

LA BOÎTE À OUTILS

POUR PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

Annie Leibovitz

53

outils
clés en main

+

3

vidéos
d'approfondissement

DUNOD

Suivi éditorial : Chloé Schiltz et Yaël Bourcet
Fabrication : Pauline Riou
Mise en page : Belle Page
Conception de couverture : mokmok.agency

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2020, 2023 pour la nouvelle présentation
11, rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-084821-8

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

Boîte à outils

Des outils classés par dossiers thématiques

5 DOSSIER

IMAGE DE MARQUE ET NOTORIÉTÉ

“ Être le meilleur est bien, car tu es le premier. Être unique est encore mieux car tu es le seul. ”

Wilson Kanadi

Une présentation visuelle de chaque outil

Exercices

EXERCICE 1. AMÉLIORER SA CONCENTRATION

- Formez les yeux, représentez-vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez-vous le chiffre 2. Continuez ainsi jusqu'à 10.

EXERCICE 2. LA MÉTHODE DE « L'ÉCOUTE AVEC LE CŒUR »

> La technique se résume en cinq questions

1. Que s'est-il passé ?

Quelle émotion avez-vous ressentie ?

Quelle est la plus difficile pour vous ?

Outil 33 Le Personal Branding

“ Aujourd'hui, à l'ère de l'individu, vous devez être votre propre marque. ”

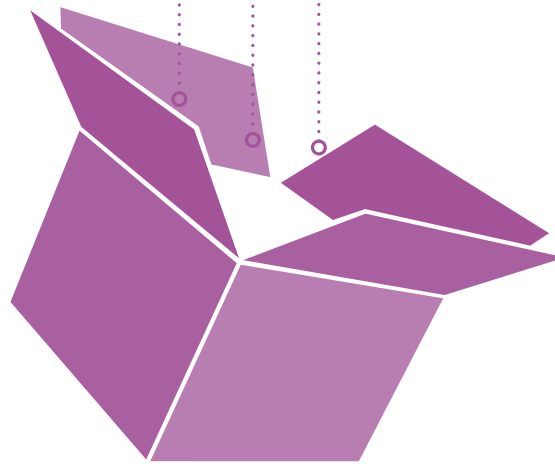
En quelques mots

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visant à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens techniques et canaux que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entreprises qui créent des marques, les rendent visibles, développent leur notoriété et travaillent leur image, il est possible d'utiliser de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPÉRIENCE POUR LE CLIENT

Composante de la valeur perçue	Ressources apportées par l'entreprise
Amélioration de l'expérience client	À l'origine de cette valeur
Offre de services personnalisés	des offres spéciales, des ventes flash, des cadeaux à gagner, des incitations et des départs en cadeau
Gain de temps et respect de l'urgence	des services à la clientèle, des équipes dédiées
Gain de temps et respect de l'urgence	des services à la clientèle, des équipes dédiées

Des exemples, cas ou exercices pour approfondir



La Boîte à outils

DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

MANAGEMENT LEADERSHIP

Agilité

Dir. N. Van Laethem

Animer vos réunions

F. Gillet-Goinard, L. Maimi

Chef de projet, 3^e éd.

J. Maes, F. Debois

Conduite du changement et de la transformation, 2^e éd.

D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, *et al.*

Innovation managériale

D. Autissier, E. Métais-Wiersch, J.-M. Peretti

Intelligence collective, 2^e éd.

B. Arnaud, S. Caruso Cahn

Leadership, 2^e éd.

J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet

Management

V. Dicecca, P. Guillou

Management à distance

S. Levillain Desmarchelier

Management transversal, 2^e éd.

J.-P. Testa, B. Déroulède

Manager de managers

A. Hamayon, J. Isoré, J.-P. Testa

Manager leader

P. Bêlorgey, N. Van Laethem

Motivation

S. Micheau-Thomazeau, L. Thomas

Organisation, 3^e éd.

B. Pommeret

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Acheteur, 3^e éd.

S. Canonne, P. Petit

Analyse des données

C. Coron

Consultant, 2^e éd.

P. Stern, J.-M. Schoettl

Design thinking

E. Brunet

Développement durable et RSE

V. Maymo, G. Murat

Digital en entreprise

Dir. C. Lejealle

Gamification

A. Duarté, S. Bru

Innovation, 2^e éd.

G. Benoît-Cervantes

Lean, 2^e éd.

R. Demetrescoux

Négociation, 2^e éd.

P. Stern, J. Mouton

Stratégie, 4^e éd.

B. Giboin

Supply chain, 2^e éd.

A. Perrot, P. Villemus

GESTION / FINANCE / COMPTABILITÉ

Auditeur financier, 3^e éd.

S. Boccon-Gibod, É. Vilmint

Comptabilité, 3^e éd.

B. Bachy

Contrôle de gestion

C. Selmer

Qualité, 4^e éd.

F. Gillet-Goinard, B. Seno

Responsable financier, 3^e éd.

C. Selmer

Santé – Sécurité – Environnement, 4^e éd.

F. Gillet-Goinard, C. Monar

RESSOURCES HUMAINES / FORMATION

Accompagnement professionnel

M.-L. Barthélémy, H. Le Pennec

Chief Happiness Officer

A. Motte, S. Larabi, S. Boutet

Coaching, 3^e éd.

B. Ammiar, O. Kohneh-Chahri

CSE, 2^e éd.

A.-L. Smaguine

Dialogue en entreprise

A. Stimec, A. Benitah

Facilitation

E. Brunet, A. Monot

Formateurs, 4^e éd.

F. Bouchut, F. Cuisiniez, I. Cauden, *et al.*

Gestion des conflits, 2^e éd.

J. Salzer, A. Stimec

Ressources Humaines, 3^e éd.

A. Haegel

Télétravail

G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

MARKETING / COMMUNICATION

Communication, 4^e éd.

B. Jézéquel, P. Gérard

Community manager, 2^e éd.

C. Pellerin

Conférencier, 2^e éd.

C. Morlet, B. Deloupy

Écrire pour le web, 2^e éd.

M. Gani

Facebook Ads et Instagram Ads

C. Pellerin

Génération de Leads

P. Gastaud

Inbound marketing et growth hacking

S. Truphème, P. Gastaud

Instagram

C. Pellerin

LinkedIn

J. Pibourret

Marketing, 4^e éd.

N. Van Laethem, B. Durand-Mégret

Marketing digital, 2^e éd.

S. Truphème, P. Gastaud

Marketing vidéo

T. Gasio

Podcast

V. Béjot

Réseaux sociaux

C. Pellerin

SEO

B. Thiers

COMMERCIAL / RELATION CLIENT

Commercial, 3^e éd.

P. Bêlorgey, S. Mercier

E-commerce, 2^e éd.

C. Delabre

Expérience client, 3^e éd.

L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan

Librairie

C. Meneghetti, J.-C. Millois

ENTREPRENEURIAT

Création d'entreprise, éd. 2023

C. Léger-Jarniou, G. Kalousis

Freelance

S. Moran

Levée de fonds

D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, *et al.*

Micro-entrepreneur, 2^e éd.

C. Selmer, J. Hellart

EFFICACITÉ / BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Améliorer sa mémoire et sa concentration

X. Delengaigne, C. Maitre

Bien-être au travail, 2^e éd.

C. Huet, G. Rohou, L. Thomas

Confiance en soi

A. Leibovitz

Créativité, 3^e éd.

F. Debois, A. Groff, E. Chenevier

Développement personnel

L. Lagarde

Écrits professionnels

V. Le Broussois

Efficacité professionnelle, 2^e éd.

P. Bêlorgey

Gestion du stress, 2^e éd.

G. du Penhoat

Gestion du temps, 2^e éd.

P. Bêlorgey

Intelligence émotionnelle, 2^e éd.

C. Peres-Court, M.-E. Launet

Mind mapping, 2^e éd.

X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne

Orthographe

A. Ponsonnet

Pensée visuelle

C. Tsiang, B. Lhuillier

Personal Branding

S. Moran, N. Van Laethem

Prendre la parole en public

A. Leibovitz

Psychologie positive au travail

B. Arnaud, E. Mellet

Relaxation

L. Histel-Barontini

Santé au travail

C. Vasey

Soft skills

N. Van Laethem, J.-M. Josset

Préface

Prendre la parole signifie en réalité la rendre et non pas la garder pour soi. Là réside l'enjeu. Là commencent les complications.

Dans les méandres du verbal, du non verbal et du para verbal, on devrait se rappeler la phrase : « On regarde celui qui parle et on l'écoute au-delà des mots. »

On s'applique alors pour que le contenu de notre discours joue son rôle explicatif mais, hélas, maîtriser son sujet n'est pas suffisant.

Il faut se connaître soi-même, évaluer son degré de sincérité ou d'insincérité et partir à la poursuite du naturel perdu pour accomplir la dure tâche de « convaincre ».

La baguette magique, ne faisant pas partie du kit, il nous reste, ne nous en déplaît, un effort considérable à fournir.

« On excelle dans ce que l'on pratique le plus souvent. »

C'est donc notre effort personnel, la flamme qui animera chaque exercice conçu pour développer les différentes facettes de notre talent d'orateur.

La course contre la montre nous pousse à chercher des solutions miracles, ou du moins rapides, lorsqu'il s'agit d'aborder ou de développer « l'art de communiquer ».

C'est avec délectation et beaucoup d'intérêt que j'ai plongé dans l'ouvrage d'Annie Leibovitz.

Son travail, riche, dense et néanmoins accessible, est le fruit de nombreuses années de recherche et de pratique dans le domaine du développement personnel et de la pratique théâtrale.

La structure méthodique et hautement pédagogique éclaire, surprend et nous rappelle qu'un bon artisan doit posséder de bons outils.

Oscar Sisto

*Comédien, metteur en scène, producteur
Animateur de stages pour entreprises et universités en France et au Maroc
Président du jury du Concours d'éloquence de Sup de Pub,
School of Communication/INSEEC U*

Avant-propos

“

Là où le discours en reste aux mots,
la parole engage le corps.

Jacques Lecoq

Acteur, metteur en scène et chorégraphe français



Pouvons-nous, dans notre monde actuel, échapper à la prise de parole en public ? Prendre la parole en public est une nécessité qui prend de plus en plus de place dans l'entreprise, quelle que soit son activité. Ne pas s'exprimer oralement est un handicap dans la vie personnelle, mais encore plus dans la vie professionnelle. Il s'agit d'un élément essentiel et incontournable dans la réussite de ses projets et d'une carrière, aujourd'hui !

Dans la vie professionnelle ou associative, nous sommes des « acteurs » et nous avons des rôles à jouer, quand nous intervenons pour faire passer nos idées, lors d'un discours, d'une conférence, d'un exposé !

Notre objectif, lors d'un événement, est de démontrer avec brio notre expertise, de convaincre, d'exposer un projet, de défendre un budget, de trouver des financements, de réussir un concours, d'animer un débat, etc.

« Face au public, nous devons jouer un rôle attendu, mais rester distancié par rapport à ce rôle. » Nous instaurons ainsi les Lois de la « Représentation » : un exercice redouté pour certains !

La pratique de l'expression orale est un combat permanent contre nos peurs les plus ancrées : peur de l'inconnu, sentiment de terreur, désir de fuite, impressions que l'on n'y arrivera jamais... La peur de parler en public est une des phobies les plus répandues avec 55 % de la population qui se disent concernés*.

Pourtant, chacun à son niveau peut y parvenir et prendre confiance en lui ou en elle. La prise de parole en public est le moyen le plus efficace de surmonter sa timidité, de maîtriser son émotivité, d'adopter une mentalité de vainqueur, et de développer ses qualités. L'apprentissage de l'expression orale se révèle être une clé de la transformation de la personnalité!

Parler devant un auditoire nous « met à nu », oblige l'individu à se dominer, à maîtriser son image et son message, à gérer son stress et relativiser ses émotions.

Réussir une intervention, c'est intéresser ses auditeurs et laisser une trace durable dans leur mémoire! Pour réussir sa prise de parole, la maîtrise du contenu est essentielle, mais insuffisante. Une communication efficace ne repose pas seulement sur une bonne connaissance du sujet...

« Parler en public est aussi une activité physique, un sport! » Les anciens avaient bien marqué l'importance de ce qu'ils appelaient « l'éloquence du corps » pour s'imposer à un auditoire. Nous parlons avec autre chose que des mots : « Parler met en jeu le corps et le corps façonne la parole »!

- De quoi est constitué le magnétisme de l'orateur dès ses premières paroles? Est-ce la voix? L'acuité du regard? Sa posture ou sa congruence?
- Comment insuffler confiance et enthousiasme?
- Comment relativiser ses émotions?
- Comment faire « vibrer » son auditoire et donner envie de vous suivre?
- Comment se préparer?
- Comment structurer son discours?
- Comment maîtriser le contenu de son message?
- Comment réagir à l'imprévu?
- Comment marquer les esprits?

Autant de questions qui trouveront leurs réponses dans cet ouvrage!

Ce livre propose des méthodes, techniques, outils opérationnels, témoignages, réflexions, exercices d'entraînement se répartissant en 53 outils, déclinés en 7 dossiers.

L'idée est de trouver du plaisir à prendre la parole en public, même si le trac est là. Une fois que vous vous êtes préparé(e) (contenu, mental et physique) en vous appuyant sur les techniques et outils de la prise de parole en public, vous pourrez alors « redevenir » vous-même, parce que le naturel s'acquiert lorsque tout est maîtrisé (ou presque). Cela va vous permettre d'accroître vos compétences et capacités d'orateur et de développer votre charisme dans l'art de l'éloquence.

Et... comme disait Oscar Wilde, « soyez vous-mêmes, les autres sont déjà pris »!

* *Sciences humaines*, mars 2019.

Sommaire des vidéos

Certains dossiers sont accompagnés de vidéos, accessibles par QR codes, qui complètent, développent ou illustrent le propos :

- Le trac (dossier 3)
- L'entrée en scène (outil 33)
- La lecture vivante (outil 50)

Témoignages

sur les accompagnements en prise de parole en public

Formations en groupe

“ Cette formation à la prise de parole en public m'a permis de prendre contact avec des potentialités et des ressources jusqu'alors ignorées et me laisse penser qu'il y a un champ inexploité en moi-même. J'ai aussi et surtout compris « qu'interpréter », c'est en réalité entrer en contact avec ses propres ressources et non jouer un rôle. ”

Evelyne (Cheffe de projet)

“ Ces deux journées de formation m'ont fait le plus grand bien. J'aborde aujourd'hui les choses avec plus de recul et de philosophie. L'atelier théâtre fût un moment fort et j'ai fait suivre les petites astuces de la formatrice pour transmettre la Zen-attitude. ”

Daniel (DRH)

“ Théâtraliser n'est pas artificiel. C'est une façon amusante de faire émerger l'essentiel et l'authenticité. Cela permet de progresser sur la conscience et la connaissance de soi, et de trouver une certaine liberté. ”

Bernard (Conseiller financier)

“ Comme je sais que tu vois beaucoup de monde et que tu ne peux pas te rappeler de toutes les personnes que tu formes, petit rappel sur ma personne : timide à vouloir me cacher derrière une table, un tableau, un bureau, avec un manque de confiance en moi terrible... Je souhaitais faire cette formation car j'avais précisé que j'organisais en octobre une journée départementale et que de fait, je n'allais pas échapper à une présentation. Cette journée a eu lieu hier et je voulais te faire un retour. Merci pour tous ces conseils donnés, pour cet enseignement de qualité car j'ai appris à surmonter cette peur, ce stress, cette angoisse. J'ai pu mettre à profit cette formation en écoutant mes petites voix intérieures (respire, ton ancrage, ton intonation et ton débit, positive, confiance en toi). J'ai réussi mon intervention et j'en suis fière. Encore un grand merci pour tous ces enseignements qui, pour ma part, m'ont et continueront à me servir. Oui, la machine est lancée "que pour du plaisir". ”

Valérie (Responsable de département)

“ Chère coach, je tenais à vous faire partager à froid mes mises en application! J'animais un groupe la semaine dernière, et voilà le résultat des courses... enfin non justement... ce n'était plus la course! Mais une sérénité retrouvée, j'ai « tutoyé » le goût de prendre son temps et de peser mes mots, une découverte apaisante (je respire enfin!) mais également, à ma grande surprise, très amusante, laissant plus d'espace à la curiosité des stagiaires! Quant à ma « bougeotte », je pense l'avoir atténuée! Mais ma prise de conscience est bien là! J'ai expérimenté également « la souplesse de l'arbre », réagissant beaucoup moins au « non verbal » de mon public, brouillant alors beaucoup moins le message! Et question de finir en beauté : un réel plaisir en ENTRÉE et SORTIE (comprendre introduction et conclusion)! En effet, diminuant la quantité, je peux dès lors me consacrer à ces rituels et satisfaire ainsi le lien si important à mes yeux! Encore merci pour tout et au grand plaisir de vous revoir. ”

Emmanuelle (Consultante formatrice)

“ Je pense que vous ne devez pas vous rappeler de moi! J'ai participé à une formation de prise de parole en public où nous avons eu la chance de vous avoir comme intervenante. Aujourd'hui, devenu Député de la République, je souhaitais vous faire ce petit clin d'œil, preuve que notre rencontre a sans doute contribué à ce tournant de ma carrière politique. ”

Philippe (Député)

“ Cette formation m'a permis de prendre conscience qu'il est normal d'avoir le trac avant une prise de parole. Grâce aux techniques utilisées par les acteurs et les chanteurs, j'ai désormais les outils pour le vaincre et mieux le maîtriser. Il fallait y penser! Deuxième enseignement : l'aisance orale révèle notre degré de confiance en soi et ça se travaille! Grâce aux nombreux exercices pratiques et mises en situation, j'ai pris conscience des leviers qui vont me permettre de la renforcer. Troisième enseignement : l'essentiel n'est pas dans les mots! La communication passe avant tout par le non-verbal : la posture, le regard, mais aussi par la voix, ses intonations, ses résonateurs, ses silences, le rythme du discours... Grâce à un travail basé sur la voix, le regard et l'ancrage dans le sol, j'ai découvert des outils sur lesquels m'appuyer pour optimiser l'impact de ma communication. Merci et bravo pour tout cela. Une formation incontournable pour chacun... dès lors que l'échange et la communication font partie de votre quotidien. ”

Une formation purement géniale et adaptée!

Natacha (Directrice de projet)

Coachings individuels

“ J'ai, au cours de nos séances avec Annie, fait le point d'abord sur mes expériences réussies. Travail qui m'a aidé à me projeter dans une visualisation positive de ma future prise de parole en public et qui a boosté ma confiance en moi. J'ai ensuite réfléchi et analysé mon stress et son fonctionnement grâce au questionnement et outils d'Annie. J'ai pu décrypter comment j'étais moi-même capable d'augmenter mon niveau de stress en me mettant des injonctions (mes drivers : dépêche-toi, sois parfaite, fais plaisir) que finalement personne ne me demandait. Cette prise de conscience m'a permis ensuite de dédramatiser et de m'autoriser à ne pas être conforme à mon fonctionnement habituel. J'ai travaillé ces permissions avec Annie lors de ma préparation physique à la prise de parole en public. J'ai fait attention à prendre mon temps (à respirer, à m'ancrer, à poser ma voix) à être simple (travail sur le fond de mon discours, avec des images fortes et des phrases simples) à soutenir mon argumentation même si elle ne fait pas l'adhésion de 100 % du public (parler avec conviction sans flancher). Je suis allée rechercher au fond de moi ce que je souhaitais transmettre, et j'ai donc réveillé des émotions un peu enfouies, qui m'ont aidée à incarner mon discours. Ces quelques séances m'ont permis de me sentir alignée à mon discours, aussi bien dans mon texte que dans mon corps et mon intonation. Merci Annie de m'avoir accompagnée sur ce chemin! ”

Isaure DB (Coach junior)

“ Un de mes collaborateurs m'a appelée ce soir et spontanément m'a parlé de la réunion de cet après-midi en me disant qu'il m'avait trouvée très différente, très zen, très sereine, moins « speed » que d'habitude et qu'il trouvait même que mon timbre de voix avait changé!!!! Il m'a demandé si d'autres personnes m'avaient fait la remarque parce que pour lui, le changement était « flagrant »! Incroyable!!!! Quelle satisfaction de savoir que le changement a été perçu de façon aussi évidente au point d'amener une personne de mon équipe à vouloir me faire part de sa satisfaction et échanger avec moi sur le sujet! ”

Maryse R. (Responsable région)

Remerciements

Mes remerciements vont :

À toutes celles et ceux qui m'ont fait confiance, qui ont cru en moi, m'ont inspirée, motivée et donné des ailes pour avancer !

Aux centaines de participants à mes formations, avec qui je continue d'apprendre jour après jour ;

À mes clients, à mes partenaires ;

Aux personnes que j'ai accompagnées de façon individuelle et/ou collective ;

En fait, à toutes les personnes avec qui j'ai vécu et expérimenté ces différents outils et qui alimentent régulièrement mes expériences, mes réflexions, mes actions.

À l'équipe DUNOD et tout particulièrement Chloé Schiltz pour la confiance qu'elle continue de m'accorder en me chargeant de la rédaction de ce nouvel ouvrage.

À mes différents professeurs de théâtre et metteurs en scène.

À Oscar Sisto, qui a été mon professeur de théâtre et metteur en scène, pour qui je souhaite avoir une mention particulière.

Il est sans doute la personne qui m'a le plus inspirée, qui m'a fait me découvrir et vivre toutes ces expériences du théâtre, de la scène, du public, de la connaissance de soi et des autres, durant de très nombreuses années, aussi bien en cours de théâtre qu'en préparation de spectacles et d'événements.

À ma famille et amis pour leurs encouragements et soutien tout au long de l'écriture de ce livre.

Enfin, merci à vous, chers lecteurs à qui je souhaite que cet ouvrage apporte des réponses pratiques, des outils d'aide, et vous donne envie de vous dépasser et de prendre du plaisir à prendre la parole en public !

Pour me contacter : formania.95@gmail.com

Site comédienne : www.annie-leibovitz.com

LinkedIn : www.linkedin.com/in/annie-leibovitz-marhic

Quelle conscience avez-vous de vous, en tant qu'intervenant ?

Dossier 2 – Préparer son intervention

		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
1	Vous déterminez systématiquement votre objectif					
2	Vous rédigez votre introduction et votre conclusion					
3	Vous construisez vos exemples, messages clés, arguments					

Dossier 3 – Apprivoiser son trac

		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
4	Vous savez éviter le scénario catastrophe et visualiser votre succès					
5	Vous avez conscience de vos points forts et de vos ressources					
6	Vous savez reconnaître vos émotions et vous en servir					

Dossier 4 – Se décontracter et s'entraîner

		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
7	Vous vous préparez comme un sportif avant une compétition					
8	Vous travaillez régulièrement votre respiration et savez la gérer					
9	Vous faites systématiquement des répétitions régulières					

Dossier 5 – Se mettre en scène

		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
10	Vous savez utiliser consciemment vos différents moyens d'expression : regard, gestuelle, voix, posture...					
11	Vous prenez le temps de vous positionner et d'inspirer avant de démarrer votre prise de parole					
12	Vous utilisez les silences pour donner de l'impact à votre message, et/ou créer du suspens					

Dossier 6 – Vitaliser sa communication

		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
13	Vous osez interpréter et jouer avec le public, utiliser des métaphores, accroche narrative...					
14	Vous êtes à l'aise dans la partie questions/débat					
15	Vous analysez systématiquement votre prestation en regardant les points positifs et en vous fixant des axes de développement					

Dossier 7 – Gérer un workshop

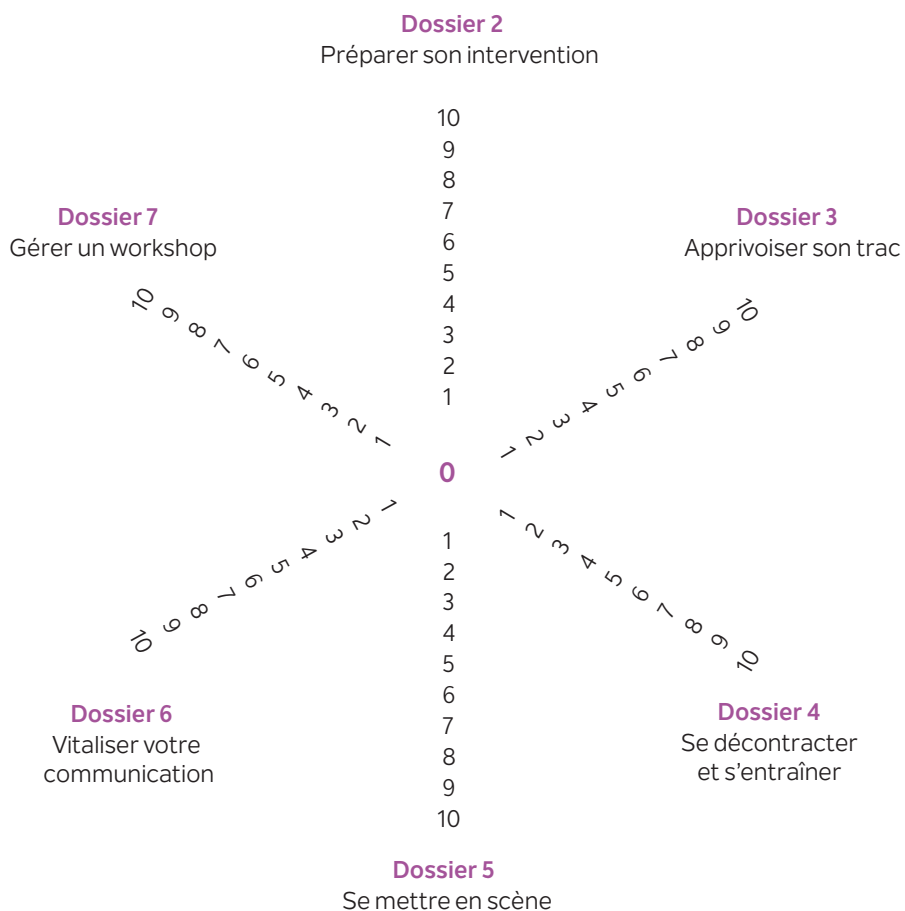
		Jamais 0 point	Parfois 1 point	Souvent 2 points	Toujours 3 points	Total
16	Vous savez donner du rythme et stimuler le groupe					
17	Vous savez faire face aux situations critiques					
18	Vous savez gérer les personnalités difficiles (bavard, agressif...)					

Résultat

Pour chaque question, notez le nombre de points comme indiqué :

- jamais : 0 point
- parfois : 1 point
- souvent : 2 points
- toujours : 3 points

Puis additionnez les points par dossier dans la colonne de droite (total). Votre total par dossier est compris entre 0 et 9. Reportez ensuite vos résultats sur les axes du diagramme en étoile.



Ce diagramme en étoile vous donne un visuel qui vous permet de voir quels sont vos points forts et ceux à développer en fonction de votre actualité, de vos envies, de votre priorité. Vous pouvez ainsi vous donner des axes de travail en approfondissant et en vous entraînant sur certains thèmes, vous nourrir de vos points forts pour continuer à les consolider, noter vos points clés pour alimenter votre réflexion, votre expérience et votre pratique.

Sommaire

Préface	5
Avant-propos	6
Témoignages	8
Remerciements	10
Quelle conscience avez-vous de vous, en tant qu'intervenant?	11
DOSSIER 1	
QUEL TYPE D'INTERVENTION ?	16
• <i>Outil 1</i> Le discours	18
• <i>Outil 2</i> La conférence	20
• <i>Outil 3</i> L'exposé	22
• <i>Outil 4</i> Le workshop	26
DOSSIER 2	
PRÉPARER SON INTERVENTION	30
• <i>Outil 5</i> Déterminer son objectif et ses intentions	32
• <i>Outil 6</i> Structurer son intervention	34
• <i>Outil 7</i> Éviter les pièges de langage	38
• <i>Outil 8</i> Anticiper la logistique	40
• <i>Outil 9</i> Façonner sa mémoire	42
DOSSIER 3	
APPRIVOISER SON TRAC (avec vidéo)	44
Avant la prestation	
• <i>Outil 10</i> L'acceptation de soi	46
• <i>Outil 11</i> Les leviers de motivation	50
• <i>Outil 12</i> Relativiser	52
• <i>Outil 13</i> Éviter le scénario « catastrophe »	56
• <i>Outil 14</i> Visualiser son succès	60
• <i>Outil 15</i> Ses points forts et ses ressources	64
• <i>Outil 16</i> Apprivoiser ses émotions	66
• <i>Outil 17</i> Dépasser ses peurs	70
• <i>Outil 18</i> Faire face au syndrome de l'imposteur	72
• <i>Outil 19</i> Expérimenter un nouveau « soi »!	76
• <i>Outil 20</i> L'assertivité	78
• <i>Outil 21</i> Les fiches mémo	82
Pendant la prestation	
• <i>Outil 22</i> La posture de leadership personnel	86
• <i>Outil 23</i> Voix et corps en cohérence avec le discours	88
DOSSIER 4	
SE DÉCONTRACTER ET S'ENTRAÎNER	92
• <i>Outil 24</i> Préparer son mental comme un(e) sportif(-ve)	94
• <i>Outil 25</i> Préparer son physique comme un(e) sportif(-ve)	96
• <i>Outil 26</i> Gérer le stress	100
• <i>Outil 27</i> La relaxation	104
• <i>Outil 28</i> La respiration	106
• <i>Outil 29</i> La cohérence cardiaque	108
• <i>Outil 30</i> Se connecter à soi-même au quotidien	110
• <i>Outil 31</i> Répéter, répéter, répéter	112

DOSSIER 5	SE METTRE EN SCÈNE	114
	• <i>Outil 32</i> Éviter les mauvaises habitudes.....	116
	• <i>Outil 33</i> L'« entrée en scène » (🎥 avec vidéo).....	118
	• <i>Outil 34</i> Le lien avec l'auditoire.....	120
	• <i>Outil 35</i> Trouver sa voix.....	122
	• <i>Outil 36</i> Le rythme et la mélodie.....	126
	• <i>Outil 37</i> Les silences.....	128
	• <i>Outil 38</i> L'impact par le regard.....	130
	• <i>Outil 39</i> La posture et l'espace.....	132
	• <i>Outil 40</i> La gestuelle.....	136
DOSSIER 6	VITALISER SA COMMUNICATION	138
	La structure	
	• <i>Outil 41</i> Planter le décor.....	140
	• <i>Outil 42</i> Développer son sujet.....	144
	• <i>Outil 43</i> Répondre aux questions de l'assemblée.....	148
	• <i>Outil 44</i> Gérer les imprévus et improviser.....	152
	• <i>Outil 45</i> La sortie de scène.....	156
	• <i>Outil 46</i> Analyser sa prestation.....	158
	Le déroulé	
	• <i>Outil 47</i> L'accroche narrative.....	162
	• <i>Outil 48</i> Les métaphores.....	166
	• <i>Outil 49</i> Oser interpréter.....	168
	• <i>Outil 50</i> Transformer un monologue en lecture vivante.....	170
DOSSIER 7	GÉRER UN WORKSHOP	172
	• <i>Outil 51</i> Le rôle d'animateur(-rice) workshop.....	174
	• <i>Outil 52</i> Le fonctionnement d'un groupe.....	178
	• <i>Outil 53</i> Faire face aux situations critiques.....	180
	Annexes.....	182
	Bibliographie.....	190
	Webographie.....	191

1

DOSSIER

QUEL TYPE D'INTERVENTION?

“

La représentation est un élément essentiel
de la communication.

Claude Lelouch



Quelle que soit la figure de style choisie, le simple fait d'être devant un public vous met dans une situation de « représentation », c'est-à-dire avoir à interpréter un texte, que ce soit un exposé à vocation pédagogique, un cours magistral, une présentation orale d'un travail ou d'une recherche, un développement explicatif d'une analyse, un oral d'examen, un discours officiel...

Mener une réflexion

Mener une réflexion pour se préparer à expliquer une idée nouvelle et percutante est essentiel. Qu'est-ce que je veux dire? Quel est mon message principal? Quelle est la priorité parmi les informations à délivrer? Dois-je faire passer un message à caractère plutôt officiel? Quel est mon objectif? Informer, convaincre, sensibiliser, motiver, rassurer, célébrer, faire agir...? À qui est-ce que je veux m'adresser? Qu'est-ce que je veux que mon public ressente, retienne, fasse? Qu'est-ce que mon auditoire connaît déjà du sujet? Qu'attend de moi l'auditoire? Les personnes présentes ont-elles besoin d'entendre mon positionnement sur un sujet précis ou tout simplement acquérir des connaissances sur un sujet? Combien de temps

doit durer l'intervention? Quel est mon fil rouge? Comment sécuriser mon auditoire et me rassurer moi-même?

Créer du lien pour donner du sens

La force de l'orateur(-rice) est de considérer son public comme une seule personne afin de créer un climat d'intimité. Si le public s'est déplacé, c'est qu'il a envie d'entendre ce que vous avez à dire : montrez votre professionnalisme et votre expérience, intégrez-les plus souvent à votre discours, touchez l'âme des personnes présentes, faites-leur oublier le temps. Dès le début de votre intervention, rendez ce qui est formel en « informel ». Faites comprendre que vous souhaitez intégrer votre auditoire, lui faire une place!

Évidemment, cela peut varier en fonction du format de votre prise de parole. Même s'il s'agit d'un monologue, vous pourrez faire en sorte que l'auditoire le vive comme un dialogue, et garder une vivacité et un dynamisme indispensable à une prise de parole efficace.

La priorité pour captiver votre auditoire est de tisser un lien avec votre public pour qu'il capte votre message et qu'il se souvienne de vous et de votre prise de parole.

Les outils

1	Le discours	18
2	La conférence	20
3	L'exposé	22
4	Le workshop	26



Outil

1

Le discours

“

*Une parole honnête
fait impression quand
elle est dite simplement.*

William Shakespeare

En quelques mots

Le **discours** est le terme rhétorique le plus général pour désigner des paroles prononcées avec une certaine méthode, un but déterminé, et adressées à une assemblée. Il peut y avoir autant de discours que de styles d'éloquence. Cela va dépendre de l'auditoire, du sujet et de votre objectif, du temps imparti et du lieu. En général, le discours a un caractère plutôt officiel. Il doit motiver, instruire, distraire ou enseigner. Il s'agit d'un message descendant où l'orateur(-rice) parle et l'auditoire n'a pas la parole.

FAITES PASSER VOTRE MESSAGE
ET VOTRE POSITIONNEMENT

Remise de prix/médaille

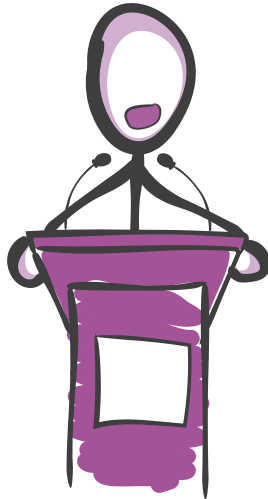
Cours magistral

Discours politique

Grand oral d'un examen

Discours d'accueil

Discours de remerciement





POURQUOI L'UTILISER ?

Objectif

- Faire passer des éléments d'information sur un sujet donné.
- Faire passer des propos sans chercher à approfondir le sujet.
- Faire savoir, convaincre, persuader, émouvoir.

Contexte

Discours de remise de médaille, discours politique, cours magistral, grand oral d'un examen...

Dans le langage quotidien, un discours est un message. Il s'agit d'un développement verbal et oral devant une audience, dans le but de communiquer ou d'exposer quelque chose, mais aussi de persuader (source : lesdefinitions.fr).

L'orateur(-rice) se fait le/la porteur(-euse) d'un seul et unique message principal sans forcément avoir besoin d'une très grande technicité. Les personnes présentes sont généralement là pour entendre le positionnement de l'orateur(-rice) sur un sujet précis. Ils sont en attente d'une réponse à leur(s) interrogation(s).



COMMENT L'UTILISER ?

Étapes

Mener une réflexion pour se préparer à expliquer une idée nouvelle et percutante est essentiel.

1. Qu'est-ce que je veux dire? Quel est mon message principal?
2. Quel est mon objectif? Informer, convaincre, sensibiliser, motiver, rassurer, célébrer, faire agir...?
3. Qu'est-ce que je veux que mon public ressente, retienne, fasse?
4. Qu'est-ce que mon auditoire connaît déjà du sujet?
 - Son degré de connaissance sur le sujet;
 - son adhésion ou ses freins au projet, au thème abordé;
 - sa disponibilité (habitude ou non des longs discours);
 - son vocabulaire et ses références : une trop grande distance, perceptible notamment dans

les références ou les citations, ou l'usage d'un vocabulaire trop technique, trop politique, trop administratif, ne peut que nuire à la fluidité dans la transmission du message.

5. Combien de temps doit durer le discours?
6. Quel est mon fil rouge? (Voir outil 6.)
 - Notez toutes les idées qui vous viennent pour ne pas les oublier.
 - Pour prévoir votre introduction, pensez déjà à votre conclusion : ce sera votre entrée en matière pour susciter l'intérêt et la conclusion sera une reprise de votre introduction. Les deux doivent être brèves et impactantes.
 - Trouvez les bons arguments pour convaincre (voir outil 42).
 - Ensuite, rédigez votre discours.
7. Quelles métaphores et quels exemples utiliser pour mettre ces concepts à la portée de mon auditoire? (Voir outil 48.)

Méthodologie et conseils

Le discours ne sera pas fait pour être dit *devant* un auditoire, mais *à* un auditoire. Vous pouvez mettre en valeur votre discours en utilisant des formules et images verbales qui éveillent l'imagination, en utilisant des métaphores (voir outil 48), voire de l'humour. Surtout, démarrez par une attaque originale qui donne envie au public de vous suivre!

Avant de vous lancer...

- ✓ **Pensez à utiliser des verbes d'action pour rendre le discours dynamique et attractif.**
- ✓ **Utilisez un langage positif et rassurant.**
- ✓ **Proscrivez le jargon qui tue le discours, noie les idées et embrouille le message et les auditeurs.**
- ✓ **Gardez en tête que le discours ne laisse pas place à un débat.**
- ✓ **Pour suggérer l'appartenance au groupe, utilisez le « nous », mot collectif et associatif.**

La conférence

“

*Ce que l'on
conçoit bien s'énonce
clairement et les mots
pour le dire arrivent
aisément!*

N. Boileau

En quelques mots

La **conférence** permet à un(e) intervenant(e) de diffuser des informations, sur un sujet dont il/elle est expert, à un large auditoire (sujets d'ordre littéraire, artistique, scientifique, humaniste...). L'orateur(-rice) transmet son savoir, ses connaissances, son expérience sur un mode descendant.

Il/elle est souvent placé(e) sur une estrade, ou debout devant un pupitre, muni(e) d'un micro. Pour attirer plus facilement l'auditoire, la conférence peut être structurée comme la résolution d'une énigme en lui donnant la forme d'un simple plaidoyer. Un temps de questions-réponses peut être prévu pour les échanges avec le public.

DÉLIVREZ VOTRE EXPERTISE À UN LARGE AUDITOIRE





POURQUOI L'UTILISER ?

Objectif

- Créer et favoriser la réflexion et des rencontres.
- Transmettre son savoir sur un mode descendant.

Contexte

« Une conférence est un processus. L'idée, c'est de prendre le spectateur là où il se trouve et de l'inciter à vous suivre dans un endroit qu'il ne connaît pas. Et cela nécessite de sécuriser l'itinéraire, pas à pas, pour ne pas perdre le chemin. » (Source : TED)



COMMENT L'UTILISER ?

Étapes

Prenons les exemples des grands orateurs des conférences TED et analysés par Didier Chambaretaud.

1. Commencer par identifier pour quelle raison vous réalisez cette présentation

Quel intérêt à cette démonstration pour votre public ? Posez-vous les bonnes questions pour vous aider à trouver votre fil conducteur. Est-ce que le sujet me passionne ? Suscite-t-il la curiosité ? Apportera-t-il quelque chose aux spectateurs ? Suis-je réellement capable d'expliquer tout ça dans le temps imparti, en trouvant des exemples adéquats ? Ai-je suffisamment de crédibilité pour m'attaquer à ce sujet ? Comment résumer mon sujet en quinze mots pour éveiller suffisamment l'intérêt ?

« Ce fil rouge est à avancer dès les premières minutes de votre discours, pour accrocher l'attention de son auditoire. »

2. Continuer par la fin

Rédigez votre conclusion dès le début de votre travail de préparation, afin d'avoir en tête le dernier message que vous voudrez faire passer dans votre conclusion.

« Ce seront les mots dont se souviendra le public en partant, tout simplement parce qu'ils sont les derniers ! »

3. Trouver l'anecdote qui fait mouche

Le « storytelling » est une technique qui permet de mettre en récit son propos en le racontant sous forme d'une histoire (voir outil 47). Le public

se sent alors lié par l'émotion et cela le rend plus dynamique.

« Le moyen le plus efficace de l'intégrer est de trouver une anecdote qui va représenter le plus clairement ce que vous voulez dire, et structurer votre propos autour de celle-ci. Le plus important est que cette histoire soit authentique, même si elle est scénarisée. »

4. Incarner votre message

« Comme au théâtre, toute l'attitude doit être travaillée pour mettre à l'aise l'auditoire et accrocher son attention. Construisez-vous un personnage sur scène en modulant sa posture et sa voix (voir outils 35 et 39). Pour que cela paraisse naturel, ce n'est pas de l'improvisation, mais plutôt de la ré-improvisation. » (Voir outil 44.)

5. Répéter, répéter et encore répéter

Il sera indispensable de prendre le temps de répéter (voir outil 31). Raconter l'histoire (à voix haute) vous permet de rendre votre récit cohérent et d'avoir conscience de la durée de votre intervention. Paradoxalement, plus vous vous entraînez, mieux vous adaptez les mots choisis et plus cela paraîtra improvisé.

Méthodologie et conseils

Vous pouvez envisager de définir d'abord une idée par ce qu'elle n'est pas, et ensuite développer le positif. Vous facilitez ainsi le travail de votre public, qui appréhende mieux ce que vous avez en tête. Exemple : « Je ne vous dis pas qu'en utilisant les approches de l'art théâtral vous allez devenir comédien, mais que vous allez tirer profit des techniques qui vous permettent de vous exprimer et d'être convaincant(e). »

Avant de vous lancer...

- ✓ Prévoyez de « soutenir » la conférence avec un support visuel en images.
- ✓ Le jargon est à proscrire ou si vous l'utilisez, pensez à le définir (les termes « barbares » ou acronyme non identifiés peuvent faire décrocher les spectateurs).

Outil

3

L'exposé

“

*La parole est une
sorte de tableau dont la
pensée est l'original.*

D. Diderot

En quelques mots

Un **exposé** est en général une présentation orale d'un travail, un développement explicatif d'une analyse, consistant à exposer de façon ordonnée et développée des éléments d'information sur un sujet précis. C'est souvent passer d'un travail écrit à une communication orale. Cela demande donc de définir la priorité des informations à délivrer : est-ce impératif ou juste intéressant ? L'assistance est souvent restreinte et la force de l'orateur(-rice) est de la considérer comme une seule personne afin de créer un climat d'intimité.

EXPRIMEZ-VOUS DE FAÇON NATURELLE

