

FORMATION CONFÉRENCIERS

*Prenez la Parole avec Impact
Pitches, Discours, Conférences, Vidéos,
Interviews...*

DOCUMENT PERSONNEL DE TRAVAIL

Date _____

Vos coordonnées + téléphone _____



PRENDRE LA PAROLE AVEC IMPACT (Pitches, Discours, Conférences, Vidéos, Interviews)

Un parcours structuré en 8 étapes

INTRODUCTION

Ce document de travail est à utiliser comme un **support à la formation au fur et à mesure des points abordés**. **Brûler les étapes ne vous avancera à rien et pourrait même perturber votre apprentissage !**

Utilisez-le en répondant le plus honnêtement possible aux questions, en prenant des notes sur les « techniques et astuces » que vous jugerez utiles. Vous allez ainsi vous constituer un dossier personnel sur l'art de la prise de parole en public, entre autres à partir des restitutions du formateur sur vos axes personnels de progrès.

Après le premier jour où vous allez découvrir votre « profil de préférences mentales » et la façon dont vous appréhendez les informations que vous recevez et que vous transmettez, vous allez entrer dans une série d'exercices et de mises en situation pratiques. Le but de ces exercices est de vous faire prendre conscience de vos bons réflexes et ceux que vous pouvez améliorer.

Nous espérons vous aider à les identifier, les comprendre et à vous y référer pour éviter les erreurs dans vos futures transactions.

Le point essentiel à apprendre et à retenir de cette formation est de mieux appréhender votre « profil de préférences mentales » et, à partir de là, des actions que vous devrez mener pour avancer positivement et vous permettre d'aboutir au succès !

SOMMAIRE

1. Le Métier de conférencier professionnel	P 5-9
Selon la NSA	
Différence entre formateur et conférencier	
Les facettes du métier	
2. Identifier son « profil de préférences personnelles	P 10–23
Intro : le modèle de Mc Lean	
Intro : le modèle de Roger Sperry	
Connaitre ses préférences	
Savoir s'adapter aux autres profils	
Comment j' imagine mon profil de préférences	
3. Définir votre marque personnelle en tant que conférencier, votre stratégie	P 24-40
Marketing de soi, des questions à se poser	
Le business Modèle	
Planifiez votre succès	
Définir son empreinte personnelle (personal brand)	
Définir vos cibles, marketing et produits	
Identifier les bénéfiques clients pour confirmer ou découvrir votre brand	
Restitution exercice, se présenter en 1mn sans parler travail	
4. Le fond : Préparation d'une intervention	P41-72
Présentation de soi : le pitch	P41
Les 7 questions à se poser avant de rédiger son pitch	
La structure d'un pitch	
Les qualités d'un pitch	
Comment je souhaite être présenté par le Maitre de Cérémonie	
La préparation d'une conférence ou d'un discours	P48
Préparer votre discours	
Les titres de vos conférences	
Les questions que se posent vos interlocuteurs	
Les 7 questions à vous poser avant de structurer et d'écrire votre conférence	
La structure d'une conférence	
Parler en public, une opération de séduction	P53
Plusieurs étapes	
Les 5 E	
Mes idées	

SOMMAIRE SUITE

Le Storytelling	P58
L'art de conter de belles histoires	
Mes idées	
La préparation : Le Fond Suite	P61
M.O.I.	
La Structure	
Les règles d'or	
5. La Forme : l'entrée en matière	P74-84
La posture Physique et mentale	
Le langage non verbal	
Assoir sa légitimité	
Savoir créer le bon impact	
La variété vocale	
Les astuces multimédias	
6. La gestion des émotions	P84-90
Les ancrages positifs de ressources	
La respiration	
7. La gestion des questions	P90-93
8. Savoir se vendre	P95-128
Le business plan	
Ressources essentielles	P100
Qui est l'acheteur et que cherche-t-il ?	P106
Pourquoi vous achète-t-il ? A quels tarifs ?	
Votre pack Marketing	P107
Vidéo de promotion	P109
Témoignages	
Présence Internet	P114
Votre site internet	
Stratégie & produits Internet	
Trucs et Astuces pour vos newsletters, articles...	P123
Astuces YouTube	
Les Bonnes pratiques	P127

1. « Le Métier de conférencier professionnel »

- Selon la NSA (National Speaker Association)
- Différences entre un formateur et un conférencier
- Les facettes du métier

REMARQUES PERSONNELLES

Parler en
public

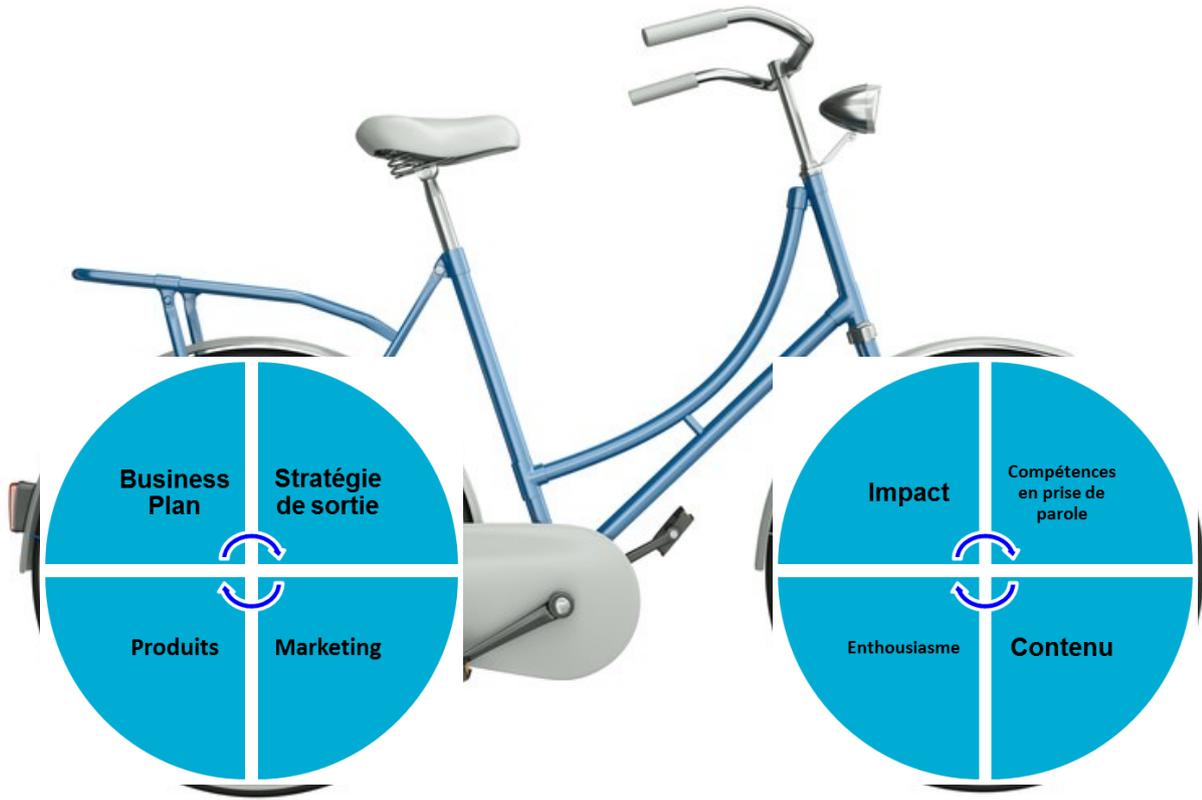
Marketing

Produits
dérivés

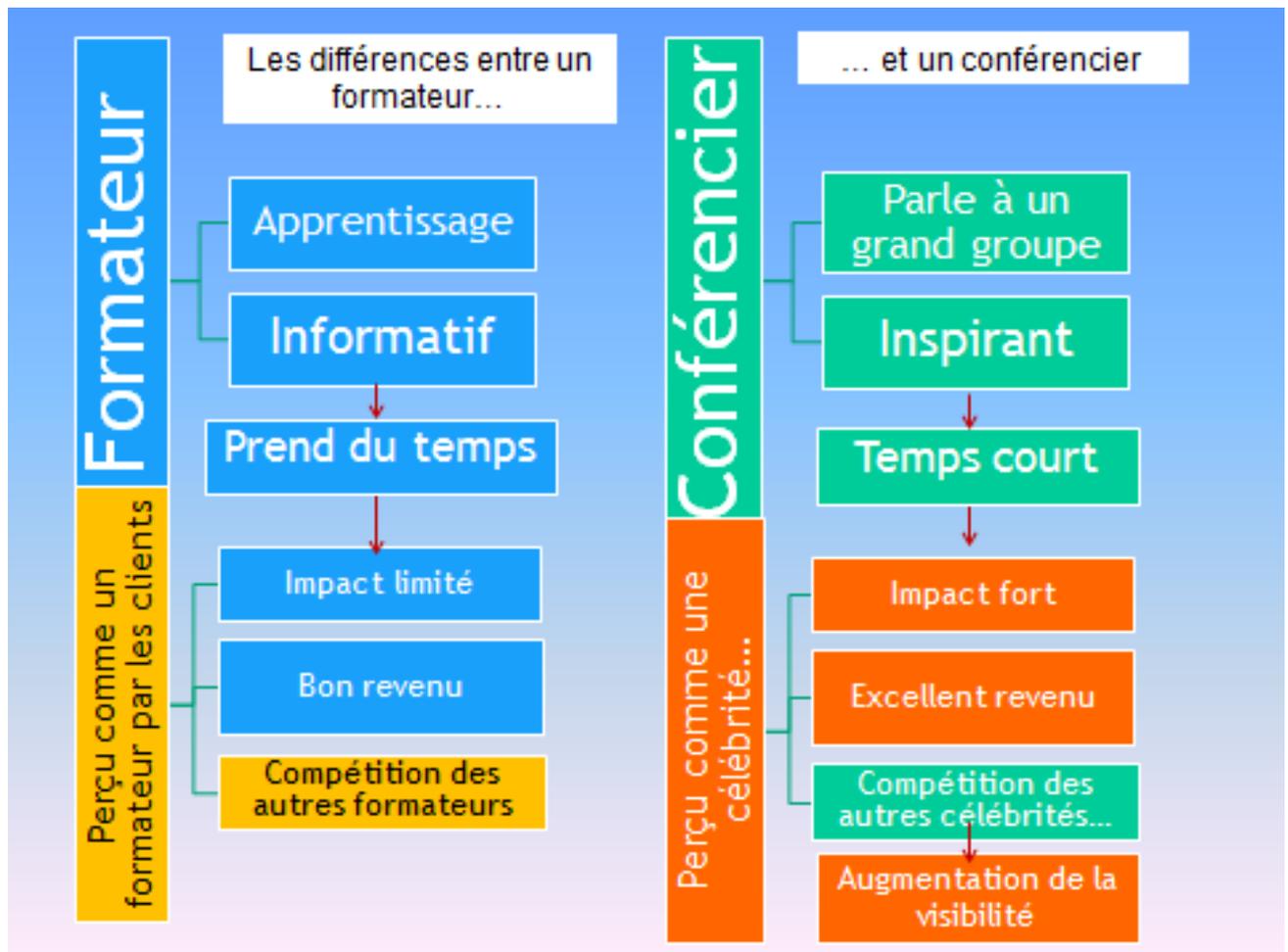
Stratégie
à long terme

Conférencier
Professionnel

REMARQUES PERSONNELLES



REMARQUES PERSONNELLES



REMARQUES PERSONNELLES

Les facettes du métier de conférencier



REMARQUES PERSONNELLES

2. Identifier son « profil de préférences personnelles »

- Connaître ses « préférences cognitives »
- Savoir s'adapter aux styles cognitifs qui nous entourent

REMARQUES PERSONNELLES

INTRO
NOTRE CERVEAU EST LA SOURCE DE NOTRE PERFORMANCE



**NOTRE
CERVEAU EST
LA SOURCE DE**

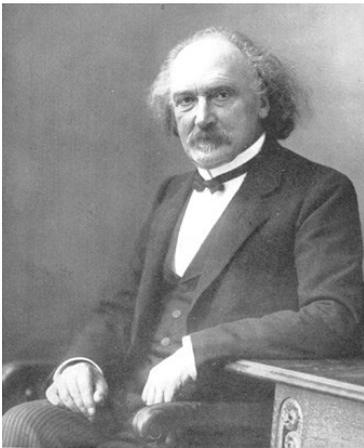
- **Qui nous sommes**
- **Ce que nous faisons**
- **Comment nous le faisons**

**Le cerveau est la source de
notre performance !**

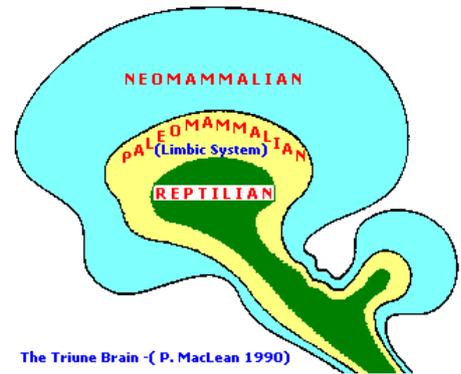
REMARQUES PERSONNELLES

INTRO : LE MODELE DE Mc LEAN (neuropsychologue)

Le Neurobiologiste Paul Mac Lean



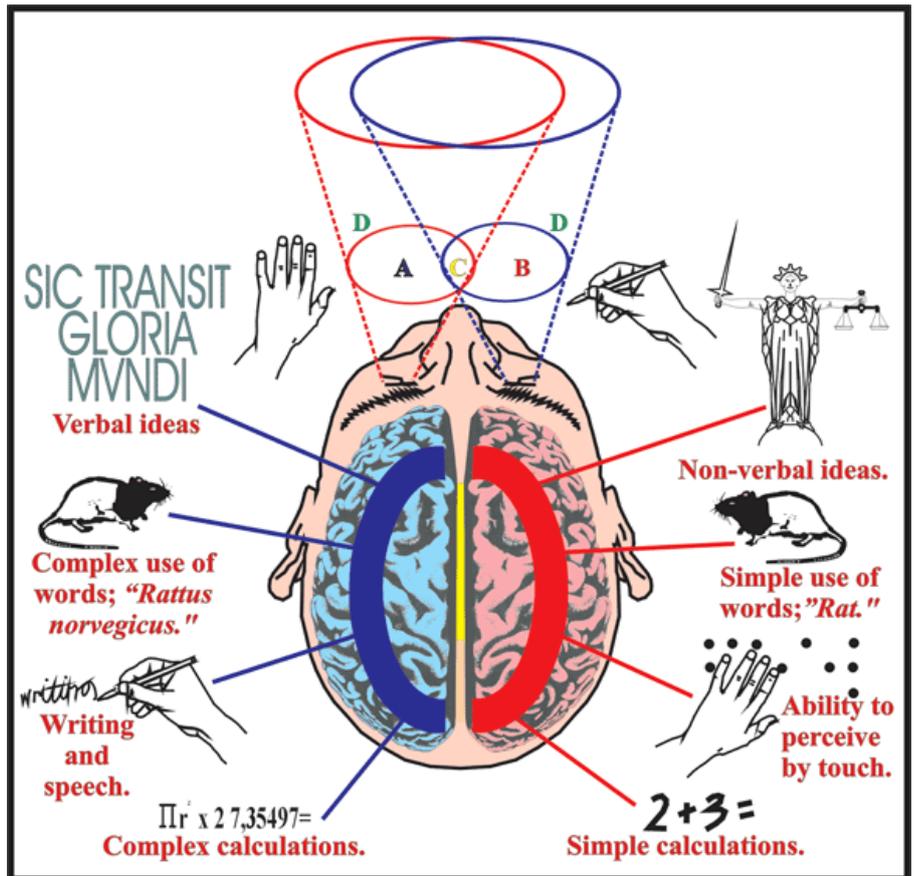
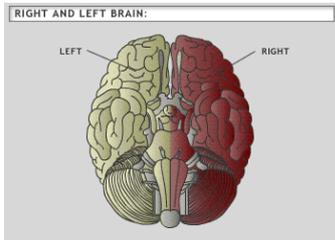
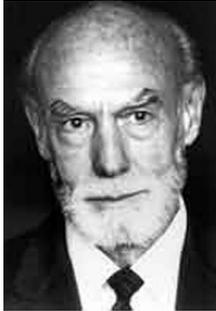
- **Paul D. Mac Lean est un neurobiologiste américain** né en 1913, à Phelps dans l'état de New York.
- Il est l'auteur de la théorie dite du « **cerveau triunique** » selon laquelle l'évolution du cerveau dans le règne animal, se retrouve dans la structure du système nerveux central humain avec :
 - 1) **Un étage reptilien** (les automatismes de vie, se nourrir, se défendre, se reproduire...)
 - 2) **Un étage limbique** (les mémoires de vie, souvenirs émotions, plaisir...)
 - 3) **Et enfin, le néocortex** (les activités intellectuelles, réfléchir, imaginer, projeter...)



REMARQUES PERSONNELLES

INTRO : LE MODELE DE ROGER SPERRY (psycho biologiste)

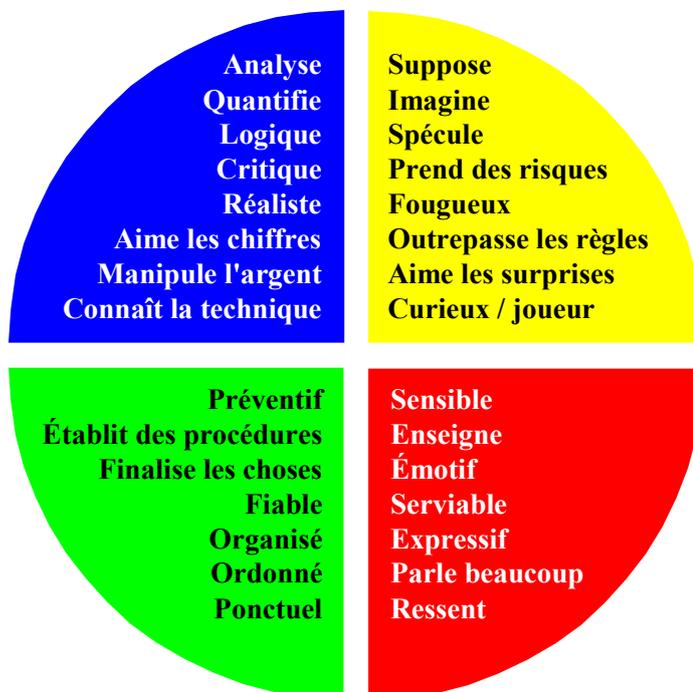
Roger Sperry
Prix Nobel de médecine
1981



REMARQUES PERSONNELLES

CONNAITRE SES PREFERENCES

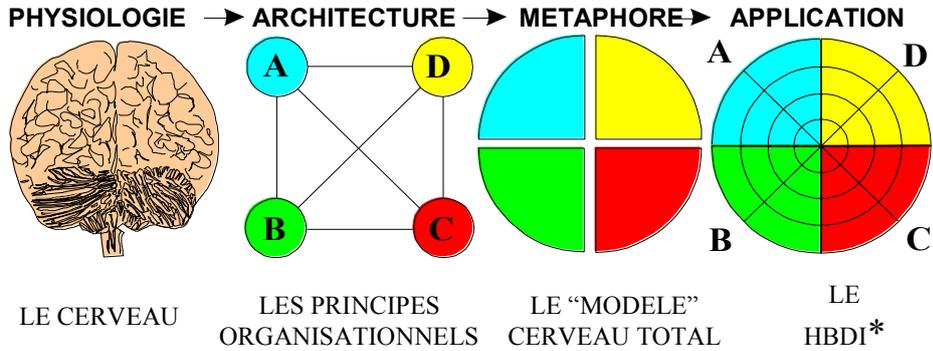
NOS 4 DIFFERENTS "MOI"



REMARQUES PERSONNELLES



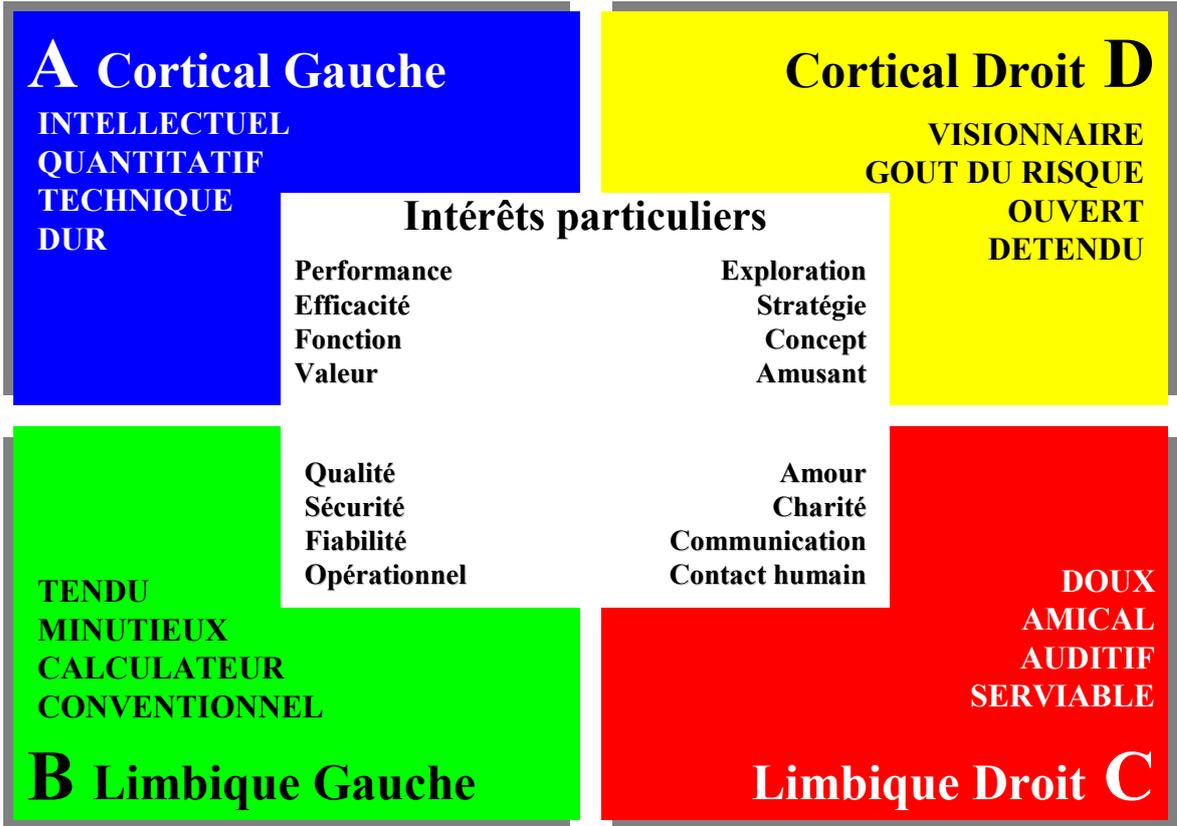
LES PRINCIPES D'ORGANISATION DU MODELE DE NED HERRMANN



* Herrmann Brain Dominance Instrument

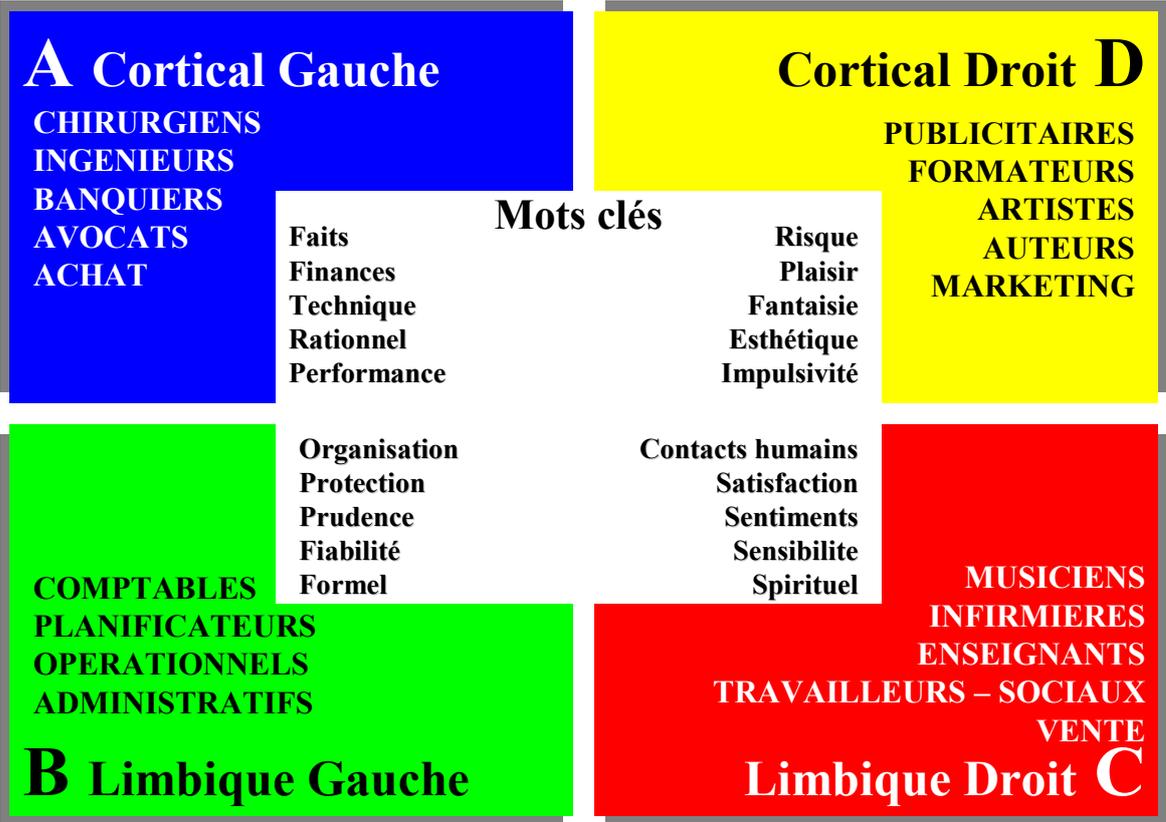
REMARQUES PERSONNELLES

TYPES

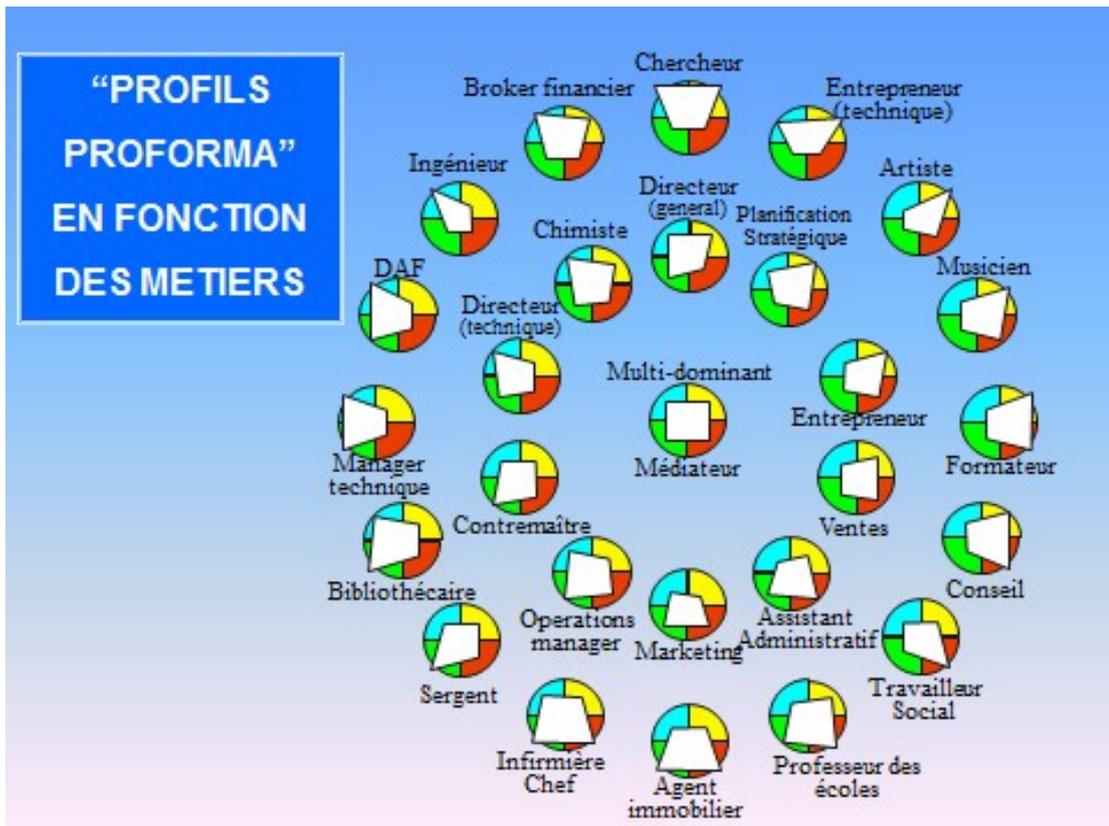


REMARQUES PERSONNELLES

PROFESSIONS TYPIQUES



REMARQUES PERSONNELLES



REMARQUES PERSONNELLES

SAVOIR S'ADAPTER AUX AUTRES PROFILS

ATTITUDES GENERALES

A

Considère les aspects financiers
Comprend les éléments techniques
Mesure précisément
Argumente rationnellement
Résout les problèmes logiquement
Analyse les possibilités
Réunit les faits

D

Résout les problèmes de manière intuitive
Synthétise des éléments incohérents dans un nouveau tout
Tolère l'ambiguïté
Lit les signes du changement
Voit les choses sur un plan général
Intègre les idées et les concepts

Remarque les défauts
Approche les problèmes pratiquement
Va jusqu'au bout des choses
Développe des plans détaillés et des procédures
Envisage les problèmes en terme de planning

B

Perçoit les difficultés relationnelles
Anticipe le ressenti des autres
Engendre l'enthousiasme
Persuade, enseigne
Concilie, considère les valeurs
Comprend les éléments émotionnels

C

ATTITUDES GENERALES

A

Considère les aspects financiers
Comprend les éléments techniques
Mesure précisément
Argumente rationnellement
Résout les problèmes logiquement
Analyse les possibilités
Réunit les faits

D

Résout les problèmes de manière intuitive
Synthétise des éléments incohérents dans un nouveau tout
Tolère l'ambiguïté
Lit les signes du changement
Voit les choses sur un plan général
Intègre les idées et les concepts

Remarque les défauts
Approche les problèmes pratiquement
Va jusqu'au bout des choses
Développe des plans détaillés et des procédures
Envisage les problèmes en terme de planning

B

Perçoit les difficultés relationnelles
Anticipe le ressenti des autres
Engendre l'enthousiasme
Persuade, enseigne
Concilie, considère les valeurs
Comprend les éléments émotionnels

C

Communiquer "à cerveau total"

A

Analyse critique
Référence aux faits
Précision technique
Données et statistiques
Idées clairement énoncées
Informations concises et claires

D

Cadre général
Cadre conceptuel
Vision à long terme
Liberté d'exploration
Métaphores – Visuels & Images
Nouveauté, jeu, imagination

Règles et procédures
Plan d'action détaillé
Peu de digressions
Procédure écrite
Étape par étape
Références pratiques

B

Perception et ressenti des situations
Discussion ouverte et informelle
Présentation et conversation
Gestuelle, voix, expression
Pas d'ordre du jour caché
Écoute et compréhension

C

A néglige

Les sentiments
Les solutions
alternatives

D néglige

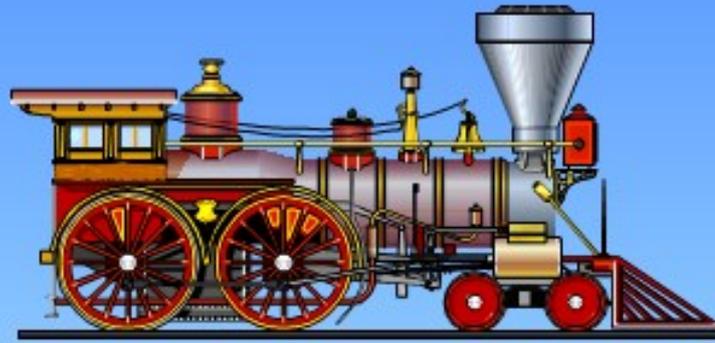
La pratique
Les détails

Les idées nouvelles
Le cadre général

B néglige

Les faits
La logique

C néglige



L'hémisphère Gauche

Analytique - Séquentiel

Rationnel - Linéaire - Mécanique

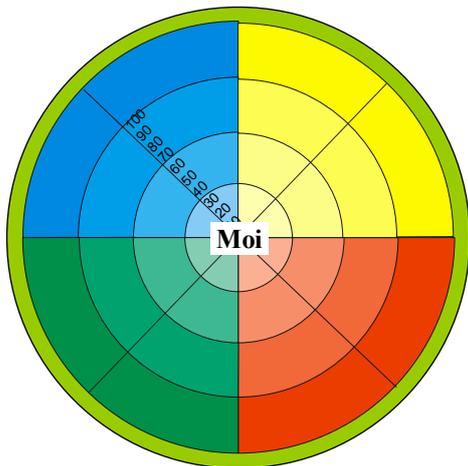
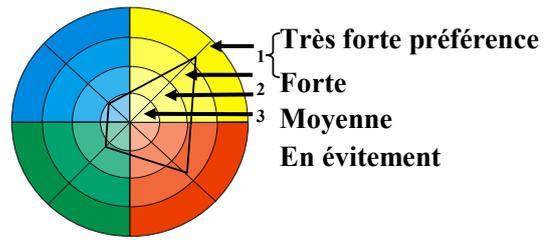


Le « Cerveau Droit »

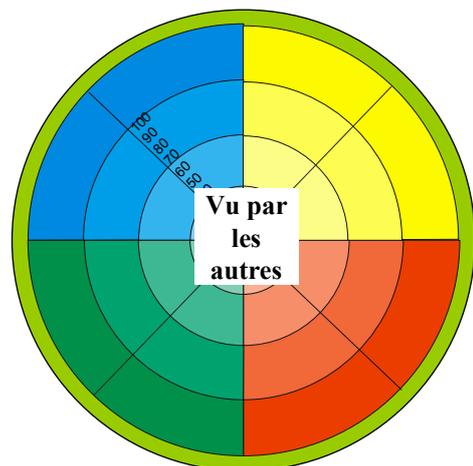
Synthétique - Simultané
Global - Intuitif - Artistique...

COMMENT J'IMAGINE MON « PROFIL DE PREFERENCES »

**Profil de préférences Herrmann
PROFIL PROFORMA :**



Comment vous voyez vous ?



Comment les autres vous perçoivent ?

REMARQUES PERSONNELLES

3. Définir votre marque personnelle en qualité de conférencier professionnel, votre « personal branding », votre stratégie



**“Marketing de soi”
des questions “clés” à se poser**

DEFINIR SA « MARQUE PERSONNELLE »

Pour définir son empreinte personnelle, son **identité**, sa **marque personnelle**, il faut avoir fait un travail sur soi pour bien se connaître, cerner ses aptitudes, définir ses qualités, ses défauts, son **expertise**, ses atouts...

Il convient de lister tout ce qui vous représente, tout ce qui fait que **vous êtes unique**.

Dans cette liste, vous ne retiendrez que ce qui servira votre, ou vos objectifs.

C'est pourquoi il faudra au préalable savoir ce qui vous motive : construire votre image dans un but précis.

Vous devrez adapter votre discours sur Internet à vos besoins, de manière à clarifier le débat, être lisible, être cohérent.

Conseils

Ne mettez pas des photos de dernières vacances sur votre page Facebook si elle a un caractère professionnel.

Créez un second profil avec un autre nom pour votre sphère intime ou mieux encore utilisez les sites de partage de photos en donnant l'accès seulement à certaines personnes.

Créer et développer son identité sur le web consiste à :

- Publier les informations que l'on a choisi de donner sur soi
- Parler et faire parler de soi
- Montrer les facettes souhaitées de sa personnalité
- Démontrer sa valeur ajoutée
- Communiquer sur son savoir-faire et son savoir-être
- Exposer ses compétences
- Expliquer son parcours personnel et/ou professionnel
- Assurer une cohérence des propos d'un support à l'autre
- Donner des informations d'actualité et périodiquement mises à jour
- Multiplier sa présence sur le web en faisant apparaître son nom sur différents sites

- Ecrire soi-même sa « success story » par exemple, son histoire signature en qualité de conférencier professionnel

Pourquoi ?

Qui mieux que vous pour créer et gérer votre propre marque ? Selon l’adage bien connu, on n’est jamais mieux servi que par soi-même. Prendre en main votre marque personnelle, c’est **gérer vous-même votre réputation sur internet**.

Ne laissez pas aux autres le soin de donner des informations qui ne vous ressemblent pas. Vous devez **maîtriser votre e-réputation** et faire ainsi en sorte que **Google** remonte les données que **vous** lui aurez confiées. Qui n’a jamais tapé le nom d’une personne sur Google pour obtenir sur elle des **informations**, pour se renseigner sur qui elle est ? Vous le faites très certainement et de plus en plus, que ce soit par nécessité professionnelle ou par besoin personnel ou encore par simple curiosité.

Si vous avez un nom répandu, ou mieux plusieurs homonymes prénom/nom, alors c’est presque une obligation que de vous démarquer. Les marques entreprises font le maximum pour éviter les contrefaçons, faites de même. **Identifiez-vous** et jouez le premier rôle.

C’est donc à vous de dresser votre portrait pour qu’il serve les **objectifs** que vous vous êtes fixés.

Ils peuvent être différents selon les cas et multiples

- Faire valoir son expérience dans son domaine d’activité
- Mieux se faire connaître sur son marché
- Se faire connaître de prospects potentiels
- Promouvoir ses nombreuses actions
- Démontrer son dynamisme
- Se forger une image d’expert
- Développer sa notoriété et celle de son entreprise par voie de conséquence
- Développer son image
- Faire sa propre publicité de manière globale
- Partager ses valeurs et points de vue dans un domaine

- Suivre l'évolution des usages sur Internet et être en phase avec ce qui se passe dans son univers quel qu'il soit
- Exister tout simplement sur le média le plus utilisé et d'envergure mondiale
- Laisser des empreintes positives sur la toile.

Conseils

Ne sous-estimez pas la portée des informations qui circulent sur la toile.

De plus en plus de professionnels ont recours à internet pour en savoir plus sur tout, les sociétés comme les hommes. Et en tiennent compte surtout... *Souvenez-vous : 70% des internautes font confiance à des références de personnes qu'ils ne connaissent pas...*

REMARQUES PERSONNELLES

Le modèle de « business »

Conférences payantes

Keynote motivationnel
ou de contenu

Matériel dérivé peu
cher

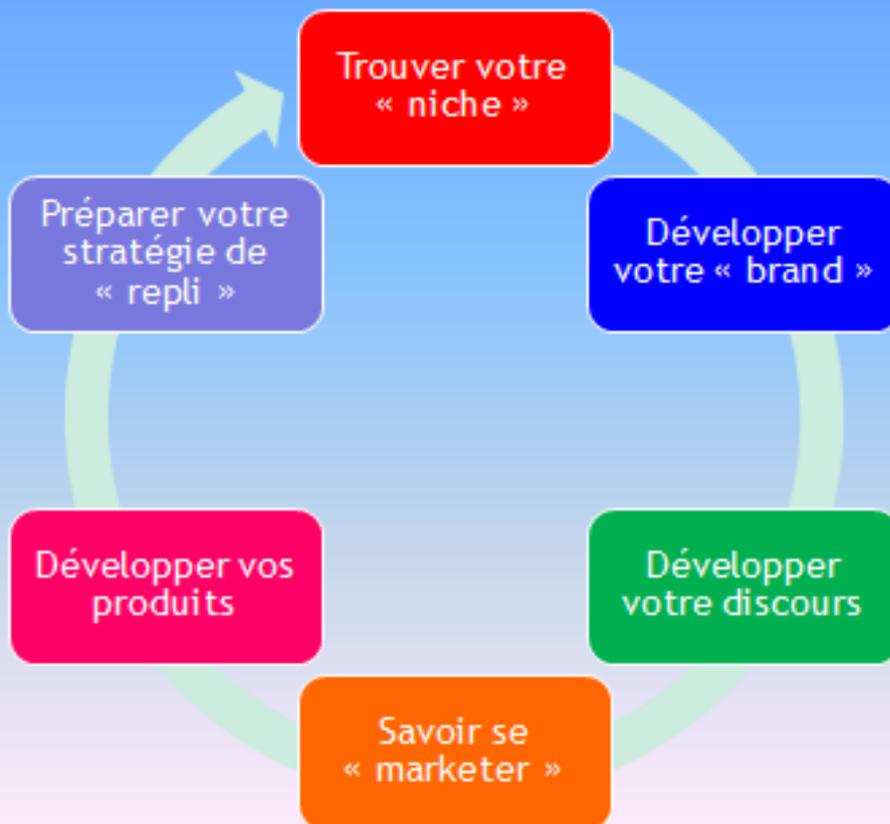
Conférences « peu chères »

Conférences promotionnelles

Matériel dérivé
cher
(Type formations ou
livres, CDs, etc...)

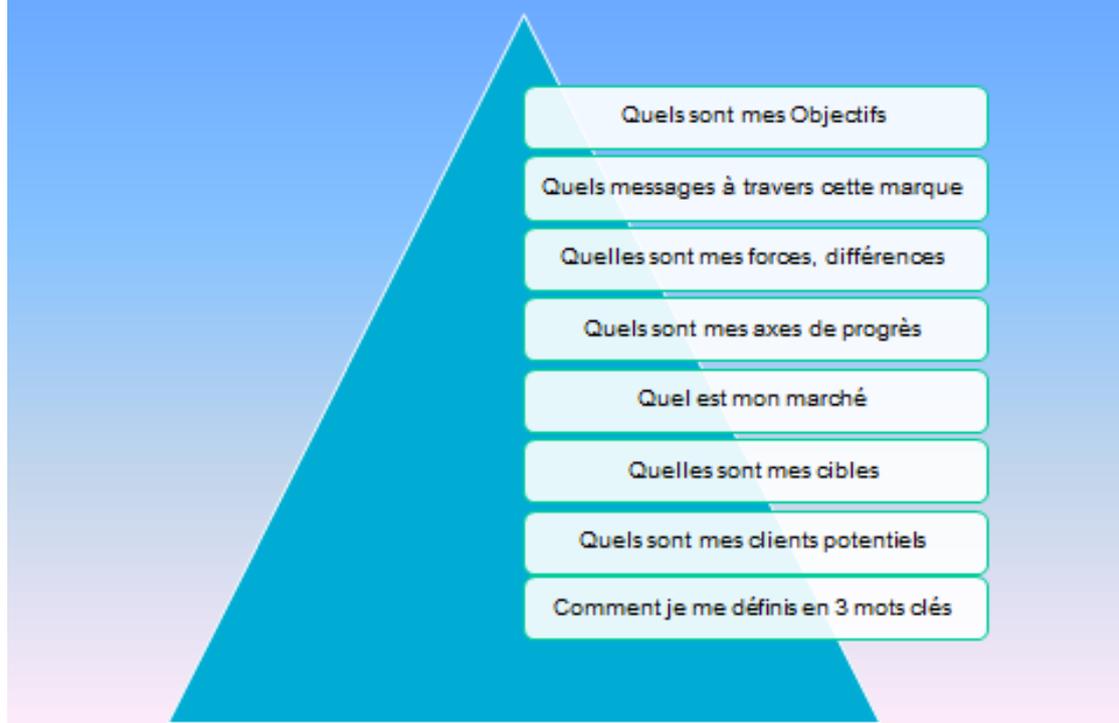
REMARQUES PERSONNELLES

Planifier votre succès !



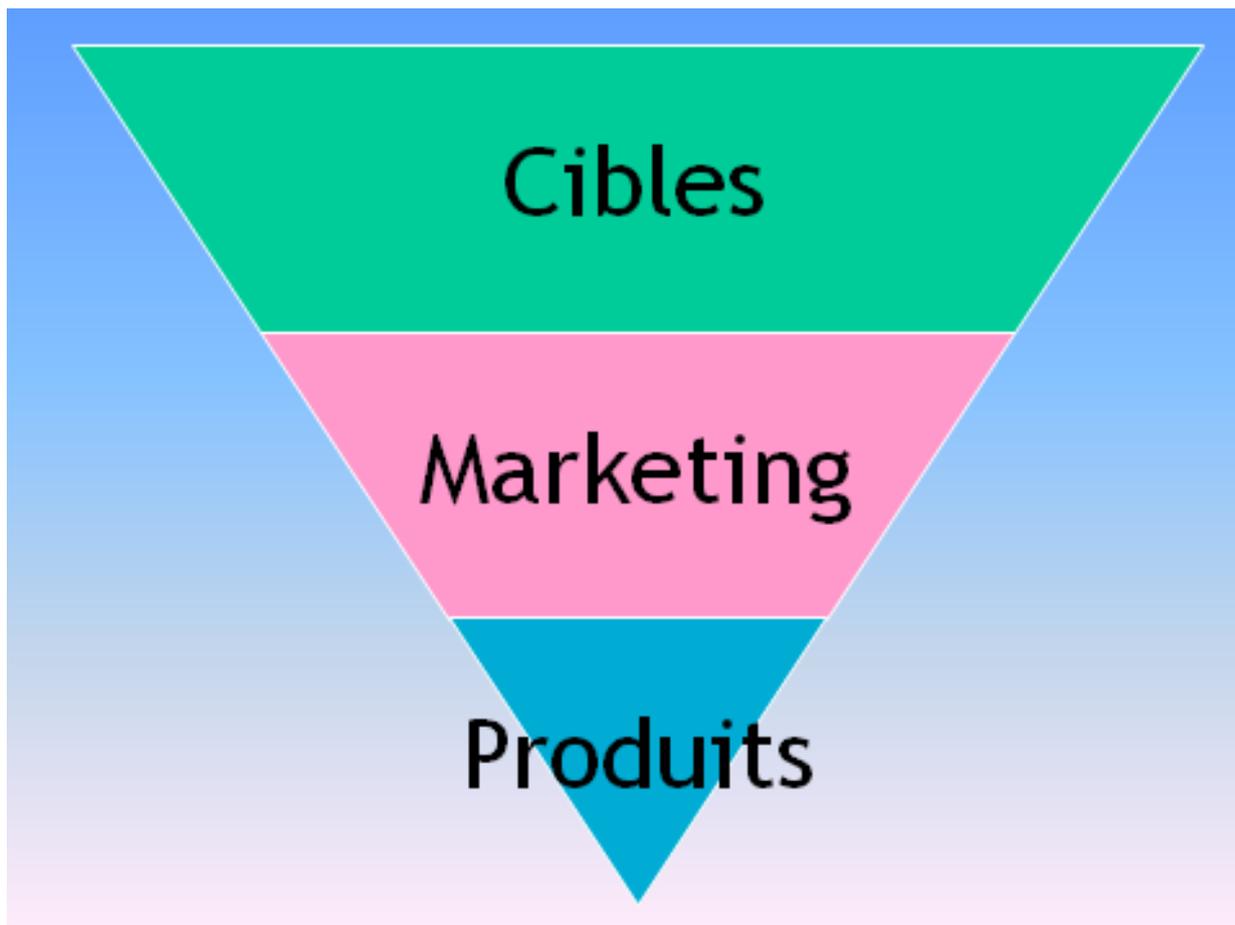
REMARQUES PERSONNELLES

Définir son « personal branding »

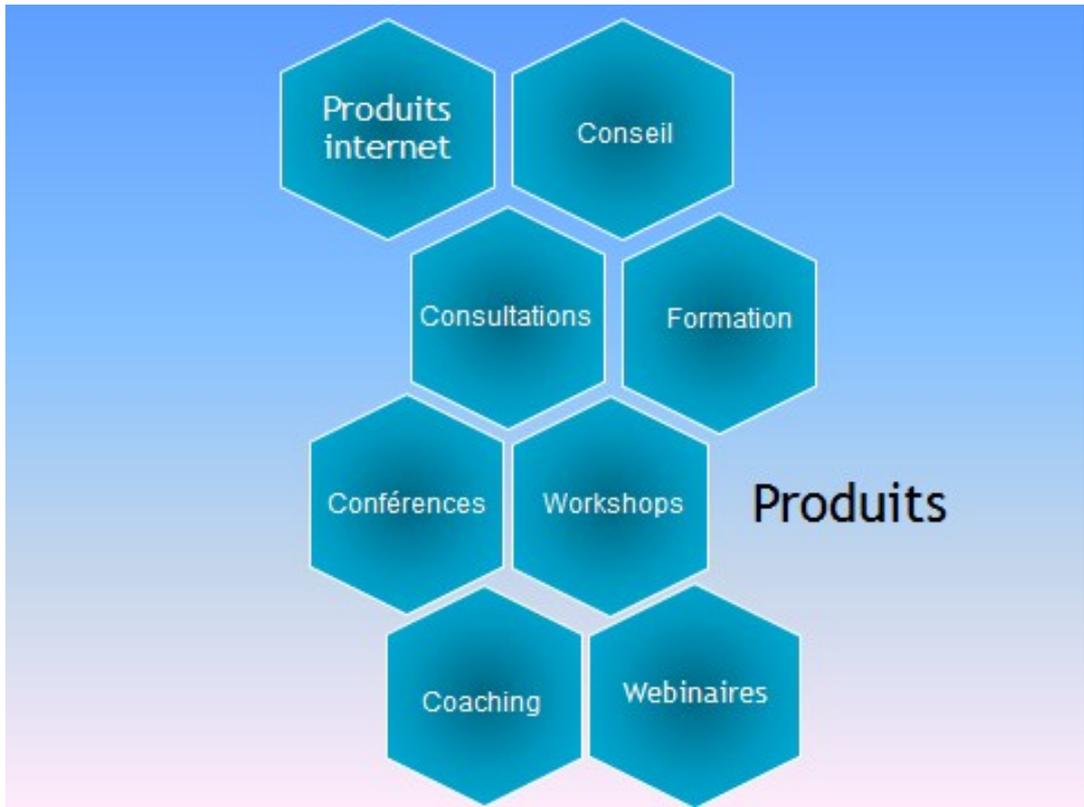


REMARQUES PERSONNELLES

DEFINIR VOS CIBLES, VOTRE MARKETING ET VOS PRODUITS



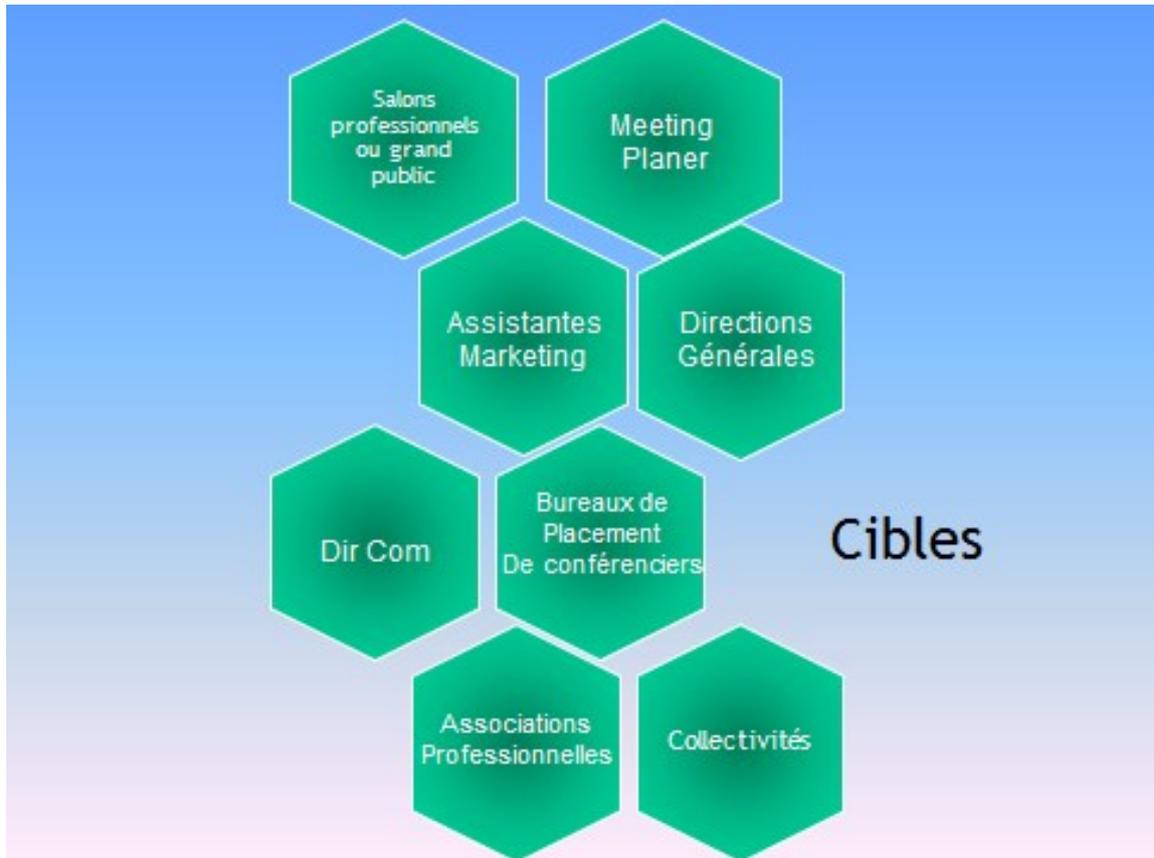
REMARQUES PERSONNELLES



REMARQUES PERSONNELLES

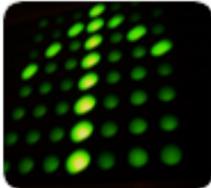
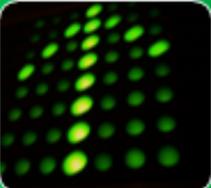


REMARQUES PERSONNELLES



REMARQUES PERSONNELLES

IDENTIFIER LES BENEFICES CLIENTS

	Bénéfices (au niveau du ressenti qu'achètent-ils ?) <ul style="list-style-type: none">• ...• ...• ...• ...
	Avantages clients (que les clients achètent) <ul style="list-style-type: none">• ...• ...• ...• ...
	Produits/Caractéristiques <ul style="list-style-type: none">• ...• ...• ...• ...
	Bénéfices (qu'est-ce que les clients achètent... que ressentent-ils ?) <ul style="list-style-type: none">• Confiance en soi• Valeur• Reconnaissance• Clarté• Influence
	Avantages clients <ul style="list-style-type: none">• Eloquence• Visibilité• Positionnement• Augmenter les résultats• Valeur
	Produits/Caractéristiques <ul style="list-style-type: none">• Prise de parole (2jours, 70% d'échange, Profil d'orateur..)• Négociation (2jours, exercices filmés.)• Communication (3 heures à 1 jour, exercices, profils...)• Ecoute• Vente (1 à 2 jours, argumentaires, exercices...)

EXERCICE DES POST-IT POUR IDENTIFIER LES BENEFICES.

Placez les Post-it sur ces pages

EXERCICE DES POST-IT POUR IDENTIFIER LES BENEFICES.

Placez les Post-it sur ces pages

EXERCICE DES POST-IT POUR IDENTIFIER LES BENEFICES.

Placez les Post-it sur ces pages

EXERCICE

Présentez-vous en 1 minute

Débriefing par vous (**que les points positifs**)

Débriefing par le formateur (**les axes de progrès**)

REMARQUES PERSONNELLES

4. LE FOND :

LA PREPARATION D'UNE INTERVENTION

- Présentation de soi – Pitch
- Présentation par un Maitre de Cérémonie avant une conférence

7 QUESTIONS CLES A SE POSER AVANT DE REDIGER SON « PITCH »

1. Quel est l'objectif de mon pitch ? (Quelle est l'action que je veux déclencher ?)
2. Quel est **LE message clé** (que vous voulez que votre interlocuteur retienne) ?
3. Qui est le public cible susceptible de prendre une décision en ce qui concerne votre offre (proposition) ?
4. Quels sont les problèmes rencontrés par votre public cible ?
5. Qu'est-ce qui vous différencie des autres et vous rend vraiment différent ?
6. Quels sont les résultats (les bénéfices) de votre offre du point de vue de votre public cible ?
7. Que voulez-vous que votre interlocuteur ressente ?

**Pour faire un bon pitch, vous rassemblez ces éléments
en deux minutes et environ 180 mots**

Un pitch peut aller de 7 secondes à 10 minutes en fonction du type de pitch et du contexte. Pitcher vous fera travailler votre flexibilité.

LES 9 QUALITES D'UN BON « PITCH »

1. Concis

Il doit contenir aussi peu de mots que nécessaires, mais pas moins (maximum 120)

2. Clair

Bannir les mots « parasites » et les acronymes compliqués. Votre grand-mère doit comprendre le concept global que vous expliquez.

3. Intéressant

Vous devez attirer l'attention de votre auditoire avec l'information

4. Crédible

Vous devez expliquer pourquoi vous et votre solution êtes les mieux à même de répondre au besoin de votre auditoire.

5. Conceptuel

Vous n'avez pas de temps à perdre, alors il faut rester à un niveau général, ne pas partir dans des détails inutiles.

6. Concret

Votre présentation doit être aussi spécifique et tangible que possible. Ne brassez pas du vent pour rien !

7. Consistant

Toute votre présentation doit *converger vers un message unique*.

8. Ciblé

Pour être efficace, la présentation doit être étudiée en fonction des préoccupations spécifiques de vos interlocuteurs.

9. Métaphorique

Dans cette situation, vous n'êtes pas face à un auditoire avec vos diapositives « PowerPoint »

Vous devez prévoir des exemples imagés et des métaphores pour présenter votre sujet.

4. LE FOND :

LA PREPARATION D'UN DISCOURS D'UNE CONFERENCE

- Définir, Cibler et organiser le message
- Trouver ses titres

Préparer votre discours



REMARQUES PERSONNELLES

Titres & Intros...



De l'EGOciation
À la NEGOciation

Vendre en
s'amusant et avec
profit !

Ne soyez pas
ordinaire... Soyez
extraordinaire !

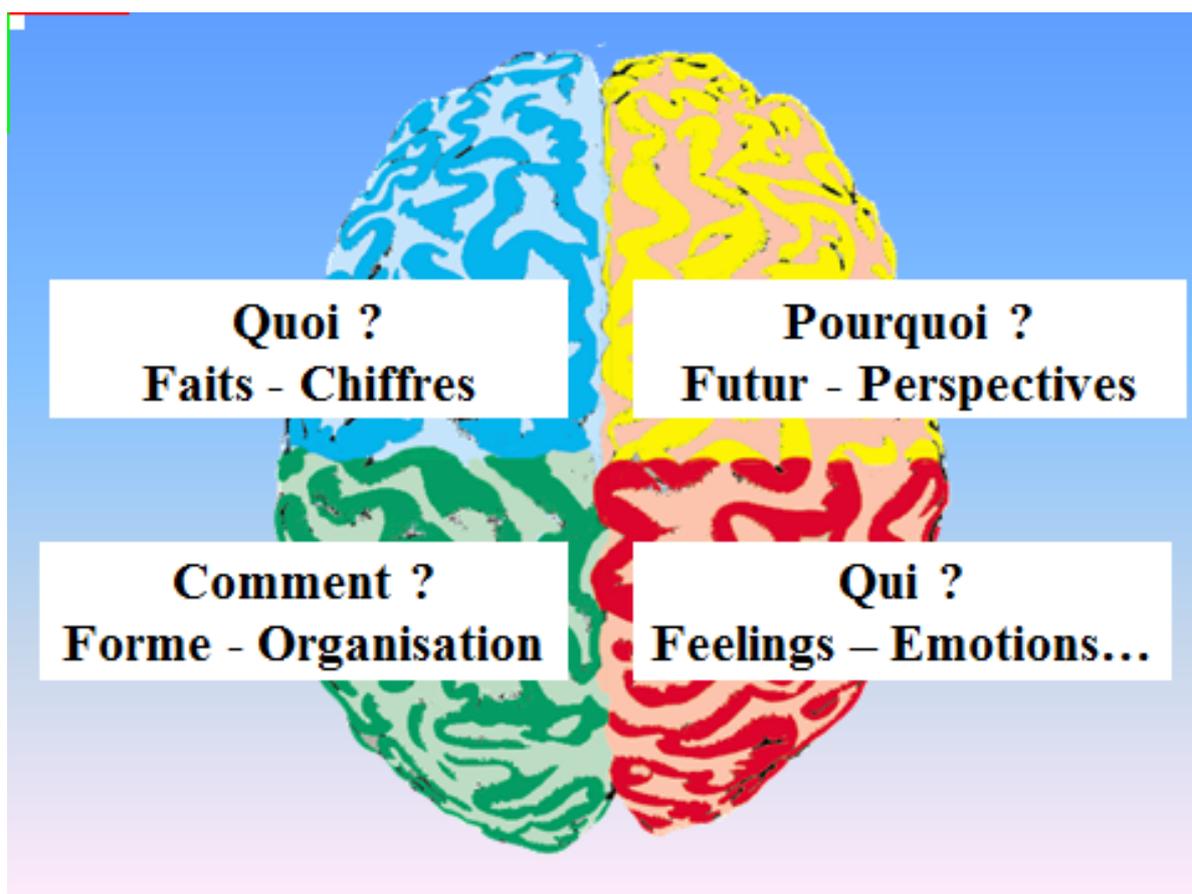
Vos titres de discours...

1

2

3

LES QUESTIONS QUE SE POSENT VOS INTERLOCUTEURS



REMARQUES PERSONNELLES

Plusieurs étapes pour se préparer

Listez vos objectifs de communication

Identifiez votre public et son besoin

Déterminez le message clé

Organisez l'information

Designez le « look » de votre présentation

Créez et assemblez les visuels

REMARQUES PERSONNELLES

Les cinq « E »

Energie

Entraînement

Emotion

Enthousiasme

Education

REMARQUES PERSONNELLES

MES IDEES

Pour une introduction marquante

Pour ajouter de l'énergie et avoir un discours entraînant...

Pour ajouter de l'émotion dans mon discours

Pour ajouter de l'enthousiasme

Pour que mon discours soit éducatif

Pour une conclusion marquante...

Story telling... La clé du succès !



REMARQUES PERSONNELLES

L'art de conter...

Un peu d'histoire :

Depuis la nuit des temps, les hommes ont communiqué entre eux en contant des histoires sur les 5 continents.

Les premiers conteurs chantaient les faits de leurs héros. Au fil du temps les histoires évoluèrent incluant peu à peu des contes et des fables. Au Moyen Age les troubadours et les trouvères charmaient leurs auditeurs grâce à des histoires d'amour et de guerre. Puis on se mit à transcrire par écrit, les contes qui jusque-là se transmettaient oralement. C'est le cas des Frères Grimm et de Hans Christian Andersen. De nos jours, la plupart des gens adore écouter et raconter des histoires. C'est un passe-temps, un moyen de faire passer un message.

Nombreux conférenciers insèrent des histoires dans leurs discours. Ils captent ainsi l'attention du public, illustrent les points importants, font passer l'émotion. Les histoires parlent à notre inconscient. Elles nous transportent.

Des astuces :

- Créez une banque d'histoires chargées d'émotion qui touchent les cœurs. Utiliser un cahier, votre PC ou tablette. Vous pourrez puiser dans cette banque pour illustrer vos messages clés.
- Pour chaque histoire, que voulez-vous que votre public pense, ressente et mette en œuvre ?
- Introduisez plusieurs sens – au moins trois (vision, ouïe, odorat...)
- Vous avez seulement 20 secondes pour faire entrer le public dans l'histoire
- Transportez votre public dans le temps (avant – maintenant)
- Introduisez des dialogues lorsque ceci est possible pour accroître l'émotion
- Ajoutez un héros dans l'histoire (autre que vous-même)
- Utilisez des noms : Pierre, Paul, André
- Décrivez vos personnages de façon visuelle et émotionnelle
- Enregistrez votre voix et transcrivez votre histoire par écrit.
- Faites le tri. Passez l'histoire au tamis... pour retenir le meilleur uniquement
- Répétez, répétez, répétez
- Dès que vous racontez une histoire, mettez un écran noir derrière vous (pas de diapositives)
- Bougez quand vous racontez l'histoire, soyez statique quand vous évoquez la chute de l'histoire...

MES IDEES

Pour ajouter une histoire à mon discours

Pour ajouter de l'humour à mon discours

EXERCICE

Contez une histoire

Débriefing par vous (**que les points positifs**)

Débriefing par le formateur (**les axes de progrès**)

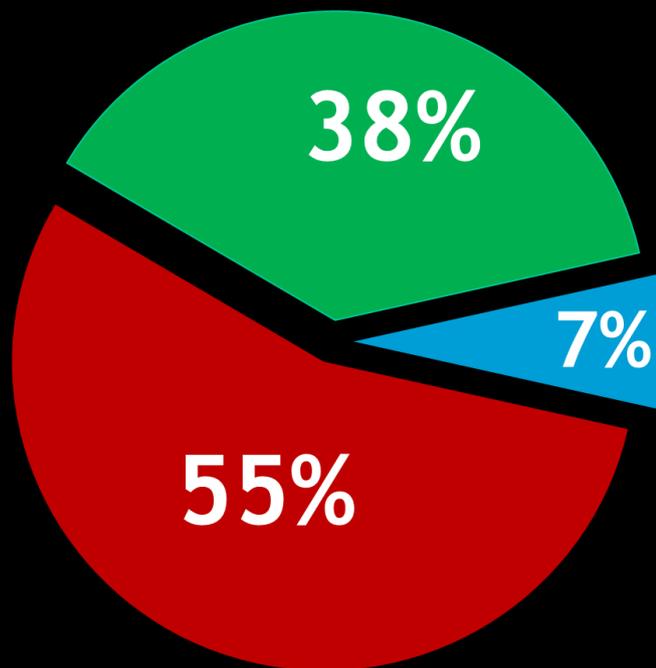
4. LE FOND suite

LA PREPARATION D'UN DISCOURS – D'UNE CONFERENCE

- M-O-I
- Structure du discours
- Règles d'or

Impact de la communication

■ Mots ■ Non-verbal ■ Para-verbal

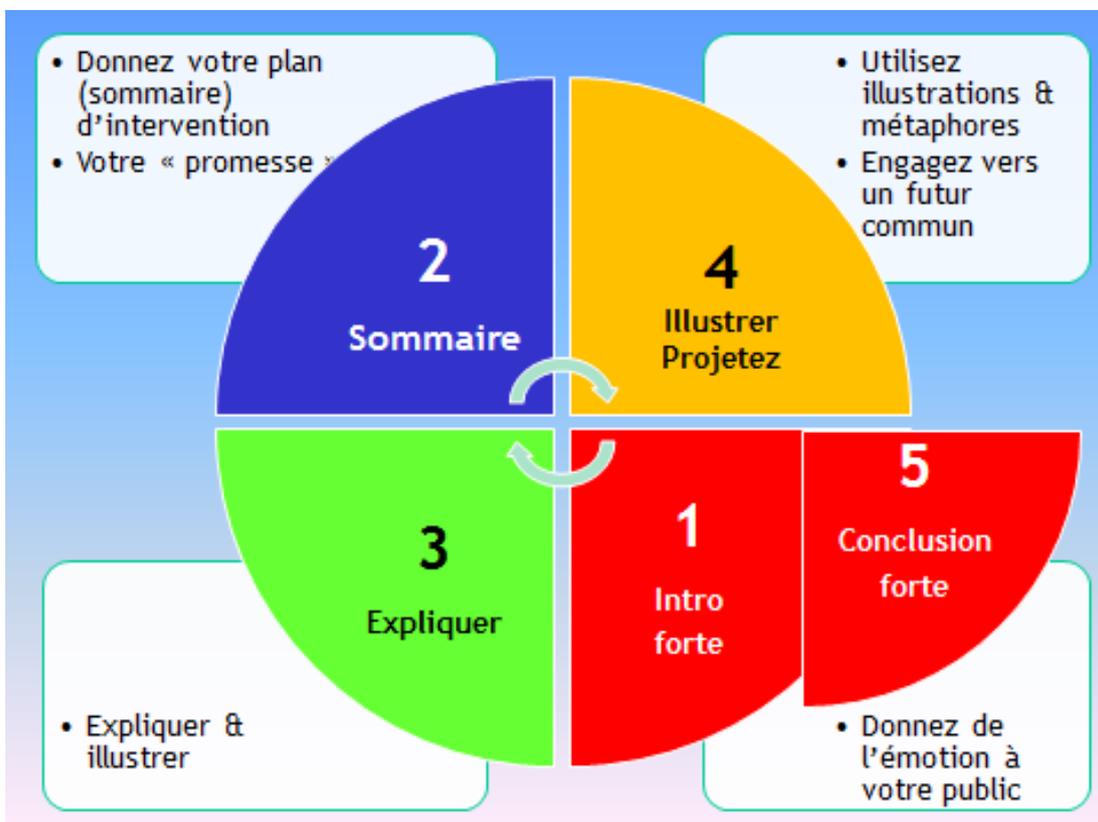
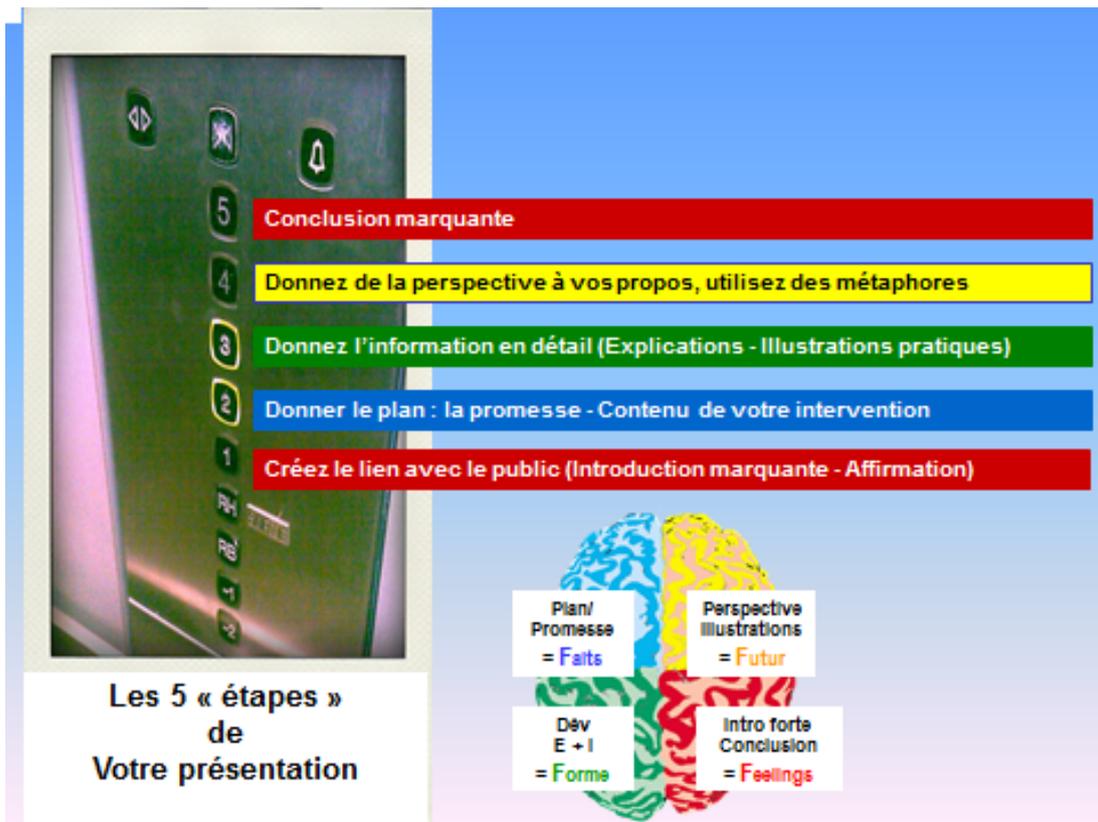


Les mots ne représentent que 7% dans la perception du message...

Autant bien les choisir !

REMARQUES PERSONNELLES

LA STRUCTURE D'UNE CONFERENCE



Structure du discours

- **1. Le plan** (message clé en tête !)
 - **2. L'angle** (doit répondre à une attente précise)
 - **3. Le ton** (dramatique, humour, inspiré, confidentiel selon le message (éviter le magistral !))
- A = Affirmer
 - E = Expliquer
 - I = Illustrer

Exemple de plan de discours en 3 points (A-E-I) :

1. Introduction (**A**ffirmation ; doit capter l'attention, présente le sujet du discours)
2. Développement (**E**xplication & **I**llustration)
 - 1er point (**E & I** - Développement...)
 - 2ème point (**E & I** - Développement...)
 - 3ème point (**E & I** - Développement...)
3. Conclusion forte (bref retour sur les points ou résumé, appel à l'action ou déclaration frappante)

Un discours, c'est comme un sandwich, pour qu'il soit à la fois digeste et consistant, il y a 3 parties :

- 1) **L'introduction** (qui doit être solide, efficace et marquante). Par exemple, faites une affirmation, utilisez une statistique, un fait marquant, une citation célèbre, en rapport avec votre objectif
- 2) **Le développement**, composé d'un maximum de 3 explications toutes associées à une illustration (image, si vous utilisez des aides visuelles ou métaphore, si vous n'avez pas d'aides visuelles...)
- 3) **La conclusion** (qui doit être inspirante, marquante et mémorable)

Utilisez le document ci-dessous pour construire votre discours à partir des conseils ci-dessus.

Si vous avez besoin de revoir la vidéo « le secret des bons orateurs »

https://youtu.be/jU_6cs-WGDQ

STRUCTUREZ

Un de mes mentors m'a dit un jour la chose suivante :

« Pour qu'un discours ou une présentation en public soit efficace, voici ce qu'il est impératif de faire » :

- Que souhaitez-vous que votre public **RETIENNE** (un message clé en tête)
- Que souhaitez-vous que votre public **RESSENTE** (quelles émotions en particulier...)
- Que souhaitez-vous que votre public **FASSE** (quelles actions quand vous avez terminé de parler...)

1) VOTRE PLAN – Quel est votre message « clé » ? Que souhaitez-vous que votre auditoire retienne ?

2) L'ANGLE – Quel est votre public ?

3) LE TON (humoristique, dramatique, inspiré, confidentiel...)

3. Développement (**Explication & Illustration**)

- 1er point de développement (Explication & Illustration avec image ou métaphore)

Transition (phrase de lien entre votre 1^{er} et 2^{ème} point du développement)

- 2ème point de développement (Explication & Illustration avec image ou métaphore)

Transition (phrase de lien entre votre 2^{ème} et 3^{ème} point du développement)

- 3^{ème} point de développement (Explication & Illustration avec image ou métaphore)

Transition (phrase de lien entre votre 3^{ème} point du développement et votre conclusion)

LES 5 REGLES D'OR DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

N° 1 : ETRE PRET

1. Maîtriser son sujet
2. Maîtriser ses aides visuelles
3. Maîtriser son temps

Apporter de la valeur ajoutée à son auditoire !

N° 2 : PAS D'IMPROVISATION DE DERNIERE MINUTE !

Intégrer l'idée que « tout peut toujours changer jusqu'au dernier moment » mais...

1. Eviter tout changement de dernière minute (matériel, modification du PowerPoint, organisation de la présentation...)
2. Rester dans son domaine de compétences (attention aux sujets non maîtrisés...)

Garder la maîtrise de sa présentation

N° 3 : RESTER SOI-MEME

1. Adopter une attitude correspondant à sa personnalité (pas d'humour forcé, de familiarité...)
2. Porter des vêtements et une allure dans lesquels on est à l'aise (éviter les changements de coiffure, vêtements gênants...)

Si vous souhaitez « tester un nouveau style » préparez-vous avant toute tentative !

N° 4 : ACCEPTER L'EXPOSITION

1. Apprivoiser et aimer son image (savoir se familiariser avec... Ecoutez-vous, regardez-vous...)
2. Accepter le regard des autres (attitudes, gestuelle, regard...)

Mettez en valeur vos atouts !

N° 5 : MARQUER LES ESPRITS

1. Soyez unique (attention à la banalité, la neutralité, propos, attitudes...)
2. Proposez une vision nouvelle, un nouveau regard (prospective, originalité, innovation...)

Offrez une présence et un message forts !

5. La forme : l'entrée en matière

- La posture physique et mentale
- Le langage non verbal
- Assoir sa légitimité
- Savoir créer le bon impact
- La Variété Vocale
- Astuces Multimédias

REMARQUES PERSONNELLES

LA POSTURE PHYSIQUE ET MENTALE



" **Le spectacle c'est Moi** " est un concept qui a été élaboré par le Studio Pygmalion.

Donner une bonne image de soi est une étape décisive ; vous êtes le vecteur du discours. Votre présence est une valeur ajoutée, ne vous cachez pas derrière votre texte ou derrière vos diapositives PowerPoint et n'oubliez pas que votre public à rendez-vous avec vous !

Conseil : Vous devez imposer votre présence et acceptez les regards qui se posent sur vous. Avant d'émettre le moindre son et de vous mouvoir, regardez et laissez-vous regarder. Avant de parler prenez le temps de vous assurer que le spectacle c'est vous !

REMARQUES PERSONNELLES

LE LANGAGE NON VERBAL

Le Langage Corporel

Le langage corporel est une partie importante du discours. Il accentue votre message et lui donne de la crédibilité. Votre corps parle.

Le langage corporel doit être sans à coup et naturel. Il doit refléter le message que vos auditeurs attendent.

Chaque geste est une parole. Ils doivent être pensés tout comme les mots.



Les Mouvements

Les mouvements que l'on fait pendant un discours introduisent de la variété. Un déplacement attire l'attention, il peut amener le public à s'impliquer d'avantage.

Avancer vers l'auditoire permet de mettre l'accent sur un point précis.

Vos mouvements doivent précéder d'une fraction de seconde les mots qu'ils viennent renforcer.

Les Gestes

Les gestes sont les mouvements du corps les plus expressifs. Ils concernent plus particulièrement la tête, les épaules, les bras, les mains.

Les gestes les plus courants peuvent exprimer :

La taille, le poids, la forme, la direction : ce sont des caractéristiques d'ordre physique qui correspondent à des gestes des mains (ex : « il est parti par-là ! », direz-vous en pointant dans la direction en question). L'importance ou l'urgence : pour renforcer l'importance de ce que vous êtes en train de dire, vous pouvez, en autres, frapper une paume ouverte avec l'autre poing fermé.

La comparaison : en rapprochant vos mains d'un seul mouvement, vous indiquez une similarité. En les éloignant vous montrez une différence.

Les Expressions du Visage

Votre visage donne à ceux qui vous écoutent, mille indications ! Il est important que les expressions de votre visage corroborent vos paroles. Si vous parlez d'un grave accident avec le sourire le public sera déstabilisé et vous risquez de ne pas être crédible.

C'est surtout grâce à vos yeux, vos sourcils et votre bouche que vous exprimez la tristesse, la peur, le bonheur...

C'est en exprimant des sentiments, des émotions, que vous entraînerez votre auditoire dans votre sillage.

Le Contact Visuel

Que ressentez-vous lorsqu'une personne vous parle sans vous regarder ?

Le contact visuel joue un rôle très important dans l'établissement des relations entre les gens. Vous devez donc vous en préoccuper lorsque vous parlez en public.

De plus, le contact visuel permet de capter le public. Tout en parlant regardez les membres de l'auditoire. Choisissez des personnes au hasard (dans le fond, devant, sur les côtés) et regardez-les pendant quelques secondes.

Etre naturel

Votre langage corporel doit être naturel et spontané. Vous pouvez vous entraîner aux différentes expressions. Après avoir rédigé votre discours, lisez-le en soulignant les endroits où vous pourriez introduire des mouvements, des gestes pour mieux faire passer un message. Essayez plusieurs façon de bouger vos bras, vos mains, votre visage. Il faut que vos idées déclenchent automatiquement certains gestes et expressions. Vos gestes ne doivent pas succéder à vos paroles. Répétez devant un miroir ou enregistrez-vous.

AVOIR DE L'IMPACT



Il n'y a pas de baguette magique et, pourtant, en appliquant quelques trucs pour avoir un meilleur impact, les résultats peuvent être immédiats !

Voici cinq actions à respecter pour renforcer l'impact de votre arrivée face à un interlocuteur, ou en conférence, face au public.

Pour avoir de l'impact : Le « club » des cinq :

1. Allez vers le public : **avancez**
2. Geste d'ouverture : **accueillir**
3. Entrez en relation : **regardez**
4. Posez-vous : **expirez/soufflez**
5. Faites-vous plaisir : **souriez**

Appliquez cette approche en cinq éléments.

Quinté dans l'ordre ou dans le désordre, à chacun de faire sa « cuisine » !

Pour réussir une intervention en public, il faut avant tout séduire l'auditoire !

1. Par sa personnalité (physique, chaleur, ouverture, respect, attention, humour...)
2. Par ses arguments (contenu, pertinence, faits, chiffres, exemples...)
3. Par son style personnel (illustrations, métaphores, interactions, participation...)

LA VARIETE VOCALE

Votre voix est un atout ; elle vous permet de véhiculer le bon message.

Les qualités d'une bonne voix :

- **Agréable à entendre**, comme celle d'un proche,
- **Naturelle** : elle reflète la sincérité et la personnalité de l'orateur,
- **Energique** : elle donne de la vitalité,
- **Expressive** : elle utilise toutes les nuances pour donner du sens au propos,
- **Audible** : par son volume et l'articulation.



Savoir respirer

Votre voix est soutenue par une colonne d'air. Si vous allez chercher l'air à partir du ventre, votre voix sera de meilleure qualité. La « respiration abdominale » vous permettra de contrôler votre souffle. La façon dont vous vous tenez (posture) a son importance, l'air doit pouvoir circuler librement. Tenez-vous droit, dégagez votre poitrine, la tête haute, les épaules en arrière et fléchissez légèrement les genoux.

Le Volume

Pour retenir l'attention de l'auditoire, il faut savoir moduler la force de sa voix. Si vous parlez très fort trop longtemps vous dérangerez votre auditoire. L'inverse est également vrai. Vous devez adapter le volume de votre voix à la taille et la forme de la salle. Pensez à varier le volume en fonction de ce que vous dites. Pour exprimer la colère, montez le son ! Si vous voulez partager un secret baissez le son !

Le Ton

Aigu-Grave ; il faut changer de ton lorsque l'on fait un discours pour garder votre audience éveillée. Le ton doit aussi coller à ce que vous dites. Une tonalité aiguë traduit plutôt l'excitation, les notes graves expriment en général la tristesse ou la réflexion.

Le débit

Le nombre idéal de mots prononcés par minute se situe entre 125 et 160. Là encore il faut varier, plus rapide à certains moments, plus lent à d'autres, par exemple, pour exprimer un point important ou faire comprendre une idée plus complexe.

La Qualité

Quelle que soit la qualité de votre voix, vous pouvez la travailler et l'améliorer avec la relaxation qui éliminera toute tension éventuelle.

Les silences (appelés « pauses » par les conférenciers)

Il faut parfois savoir se taire ! Utilisez les pauses et les silences pour mettre l'accent sur une idée, attirer l'attention, ponctuer... Et respirer...

Les pauses de ponctuation permettent de faire comprendre le sens. Un silence alerte l'auditoire que vous allez dire quelque chose d'important, il vous permet aussi de ramener un auditoire distrait.

Un silence après une question est indispensable pour laisser à l'auditoire le temps nécessaire pour répondre mentalement.

Conseillé	Déconseillé
➔ Diversifier sa voix (volume, ton, débit)	⊘ Avoir une voix identique d'un bout à l'autre de son intervention
➔ Adapter son volume à la salle	⊘ Ne pas tenir compte de la taille de la salle
➔ Etre naturel	⊘ Se forcer
➔ Utiliser les silences (pauses)	⊘ Toujours meubler avec des mots futiles...
➔ Répéter	⊘ Ne pas se préparer

REMARQUES PERSONNELLES



UNE MEILLEURE ARTICULATION - Exercices Pratiques

Pour améliorer votre articulation vous devez prendre la décision de parler correctement, d'ouvrir la bouche (toute grande !), de détendre vos lèvres.

Le secret d'une bonne articulation se trouve dans la position des lèvres, de la langue et des dents. Le but de ces exercices est de vous aider à acquérir une meilleure flexibilité. Durée maximum des exercices : 5 minutes (pour ne pas fatiguer les mâchoires !)

Les lèvres :

1. Étirez la lèvre inférieure par-dessus la lèvre supérieure, puis faites le contraire.
2. Pincez la bouche le plus possible puis ouvrez-la largement. 10 fois lentement et 10 fois rapidement
3. Répétez lentement les syllabes suivantes, puis accélérez en exagérant le mouvement des lèvres :
bi : mi : bi : mi : bi : mi : bi : mi
bo : po : bo : po : bo : po : bo : po
fleur : flou : fleur : flou : fleur : flou
vrai : vrac : vrai : vrac : vrai : vrac :
oui : puis : soux : poux : mois : soie
plein : plus : plein : plus : plein : plus

La langue :

1. Repliez la langue vers le palais aussi loin que possible, puis tirez la aussi loin que possible. (Répétez 10 fois)
2. Poussez fort avec la langue contre la joue droite, gauche, étirez la langue par-dessus la lèvre inférieure puis supérieur et ensuite de part et d'autre de la bouche. (Répétez 10 fois)
3. Pincez la lèvre et passez la langue par cette ouverture étroite. Plusieurs fois.

La mâchoire :

1. Prononcez les sons suivants en remuant largement la mâchoire. (Exagérez les voyelles).
Waaaa - Waaaa - Waaaa - Waaaa -
Wiiii - Wiiii - Wiiii - Wiiii -
Wooo - Wooo - Wooo - Wooo
Weee - Weee - Weee - Weee
Woi - Woi - Woi - Woi
Wou - Wou - Wou - Wou
2. Prononcez les syllabes ou les mots suivants en exagérant les mouvements de la mâchoire.
bah - bah - bah - bah - bah -
ma - ma - ma - ma - ma
moi - moi - moi - moi - moi
fa - fa - fa - fa - fa
bébé - bobo - fifi - mimi
oui - ouah - débit - guingois
jeu - joie - ping - pong - tais - toi
qui - quoi - lui - la - ni - non
wok - ira - rirons - scie - soie - kiwi

6. La gestion des émotions

- Les ancrages positifs
- La respiration

REMARQUES PERSONNELLES



EXTERIORISEZ VOS EMOTIONS !

Extérioriser vos émotions diminuera de beaucoup le risque de vous laisser déborder par votre propre émotivité et ainsi perdre vos moyens (le corps est le « starter » de l'émotion).

De plus, vous y gagnerez en capital "sympathie" parce que vous "humaniserez" votre intervention. Instinctivement les gens se sentiront plus proches de vous.

Votre message convaincra parce que vous vous y serez investi émotionnellement.

Votre public ressent des émotions, quelle émotion souhaitez-vous véhiculer ?

Il faut la prévoir et la travailler. N.B. : Votre émotion va dépendre de votre « intention ».



REMARQUES PERSONNELLES

LES ANCRAGES POSITIFS DE RESSOURCES

1°) La visualisation

Elle s'utilise de deux manières :

Premièrement : se visualiser en train de réaliser une prise de parole brillante, dans le lieu et face au public prévu. Comme au cinéma vous devenez l'acteur d'un film à succès !

Deuxièmement : projeter (avec vos cinq sens) des images personnelles qui vous mettent dans un état positif, agréable et disponible.

2°) L'auto-motivation :

La « méthode Coué » et la pensée positive ont fait leur preuve ! N'en minimisez pas les résultats. A consommer sans modération, abus conseillé !

3°) Le corps est le « starter » de l'émotion

Développée par le Studio Pygmalion pour le training de comédiens professionnels, cette approche a fait ses preuves : vous pouvez par le corps, créer des émotions positives pour aborder la prise de parole.

L'utilisation des gestes, des postures et de la respiration vont vous aider à exprimer par le corps vos émotions. Là encore, c'est votre intention qui va envoyer les bons messages à votre cerveau.



Les “ancrages” positifs



La respiration...

RESPIREZ !

Il existe trois types de respiration : Claviculaire, thoracique et abdominale.

La respiration abdominale, (celle qui sollicite les muscles abdominaux) est adaptée à l'expression orale, qu'elle soit parlée ou chantée.

Cette respiration naturelle par le ventre est la première que nous connaissons. Elle est innée. C'est celle des bébés, des petits enfants, des personnes qui ont pu conserver un rythme de vie proche de leur rythme biologique.

Notre conseil :

Régulièrement et sans précipitation, travaillez-la, vous parviendrez à respirer de cette façon à volonté. Il va falloir vous « rééduquer » !

En dormant, vous respirez par le ventre, c'est donc que vous savez le faire.

Une main sur le ventre, soufflez profondément et, ensuite, relâchez progressivement la tension abdominale.

Il faut décompresser !

7. La gestion des questions

REMARQUES PERSONNELLES

LES 5 MANIERES DE REpondre A UNE QUESTION

Les bouddhistes disent qu'il y a cinq manières de répondre à une question :

1. Répondre par Oui,
2. Répondre par Non,
3. Répondre par un Silence,
4. Répondre par une contre question
5. Répondre par une question détournée.

Dans les cas d'une réponse par l'affirmative ou par la négative, nous pouvons retenir que dans cette technique bouddhiste qui dit qu'il n'y a aucune justification à apporter, juste une simple réponse à la question.

Au-delà de ces réponses par Oui ou par Non, nous ajouterons donc répondez à la question et juste à la question et si vous ne savez pas répondre dites "je ne sais pas" et engagez-vous à revenir avec la réponse dans les jours à venir. Mieux vaut être honnête que de se lancer dans de grandes explications et ainsi risquer de ne pas être totalement crédible.

Le Silence est une bonne technique à utiliser si vous trouvez que la question est déplacée ou pensez qu'elle en cache une autre, ne vous laissez pas piéger et laissez l'autre "abattre ses cartes".

La réponse par une question est un moyen de creuser, de repousser la réponse ou de « botter en touche ». **Exemple de contre question** : "Et vous-même, qu'en pensez-vous ?", "Pourquoi me posez-vous cette question ?", "qu'attendez-vous de moi en me posant cette question ?"

Exemple de question détournée : "Est-ce que vous voulez bien que je réponde un peu plus tard ?", "est-ce que cette question est inscrite à l'ordre du jour ?", "est-ce que vous pensez vraiment que je vais répondre à cette question ?"

Valorisez la question quand elle est pertinente, ne la jugez pas si elle ne l'est pas. Quand vous répondez à une question, considérez que celui qui l'a posé est le porte-parole de tous. Cependant, même si vous lui accordez un peu plus d'importance, pensez à conserver le contact visuel avec l'ensemble du public.

REMARQUES PERSONNELLES

8. Savoir se vendre

Le Business Plan

Les « speakers bureaus »

La présence sur les réseaux sociaux

La présence sur Youtube

REMARQUES PERSONNELLES

Evaluez-vous de 1(faible) à 10 (fort)

- Conférences (qualité des présentations)
- Outils de marketing
- Produits dérivés (livres, CDs)
- Image de marque présence sur Internet
- Site Internet
- Présence Speakers Bureaux
- Aptitudes en marketing
- Succès commerciaux et marketing

REMARQUES PERSONNELLES

Ressources essentielles

www.99designs.com	Créer son logo
https://zoom.us	Réunion Virtuelle
www.fr.elance.com	Freelance
https://www.canva.com/fr	Création de brochures, bannières
www.lulu.com/fr	Autopublication
www.thomman.de	Achat de matériel audio visuel
http://sg-autorepondeur.com/inscription.php?r=10327&ban=lien	Créer liste d'emails
http://www.larevolutionvideo.com/?hop=influenceoptimiste	Produits Vidéos
https://influenceoptimiste.learnbox.com/app/affiliation_lb/	Formations en ligne
https://www.wetransfer.com	
http://www.copywnting-pratique.com/le-generateur-daccroches/	Trouver des titres

REMARQUES PERSONNELLES

Le livre : La boîte à outils du Speaker Conférenciers chez Dunod (cliquez sur la photo ci-dessous)



Réseaux sociaux

<http://www.facebook.com>

<http://www.twitter.com>

<http://www.YouTube.com>

<http://www.linkedin.com>

e-réputation : <https://adwords.google.com/o/KeywordTool>

Ouvrage : “How To REALLY Use LinkedIn” par Jan Vermieren

<http://www.how-to-really-use-linkedin.com/en-author.html>

Notoriété sur la toile : Mesurer son SSI ([Social Selling Index](#)) sur LinkedIn

Créez facilement votre propre site web ou sous-traitez sa création par un expert

Jimdo : www.jimdo.com

Relation client

Gestion automatique des listes mails : [SG Autorépondeur](#) - [Sendinblue](#) - [Getresponse](#) - [Activecampaign](#) - [Système.io](#) - [Learnybox](#)

Livre gratuit : Comment [gagner sa vie avec son blog](#)

Achat de matériel audio et video

<https://www.thomann.de/fr/index.html>

Plateforme communication à distance

<http://Zoom.us> (Réunion virtuelle et Webinaire) possibilité d’enregistrer les sessions zoom

<http://www.skype.com>

Se déplacer rapidement à Paris et en sécurité

Taxi moto Francky : +33 6 01 20 67 88. Il a un airbag pour passager.

Dupliquer des documents

Société O’Print : Olivier Ilacqua : +33 1 47 88 06 22 : olivier.ilacqua@hotmail.fr - AB Print : Dominique

Planes : reprographie@super-repro.fr

Créer des bannières, brochures...

https://www.canva.com/fr_fr/

Evénements et billetterie en ligne

<http://www.meetup.com>

<http://www.facebook.com/events.php>

[Yurplan](#)

[Weezevent](#)

[Event brite](#)

Digitalisation de contenus et d'événements

Pour rendre vos conférences et formations interactives de façon digitale : [SPARKUP](#)

Mon site Internet

<http://www.christine-morlet.fr>

Créer des produits à partir d'un "webinaire"

<http://recordandgrowrich.com/how-to-record-a-teleclass/>

Aide pour créer des produits web et marketing sur le Web

Lionel Ségaut : Très bon en stratégie pour vendre vos produits sur le WEB. Il met en place vos webinaires pour vendre lionelsegaut@gmail.com - **Seyfedine Gaouir** : Expert Facebook pour attirer les bons prospects via FB : gaouir.seyfedine@gmail.com

Booster son marketing personnel sur LinkedIn : [CFP Talent](#)

David Jay : [La révolution vidéo](#)

Stéphanne Munnier : aide technique et marketing : elecinfo@elec-informatique.com

Faire filmer ses conférences pour avoir des démos pour mieux les vendre

Ibrahima SEYDI : exagonemotivation@gmail.com

Dan CUQUEMY : dan@pointdevenarratif.com

Divers sites Web

<https://www.wetransfer.com> (transfert de gros fichiers vidéos ou autres)

<http://www.elance.com> et 5Euros.com <https://5euros.com> (freelance et travailleurs indépendants)

<http://www.dropbox.com> (synchronisation de fichiers entre plusieurs appareils)

<http://www.hotmail.com> (e-mail gratuit)

<http://www.yahoo.com> (recherche d'e-mail gratuit)

<http://www.gmail.com> (e-mail gratuit)

Business

Le succès en qualité de conférencier se compose de 95 % de marketing...

- Quel est votre marché de niche ?
- Quelle est votre unique expertise (choisissez-en une seule !)
- Quelle est votre zone de chalandise (régionale, nationale, internationale...)

REMARQUES PERSONNELLES

Qui est l'acheteur ?

- Ceux qui cherchent un conférencier
 - Ceux qui sont décisionnaires
 - Ceux qui ont de l'argent (le budget)
 - Ceux qui vous ont vu sur Youtube...
- = Associations, Entreprises, Collectivités locales,
Speaker Bureaux...

Mon prospect idéal :

Directeur des Ventes & Marketing

Organisateur de conférences

Associations de chefs d'entreprises...

Que recherche l'acheteur ?

- Ils recherchent votre expertise
 - Contenu
 - Site WEB
 - Contenu de vos conférences (titres et objectifs)
 - Présence sur les réseaux sociaux
 - Présence sur Youtube
 - Présence sur Amazon
 - CV (30 % des conférenciers embellissent leur CV, 10 % mentent)
- Ils aiment lorsque vous avez une offre formation
- Ils souhaitent être « amusés »

source : étude de Niels Branbandt

Quel prix ?

- 50 % des conférenciers baissent leur tarif de 50 % dans les 3 semaines
- Les femmes = payées 30 % de moins qu'un homme
- Les femmes demandent en général 40 % de moins qu'un homme
- Minimum 2 000 €
- 3000 € = conférencier reconnu dans son expertise.
- Entre 3000 - 5000 € : Bonnes références et visibilité
- 5000 - 10000 € Ils vous veulent vous !
- Au-delà de 10000 € = vous êtes une célébrité

source : étude de Niels Branbandt

Votre « pack » marketing

- Vidéos en situation ou seul face caméra (pour débiter)
- Témoignages vidéo
- Articles – blog – presse
- Fiche de conférencier
- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Chaine Youtube
- Interviews de personnalités sur mon sujet (écrites ou vidéos)
- Livres & DVDs
- Présentation des conférences (contenus, déroulé, style...)

Mon pire prospect : Toute personne non décisionnaire...

Un film de promo

- Avoir un film « pitch de conférencier »
- Avoir un film par conférence de 3-7 min
- Avoir un film de plusieurs interventions env 5 - 7 min

Un film de promo...

- Le film rentre dans le vif du sujet
- Vous montre en situation
 - Quelques instants très actifs en musique
 - 2 ou 3 moments forts où l'on comprend vos messages
 - Montrez le public qui applaudit, prend des notes et rit.
 - Musique en fin de film
 - Montrez vos coordonnées à la fin
- Montre des témoignages de vos clients

Témoignages

- 70 % des gens font confiance à des témoignages clients.
- La vidéo est un must
- Témoignages clients - micros-trottoirs
 - Présentez vous en 20 secondes
 - Partagez un point que vous avez aimé, appris.
 - 2 mn max.

Ex. de témoignage

- Christine Morlet : Keynote Berlin
- <https://youtu.be/sgrqifCAHQU>
- Véronique Leroy MC :
<https://www.youtube.com/channel/UCtoWgUI9YtOiiqwTbTucjQ>
- Liz Grimaud: <https://youtu.be/wEgGQ7BEKwM>
- Eric Barone et Marc Amérigo
<https://youtu.be/RuwBar-utEc>

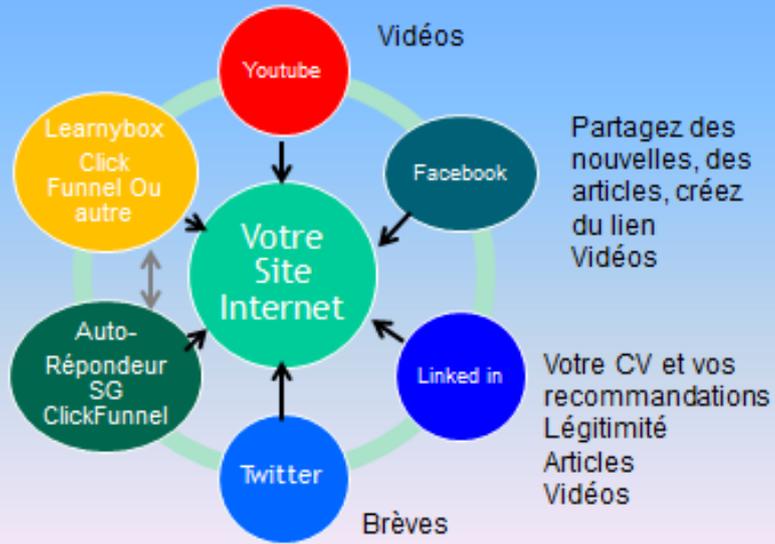
Devenez « propriétaire » de vos mots clés sur Google

- Choisissez 3 mots clés qui vous définissent totalement et signez tous vos messages, e-mail, articles, réseaux sociaux avec ces 3 mots clés

<https://adwords.google.com/o/KeywordTool>

LES TROIS MOTS CLE QUI ME DEFINISSENT LE MIEUX

Présence Internet



P 112

REMARQUES PERSONNELLES

Identité numérique et e-réputation

Expression <i>Ce que je dis</i> 	Publication <i>Ce que je partage</i> 	Profession <i>Ce que je fais</i>
Avis <i>Ce que j'apprécie</i> 	Coordonnées <i>Comment et où me joindre</i> 	Réputation <i>Ce qui se dit sur moi</i>
Hobbies <i>Ce qui me passionne</i> 	 Certificats <i>Qui atteste de mon identité</i> 	Consommation <i>Ce que j'achète</i>
Connaissance <i>Ce que je sais</i> 	Avatars <i>Ce qui me représente</i> 	Audience <i>Qui je connais</i>

Source : <http://www.fredcavazza.net>

REMARQUES PERSONNELLES

<https://keywordtool.io>

Stratégies marketing pour faire « sonner votre téléphone » !

1

- Focalisez sur un marché spécifique

2

- Travaillez avec les associations

3

- Investissez dans des bases de données

Stratégies marketing pour faire « sonner votre téléphone » !

4

- Obtenez des articles de presse & des références de clients

5

- Envoyez une newsletter tous les mois

6

- Utilisez le géomarketing

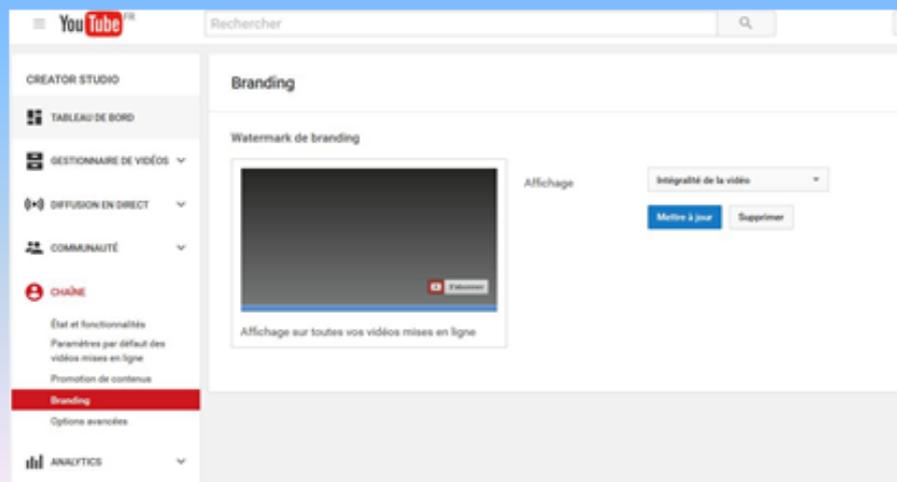
Astuces YouTube

Mettre le bouton s'abonner sur toutes vos vidéos

- Téléchargez le bouton ou prenez celui que nous vous envoyons.
- <https://www.youtube.com/watch?v=LWE1c2PVcVg>
- Allez dans Gestionnaire de vidéos
- Ma chaîne
- Branding
- Watermark de Branding
- Téléchargez le bouton s'abonner que vous aurez dans votre base d'images.
- Le bouton apparaîtra sur toutes vos vidéos en automatique. C'est un appel à l'action

Astuces YouTube

• Mettre le bouton s'abonner sur toutes vos vidéos



REMARQUES PERSONNELLES

Astuces Multimédias

- Camtasia
- Adobe Visual Communicator
- Youtube downloader
- Youtube converter
- Quick media converter

CONCLUSION – LES BONNES PRATIQUES

Préparation personnelle :

- Adapter son « look » au public
- Respecter son auditoire par sa tenue
- Préparer à l'avance
- Répéter pour soi (“se mettre le texte en bouche”)
- Répéter devant des confrères (extérioriser)
- Se projeter (visualisation)
- S'approprier l'espace (répéter dans la salle)

Préparation du contenu :

- Définir le but
- Avoir un objectif
- Rester fixé sur l'objectif
- Structurer le contenu
- Connaître les attentes de son auditoire
- Préparer la conclusion
- Soigner les transitions

L'organisation :

- Réserver une salle adéquate
- Préparer son matériel (rencontrez préalablement les techniciens, qui seront toujours vos alliés)
- S'assurer du nombre de places assises et debout dans la salle
- Disposer le public en fonction du style

Le discours :

- Ponctuer le discours d'exemples et/ou d'anecdotes
- Remplacer les mots parasites par des silences
- Faire simple

L'accueil :

- Etre présent à l'entrée du public
- Apprivoiser le public

Le début :

- Faire face à l'assemblée
- Regarder le public
- Sourire
- Prendre le temps d'être le mieux possible (cf. ancrage de ressources positives)
- Commencer par un silence pour capter l'attention
- Préparer l'introduction (1^o phrase)

Comportement physique :

Commencer avec un geste ouvert et haut
Coupler les gestes à la parole
(Cf. : être « congruent » = les mots en rapport avec le langage du corps)
Sourire
Utiliser l'espace disponible
Contrôler et soigner sa posture
Chercher la stabilité - Ancrage (les pieds au sol)

Comportement Vocal :

Respirer avec le ventre
Parler de manière audible (fort) et assurer une variété vocale
Parler distinctement – Articuler & Rythmer son discours (pause – accélération – ralenti)
Intégrer des silences

Relation au public :

Présenter les intervenants
Définir les règles (le cadre)
Se présenter si personne ne l'a fait
Gérer le temps - Respecter le temps imparti
Attendre d'avoir l'attention de l'auditoire pour commencer
Laisser du temps pour réfléchir - intégrer
Communiquer les émotions
S'approcher du public
Impliquer le public et interagir avec lui



ACTIONS PERSONNELLES

Listez cinq actions que vous allez mettre concrètement en œuvre après cette formation :

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

