas? L'histoire d'un client ? Si vous faites une formation, pouvez-vous concevoir une histoire qui démontre les effets bénéfiques de cette formation pour votre auditoire?</p>	
<p>Qui est mon auditoire cible ? Des experts de votre milieu ? Des dirigeants ? Des gestionnaires ? Des participants à une conférence? Quelles sont leurs attentes, et leurs connaissances?</p>	
<p>J'ai combien de temps pour présenter ? Note : une bonne règle de base est de planifier du contenu pour 75 % du temps qui vous est alloué. P. ex. Vous avez 1 heure, planifiez pour 45 minutes de contenu.</p>	
<p>Dans quel type d'environnement je présente ? Taille de la salle, éclairage, nombre de personnes, type d'équipement, version PPT.</p>	
<p>Quel type de présentateur suis-je, ou type de la personne qui présentera ? Quelles nouvelles compétences je peux acquérir pour améliorer mes présentations ? Utiliser une télécommande ? Connaître le Mode Présentateur ? Brancher les équipements?</p>	
<p>Quelles questions l'auditoire risque de me poser ? Puis-je prévoir certaines préoccupations ? Des questions particulières ? Des sources de mécontentement ?</p>	
<p>Quel contenu ai-je déjà pour concevoir/remodeler ma présentation ? Diapositives provenant de d'autres fichiers ? Images, photos, graphiques, audio ou vidéo ?</p>	

1. Analysez le contenu

1.2. Analyse du contenu

Si vous désirez vous assurer que votre contenu est bien structuré et que votre message est clair, vous devez prendre le temps d'analyser le contenu que vous possédez. Plusieurs personnes appelées à concevoir des présentations ont tendance à démarrer leur projet directement dans le logiciel. Elles se lancent dans la création de contenu sur des diapositives sans même réfléchir attentivement comment l'information aidera leurs auditoires à **passer à l'action** ou se **souvenir** de quelque chose. De façon similaire, peu de réflexion est faite pour se demander comment cette présentation en particulier s'intégrera à nos stratégies globales de communication. Il en résulte une présentation mal conçue qui devra être recréée plus tard, occasionnant du même coup un grand gaspillage d'énergie et des coûts investis.



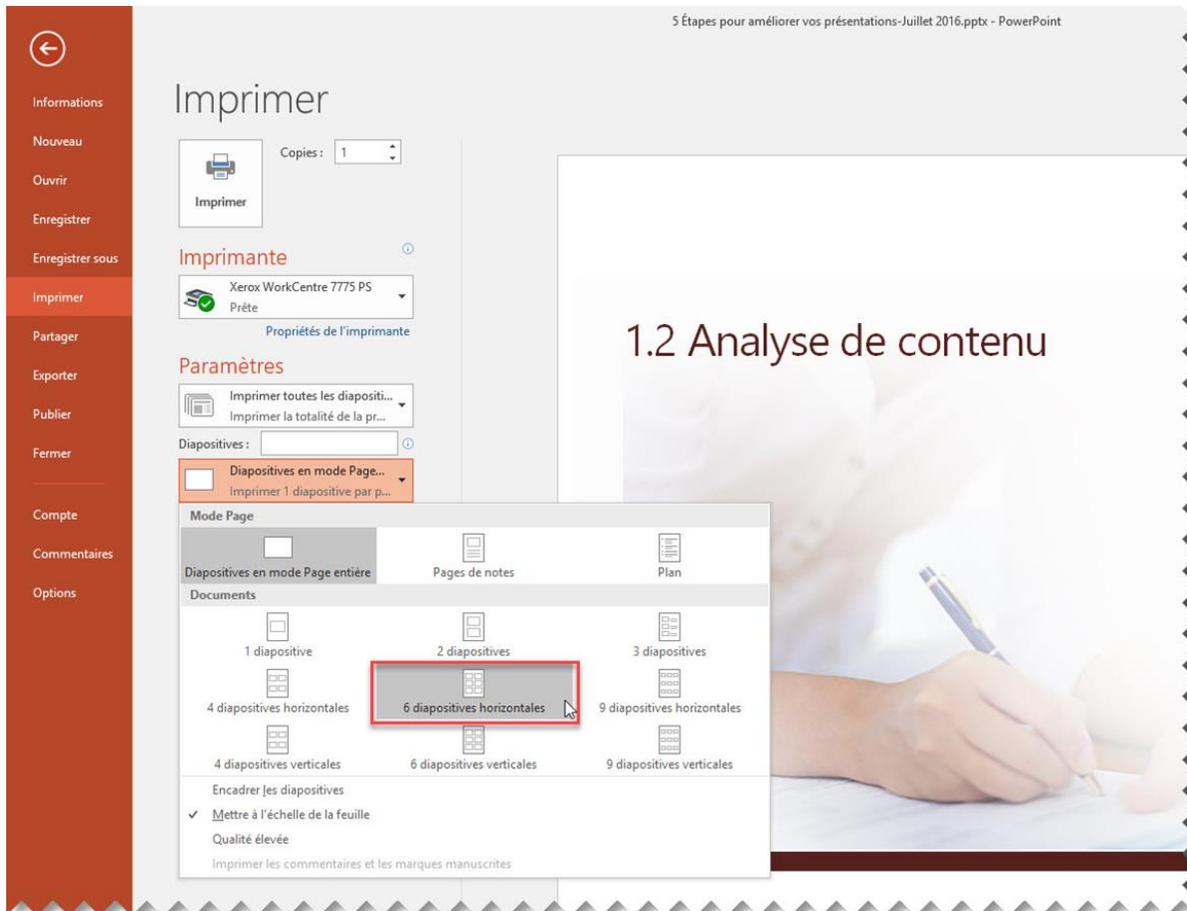
Prenez le temps d'analyser votre contenu afin d'organiser et grouper vos idées. Établissez vos priorités entre « à savoir » et « information intéressante ». Du matériel supplémentaire peut être intégré à vos présentations mais montré en cas de besoin. Cette analyse vous permettra également de mettre l'emphase sur le message que vous désirez transmettre, en plus de vous aider à trouver une histoire qui vous permettra de le transmettre efficacement.

Quelle est la meilleure façon de trier ?

Divers logiciels de gestion de contenu peuvent vous aider si vous détestez travailler avec un crayon et du papier. Toutefois, le fait de vous éloigner de votre ordinateur et d'utiliser des feuillets autocollants, des fiches cartonnées ou même des serviettes de table (!!) aidera à stimuler votre créativité. S'éloigner des formats établis dans nos ordinateurs nous permet de laisser libre cours à notre imagination.

Dans le cas de présentations existantes à remodeler, utilisez le format d'impression de PowerPoint qui vous permet d'imprimer 6 diapositives par page. Vous n'avez plus qu'à découper ces miniatures et les utiliser pour trier votre contenu.

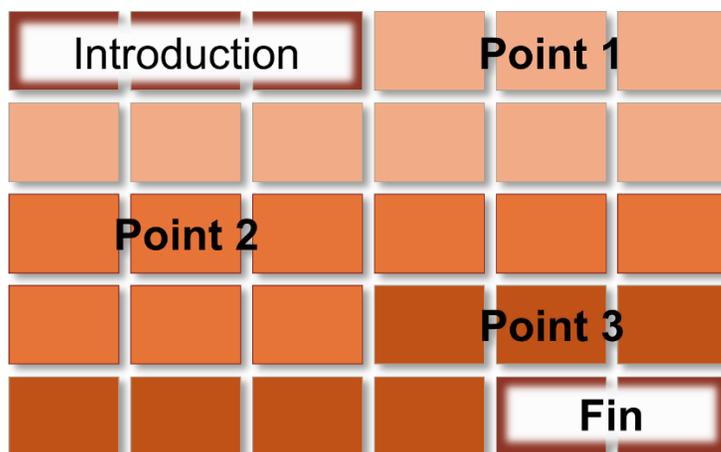
Fichier | Imprimer | Diapositives en mode...



1. Analysez le contenu

1.3. Développement du message

Modèle en 3 parties



1. Planifier une **introduction** qui attirera l'attention.
 - Avez-vous une histoire personnelle en lien avec votre sujet?
 - Une étude de cas réalisée avec un de vos clients?
 - Des statistiques éloquentes?
 - Ou même une question étonnante, ou qui bouscule l'ordre des choses?
 - Tout ce qui peut vous aider à démontrer à votre auditoire que votre message, ou votre solution, est relié à un problème de la vraie vie. Votre introduction doit également identifier le fameux problème ou l'irritant vécu par votre auditoire, son impact sur eux et ce qui peut être fait.
2. **Choisir 3 points** qui proposeront une solution et donneront les avantages.
 - Le corps de votre contenu est la partie où vous dites à votre auditoire quelle différence vous pouvez faire pour le « problème ».
 - Mais pourquoi **3** points? Parce que notre cerveau y réagit de façon très efficace : retenir un trio d'information!
Tout petits, on nous apprenait nos A,B,C, et 1,2,3. Vous vous souvenez d'histoires comme les 3 souris aveugles, ou les 3 mousquetaires? Et pourquoi pas ajouter les fameux « trios » des chaînes de restauration rapide! Voyez ce que je veux dire?
Alors, pour votre contenu, assurez-vous de choisir les 3 points les plus importants pour vous aider à faire passer votre message efficacement; vous vous assurerez que votre auditoire ait de fortes chances de se souvenir de ces 3 éléments.
3. Planifier une **conclusion puissante** avec un appel à l'action. Cela vous aide à prouver la valeur de votre solution, et ce que les gens doivent faire s'ils veulent, eux aussi, résoudre leur problème ou éliminer un irritant,

Comme mentionné plus tôt, utilisez papier et crayon pour noter vos idées avant de faire quoi que ce soit dans PowerPoint. Prenez le temps de vous assurer que le focus, l'impact et la séquence de vos idées ou visuels feront du sens sur papier en premier.

Bien des gens sautent cette étape, croyant qu'ils économiseront du temps. Mais au contraire, une bonne analyse et planification dès le début vous permettra de sauver davantage de temps et d'argent à long terme, car vous arrêterez de refaire votre présentation chaque fois que vous en avez besoin. De toute manière, mettre de côté des idées inscrites sur papier vous sera bien moins difficile à faire que de supprimer des diapositives que vous avez mis des heures à concevoir. Je suis certaine que cela vous est déjà arrivé!

Pour en apprendre davantage sur comment structurer efficacement votre contenu, je vous suggère de lire le livre *Resonate* de ma consœur MVP Nancy Duarte. Vous pouvez même explorer une version en ligne gratuite à l'adresse: <http://www.duarte.com/blog/free-multimedia-version-of-resonate/>.

Aux pages 36 et 37 du livre imprimé, ou la section *The Contour of Communication* dans la version en ligne, elle illustre ce modèle : Introduction – Contenu – Conclusion d'une façon très intéressante.



Le début : montrer à son auditoire le monde actuel, ou la situation actuelle, ce qui est aussi comme la *douleur* ou le *problème*.

Le milieu (les 3 points) : présenter du contenu qui alterne entre leur situation actuelle, et ce qu'elle pourrait être. Ils doivent ressentir la tension entre maintenant, et les possibilités offertes s'ils changent quelque chose.

La fin : Montrer à votre auditoire que s'ils appliquent votre enseignement, utilisent vos services ou achètent vos solutions, cela les amènera à un niveau supérieur, leur donnera de meilleurs résultats, règlera leurs problèmes, ou rendra leur vie plus facile, afin qu'ils décident de passer à l'action.

Le livre de Nancy Duarte est définitivement une bonne référence pour tous les types de présentations.

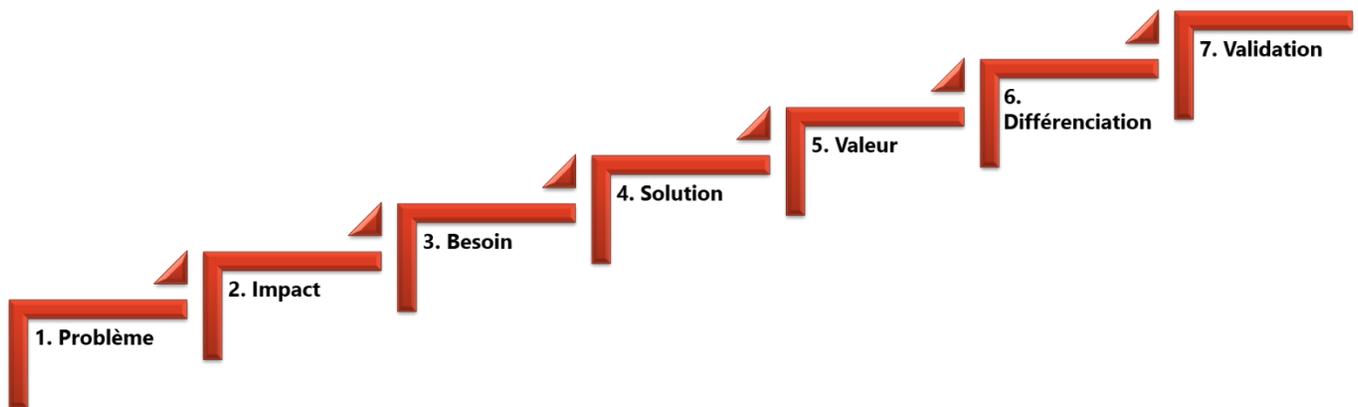
1. Analysez le contenu

Voici un exemple de tableau pour vous aider à planifier votre contenu – **Modèle en 3 parties**

Modèle en 3 Parties	
Introduction	
Contenu Pour chaque point discuté, essayez d'inclure l'information qui compare la situation actuelle, à celle qui « pourrait être » une réalité.	
Point # 1	
Point # 2	
Point # 3	
Conclusion / Appel à l'action	

Modèle en 7 étapes

Voici un autre modèle pour vous aider à développer votre contenu. Mon confrère Jim Endicott, un professionnel de la présentation et consultant en communication (www.distinction-services.com), a conçu un modèle en 7 étapes, ou 7 marches, qui nous permet de créer un message persuasif qui attirera l'attention de l'auditoire. Il y a des similitudes en le modèle en 3 Parties et celui-ci, mais certains trouveront peut-être utile d'avoir plus de détails pour les aider à planifier leur message.



- 1- Identifier le **problème/la douleur** : c'est-à-dire, trouver l'élément qui cause le problème chez votre auditoire.
- 2- Quantifier son **impact** : à quel point cette « douleur » influencera votre auditoire.
- 3- Préciser le **besoin** : démontrer à quel point ce problème doit être résout.
- 4- Proposer la **solution** : c'est ici que votre solution entre en jeu! Mais attention, on ne parle pas de ses caractéristiques, mais de comment elle aide à résoudre le problème.
- 5- Quantifier la **valeur** : votre solution procure quels avantages à votre auditoire? Encore ici, on évite les listes de caractéristiques car on doit toucher la valeur réelle pour eux.
- 6- Vendre son **avantage** : ou ce qui vous différencie des autres. Pourquoi êtes-vous différent? Pourquoi vos services seraient meilleurs que d'autres?
- 7- **Prouvez/valider** vos propos: tout ce qui peut valider votre valeur vous aidera. Des résultats concrets obtenus par un client, des témoignages, etc.

Comme vous pouvez le remarquer, une présentation persuasive n'est pas à votre sujet ou à propos de ce que vous croyez important. Une présentation persuasive et percutante répond aux préoccupations de votre auditoire en leur démontrant comment vous pouvez les aider à améliorer leur situation.

1. Analysez le contenu

Voici un exemple de tableau pour vous aider à planifier votre contenu – **Modèle en 7 étapes**

Modèle en 7 Étapes	
1- Identifiez la source de « Douleur » / Problème. Trouvez l'élément qui cause ce problème.	
2- Quantifiez l'impact : à quel point cette « douleur » influencera votre auditoire.	
3- Précisez le Besoin : démontrez combien ce problème doit être réglé.	
4- Proposez une Solution : c'est ici que votre solution / service / produit entre en action.	
5- Quantifiez la valeur : quels avantages aura votre solution.	
6- Vendez votre avantage : qu'est-ce qui rend votre solution et vous-même différents des autres.	
7- Justifiez votre affirmation : tout ce qui peut valider votre valeur vous aidera.	

2. Appliquer les bonnes pratiques de design

Plusieurs éléments peuvent influencer comment vous allez concevoir votre présentation mais si vous désirez vraiment avoir de l'impact vous devriez mettre en pratique les bonnes pratiques de base qui suivent. La plupart des professionnels de la présentation s'entendent pour dire qu'ils sont la clé pour produire des présentations mémorables de nos jours. Ces concepts seront-ils les mêmes dans 5 ans ? Je ne crois pas. Le domaine de la présentation évolue constamment. Maintenant que plus de chercheurs s'intéressent au phénomène des présentations « épouvantables » ou « ennuyantes à mourir », je suis certaine que ces normes évolueront également, au même rythme que les découvertes qui nous permettront de comprendre comment mieux communiquer nos messages aux auditoires.

2.1. Styles et tailles de police :

Sérf ou Sans Sérf, telle est la question

La plupart d'entre nous avons pu remarquer deux types de police dans nos outils logiciels : Sérf et Sans Sérf. Qu'est-ce que cela veut dire exactement ?



Les polices avec Sérf sont celles généralement utilisées pour les productions imprimées car elles sont considérées plus faciles à lire; elles aideraient à guider l'œil le long des lignes qui forment les grands blocs de texte à cause des petits empattements sur les lettres. Cependant les polices Sans Sérf sont maintenant largement acceptées pour une utilisation dans les productions imprimées en Europe. Dans le domaine des présentations les professionnels s'entendent pour dire que les styles de police Sans Sérf permettent de meilleurs résultats à la projection car leurs lignes plus épaisses ne s'estompent pas comme les lignes fines des polices avec Sérf.

2. Appliquer les concepts de base du design

Règle de base pour les styles de police

- Essayer de ne pas utiliser plus de 2 styles pour garder une certaine uniformité de contenu. Bien entendu, vous pourriez vouloir utiliser un autre style pour promouvoir une autre émotion; il suffit de ne pas exagérer.
- Utiliser des polices généralement retrouvées sur tous les ordinateurs (Par ex. Arial, Verdana, polices de caractères Web qui s'ajoutent tranquillement), surtout si vous présentez régulièrement sur d'autres ordinateurs que le vôtre. L'incorporation des polices demeure une fonction peu fiable, encore plus si votre présentation se promène entre les univers Windows et Mac!
- Éviter les polices stylisées et difficile à lire.
- Éviter l'utilisation des majuscules partout. Réservez les mots en majuscules pour certains usages pour éviter de réduire la lisibilité.
- Seule la première lettre d'un titre devrait être en majuscule afin qu'il soit plus facile à lire.
- Utiliser les caractères gras pour mettre de l'emphase uniquement.
- Utiliser les caractères italiques modérément car ils ne s'affichent pas bien à l'écran.

Taille de police

Avez-vous déjà réfléchi à l'importance de la taille des polices de caractères sur les panneaux de signalisation de la route ? Cela fait une différence entre pouvoir réagir rapidement lorsque l'on cherche le nom d'une rue ou...se faire frapper par une autre voiture parce qu'on a eu à ralentir pour tenter de déchiffrer le nom de la rue !

Pendant une présentation nous voulons que notre auditoire puisse capter rapidement ce qu'il y a à l'écran de façon à ramener leur attention vers nous. Deux éléments importants vont influencer la taille de police que nous utiliserons dans nos présentations : la taille de la salle et de l'écran. Si vous devez présenter dans une très grande salle, prenez le temps de vérifier la taille des polices utilisées dans un environnement similaire afin de vous assurer que les gens dans la dernière rangée puissent encore lire votre texte à l'écran.

Les normes généralement acceptées de nos jours sont les suivantes :

Titres : entre 32 et 36 points
Contenu : entre 24 et 32 points

Il est toutefois important de mentionner qu'un texte de 24 points est considéré *petit* dans une présentation. Mais ces normes ne demeurent qu'un guide puisque la taille de la police sera aussi dictée par le style de présentation et le modèle que vous adopterez.

Pour éviter de jouer aux devinettes pour la taille de police de caractère, voir la section Ressources de mon site web pour télécharger des tableaux pour les distances de lecture efficaces en formats 4:3 et 16:9, que mon confrère Dave Paradi m'a gentiment permis de traduire pour mes lecteurs. (www.chabos.ca/ressources)

2.2. Couleur d'arrière-plan et contraste

Le choix de la couleur d'arrière-plan à utiliser dans une présentation n'est pas toujours une tâche facile. Nous avons tous des couleurs favorites que l'on aimerait utiliser en plus d'avoir à respecter des couleurs corporatives. Mais lorsque l'on considère uniquement des aspects techniques on devrait prendre en compte les éléments suivants : type de salle, éclairage et qualité du projecteur.

Si votre présentation doit être diffusée sur un grand écran dans une salle sombre, vous devriez privilégier un arrière-plan plus foncé avec du texte pâle. L'utilisation d'un arrière-plan très pâle dans une pièce sombre risque de retourner une lumière aveuglante à votre auditoire, rendant difficile leur concentration à votre contenu pour une longue période de temps.



Lorsque vous présentez dans une petite salle avec un éclairage ambiant, utilisez un arrière-plan plus pâle avec du texte foncé afin d'éviter que la couleur de votre contenu soit délavée par l'éclairage. Des arrière-plans de couleur moyenne ou pâle conviennent lorsque vous savez que vous présenterez avec un projecteur de bonne qualité.

Malgré que ces trucs soient largement utilisés dans l'industrie des présentations, vous devriez toujours tenter d'utiliser vos modèles corporatifs tout en les testant dans les divers types d'environnements. Si vous avez des problèmes avec certains modèles que l'on vous propose, demandez aux gens en charge de la création des gabarits s'ils peuvent vous fournir des versions pâles et foncées qui pourront s'adapter à vos besoins.

2. Appliquer les concepts de base du design

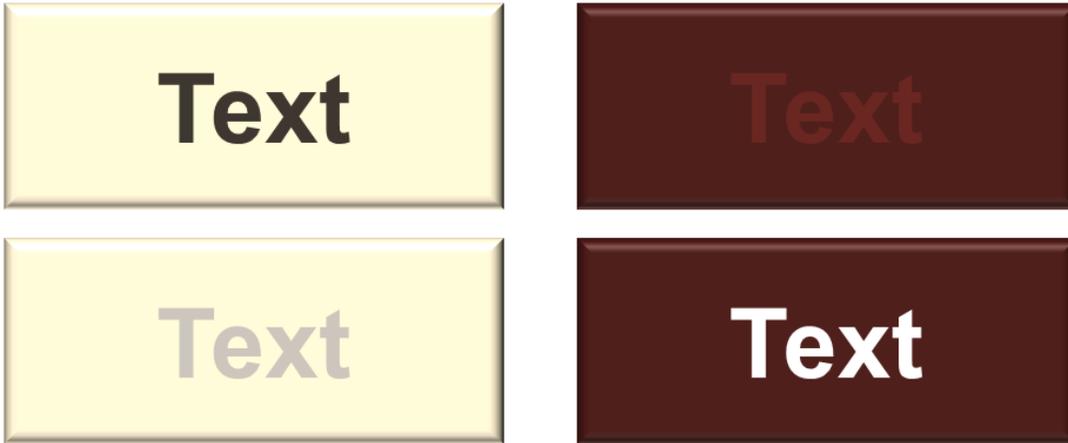
Règles de contraste

Peu importe les conditions de salle ou le type de projecteur utilisé, vous devez vous assurer de planifier le plus grand contraste possible entre vos couleurs d'arrière-plan et de polices. Vous pouvez utiliser votre meilleur jugement et faire des tests à l'écran.

Votre règle du pouce :

Arrière-plan pâle ⇒ Texte foncé

Arrière-plan foncé ⇒ Texte pâle



Également pour réduire les problèmes de contraste, essayer d'éviter le "bruit visuel" ou l'encombrement de vos arrière-plans. Tout élément graphique ajouté à l'arrière-plan peut avoir un impact négatif sur votre contenu. Si vous utilisez des éléments d'arrière-plan décoratifs assurez-vous qu'ils soient subtils de façon que votre auditoire n'y consacre pas toute son attention; votre contenu est supposé avoir toute leur attention.

2.3. Utilisation des couleurs

Les couleurs sont utilisées pour mettre de l'ambiance et donner le ton. Elles peuvent également être utilisées pour attirer l'attention.

« La recherche démontre que les gens portent des jugements inconscients face à une personne, un environnement ou un produit en dedans de 90 secondes et que 62% à 90% de cette évaluation est uniquement basée sur la couleur. »

Source: CCICOLOR – Institute for Color Research

Le tableau suivant vous donne quelques significations pour des couleurs de base communes.

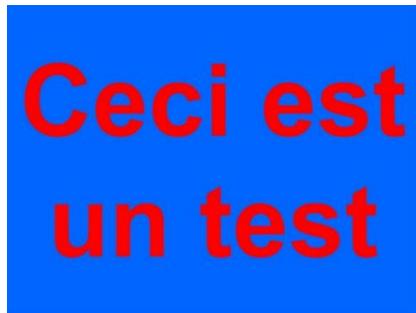
Rouge	Agressif, fort & lourd, passion, amour, intensité	
Bleu	Confort, loyauté & sécurité, paix, confiance, assurance	
Jaune	Prudence, printemps & luminosité, optimisme, joie	
Vert	Argent, santé, nourriture & nature, environnement, reptiles	
Brun	Nature, âgé & excentrique, terre, simplicité, extérieur	
Orange	Chaleur, enthousiasme, & énergie	
Rose	Douceur, santé, enfantin & féminin	
Violet	Royauté, raffinement, religion, sagesse, mystère	
Noir	Dramatique, classe & sérieux, technique, lourd, formel, mort	
Gris	Affaires, froid & distinctif	
Blanc	Propreté, pureté & simplicité	

Bien entendu, ces significations ne sont qu'un guide car certaines couleurs peuvent représenter d'autres émotions pour vous ou pour d'autres personnes. Lorsque vous voulez faire un mélange de couleurs gardez en tête les caractéristiques suivantes : les couleurs rouge, orange et jaune sont considérées des couleurs chaudes et ont tendance à ressortir et attirer l'attention ; les couleurs vert, bleu et violet sont considérées des couleurs froides et se fondent plus facilement à l'arrière-plan et attirent moins l'attention.

Afin de vous aider à découvrir davantage les significations des couleurs, je vous invite à visiter le site web suivant : <http://www.colormatters.com/>. Vous y trouverez une mine d'or d'informations sur le symbolisme, le design, le marketing, etc.

2. Appliquer les concepts de base du design

Peu importe la signification donnée aux couleurs, il y a certaines combinaisons qui doivent être évitées à tout prix. Le mélange de rouge et de bleu ou de rouge et de vert est très difficile à supporter pour les yeux et cause de la fatigue. Regarder de telles couleurs sur un écran pendant une longue période fera crier grâce à vos yeux ! L'utilisation de rouge et de vert soulève également les problématiques reliées au daltonisme. Environ 7 % des hommes et moins de 1 % des femmes ne pourront distinguer ces deux couleurs l'une de l'autre.



**Ceci est
un test**



**Ceci est
un test**



**Ceci est
un test**

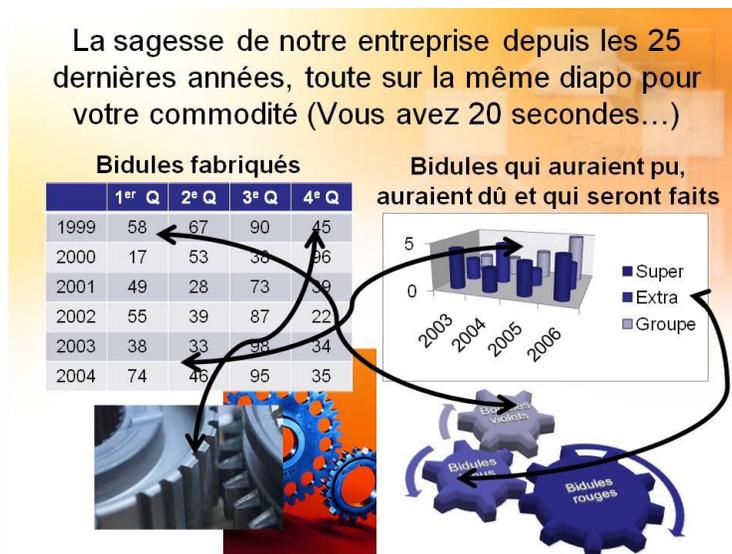


**Ceci est
un test**

2.4. Désencombrer le contenu

Malheureusement, les diapositives surchargées et/ou encombrées sont encore fréquentes de nos jours. J'ai parfois l'impression que les gens ont la crainte de voir leur application PowerPoint exploser si leur fichier contient trop de diapositives ! Ils insèrent donc de l'information qui comble entièrement la surface d'affichage avec plus d'information que quiconque ne pourra jamais absorber. Une telle approche est néfaste autant pour l'auditoire que pour le présentateur.

Avez-vous déjà entendu un présentateur dire : "Hum...Je ne sais pas si vous êtes en mesure de voir les chiffres dans ce tableau... ». Ne perdez pas votre temps avec ce contenu si vous savez déjà que votre auditoire ne pourra probablement rien voir ou comprendre. En réduisant votre contenu à une idée par diapositive, une règle mise en pratique par la plupart des professionnels de la présentation, vous pourrez grandement améliorer la plupart de vos performances.



Lorsqu'un client fait appel à nos services, il est très fréquent que son fichier initial de 25 diapositives en devienne un de 60 ou 70 diapositives après les révisions. Ne soyez pas inquiets de la quantité de diapositives présentes dans votre fichier. Si votre présentation est bien conçue et surtout visuelle, votre auditoire ne réalisera même pas combien de diapositives vous avez utilisées. Bien entendu, essayez malgré tout de planifier du contenu pour environ 75 % du temps dont vous disposez pour présenter afin de ne pas déborder.

Règles de base :

- Enlever les éléments non requis des diapositives (p. ex. : information en double).
- Diviser le contenu sur plus d'une diapositive.
- Si possible, garder des éléments tels que date, logo, nom du présentateur et titre uniquement sur la page titre. Vous pouvez les remettre sur votre dernière diapositive au besoin.

2. Appliquer les concepts de base du design

La fameuse question : combien de diapositives?

Bien souvent, mes clients me disent qu'ils ne peuvent pas avoir plus de 20, 10 ou même 5 diapositives !!

Faisons un simplement petit exercice mathématique.



**@ 5 minutes
chacune
=
50 minutes**



**@ 1 minute
chacune
=
50 minutes**

Alors, y a-t-il VRAIMENT un problème à utiliser plusieurs diapositives? Je peux vous garantir que plus vous divisez votre contenu et passerez moins de temps sur chacune de vos diapositives, plus vous maintiendrez l'attention de votre auditoire. La raison est fort simple : vous allez créer l'impression d'un rythme plus rapide à cause du changement de visuel. Pourquoi les publicités télé et les vidéos sur le web sont-elles aussi populaires? Le rythme!

2. Appliquer les concepts de base du design

2.5. Uniformiser la mise en forme

L'uniformité ou la cohérence de la mise en forme signifie simplement de s'assurer que les éléments principaux de votre présentation s'affichent toujours à la même position sur chacune des diapositives :

- Aucun titre qui se déplace d'une diapositive à l'autre ;
- Dans les diapositives plus textuelles, les zones de texte sont toujours au même endroit.

Respectez les normes de base pour la taille de police des titres et du contenu. Il n'est aucunement nécessaire d'avoir un très gros titre qui volera la vedette à votre contenu. Effectuez la mise en forme des zones de titre et de texte directement sur le masque des diapositives et assurez-vous qu'elles aient l'air équilibrées et cohérentes dans toute votre présentation.

The image displays four example slides from a presentation, illustrating consistent design and layout. Slide 1 (top left) has a pink patterned sidebar and text about maximizing social media use. Slide 2 (top right) features a photo of a couple and text about a single click. Slide 3 (bottom left) includes social media handles and a photo of the couple with a '26 000 personnes atteintes!' badge. Slide 4 (bottom right) is a graphic with social media icons and the text 'LES RÉSEAUX SOCIAUX, C'EST FACILE !'. All slides use a consistent color palette (pink, grey, white) and font styles.

The image shows a grid of 15 slides, numbered 1 to 15, demonstrating a consistent design template. Each slide has a white background with red and grey accents. The content is organized into sections with clear headings and bullet points. The layout is uniform across all slides, with consistent margins, font sizes, and color schemes. The slides cover various topics, including objectives, strategy, and implementation, all presented in a clean, professional manner.

Utilisez les couleurs et les polices déterminées dans votre modèle : les formes, les lignes, les flèches et les graphiques devraient tous avoir l'air de provenir de la même présentation...pas un ramassis d'éléments provenant de plusieurs sources différentes.

2. Appliquer les concepts de base du design

Liste de contrôle pour vous aider à vérifier votre design de présentation.

Liste de contrôle		
J'ai utilisé un maximum de deux styles de polices de caractères	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai utilisé une famille de polices facile à lire ou j'ai privilégié les polices Sans Sérif.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai évité le texte tout en majuscules.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai évité les phrases avec une majuscule au début de chaque mot.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai utilisé le gras et l'italique pour mettre de l'emphase uniquement.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
La taille de police est majoritairement de 30 ou 32 points, ou plus.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
La couleur de mon arrière-plan est appropriée pour la salle où je présente.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai limité l'utilisation d'éléments graphiques en filigrane dans mon arrière-plan.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai utilisé des couleurs de polices et d'arrière-plan qui favorisent un bon contraste.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai évité les couleurs très lumineuses qui causent de la fatigue des yeux.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
Mes diapositives ont suffisamment "d'espace vide" pour aider l'auditoire à comprendre mon contenu rapidement.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
La mise en forme de mes titres et mes éléments de contenu est uniforme d'une diapositive à l'autre (taille, emplacement, couleurs).	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai utilisé les animations uniquement pour m'aider à clarifier mes points de discussion, et j'ai évité les animations dites "captivantes", qui détournent l'attention de mon message.	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>
J'ai utilisé des éléments graphiques et des images de qualité qui respectent les règles de droits d'auteur (copyrights).	Oui <input type="checkbox"/>	Parfois <input type="checkbox"/>

Pour toutes les réponses **Oui**, votre présentation passe le test !

Si vous avez coché **Parfois** – et cela inclut les réponses qui auraient pu être un retentissant Non (!!)... mais restons du côté positif, d'accord ? 😊 – cela signifie que ce sont les éléments qui ont besoin de votre attention en premier dans votre travail de remodelage.

3. Remodelez le contenu

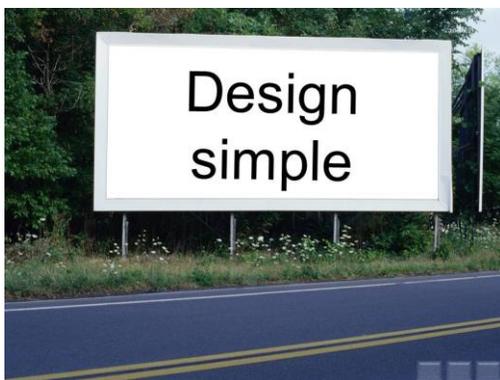
3.1. Alternatives aux listes à puces

Des diapositives remplies de texte...le cauchemar des listes à puces ! Remplir des diapositives avec des paragraphes de texte est probablement la pire chose à faire à un auditoire. PERSONNE ne veut lire votre texte. Et personne ne peut se concentrer sur une grande quantité de texte à l'écran et sur ce que vous dites simultanément. Aucun être humain ne peut le faire.

La première question à se poser avant d'utiliser autant de texte est : « Comment transmettre les mêmes messages de façon visuelle? »

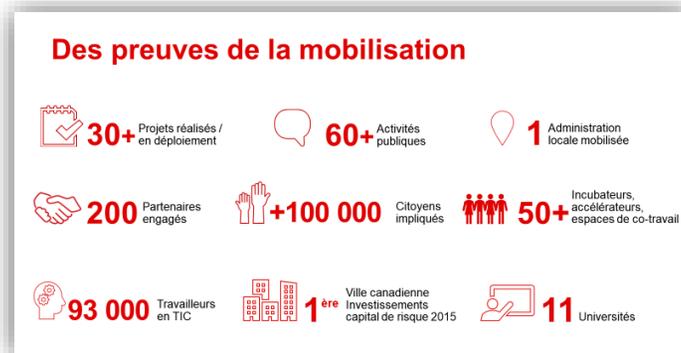
Bien entendu, il n'est pas toujours facile et nous n'avons pas toujours beaucoup de temps pour chercher du contenu visuel. Ceci ne veut pas dire qu'il est impossible d'améliorer une présentation plus textuelle. Utilisez ce conseil simple mais éprouvé : une idée par diapositive. La réduction de la quantité de texte sur votre diapositive n'aidera pas uniquement votre auditoire à mieux vous comprendre, elle vous aidera également à combattre la tentation de lire mot à mot ce qui est écrit sur votre diapositive.

Voici quelques exemples :



3. Remodelez le contenu

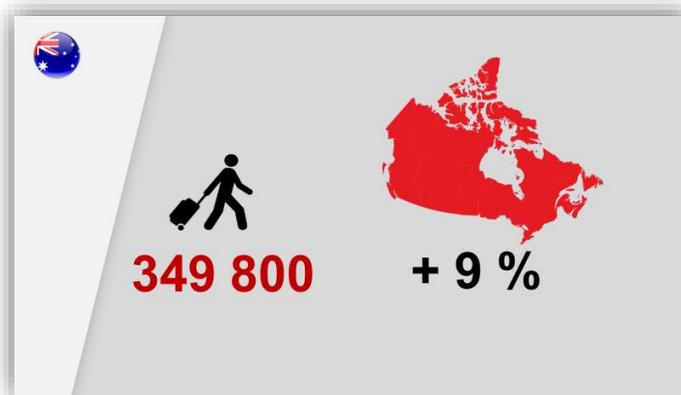
Lorsque vous avez plusieurs données, il est souvent possible d'y associer des icônes significatives et de leur donner un traitement plus visuel.



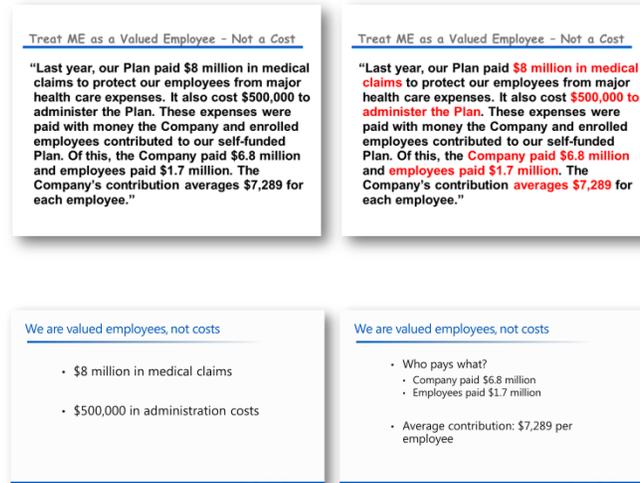
Et pourquoi pas des listes sans y ajouter de puces? Si l'alignement et l'espacement entre les lignes sont bien faits, le contenu sera tout aussi lisible.



Et avez-vous songer à remplacer complètement les mots par des icônes qui feront beaucoup de sens avec ce que vous dites? Dans l'exemple suivant, l'auditoire a pu facilement comprendre le présentateur qui parlait que le nombre de voyageurs à destination du Canada avait été de 349 800, une augmentation de 9 % par rapport à l'année précédente.



Et lorsque vous devez vraiment avoir plus de texte qu'une seule idée par diapositive, analysez quels mots sont vraiment requis pour faire du sens pour votre auditoire. Voici un exemple de ce qui peut être fait pour réduire la quantité de texte sur une diapositive :



À chaque fois que vous avez la chance de planifier la conception d'une présentation à l'avance, essayez de trouver des idées vous permettant de « montrer » ce que vous voulez dire avec des photos, des graphiques, des vidéos, quelques animations, des diagrammes, etc. PowerPoint est l'outil idéal pour montrer des éléments très graphiques alors utilisez-le à son plein potentiel. De cette façon vous pourrez profiter au maximum des mécanismes du cerveau qui gèrent les informations non-verbales.

3. Remodelez le contenu

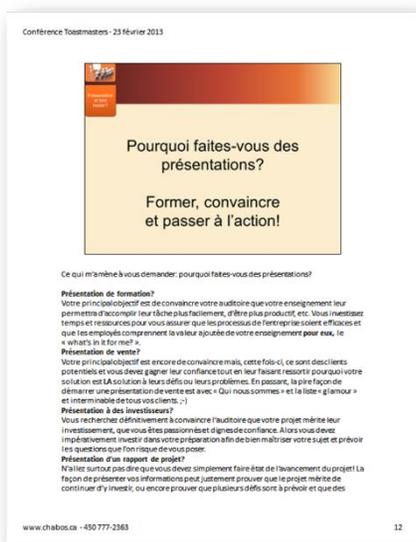
3.2. Utilisation des documents pour vous aider

Au fil des ans j'ai réalisé qu'une des raisons qui poussaient autant de gens à mettre autant de texte sur leurs diapositives était la problématique du « Je dois absolument imprimer ma présentation comme document aux participants ! ». Si les participants à votre séminaire ou votre conférence s'attendent à recevoir de la documentation, je vous encourage fortement à produire un document de soutien en bonne et due forme. L'impression de toutes les diapositives d'un fichier de présentation ne devrait pas être considérée une bonne pratique documentaire. Le matériel de présentation doit être considéré comme un outil de communication pour le présentateur et non l'outil pour afficher des notes destinées à être imprimées.

Prenez le temps de produire un autre document de quelques pages qui résumera les informations les plus importantes de votre présentation. C'est également une bonne idée d'inclure des images de vos visuels les plus importants, surtout s'ils permettent de mieux comprendre ou de mettre en contexte vos explications verbales. Lorsque vous produisez un document de soutien supplémentaire, vous pouvez également utiliser plus librement des éléments visuels (audio, vidéo et animations significatives) qui permettront à l'auditoire de mieux comprendre sans avoir recours à du texte ou trop de détails.

Est-ce que cela signifie de prendre du temps supplémentaire pour produire deux documents ? Pas du tout ! Pendant la conception de votre présentation ajoutez tous les commentaires pertinents dans la zone Commentaires des diapositives que vous imprimerez. Par la suite, dans la fenêtre d'impression, vous n'avez qu'à sélectionner les numéros de diapositives à imprimer et choisir Documents dans la liste déroulante du type d'impression.

Voici votre document de soutien :



Rappel :

Faites la mise en page du masque des Pages de commentaires si vous désirez ajouter en-tête et pied de page à votre document imprimé.

Les numéros de page, la date et le logo sont de bons éléments à avoir dans un imprimé.

3.3. Utilisation des médias visuels

Le secret des présentations mémorables ? Si vous le **dites**...essayez de le **montrer** ! Puisque le cerveau humain traite les informations verbales et visuelles différemment, utilisez les deux types pour augmenter la compréhension et la rétention des sujets traités.

Types de médias visuels

Plusieurs formats de médias visuels peuvent être utilisés pour rehausser les présentations.

Les icônes :

Les images *Clipart* de Microsoft ont été délaissées depuis quelques années au profit d'une banque d'icônes. Leur avantage est d'être faciles à agencer à votre présentation, car leur couleur est modifiable, en plus de pouvoir y ajouter des effets (p.ex. ombre, réflexion, etc.).



Photos et graphismes :

Ces types d'éléments visuels sont beaucoup plus significatifs pour les gens puisqu'ils font partie de notre vie de tous les jours : télévision, journaux, magazines, panneaux d'affichage et Internet. On définit les photos comme des images captées par une caméra alors que les graphismes sont des images, parfois issues d'une photo, qui ont été créées, améliorées ou modifiées d'une certaine façon.

Microsoft PowerPoint vous offre la possibilité d'insérer des images qui proviennent du web à partir du moteur de recherche Bing. Élément intéressant : chaque image suggérée offre maintenant plus de détails sur les droits d'auteur pour vous aider à choisir.

Également, n'hésitez pas à faire vos propres photos! La qualité de la plupart des téléphones intelligents actuels est tout à fait acceptable, si vous vous assurez d'augmenter la résolution lorsque vous capturez une photo pour des besoins de présentation.

3. Remodelez le contenu

Où trouver des galeries de photos ?

- Pixabay : www.pixabay.com (gratuit)
- Morguefile : www.morguefile.com (gratuit)
- FreePhotosBank : www.freephotosbank.com (gratuit, avec mention de la source)
- Dreamstime : www.dreamstime.com/free-photos (gratuit et payant)
- FreeImages : www.fr.freeimages.com (gratuit & payant)
- Flickr : www.flickr.com/creativecommons (gratuit avec mention de la source – différentes licences)
- Fotolia : www.fotolia.com (achats à coûts minimes)
- Site Wikipedia : régulièrement ce site permet l'utilisation gratuite des photos avec ou sans référence à la source
- NASA et sites gouvernementaux : généralement les photos de ces sites sont libres de droits et peuvent être utilisées (tout de même préférable de vérifier les conditions lors d'un téléchargement)
- Creative Commons : search.creativecommons.org (permet de rechercher plusieurs sources)

Le site Creative Commons est également votre meilleur allié pour vérifier les types de licences d'utilisation du matériel sur le web.

Détail important à vérifier lorsque l'on télécharge des photos à partir des galeries : les **droits d'auteur à respecter** pour l'utilisation, la **modification et la reproduction** de ces photos ! Ce n'est pas parce que vous avez trouvé un modèle, une photo ou une vidéo gratuite qu'elle est libre de droits. Vérifier quelles sont les conditions d'utilisation à même le site où vous avez trouvé le matériel. Si vous n'arrivez pas à trouver ou si les conditions ne sont pas claires, abstenez-vous pour éviter de vous retrouver avec des procédures légales.

Tableaux, diagrammes, graphiques et formes :

Si vous avez du contenu qui traite de pourcentages, tendances, rangs, processus, relations entre des éléments ou de comparaisons, essayez de remplacer votre texte par des éléments plus graphiques comme des tableaux, des diagrammes ou des formes. Vos données auront plus de sens pour votre auditoire que si vous aviez lu du texte. Bien entendu, assurez-vous de les rendre aussi gros que possible. Faites-leur prendre tout l'espace sur votre diapositive si vous le pouvez. Il ne sert à rien d'utiliser des éléments graphiques s'ils ont la grosseur d'un timbre-poste!

Voici une ressource intéressante pour des éléments graphiques du domaine financier à télécharger : <http://thefinancialbrand.com/56963/presentation-charts-graphs-banking-2016/>

Vidéo et son :

Vous devez expliquer une procédure, démontrer comment fonctionne une pièce d'équipement ou encore faire référence à une publicité radio produite pour votre entreprise ? Incluez ces types de fichiers à votre présentation.

Formats vidéo compatibles (les plus communs) :

PPT2003 à 2010 : AVI, MPG, MPEG, WMV

PPT2010 à 2016 : AVI, MPG, MPEG, WMV, SWF, MP4 & MOV si QuickTime Player est installé sur l'ordinateur.

Formats audio compatibles (les plus communs) :

PPT2003 à 2010 : MID, MIDI, MP3, WAV, WMA

PPT2013 et 2016: MID, MIDI, MP3, WAV, WMA, M4A, MP4

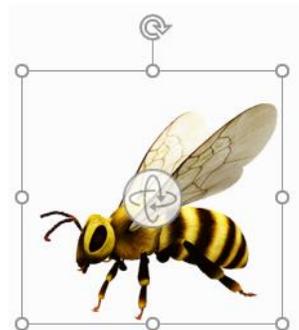
Encore une fois, si vous téléchargez des clips vidéo ou audio à partir d'Internet, assurez-vous de **vérifier les droits d'utilisation**. Au minimum, citez la source afin de donner le crédit aux auteurs.

Dans la section Ressources de mon site web (www.chabos.ca/ressources), vous trouverez un lien de téléchargement d'un aide-mémoire des formats de vidéo compatibles avec les différentes versions de PowerPoint créé par mon confrère Troy Chollar, de *TLC Creative Services*. C'est la version la plus actuelle présentement.

Modèles 3D :

Pour les utilisateurs de PowerPoint 2016, dans sa version abonnement O365, supporte maintenant l'utilisation de modèles 3D. Dans certains domaines, il peut s'avérer très utile de pouvoir montrer ce genre de modèle. Ils permettent des explications évolutives d'un modèle, d'une diapositive à une autre, en pivotant le modèle sous tous ses angles.

Format de fichiers actuellement pris en charge par PowerPoint : .fbx, .obj, .3mf, .ply, .stl, .glb.



Quelques sites où trouver des ressources 3D :

- Turbosquid.com
- Exchange3d.com
- Thefree3dmodels.com
- Dmi-3d.net
- Oyonale.com
- Nasa.gov

3. Remodelez le contenu

La fonction Idées de conception

Les utilisateurs de PowerPoint 2016, dans sa version abonnement O365, ont accès à une fonction Idées de conception. Dès que vous insérez une ou quelques photos sur une diapositive basée sur un des modèles proposés par Microsoft (incluant une présentation « Blanche »), un volet s'ouvre pour vous proposer des dispositions. Cette fonction évolue continuellement alors il est possible qu'elle devienne disponible pour un plus large éventail de modèles éventuellement.



C'est un moyen rapide et esthétique d'organiser du contenu visuel. Cette fonction vous propose des dispositions pour jusqu'à 4 photos sur une diapositive. La seule mise en garde : éviter de changer continuellement de disposition dans une même présentation. Choisissez de façon à créer une certaine homogénéité dans votre contenu.

3.4. Les animations

L'utilisation des animations devrait améliorer la compréhension, pas distraire votre auditoire du message que vous avez à transmettre. Ils ne devraient pas être concentrés sur quelle sera la prochaine animation « cool » mais bien sur votre message. Les transitions des diapositives devraient également être très subtiles...ou même sans aucune transition !

Les sons et les GIF animés sont généralement source de distraction ou d'irritation selon certaines personnes. Si vous devez vraiment les utiliser assurez-vous qu'ils n'entrent pas en compétition avec ce que VOUS dites. Tout bruit ou mouvement à l'écran sera une source de distraction; l'auditoire ne portera plus attention à votre message même si vous êtes le présentateur le plus talentueux au monde.

Avant d'animer quoi que ce soit, posez-vous la question : est-ce que cela rendra mon message ou mes propos plus clairs et faciles à comprendre? La réponse est oui? Alors utilisez-les. Des processus ou des graphiques complexes risquent toujours d'être mieux compris avec des animations.

4. Automatisez des tâches

Vous avez déjà créé une présentation en ajoutant des zones de texte, des titres et du contenu manuellement sur CHACUNE de vos diapositives? Si oui, alors il est temps de vous familiariser avec les différents « masques » de PowerPoint. Cette fonction permet d'automatiser au moins 90 % de vos tâches de mise en forme.

Masque des diapositives

Si vous prenez le temps de bien configurer votre masque des diapositives dès le départ, vous pourrez réduire énormément le temps que vous passez à concevoir vos présentations! Eh oui, je réitère qu'on peut automatiser au moins 90 % des tâches de conception de présentation, selon la complexité des éléments fréquemment utilisés.

On y accède par l'onglet **Affichage**, groupe **Affichage des présentations** puis le bouton **Masque des diapositives**.

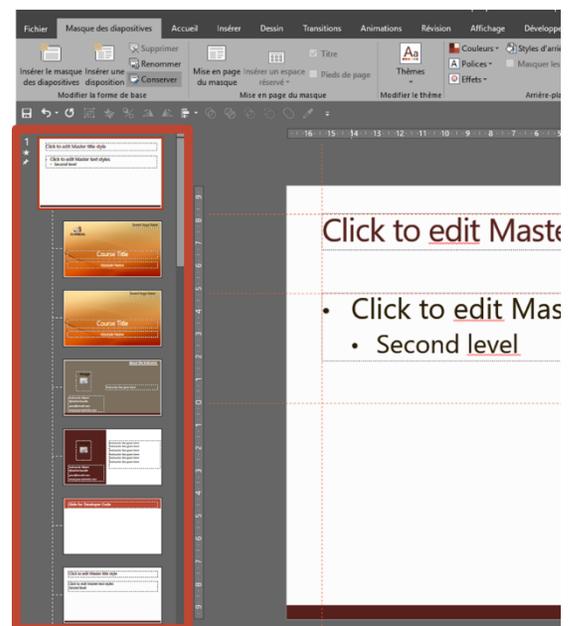
Pourquoi le Masque des diapositives?

Le Masque des diapositives vous permet de déterminer tous les aspects visuels de votre présentation :

- Position des titres.
- Position des zones de contenu et des éléments d'en-tête et de pied de page.
- Éléments graphiques présents sur chaque diapositive (ligne ou bande de couleur, forme, logo, etc.).
- Taille, type et alignement de la police de caractère.

En bref, tout ce qui touche l'aspect « esthétique » de votre présentation peut être déterminé par le masque des diapositives.

Note importante : Si vous insérez le contenu de votre présentation dans le masque des diapositives, il ne sera pas conservé une fois de retour en mode Normal. Vous devez penser au masque des diapositives comme une façon de déterminer « l'emballage » de votre présentation. 😊

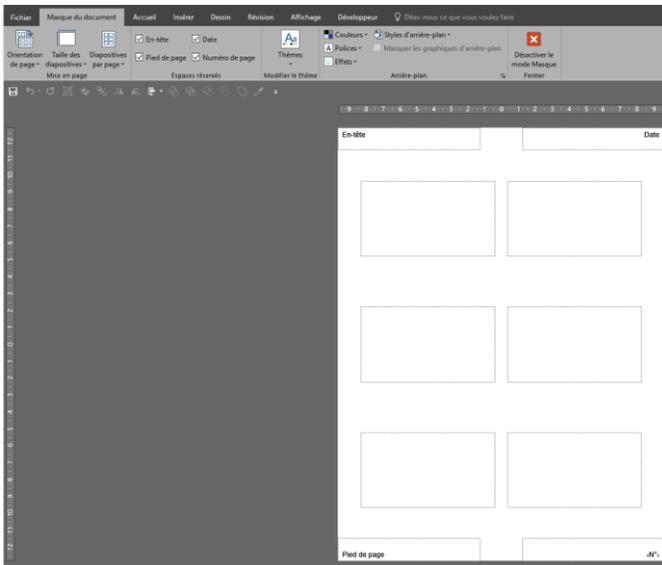


4. Automatisez des tâches

Masque du document

Si votre **Masque du document** est bien préparé, vous n'aurez pas besoin de créer un document d'accompagnement dans Word si ce que vous désirez produire ne comporte que les images des diapositives ou quelques lignes de notes.

Pour y accéder, on utilise l'onglet **Affichage**, puis on clique sur la fonction **Masque du document** dans le groupe **Modes Masque**.



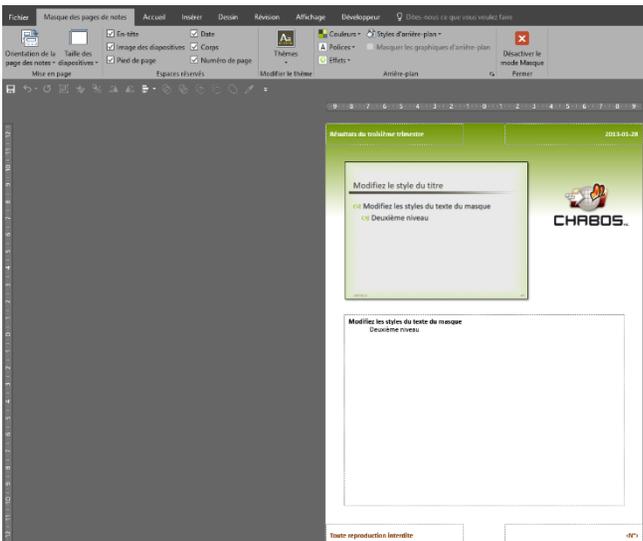
Ce masque vous permet de personnaliser la position, la taille et la couleur des textes pour vos en-tête et pied de page de document. Vous pouvez également y ajouter des éléments graphiques, tels logos ou images.

Il suffit de personnaliser selon le nombre de diapositives que vous désirez imprimer par page – choisir par le bouton **Diapositives par page**.

Masque des pages de notes

Le **Masque des pages de notes** peut être un outil très intéressant de mise en page

pour obtenir un document à remettre aux participants sans devoir préparer un fichier dans un autre logiciel (p. ex. Word). Non seulement il vous permet d'imprimer les miniatures de vos diapositives de présentation, mais il imprime également les commentaires ajoutés à chacune des diapositives.



Mise en garde : pour les présentateurs qui utilisent le **Mode présentateur** pour leurs propres notes, vous devrez prévoir deux versions de votre fichier PowerPoint – une pour vos notes, la deuxième pour produire votre document destiné aux participants. L'autre possibilité est de créer des diapositives masquées pour les besoins de vos participants, dans lesquelles vous mettrez le texte qui leur est destiné dans les notes.

Pour y accéder, on utilise l'onglet **Affichage**, puis on clique sur la fonction **Masque des pages de notes** dans le groupe **Modes Masque**.

5. Remodelez votre style de présentateur

Avez-vous déjà remarqué comment il était facile de communiquer lors d'une conversation avec des amis ou de la famille autour d'un café ou d'un repas ? On adapte facilement notre conversation, au gré des questions ou des commentaires des gens qui nous accompagnent.

De par sa conception, le logiciel PowerPoint semble vouloir nous forcer à présenter de façon linéaire ce qui n'est pas toujours efficace. Bien entendu, une présentation courte et bien structurée ne souffrira pas vraiment de cette linéarité, surtout si le message est clair et engageant. Mais pour les présentations plus longues ou plus techniques, quoi de plus frustrant pour un auditoire que de se faire répondre : « Retenez votre question, j'ai du matériel pour y répondre d'ici une dizaine de diapositives... » ! Également, peut-être vous est-il déjà arrivé de vous sentir prisonnier de votre présentation PowerPoint ? Ou encore, d'avoir un membre de l'auditoire qui, Oh ! Malheur, vous pose une question pour laquelle votre contenu se trouve... dans une autre présentation ?

Il y a aussi la situation tout aussi embarrassante où, malgré tous vos efforts de préparation pour vous adapter au public qui sera présent lors de votre présentation, vous réalisez qu'on vous a mal informé et votre contenu n'est plus du tout adapté. Cela vous rappelle de mauvais souvenirs ?

Les lecteurs de mon blogue, Présentations efficaces, ont eu droit à cette petite équation lors d'une de mes publications :

Interactivité = présentations efficaces + présentateur confiant

En effet, l'ajout d'interactivité lors de nos présentations peut nous aider à réduire grandement les situations embarrassantes tout en offrant un contenu beaucoup plus adapté à notre auditoire donc, des gens heureux d'avoir assisté à une présentation adaptée à **leurs besoins**. Il ne faut jamais oublier qu'avant tout, une présentation doit tenir compte des préoccupations des gens qui viennent y assister, pas les vôtres !

3. Remodeler le contenu

5.1 Une solution qui fait appel à votre mémoire

Certains présentateurs ont la chance d'avoir une mémoire phénoménale, ou encore un fichier de présentation suffisamment petit, et arrivent à retenir le numéro de chacune de leurs diapositives de contenu. Bien entendu, ils peuvent aussi imprimer le document de leur présentation avec les numéros de chacune des diapositives. Encore faut-il aimer faire le tour de notre imprimé pour trouver le contenu et le bon numéro de diapositive...

Dans un tel cas, il suffit de taper le chiffre de votre diapositive sur le clavier puis Entrée/Enter pour y arriver. C'est une façon assez simple de "naviguer" mais je crois que la gymnastique mentale devient très exigeante.



Quelques raccourcis clavier

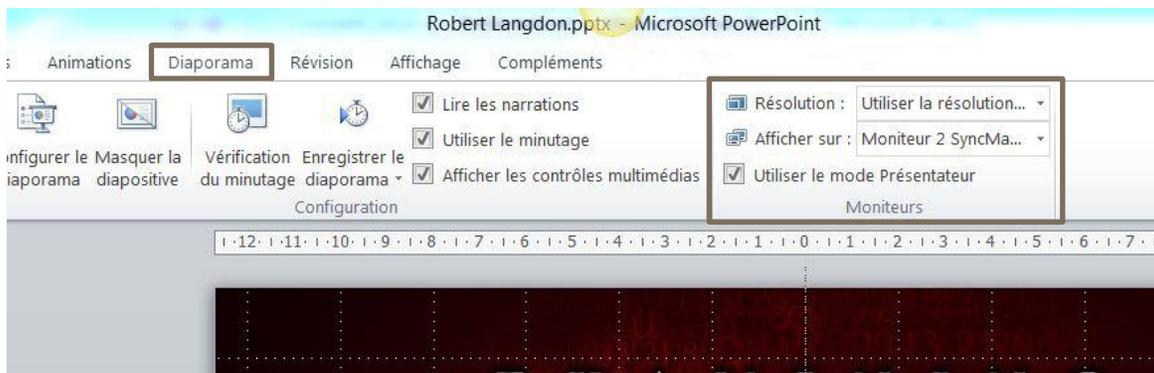
Fonction	Raccourci
Aide	F1
Copier	CTRL + « C »
Coller	CTRL + « V »
Couper	CTRL + « X »
Dupliquer (objet ou diapositive)	CTRL + « D »
Annuler une modification	CTRL + « Z »
Sélectionner tout (ex.: objets sur diapo)	CTRL + « A »
Démarrer diaporama de 1 ^{ère} diapo	F5
Démarrer diaporama diapo courante	Shift + F5
Fin du diaporama	Esc ou défiler après dernière diapo
Déplacer objet(s) sélectionné(s)	Utiliser les touches de flèches
Déplacer objet(s) microdéplacement	CTRL + flèche
Copier un élément sélectionné	CTRL + glisser
Copier un élément sélectionné et déplacer horizontalement ou verticalement	CTRL – Shift + glisser
Contraindre les proportions en redimensionnant	Shift + redimensionner

5.2 Un peu d'interactivité dans vos présentations grâce au Mode Présentateur

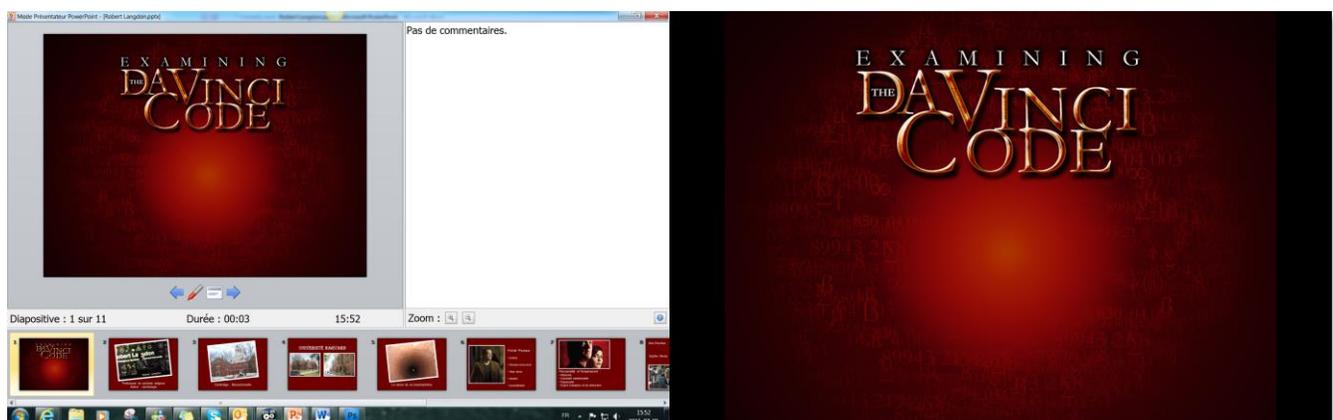
Le **Mode Présentateur** est une fonction de PowerPoint peu connue des utilisateurs. Elle vous donne accès à une nouvelle façon de présenter votre contenu dès que vous êtes en mode diaporama ET branché à un deuxième dispositif d'affichage (p. ex. projecteur ou deuxième moniteur).

Pour configurer ce mode de projection :

PowerPoint 2007/2010 : onglet Diaporama, dans le groupe Moniteurs on choisit sur quel dispositif on affichera le diaporama et on coche la case Utiliser le mode Présentateur. Les captures d'écran suivantes, valables autant pour PowerPoint 2007 que 2010, vous donneront un aperçu de ce qui se passe. Mon fils a eu la gentillesse de me permettre d'utiliser une de ses présentations scolaires pour la démo. Merci Alex... :-)



Lorsque l'on démarre de diaporama, voici ce qui s'affiche :



La portion de gauche correspond à ce que vous pourrez voir sur votre propre PC ou portable pendant la présentation et la portion de droite, ce qui sera projeté pour votre auditoire. Comme vous pouvez le constater, il devient facile de naviguer dans votre contenu !

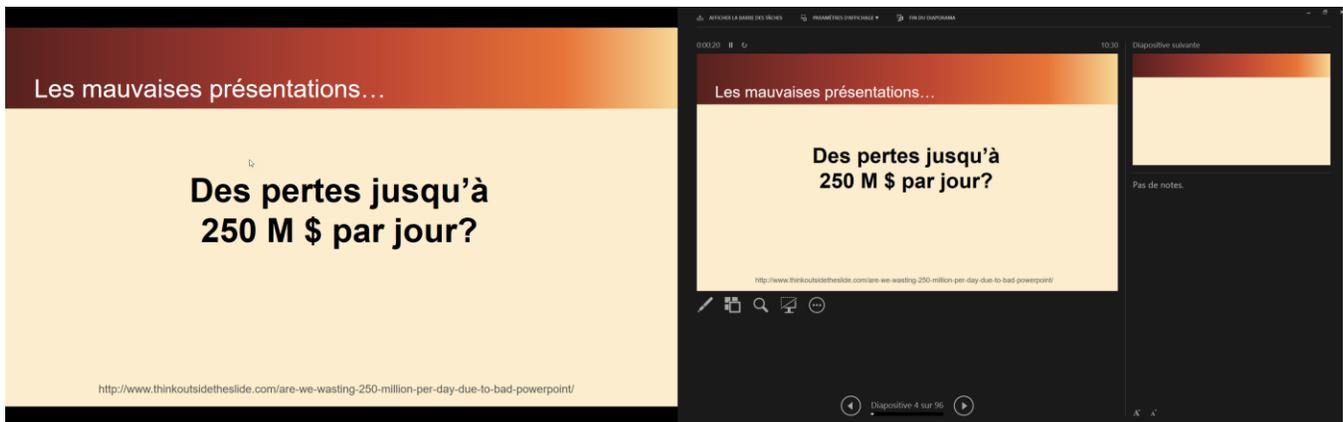
3. Remodeler le contenu

La diapositive sur laquelle vous êtes s'affiche en plus gros et, directement dessous, vous avez accès à des flèches pour avancer ou reculer, en plus de pouvoir utiliser le pointeur et d'autres options généralement retrouvées dans le menu contextuel du clic-droit lors du diaporama.

La zone de commentaires s'affiche à sa droite et vous pouvez ajuster la taille des caractères selon vos besoins. Avec cette option, ne serait-il pas temps de mettre vos listes à puces à la poubelle ? ;-)

Finalement, vous avez les miniatures dans le bas avec une barre de défilement qui vous permet de rechercher du matériel sans que votre auditoire en soit témoin. Dès que vous avez trouvé le contenu à afficher il suffit de cliquer sur la miniature. Voilà une excellente façon de personnaliser vos présentations aux besoins de votre auditoire !

PowerPoint 2013/2016 : La façon d'accéder au mode présentateur et les fonctions principales sont les mêmes dans ces plus récentes versions. C'est davantage l'aspect visuel qui a changé, comme l'image ci-dessous vous le montre.



L'interface est maintenant noire, ce qui est un réel avantage lorsqu'on présente, car on évite l'éblouissement créé par une interface pâle dans les lieux plus sombres.

Les miniatures de vos autres diapositives n'ont pas complètement disparu !

5. Remodelez votre style de présentateur

Elles sont maintenant accessibles par l'icône .

Ce qui vous donne encore plus de flexibilité pour vous déplacer :

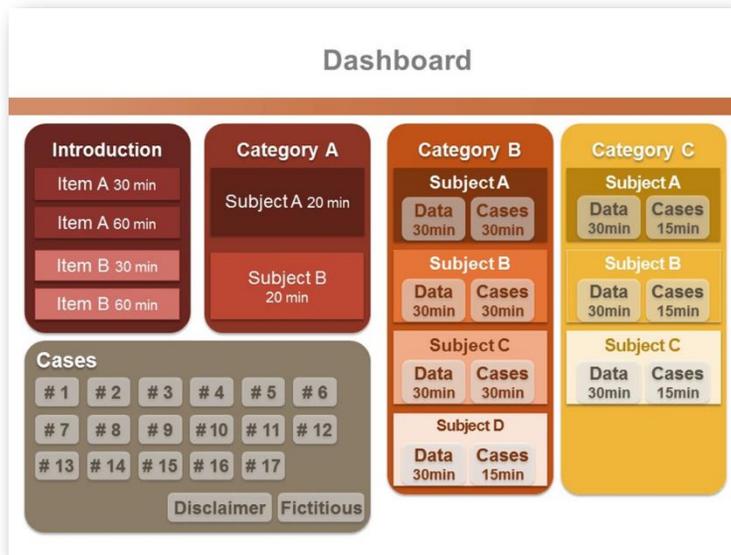


3. Remodeler le contenu

5.3 De l'interactivité grâce à des hyperliens

La première chose à faire pour arriver à concevoir une vraie présentation interactive ? Diviser votre contenu en sections afin de regrouper vos sujets similaires.

À titre d'exemples, voici une image d'un tableau de bord créé pour des médecins formateurs :



Chaque section comporte des boutons qui leur permettent de choisir le contenu à présenter. Et le contenu de chaque section comporte également des boutons ou images qui permettent de choisir quelles diapositives, ou quelle série de diapositives montrer.

Tout est basé sur le principe des hyperliens. Un peu comme ceux que l'on retrouve avec les boutons d'actions, disponibles dans les formes de PowerPoint.



Cette façon de structurer du contenu et d'y intégrer de l'interactivité permet de s'adapter aux besoins de notre auditoire.

PowerPoint possède des fonctionnalités d'hyperliens très pratiques qui nous permettent de configurer un menu de navigation. Cette solution est très efficace pour monter des présentations flexibles car les hyperliens peuvent être faits vers une autre diapositive de votre présentation, vers une autre présentation PowerPoint, un autre type de fichier (Excel, Word, PDF, etc.) et même vers un site web.

D'autres utilités pour du contenu interactif ?

Bien que les contenus destinés à de la formation soient très bien adaptés aux présentations PowerPoint interactives, certains de mes clients ont également adopté ce type de présentation pour d'autres besoins :

- Présentation des différents produits ou services d'une entreprise
- Tableau de bord donnant accès à tous les documents d'information d'une équipe de vente
- Présentation d'un plan d'affaires
- Etc.

Comme vous pouvez le constater, les présentations interactives peuvent s'adapter à une multitude de situations ou de domaines. Il suffit de faire travailler notre imagination !

6. Contenu bonus!

Raconter son histoire

Les gens se souviennent de choses auxquelles ils peuvent s'identifier. Pourquoi nous souvenons-nous des publicités à la radio ou à la télévision ? Parce qu'elles racontent une histoire. Un peu plus tôt, nous avons discuté de l'importance de la planification de votre message pour concevoir des présentations qui peuvent informer, inspirer et persuader. Afin d'atteindre cet objectif, utilisez des exemples de la vraie vie. Utilisez le principe du reportage photographique (*picture stories*).

Les reportages photographiques sont de courtes séquences linéaires de diapositives qui aident un présentateur à communiquer ses idées ou démontrer un point de façon visuelle. On peut les comparer à une bande-annonce au cinéma. Si vous tentiez de décrire verbalement un film, votre effort ne serait certainement pas aussi brillant que de donner la chance à quelqu'un de visionner quelques scènes du film. De la même manière, le reportage photographique donne à l'auditoire un rapide tour visuel du sujet, accompagné des détails donnés par le présentateur.

Les reportages photographiques comportent généralement moins de sept diapositives mais régulièrement pas plus d'une à trois. Chaque diapositive comporte une image ou un élément visuel significatif au sujet discuté et ajoute graduellement de l'information, tel chaque morceau d'un casse-tête. Ils suivent souvent des modèles différents adaptés à différentes situations : avant/après, progression d'une situation, comparatif, description de processus, etc.

Peu importe la situation que vous désirez illustrer, il est important de réfléchir au contexte de votre message. Peut-être que votre histoire pourra être illustrée d'une toute autre manière et c'est parfait ainsi. Il suffit de s'assurer que les diapositives utilisées vous permettent de raconter votre histoire de façon fluide et efficace.

Tenue par la confidentialité des dossiers de mes clients, je partage avec vous des exemples en anglais disponibles au grand public.

Soyez différent !

Osez être différent ! Évitez les listes à puces interminables ou les diapositives remplies de texte. Montrez des éléments visuels et raconter d'excellentes histoires.

Lorsque vous devez présenter des données assurez-vous de mettre de l'emphase uniquement sur les chiffres pertinents à **votre** histoire. Et pour être certain de laisser une impression durable, ajoutez des éléments visuels qui créeront une émotion, un appel à l'action.

Prenez un peu plus de temps pour rechercher des photographies qui pourront **montrer** ce que vous **dites**. Essayez de vous bâtir une bibliothèque corporative d'éléments visuels afin de sauver du temps à long terme.

N'oubliez pas que les présentations devraient être conçues pour créer de l'émotion et du changement. Si vous voulez informer, inspirer et persuader, devenez un « penseur visuel » !

Sources d'inspiration

- Télévision, magazines et films : regarder leurs éléments visuels de plus près.
- www.Slideshare.net

Bons outils et compléments à PowerPoint

- Interlink Electronics (télécommandes) :
(<https://www.smklink.com/collections/presentation-remote-controls>)
- Logitech : télécommande Spotlight

Contactez-nous pour plus de conseils sur la télécommande adaptée à vos besoins et types de salles où vous présentez.

6. Contenu bonus!

Prise de parole en public : 3 règles de base et 7 astuces

Glossophobie, un phénomène commun

Souffrez-vous de glossophobie? Mot peu connu pour un phénomène très répandu, la glossophobie est tout simplement la peur de parler en public. Si vous éprouvez de l'anxiété à l'idée de devoir vous exprimer devant un groupe, vous n'êtes pas seul, car cette peur touche jusqu'à 75 % des gens en Amérique du Nord.

Cela me rappelle mes propres débuts comme « oratrice ». Dès l'école primaire, le simple fait d'entendre mon enseignante prononcer les mots *présentation orale* suffisait à me faire ressentir un important malaise au creux de mon estomac. Inutile de préciser que le jour de la prestation venue, mon cœur battait à tout rompre, j'avais chaud, je bafouillais et la moindre réaction de mes camarades de classe réussissait à me faire rougir de timidité. Tant bien que mal, j'ai réussi à prendre un peu d'assurance au fil des années afin d'obtenir des résultats « corrects ».

Le point tournant pour moi s'est produit lors de ma deuxième année d'université. Étudiant au baccalauréat en biochimie, un de mes cours était en fait la préparation d'un séminaire. Cela signifiait que je devrais m'appropriier du contenu de recherche – c'était la partie facile! – pour ensuite présenter les résultats devant mes pairs dans une salle de classe de type auditorium qui contenait environ 100 personnes, et pendant 20 longues minutes. Horreur! Comment pourrai-je y arriver?

Règle # 1 : La préparation

Cette fameuse préparation de séminaire aura été le plus bel apprentissage de ma vie de la première règle de la prise de parole en public : **la préparation!** J'ai eu trois mois pour rechercher sur mon sujet, réduire les points de discussion à l'essentiel, préparer du visuel et pratiquer, pratiquer et encore pratiquer. En fait, pour la pratique je n'avais pas de mérite : quand on a trois crédits universitaires en jeu, on ne peut se permettre d'échouer! 😊

Les étapes d'une bonne préparation

a. Faites vos devoirs!

Il est important d'établir clairement quel est le message que vous devez passer à votre auditoire. Peu importe le type de discours ou de présentation, vous avez toujours un message principal qui doit être transmis à votre auditoire.

Vous devez rendre compte de l'avancement d'un projet? Réfléchissez aux éléments principaux qui doivent être mis de l'avant : les échéanciers sont respectés, vous rencontrez des défis et avez besoin de plus de temps, vous avez besoin de plus de budget pour pallier des imprévus, etc.

Vous devez former des employés à une tâche particulière? Faites-leur comprendre pourquoi cette formation est importante pour EUX : éviter les blessures, accomplir la tâche en moins de temps, etc.

Vous devez vendre vos produits à un nouveau client? Vous devez connaître les défis ou les problèmes de ce client afin de démontrer comment vos produits leur rendront la vie plus facile, ou régleront leurs problèmes courants.

b. Connaissez votre auditoire

Bien connaître le type de personnes qui seront présentes est primordial pour vous assurer de réussir à les convaincre ou les rallier à votre cause. Idéalement, tentez de savoir quels sont les défis ou les préoccupations des gens qui seront présents.

Vous présentez devant un comité d'exécutifs? Soyez concis et bref! Ces gens se présentent généralement à de multiples réunions au cours d'une même journée et leur niveau d'écoute pourrait être très bas. Rentrez dans le vif du sujet dès le départ et exposez vos conclusions ou vos demandes clairement.

Vous participez à une conférence où plusieurs conférenciers seront présents? Informez-vous des différents sujets qui seront traités et vérifiez quels types de participants seront présents. Cela vous permettra d'adapter votre discours aux besoins des participants tout en ayant une idée de ce qu'ils ont entendu avant vous, ou entendront après vous.

Vous devez annoncer une mauvaise nouvelle à des employés? Cette situation est très souvent source de malaise. Plutôt que de tenter la voie du détachement, prenez conscience des inconvénients qui seront vécus suite à votre annonce afin de démontrer de l'empathie. Préparez-vous aux différentes questions ou aux objections qui peuvent surgir pendant votre prestation (relocalisation, retraite anticipée, formation, etc.) afin d'éviter d'être pris au dépourvu.

c. La durée de votre discours/présentation

En tant que conférencier, formateur, expert ou dirigeant d'entreprise, il arrive trop souvent que notre passion prenne le dessus! On croit que TOUT est important et il devient difficile de choisir quels éléments présenter... avec le résultat malheureux que l'auditoire devienne essoufflé à force de tenter d'absorber autant de contenu, ou perd complètement l'intérêt à cause de détails qui ne sont pas importants à leurs yeux.

Règle d'or :

Vous êtes seul : préparez du contenu pour 75 % du temps alloué

Vous êtes plusieurs à présenter : préparez du contenu pour 50 % du temps alloué

6. Contenu bonus!

Si vous avez moins de contenu que le temps alloué, vous aurez davantage la possibilité d'interagir avec votre auditoire. Les interactions sont bien plus mémorables que les monologues! Préparer du contenu pour 50 % du temps alloué lors d'un événement multiconférienciers vous permettra de vous adapter plus calmement, si on vous demande de couper 15 minutes à votre prestation à cause des retards. Terminer dans les temps, ou même un peu d'avance est un signe de respect envers votre auditoire et le temps qu'ils vous consacrent. 😊

Règle # 2 : Analyser votre contenu et développer votre message

Prenez le temps d'analyser votre contenu afin d'organiser et de grouper vos idées. Établissez vos priorités entre « à savoir » et « information intéressante ». Si vous avez de la difficulté à mettre de côté une « information intéressante », vous pouvez prévoir du contenu supplémentaire qui pourra être transmis si on vous questionne à ce sujet. Cette analyse vous permettra également de mettre l'accent sur le message que vous désirez transmettre en plus de vous aider à trouver une histoire qui vous permettra de le transmettre efficacement.

Plusieurs personnes sautent cette étape en pensant économiser du temps. Au contraire, une analyse adéquate et une bonne planification dès le début vous permettront d'économiser davantage de temps et d'argent à long terme, car vous ne devrez pas recommencer votre travail.

Règle d'or : Racontez votre histoire!

Une présentation persuasive tourne autour des préoccupations de votre auditoire, pas les vôtres ni celles se rapportant à votre ordre du jour. Les gens se souviennent de choses auxquelles ils peuvent s'identifier. Pourquoi nous souvenons-nous des publicités à la radio ou à la télévision? Parce qu'elles racontent une histoire.

Certains croiront que leur sujet ne s'y prête pas. Je leur réponds ceci : il y a toujours moyen de raccrocher une histoire, une anecdote ou un fait vécu, peu importe la complexité du sujet. Que l'on parle de technologies, de fiscalité, ou de sciences, il y a toujours moyen de faire un rapprochement avec l'impact qu'ils ont sur l'être humain. Et si vous planifiez en plus des éléments visuels pour vous accompagner (images, objets, vidéos, démonstrations), vous aurez un impact durable sur votre auditoire. D'ailleurs, c'est en soulignant l'histoire derrière le sujet de recherche de mon séminaire que j'ai réussi à garder l'intérêt de mes pairs. Et pour les éléments visuels? Au risque de trahir mon âge, disons que j'ai eu beaucoup d'heures de travail à faire des dessins illustrant les recherches sur des acétates... 😊

Règle # 3 : Laissez votre ego de côté et pratiquez!

Notre fameux ego! Il est notre pire ennemi quand vient le temps de parler en public, car il est responsable de nos peurs : **d'être jugé, de faire des erreurs, d'oublier notre discours**. Voici les raisons pour lesquelles vous pouvez dompter ces peurs.

- **Peur d'être jugé** : Les gens qui assistent à un discours ou à une présentation sont, en général, déjà sympathiques à votre cause, à moins d'être le messenger de mauvaises nouvelles, bien entendu! De plus, l'être humain étant très égocentrique, il est davantage préoccupé par lui-même et ses problèmes, pas à trouver vos 1001 défauts.
- **Peur de faire des erreurs** : La possibilité de faire des erreurs vous rend plus humain, authentique et accessible aux yeux des gens qui vous écoutent. À titre d'exemple, j'ai offert mon expertise lors d'un événement-bénéfice où il y avait plusieurs conférenciers connus. Pendant sa prestation, l'un des conférenciers a complètement perdu le fil de son texte! Voyant qu'il ne pouvait se rattraper rapidement, il a lâché prise et tout simplement dit aux gens dans la salle qu'il devait leur avouer quelque chose : il avait été tellement préoccupé par sa performance (notre ego!) qu'il avait complètement oublié la raison d'être de sa prestation, soit de faire une différence dans leur vie et de les inspirer. Bien qu'il fût très déçu à sa sortie de scène, je peux vous assurer hors de tout doute que son authenticité face à l'auditoire aura eu un impact durable.
- **Peur d'oublier notre discours** : Chacun de nous déteste oublier des éléments de son discours, mais, en fin de compte, qui d'autre que vous peut vraiment le savoir? Vous êtes la seule personne à connaître tous les détails de votre contenu. Mais si vous prenez assez de temps pour pratiquer, ajuster et encore pratiquer votre discours, vous réduirez grandement votre crainte d'oublier des détails et serez beaucoup plus naturel.

Certains croient qu'il faut un talent naturel pour être un bon orateur, ce qui est faux! À titre d'exemple, Steve Jobs, admiré par plusieurs pour ses talents d'orateur et sa capacité à inspirer l'engouement des foules pour ses produits n'avait rien d'un présentateur hors pair à ses débuts. Mais c'était un travailleur acharné et un passionné. Il préparait chacune de ses présentations des semaines d'avance. Et la semaine précédant sa prestation, il était en répétition dans la salle où le lancement était prévu.

Bien entendu, nous n'avons pas toujours le loisir d'avoir autant de temps pour préparer un exposé, ou d'avoir toute une équipe technique pour nous soutenir, mais si vous voulez vous démarquer et faire une différence à chacune de vos prestations, vous devez prévoir du temps pour pratiquer.

Soyez passionné, maîtrisez votre message et pensez à privilégier les interactions avec votre auditoire pour qu'ils se souviennent de vous. Et surtout, respectez votre auditoire en livrant votre contenu dans le temps prévu.

6. Contenu bonus!

7 Astuces pour réduire les effets indésirables du trac

Bien que je sois convaincue que l'application des trois règles précédentes vous aidera à réduire grandement votre niveau de trac avant une présentation, voici des astuces simples et pratiques pour vous aider davantage à contrôler la nervosité.

1) Pendant la préparation de votre discours, préparez-vous au pire :

Vous utiliserez des diapositives? Soyez prêt si la technologie vous fait défaut. Assurez-vous d'avoir un deuxième équipement de projection, un imprimé de vos diapositives, etc. Un exemple récent à cet effet est la déconfiture du directeur de film Michael Bay lors de sa prestation au *Consumer Electronic Show (CES) 2014* de Las Vegas. Il devait parler d'un nouveau téléviseur Samsung lorsqu'un pépin est survenu avec le téléprompteur. M. Bay n'a pu se rattraper et a décidé de quitter la scène. Si vous n'avez pas vu cet incident, prenez une minute pour visionner la vidéo ici : <http://www.youtube.com/watch?v=tqRyzTvNKE>



2) Arrivez tôt à l'événement pour vous familiariser avec les lieux :

Ce qu'on connaît nous fait moins peur. Si vous prenez le temps de faire le tour de la salle afin de vous approprier votre espace et où sont les équipements que vous utiliserez, vous pourrez réduire votre niveau de stress. De plus, arriver d'avance vous permettra de demander des changements à la disposition de votre espace si quelque chose vous met mal à l'aise. Ne vous laissez pas imposer quelque chose qui ne vous convient pas! Bien que les techniciens soient des spécialistes dans leur domaine, c'est vous qui serez sur scène pour une prestation. Prenez le temps de vérifier avec eux ce qui peut être fait pour vous accommoder.

3) Rappelez-vous que « ce n'est pas à propos de vous » :

Vous n'êtes que le moyen de transmission d'un contenu, sous forme de discours, de conférence ou de formation, destiné à engager votre auditoire afin qu'il soit inspiré à passer à l'action, ou à changer sa façon de voir les choses. Si vous prenez le temps de réaliser que votre prestation **a tout à voir avec votre auditoire**, vous réussirez à enlever de la pression sur vos épaules. Pensez davantage à la valeur et au message que vous leur transmettez pour oublier votre ego.

4) Prenez le temps d'accueillir les gens dans la salle :

Le fait de prendre le temps de socialiser avec les gens qui arrivent dans la salle peut vous permettre de vous concentrer sur des relations humaines intéressantes, plutôt que sur votre propre stress. Cette étape peut aussi vous permettre d'en apprendre davantage sur les gens qui seront présents, ce qui s'avère précieux pour être en mesure de vous adapter aux différents types de personnalité des personnes qui seront devant vous.

5) Avant votre entrée sur scène, faites un exercice de respiration de relaxation :

Il est parfois difficile de ralentir notre petite voix intérieure lorsqu'on est stressé. Nous avons tous nos moments où cette charmante petite voix nous dit : « Qui es-tu pour prétendre te présenter devant eux? », « Est-ce que je serai à la hauteur? Ces gens sont tellement plus compétents que moi! », « Je suis certain que je vais oublier la moitié de mon texte... », « Qu'est-ce que les gens penseront de moi? », etc. Cela vous dit quelque chose? ☺

Une façon rapide et efficace de faire taire tout ce bavardage négatif est un exercice de respiration. Le fait d'avoir à nous concentrer sur un patron respiratoire précis nous force à vider notre esprit et à nous recentrer sur **l'objectif ultime** de notre présentation : **notre message et la valeur que notre auditoire doit en tirer** pour passer à l'action.

Pour ma part, l'exercice que je préfère est **la respiration carrée**. La méthode est fort simple :

- Inspiration abdominale par le nez pendant 3 – 4 secondes
- Retenir le souffle pendant 3 – 4 secondes
- Expiration par la bouche pendant 3 – 4 secondes
- Retenir la respiration pendant 3 – 4 secondes
- Répéter jusqu'à ce que vous sentiez le retour d'un état plus calme.

6. Contenu bonus!

6) Avant votre entrée sur scène, prenez 2 minutes pour modifier votre posture :

J'aime beaucoup les idées partagées lors des conférences TED et TEDx et c'est le visionnement de l'une de ces conférences que je vous partage. Amy Cuddy, une psychologue sociale, nous démontre que notre posture peut avoir un effet sur notre confiance. Le fait de prendre une « pose puissance » juste avant notre prestation aura un effet bénéfique sur notre performance, même lorsque notre niveau de confiance n'est pas à son meilleur. Plutôt que de vous décrire le tout avec des mots, je vous invite à prendre une vingtaine de minutes pour regarder sa conférence TED afin de vous en inspirer. TED Talks : <http://youtu.be/Ks-Mh1QhMc>

Alors, avant votre prochaine présentation, prenez la pose!



7) Pendant votre prestation, profitez du pouvoir de la pause :

Qui a dit qu'il était interdit de faire des pauses pendant notre prestation? Le fait d'essayer de sprinter du début à la fin de votre discours ne peut qu'augmenter votre niveau de stress. Prendre le temps de faire des pauses comporte plusieurs avantages pour vous et votre auditoire. Elles aident à :

- Faire comprendre votre message;
- Transmettre l'émotion;
- Contrôler le rythme de votre discours;
- Respirer! Ce qui est votre petite pause santé;
- Garder l'intérêt de votre auditoire en leur permettant de réfléchir;
- Réduire les interjections inutiles. Vous savez, les « Heu », « Hum » et « OK »?
- Garder votre cerveau au même pas que votre bouche.

Je vous invite à lire mon article, inspiré de mon confrère Andrew Dlugan, pour apprendre 12 types de pauses qui peuvent faire une grande différence lors de votre prestation :

<http://presentationsefficaces.blogspot.ca/2012/09/les-12-types-de-pauses-qui-ameliorent.html>.

En conclusion...

Bien qu'il existe des centaines de trucs et astuces pour vous aider à mieux performer lors de la prise de parole en public, je vous laisse avec le message suivant :

Votre **meilleur atout** lorsque vous prenez la parole en public : **c'est vous!**

Apprenez à avoir confiance en votre potentiel et surtout, restez vous-même. L'auditoire ne s'attend pas à un présentateur parfait et inaccessible, mais à quelqu'un d'humain qui sera à l'écoute de ses besoins et préoccupations.

Respectez votre auditoire en vous préparant adéquatement et en leur offrant de la valeur puis, une fois devant eux, amusez-vous et pensez à la différence que vous pourrez faire dans la vie de quelques-uns d'entre eux... ou même, peut-être tous!

Quelques références et sources d'inspirations qui pourront vous aider :

Article de Forbes : [11 Presentation Lessons You Can Still Learn From Steve Jobs](#)

Article de Fast Company: [Scared of public speaking? 3 quick tips to conquer your fear](#)

Articles de Garr Reynolds, Presentation Zen
[Perfectly imperfect & the art of making a connection](#)

[Ben Zander on performance and transformation](#)

Sources d'inspiration sur SlideShare :
<http://fr.slideshare.net/duarte/slide-share-inddexport05>



Et maintenant?

Vous avez maintenant une bonne base pour vous assurer de revoir vos présentations afin d'obtenir de meilleurs résultats lors de vos prochaines présentations.

Besoin de savoir si vous êtes sur la bonne voie ? Je vous invite à profiter de notre offre de consultation gratuite de 30 minutes, sans obligation de votre part. C'est par ici : <https://www.chabos.ca/votre-consultation-gratuite-de-30-minutes/>

Qui sommes-nous ?



Chantal Bossé

Présidente
Experte en communications visuelles

Chantal Bossé est auteure, blogueuse, formatrice et spécialiste en présentations et communications visuelles depuis plus de 20 ans.

Depuis 2013, elle est l'une des 13 personnes en Amérique du Nord à avoir reçu la reconnaissance Microsoft® PowerPoint MVP (Most Valuable Professional) dont la première et seule femme francophone.

Issue du milieu scientifique puis des télécommunications, Chantal s'est lancée en affaires avec CHABOS en 2004 afin de partager sa passion des communications visuelles.

Au cours des dernières années, Chantal a été oratrice lors de nombreux événements (LinkedQuébec, groupe MSDevMontréal...) ainsi que divers webinaires internationaux. Elle fait également partie du comité des conférenciers pour TEDxQuébec depuis maintenant 4 ans où elle aide les conférenciers à structurer leur contenu, penser "visuellement" et mettre en valeur leur message à l'auditoire. Elle aide aussi les gens découvrir la méthode du Pecha Kucha pour améliorer leurs compétences en présentation et prise de parole en public.



Patrice Perras

Vice-président
Directeur technologique, réseautique et audiovisuel

Utilisateur et spécialiste en équipements informatiques « PC » depuis 1990, Patrice a décidé de développer ses compétences au niveau des équipements et solutions destinées aux présentations visuelles.

Depuis octobre 2014, il est l'un des deux techniciens du Presentation Summit aux Etats-Unis, référence en matière de l'art de présenter devant un auditoire.

Il y a de plus obtenu le titre de « speaker coach » pour aider les orateurs à se surpasser devant un auditoire.

En 2010, Patrice a été associé à un groupe de recherche en neuroscience d'une université de Montréal. L'objectif consistait à valider le fait que certaines méthodes d'enseignement augmenteraient la rétention des informations chez les étudiants.

Grâce à ses formations et ses recherches, il applique aujourd'hui la neuroscience aux présentations en public. Cette méthode lui permet d'accompagner les orateurs utilisant des supports visuels et de les aider à comprendre les différentes réactions de leur public. Ils peuvent ainsi maximiser la compréhension et l'efficacité pédagogique de leur discours et présentation en transmettant mieux leur message.

Quelques témoignages LinkedIn



Josée Blaquière MSOD

Certified CTT Consultant chez Barrett Values Centre

“ Chantal a été une personne ressource exceptionnelle pour m'appuyer dans la conception de présentation power point efficaces, imagées et adaptées à mes besoins. Et de plus, elle offre un service client incomparable ! je la recommande chaudement !

April 26, 2015, Josée was Chantal's client



Diane Daigneault

Administrateur, copropriétaire TOUT VOIR productions

“ Extrêmement efficace, c'est ce qui me vient à l'esprit pour décrire Chantal. J'ai recruté Chantal Bossé pour concevoir et produire une formation intégrant, narration et musique, pour notre cliente la Garde Côtière Auxiliaire du Québec. Chantal a rempli le mandat de façon exemplaire. Je recommande vivement Chantal pour des présentations et outils de communications... [more](#)

March 27, 2015, Diane was Chantal's client



Hélène Boissonneault

Inspiratrice et semeuse de bonheur, conférencière, auteure

“ Une seule formation avec Chantal et j'ai amélioré ma façon de faire des présentations. Chantal est une femme de coeur et de passion qui sait nous guider simplement et efficacement afin d'améliorer nos présentations et de faire un succès de nos conférences/formations.

January 29, 2015, Hélène was Chantal's client



Maude Danis Coulombe

Conseillère à la formation aux entreprises

“ Être présentatrice dans une soirée Pecha Kucha, c'est à la fois extrêmement exigeant et stressant! Chantal, par son calme, son authenticité et par la qualité de ses interventions a été une personne ressource hors pair, un filet de sécurité que tout présentateur rêve d'avoir! Merci Chantal!

April 22, 2014, Maude was with another company when working with Chantal at CHABOS inc.



Ghita Baja

Apprentice Engineer at Airbus Defence and Space

“ I have had the pleasure and honour to work with Chantal. I ve learned a lot thanks to her, improving my confidence with visual communication tools adapted to my own style and I enjoyed doing it. She is a brave woman whose courage and faith, I strongly admire.

March 29, 2014, Ghita was Chantal's client

Quelques témoignages de conférenciers TEDxQuébec

Earle G. Hall, Conférencier TEDxQuébec 2015

« TEDx est une famille virtuelle de neurones qui stimulent l'information, l'introspection et l'innovation. Ce mouvement révolutionnaire est soutenu par un réseau quasi invisible de personnes qui coach, mentor et guide les conférenciers vers la méthodologie TED. Ayant énormément d'expérience comme conférencier et interlocuteur publique, je me demandais ce qu'un coach TEDx pourrait m'apporter. Les coach TEDx sont indispensables pour la réussite de cette formule très unique de présentation, brassage d'idées et livraison d'un contenu inspirant. Les coaches maîtrisent le contenu TEDx et les éléments critiques de timing, d'attention et de flow. Dans mon cas, je n'ai pas pu avoir un coach plus performant, attentionné et inspirant.

Chantal Bossé possédait plusieurs outils très avant-gardistes pour me guider vers une performance TEDx. Sa méthode de coaching me laissait place à embrasser le changement de méthode, laisser derrière mes vieux plis et habitudes. Ses techniques de renforcement positif m'ont beaucoup aidé à ne pas perdre confiance pendant le processus de transformation méthodologique et grâce à elle, j'ai réussi à m'adapter à une formule gagnante de TED.

Chantal a un flair et une audace pour la présentation visuelle. Elle ose ajouter du visuel, ce qui est rare dans un formule TED. Sa maîtrise des messages visuels a aidé énormément à ajouter du punch et du poids à ma conférence, car elle m'encourageait à oser. Ses conseils et son expertise en présentation visuelle étaient très précieux. Chantal est une coache de classe mondiale. Elle maîtrise ses méthodologies et elle guide avec un doux encouragement qui laisse toujours une marque de réussite. J'ai adoré être coaché par Chantal et j'ai retiré beaucoup de mon expérience de préparation TEDx grâce à elle. »

Kharoll-Ann Souffrant, Conférencière TEDxQuébec 2015

« J'ai eu l'occasion de travailler avec Chantal Bossé dans le cadre de TEDxQUÉbec 2015 pour ma conférence « Le rétablissement en santé mentale, c'est possible ! » Ayant très peu d'expérience de conférencière, j'ai grandement apprécié être guidée tout au long de ma présentation. Cela m'a énormément rassurée considérant la notoriété des conférences TEDx. Lorsque j'ai débuté le processus, j'avais une idée très claire du message que je voulais livrer mais pas d'idées précises de mon visuel. Chantal m'a aidée à trouver des images qui allaient être porteuses de sens mais en plus, m'a aidé à les présenter d'une façon qui allait frapper beaucoup plus fort et avoir plus d'impact. Petit à petit, la conférence a pris forme pour en arriver à un produit final et j'ai été très satisfaite du résultat et de notre collaboration. Au-delà de cette conférence, je me suis sentie respectée et épaulée dans ce processus comme une amie ou un parent le ferait. Chantal Bossé est une personne humaine avec qui il fait plaisir de travailler. J'ai beaucoup appris avec elle et je la recommande à tous considérant son expérience considérable en présentations visuelles ».