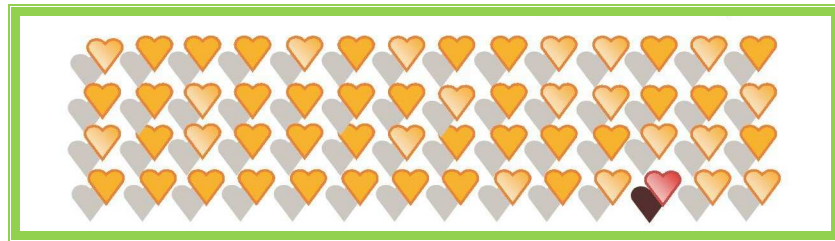


Lalli* *Presentation Seminars*

and your presentation will make a difference!

Presentation Essentials



Etudiants & Jeunes Professionnels *

Bienvenue! *



Dans cette brochure, j'ai listé quelques conseils précieux qui vous aideront à faire une véritable différence avec votre présentation professionnelle. Je me réjouis d'un séminaire, training ou coaching d'approfondissement avec vous et vous souhaite une agréable lecture.

DR. ROBERTO LALLI DELLE MALEBRANCHE

L a l l i * Executive Coaching

L'essentiel de la présentation pour les étudiants et les jeunes professionnels *

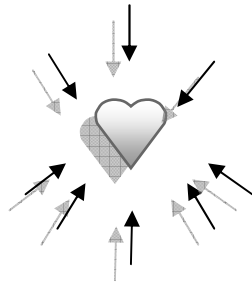
« L'important n'est pas d'être ceci ou cela, mais d'être nous-mêmes ».

Søren Kierkegaard

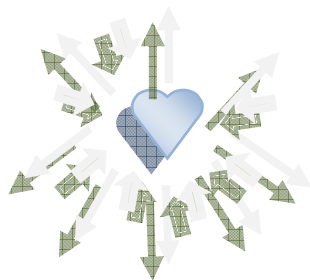
Ce qui distingue un jeune d'une personne âgée est surtout son énergie et sa franchise. Lorsque nous sommes jeunes, nous avons les deux en grande quantité. C'est la bonne nouvelle. La mauvaise c'est que nous utilisons de manière peu ciblée cette énergie et cette franchise sans focus, parce qu'en fait au début de notre vie nous ne savons pas encore exactement qui nous sommes et à quoi nous tenons.

Quel rapport cela a-t-il avec l'art de la présentation? Quand nous sommes seuls face à un public que nous présentons quelque chose, nous nous présentons toujours aussi nous-mêmes. Et par chaque mouvement de notre corps, chaque nuance de la voix et chaque interprétation, nous révélons beaucoup de nous-mêmes et de notre mode de percevoir la réalité. C'est une des raisons principales de notre peur de présenter: notre « nudité émotionnelle » face aux autres, à un âge où nous sommes en recherche de sens et plus que jamais vulnérables. Pour vaincre cette peur, il ne faut pas la fuir mais l'affronter et avoir le courage de se développer personnellement et d'accepter les défis.

L'amour propre serait une bonne base de départ pour pouvoir éprouver de l'amour pour le sujet et le public, mais il en manque à la plupart d'entre nous. En fait, généralement nous sommes plus critiques que quiconque envers nous-mêmes, et notre peur de l'échec vient surtout de la crainte de ne pas être à la hauteur de notre propre ambition. Quand nous sommes alors au centre de l'attention, nous ne considérons pas cela comme une chance pour l'échange et la croissance réciproque mais plutôt comme une menace.

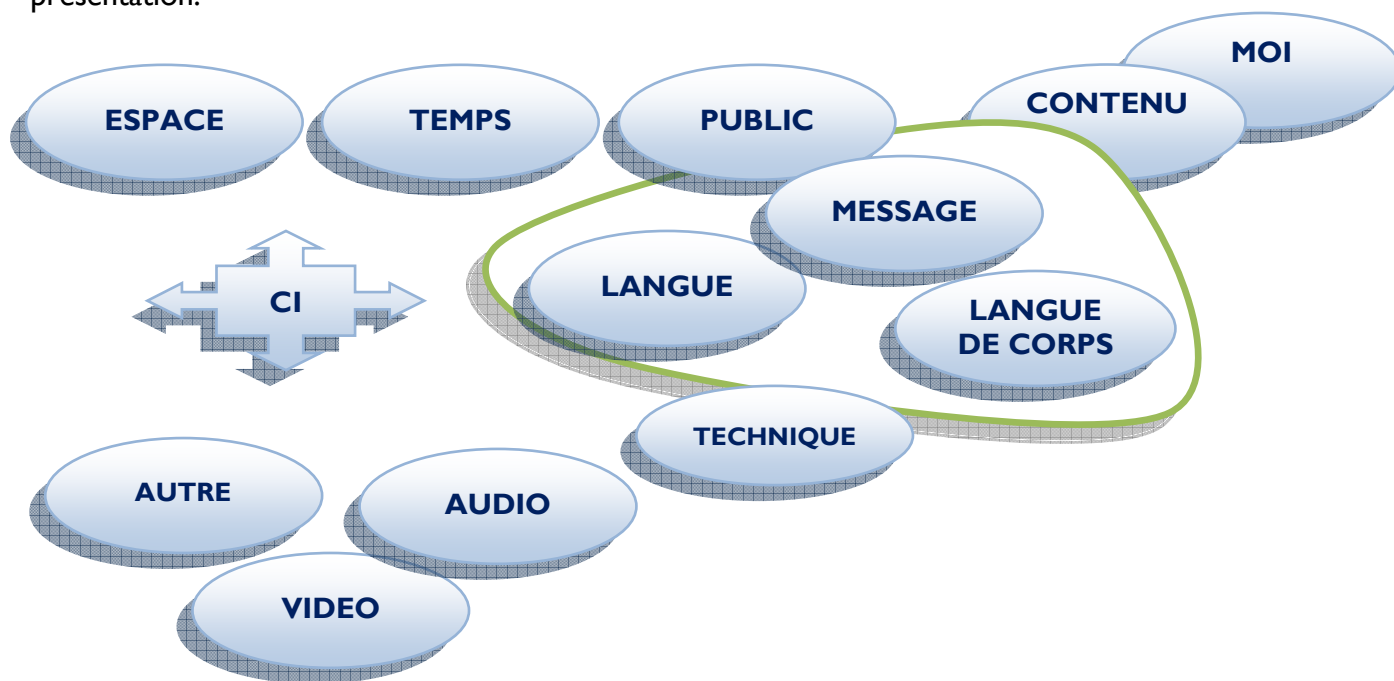


En conséquence, nous débitons notre présentation aussi vite que possible et sommes contents quand elle est enfin finie et nous pouvons de nouveau nous fondre dans la masse. Si nous étions conscients de notre unicité et - simultanément - de notre lien avec tous les autres êtres vivants, nous vivrions et présenterions tout à fait différemment.

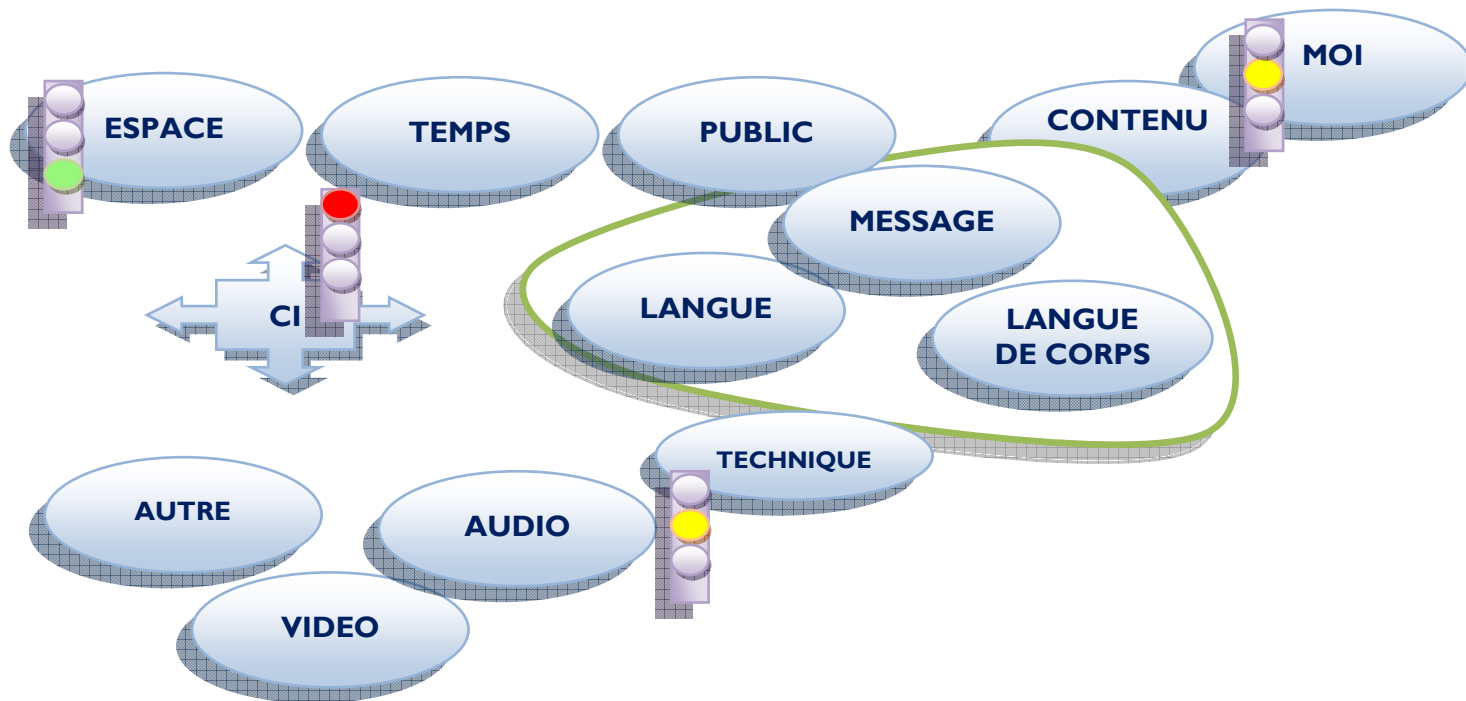


Alors, nous serions convaincus de ce que nous voulons donner aux autres tout en restant ouverts à la perception de la réalité d'autrui. Cela s'exprimerait à niveau non verbal par une attitude pleine d'assurance et une maîtrise positive de l'espace, au niveau linguistique par l'emploi de « nous » au lieu de « on » et au niveau du contenu par un fil rouge, qui prend sa source dans des interprétations personnelles et courageuses du sujet, c'est à dire de notre « réalité ».

Vous vous demandez probablement maintenant comment y parvenir. La réponse réside dans des améliorations à plusieurs niveaux . Considérons donc d'abord les aspects importants de votre présentation:



Imaginez maintenant un feu de circulation qui vous indique dans quelle mesure vous êtes satisfaits de vous mêmes et comment vous maîtrisez les défis liés à chaque dimension :



Qu'indiquent vos feux en ce moment? Vert, jaune ou rouge? Votre tâche de développement consiste à mettre peu à peu tous les feux au vert. Cela pourra durer des semaines, des mois ou des années mais vous êtes jeunes et vous avez encore beaucoup de temps pour vous amuser et devenir vous-mêmes.

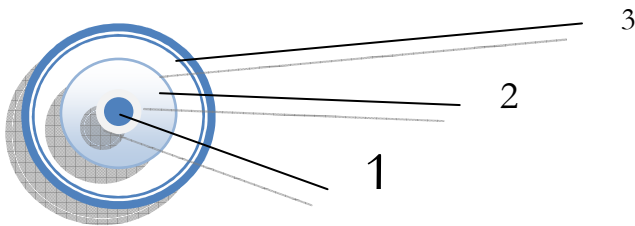
Et ici encore quelques conseils pour les différentes dimensions:

L' ESPACE dans lequel vous faites un discours devrait vous être familier. Visitez-le à l'avance. Cela a deux avantages: d'un côté, vous pouvez visuellement anticiper votre discours couronné de succès, de l'autre, vous pouvez imaginer comment maîtriser l'espace. Vous faites cela comme une « pop star » rien que par vos positions dans l'espace. Faites participer en permanence de manière ciblée (toutes les) parties du public.

C'est pourquoi vous devez être aussi indépendants que possible de vos diapos et de votre ordinateur portable pendant votre exposé.

TEMPS : La plupart des présentations sont - beaucoup trop - longues. Votre présentation ne devrait pas durer plus de 40 minutes. *Pecha Kucha*, le format de présentation apparu à Tokyo, est un bon exercice à cet égard: vingt diapos avec un réglage fixe de 20 secondes par diapo (ou mieux, par photographie car le *Pecha Kucha* comporte très peu de texte), donne une durée totale de conférence de 6 minutes 40. Faites l'essai et utilisez peu de phrases mais des phrases convaincantes.

CONTENU : La qualité de votre « message » au public (un seul s'il vous plaît !), dépend en grande partie de sa clarté pour vous-mêmes. Que voulez-vous dire exactement à votre public? Comment votre message doit-il agir sur lui? Et pourquoi ce que vous voulez dire et montrer devrait être important pour nous ? (« So what? ») Si le « Cœur » de votre présentation est clair, vous pouvez vraiment tenir votre discours en deux minutes (« Pitch d'ascenseur ») ou en 40. Dans votre plan, partez de la cible, pensez d'abord à ce qui fait l'essentiel du message (1), puis à ce qui est important parce que cela éclaire le cœur du message (2), puis à ce qui aide à la compréhension du contenu de l'exposé et qui peut être omis au besoin(3).



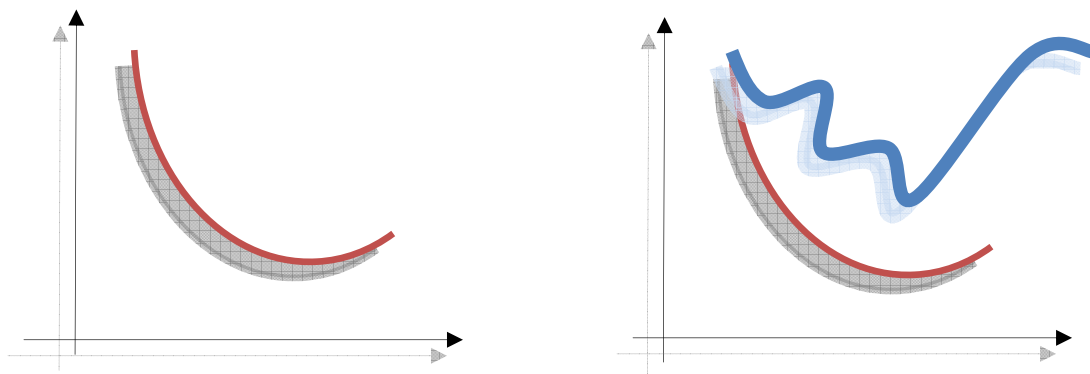
CONSTRUCTION/TRANSMISSION : La clarté concerne le message central de votre discours mais cela ne signifie pas automatiquement que vous savez comment le transmettre à votre public. Le mieux est de bien connaître son public, donc ses intérêts, ses valeurs et son comportement favori. Mais indépendamment de cela chaque conférence a un début, un milieu et une fin, et cela vous aidera à élaborer votre plan. Ne commencez jamais votre exposé en vous présentant ou en annonçant votre plan mais préférez une bonne histoire. Une bonne histoire est

touchante crédible passionnante concrète riche d'images

et devrait déjà contenir ou introduire votre message. Vous ne vous présentez et ne souhaitez la bienvenue à votre public qu'ensuite. Ne parlez jamais de votre « discours », si possible évitez d'utiliser le mot « présentation ». Votre exposé sera tellement bon que votre public oubliera complètement qu'il s'agit d'une présentation, d'une requête, d'un produit, d'un problème ou d'un résultat personnel (comme le public d'un concert de piano qui au moment du plaisir le plus intense, ne pense ni au piano ni au pianiste).

Créez un « Claim » de quelques mots qui illustre de manière convaincante votre message central et citez-le au moins trois fois dans la conférence. Ouvrez chaque section d'une longue présentation par une annonce courte et terminez-la par un bref résumé. Steve Jobs fait les deux de manière excellente: Son Claim à la présentation d'un nouveau mobile était l'affirmation que son entreprise « aujourd'hui invente de nouveau le téléphone », présomptueux mais capable de bien rendre le message central. Et la structure de ses discours est toujours claire du point de vue linguistique - sans diapos introductive ennuyeuses au début.

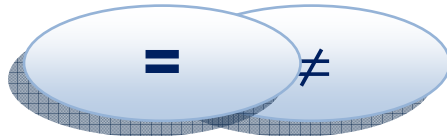
Un dernier point qui, à première vue, pourrait paraître négligeable mais qui est en réalité très important: vous introduisez toujours la fin de votre présentation par un « ce qui m'amène lentement à la fin » ou par une phrase semblable. Ainsi vous captez d'avantage l'attention de la salle et vous pouvez fixer votre requête centrale dans le souvenir de votre public. Un petit effet de surprise ne peut pas faire de mal: « You start with a bang and you end with a bang! » Clarifiez le message central encore une fois à la fin de votre présentation et soutenez-le visuellement par une image forte.



Vos derniers mots ne doivent jamais être du genre : « et voilà ». « Je vous remercie de votre attention » ou une question rhétorique dramatique qui reste dans l'air et qui « continue à travailler » dans la tête du public, sont selon moi les deux meilleures variantes d'un mot de fin.

Encore un mot en ce qui concerne le PUBLIC: Vos auditeurs (et spectateurs) sont les personnages principaux de votre show. Vous ne présentez pas pour votre boss, professeur ou pour vous-mêmes mais pour votre public. Votre but devrait être la création d'un vrai contact, presque d'une « communion » avec les gens dans la salle. Cela exige d'introduire une grande quantité d' « inclusivity » dans votre présentation: au niveau verbal (« nous voyons ici », « nous reconnaissons ici »), au niveau non-verbal (« prenez » le public dans vos bras) et du point de vue de la construction de votre exposé (avec des « moments forts » à chaque section).

Pour ce qui est de la LANGUE : votre langue ne devrait pas être seulement inclusive (toujours « nous », jamais « on ») mais « active » et « positive », et se composer de phrases courtes, simples et imagées. Vous devez expliciter ce que vous voulez plutôt qu'évoquer les images de ce que vous ne voulez pas. Donc, évitez les: « Ce ne serait pas un problème et ensuite personne n'aurait plus à faire la queue », mais dites: « Cela peut être réalisé facilement et ensuite chaque client sera servi immédiatement ». Nous pensons surtout en images et les mots « pas », « aucun » ou « jamais » n'y changent rien. N'oubliez pas un ours blanc maintenant! Vous avez peut-être pensé à un ours blanc, bien que je vous aie demandé expressément de ne pas y penser? Eh bien voilà! Pour être en mesure de suggérer au public les images souhaitées il faut que vous sachiez non seulement ce que vous ne voulez pas (c'est facile) mais très exactement ce que vous voulez (et ça c'est un art).



TECHNIQUE : Parlons de l'usage de la technique en conférence, je pense qu'actuellement la technique nous contrôle bien plus souvent que nous la contrôlons: Avec le « Beamer » et l'ordinateur portable, c'est le même problème. Si vous maîtrisez la technique, elle sert uniquement à la meilleure transmission de votre message. Si, au contraire, vous en êtes dépendants, vous resterez collés à l'ordinateur portable ou vous regarderez toujours et fixement les diapos parce que vous ne maîtrisez pas votre discours. Dans ce cas, il vaut mieux rester à la maison. N'oubliez pas: les diapos projetées sont uniquement vos co-commentateurs ; ils *accompagnent* votre discours. Si vos diapos expliquent complètement votre présentation, vous êtes superflus. Au contraire, si les diapos ne reflètent pas ce que vous exposez, ce sont elles qui sont superflues.

A mon avis, le meilleur design pour les diapos se compose de photos de haute résolution avec peu de texte ou de chiffres et de 20 diapos au maximum (tandis que vous réunissez tout ce qui est compliqué dans la documentation papier que vous fournissez). La fonction des diapos n'est pas de projeter des documents au mur. Faites appel aux différents sens si cela sert à clarifier votre message (mais n'organisez pas de spectacle multimédia). Votre public aime « appréhender » les choses s'il s'agit d'objets, ce qui est de plus en plus rare dans notre société de prestation de services.

Connaissez-vous la « CORPORATE IDENTITY »? Si, par pure plaisanterie vous vous considérez cinq minutes comme une marque de luxe, vous comprendrez vite de quoi il s'agit. Ce qui fait de vous quelqu'un de spécial et unique et qui vous distingue des autres dans le bon comme dans le mauvais? Vous devrez nourrir votre présentation de ce trésor. Si vous restez toujours vous-mêmes, votre succès (le résultat de vos efforts) vous fera aussi du bien. Vous devez clarifier toujours plus ce que vous voulez être - et faire vos exposés - avec vos vêtements, vos diapos, vos images et votre langue. L'équilibre et l'accord devraient être vos objectifs, ce qui signifie que si vous êtes de tempérament plutôt chaleureux et spontané, essayez d'être plus élégant et réservé, tandis que si vous semblez « froid », ajoutez de la couleur et de la gentillesse dans votre CI de présentation.

Enfin LE PLUS IMPORTANT: Pensez à tout moment de votre vie que c'est bien que vous soyez là et que vous soyez exactement ce que vous êtes. Vous êtes déjà parfait tel que vous êtes! Chaque fois que vous présentez en public soyez conscient de la beauté et de l'unicité de votre personne, et du fait que nous sommes tous liés les uns aux autres et que nous devons créer et améliorer le vivre ensemble dans le dialogue.

C'est de cette dualité que se nourrit et la véritable beauté de notre monde et notre développement vers plus de bonheur.



V.i.S.d.P.: Dr. Roberto Lalli, H7, 35 in 68159 Mannheim, Deutschland, Telefon: +49 (0)621 1816974.

© Dr. Roberto Lalli, Lalli * Executive Coaching, 2010

Décharger et copier seulement pour l'utilise personnel. Touts le droits réservé. La reproduction dans toute forme - aussi par extraits - n'est permise qu'avec la précédent autorisation de l'auteur.

www.robortolalli.com *

L a l l i * *Presentation Seminars*

and your presentation will make a difference!

0049 (0)621 1816974

roberto(at)lalli.de

