

RÉUSSIR votre prochaine PRÉSENTATION

Les meilleures techniques
de Steve Jobs
à appliquer **maintenant**
+
de nombreux **bonus**



reussir-ses-presentations.fr

Table des matières

Introduction	4	Module 2 : Concevoir ses diapos	21
Les conséquences du manque de formation en communication	4	Trouver un design	22
Qui suis je ?	5	Définition du design d'une présentation	25
Pourquoi ce guide ?	6	Présenter les chiffres	25
Comment utiliser ce guide ?	7	Présenter les graphiques	27
Pour lire ce guide confortablement	7	la simplification by Steve jobs	29
La présentation de l'iPhone par Steve Jobs en 2007	8	Un point sur les logiciels de présentation	31
Module 1 : La préparation	11	Les animations et la technique de la story animation	32
La préparation, la technique des 2P: paper and pen	12	Module 3 : De l'entraînement au jour J	34
La règle des trois by Steve jobs	13	L'entraînement	35
Trouver sa headline	14	Pourquoi s'entraîner ?	35
Trouver son discours	16	Un mot sur Steve Jobs et ses répétitions.	36
Mixer les supports : diapositives, videos, démonstrations, invité(s)	18	Gérer sa communication non verbale	36
		Le sourire	36
		La posture	37
		Les gestes	37
		Bouger, marcher	37
		Les silences	38
		Faire le show	38
		Et maintenant ?	42

***Pour bien démarrer la lecture de ce guide,
vous pouvez regarder en bonus la vidéo
de remerciement et d'introduction du livre
Et c'est aussi l'occasion de faire connaissance ;)***

Cliquez simplement sur
ce texte ou copier coller
le lien ci-dessous

www.reussir-ses-presentations.fr/remerciement-ebook-video

Introduction

Qui n'a jamais réalisé de présentations ?

En tant qu'**étudiants**, nous avons des soutenances à donner pour nos stages, nos diplômes, nos thèses, ...

En tant que **salariés**, nous avons besoin de savoir nous présenter, de préparer et d'animer des réunions en tous genres : présentation d'un projet, présentation commerciale, ...

En tant qu'**entrepreneurs**, nous avons à défendre nos projets pour les présenter devant un jury ou devant nos clients.

Mais avez-vous les **compétences** pour élaborer et donner une présentation ? Avez-vous reçu des cours

pendant vos études sur «comment faire une présentation», «comment gérer sa communication» ?

Je pense que pour l'écrasante majorité d'entre nous, la réponse est non.

Les conséquences du manque de formation en communication

Les conséquences de ce manque de formation font que la très grande majorité des présentations n'est pas travaillée ni abordée de la **bonne manière**.

Résultat ?

- Votre message n'est pas passé ou mal passé auprès de votre auditoire,
- Vous n'avez pas donné bonne impression,
- Vous avez eu une dose conséquente de stress en voyant votre public s'endormir ou se mettre à faire autre chose,

- Vous avez apporté de la confusion sur le sujet abordé,
- Votre auditoire a l'impression d'avoir perdu son temps et vous aussi.

Je vais essayer de vous apporter avec ce **guide** les bases de ce que vous devez savoir pour réaliser une bonne présentation.

Je ne prétends pas avoir la méthode ultime pour briller à chaque présentation. Cela demande du travail, de l'entraînement et beaucoup d'expérience, mais après la lecture de ce guide vous aurez des bases pour être certain d'assurer votre présentation et même y prendre enfin du **plaisir**.

Qui suis je ?



Je m'appelle Romain GRANDJEAN et je suis consultant Avant-vente. Pour faire simple, je **présente** les solutions que propose mon entreprise à nos futurs clients.

Autant dire que des présentations, j'en ai données un certain nombre. Mais ça n'a pas toujours été un franc **succès**. J'ai alors décidé de me perfectionner pour devenir un bon, voire un excellent présentateur. J'avais à coeur de **réussir** mes

présentations et surtout que mon auditoire, mes clients et prospects comprennent le message que je souhaitais leur transmettre.

Le tout avec **intégrité**.

Je me suis alors mis en quête d'informations. J'ai surfé sur le web. J'ai **cherché** les meilleurs livres sur le sujet de la communication et sur les présentations, puis j'ai mis en pratique, j'ai **expérimenté** et j'expérimente encore. Et vous savez quoi ? Je continue de **m'améliorer** à chaque nouvelle présentation ;))

Pourquoi ce guide ?

Avant tout je vous offre ce guide en guise de **remerciement** pour votre inscription sur le blog. C'est un beau **cadeau** pour vous **accueillir** dans la communauté des présentateurs qui cartonnent ;)

Ce guide est également un point d'entrée pour tout **nouvel arrivant** sur le blog. Il propose la mise en pratique de plusieurs techniques utilisées par Steve Jobs lors de la présentation de l'iPhone en 2007. Certainement une de ses meilleures pour plusieurs raisons que nous détaillerons un peu plus tard dans ce guide.

Comment utiliser ce guide ?

Ce guide est conçu comme un **guide pratique**.

Je vous conseille d'**appliquer** chaque **technique** pour vos prochaines présentations.

Pour vous assurer de bien intégrer les techniques de ce guide, il est important de ne pas tout essayer en même temps. Pas plus de **deux techniques à la fois**. Prenez votre temps.

Vous verrez que vous allez progressivement assimiler les techniques à force de les pratiquer et elles deviendront bientôt un automatisme.

Pour lire ce guide confortablement

Pour votre **confort** de lecture, je tiens à vous préciser que ce guide est disponible sous différents formats.

J'ai souhaité qu'il soit le plus facile à lire possible.

Dans le mail que vous avez reçu pour la confirmation à votre inscription sur le blog et pour le téléchargement du guide, vous retrouverez plusieurs liens :

- Télécharger au format **livre électronique**.
- Télécharger au format **PDF**.

Le format livre électronique est idéal pour lire ce guide sur votre **téléphone** ou votre **tablette**. Vous pourrez ainsi prendre des notes, choisir la taille de la police de caractère et vous balader dans le sommaire facilement si vous utilisez l'application ebook de iOS, Kindle ou avec

une application de lecture sur Android par exemple.

Le format PDF est plus agréable à lire sur **ordinateur, tablette** ou sur format papier si vous souhaitez l'imprimer.

J'ai utilisé des colonnes pour que la lecture soit plus rapide. Exactement comme sur les colonnes d'un journal ;)

Rien n'est laissé au hasard pour votre confort de lecture. Et vous verrez, j'essaie toujours de prendre soin de vous ;)

Voilà pour la précision de cette petite attention à votre égard. J'espère que vous apprécierez :)

Allez maintenant commençons à apprendre à présenter !

La présentation de l'iPhone par Steve Jobs en 2007

Une présentation qui va changer le monde.

Nous sommes en 2007, le marché du téléphone portable est en plein essor. On commence à entendre sérieusement parler des **smartphones** mais écrire un mail, consulter des pages web et charger de la musique sur son cellulaire intelligent requièrent un peu d'habileté et beaucoup de patience.

La majorité de ceux qui ont un téléphone se contente d'envoyer des SMS et de téléphoner.

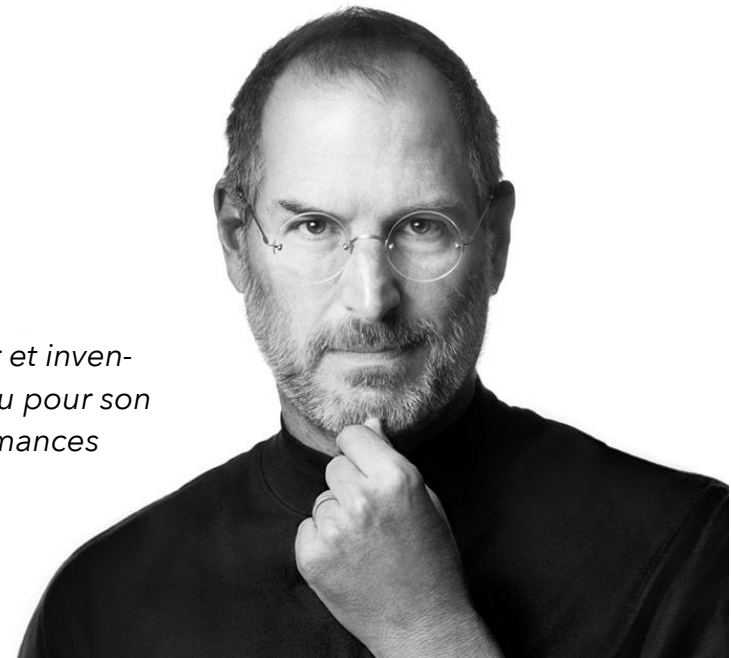
Pendant ce temps et déjà depuis quelques années, Apple travaille **secrètement** sur un nouveau produit, entre autre avec un ingénieur français Jean-Marie HULLOT qui a travaillé secrètement dans une cellule Parisienne sur les premiers prototypes de ce produit mystère.

La firme californienne n'a jamais sorti de téléphone mais elle a remporté un franc succès préalablement avec son iPod. Un baladeur où l'on met

1000 chansons dans sa poche. Une petite révolution couplée à iTunes et son service d'achat de musique en ligne qui **chamboule** tranquillement mais sûrement la manière de consommer de la musique.

Puis, le 9 janvier 2007, Steve Jobs s'apprête à annoncer l'arrivée d'un **nouvel acteur** sur le marché des **smartphones**. Seulement quelques rumeurs ont circulé sur la toile mais sans plus.

Steve Jobs, entrepreneur et inventeur emblématique connu pour son implication et ses performances lors de ses keynotes.



Nous sommes à la grande messe annuelle d'Apple, le MacWorld et après 20 minutes de présentation autour de l'iMac, de l'iPod et de l'Apple TV, **l'iPhone est présenté** au grand public. Et le moins que l'on puisse dire c'est que l'iPhone a complètement **transformé le marché** du téléphone mobile. Laisant les principaux acteurs du moment sur place, Nokia, Motorola vont être pris de court par le génial iPhone.

Mais si Steve Jobs n'avait pas présenté l'iPhone comme il le fit, est-ce que **l'impact** aurait été le même ?

Est-ce que l'iPhone aurait été un tel succès ?

Difficile de répondre. En tout les cas, la keynote de Steve Jobs et de son équipe a été une des plus **marquantes** si ce n'est la plus marquante de l'histoire du numérique.

La présentation du premier iPhone par Steve Jobs est **mythique, intemporelle** et **inspirante**.

Elle a véritablement marqué la transformation du marché des smartphones et surtout a changé le monde et le quotidien de nombreux habitants de notre planète avec les millions d'applications disponibles pour se former, faciliter son quotidien...

C'est donc naturellement que j'ai souhaité prendre cette présentation comme étude de cas pour ce guide.

Il y a également une autre raison encore plus importante pour laquelle j'ai choisi cette présentation.

C'est parce-que vous pouvez véritablement vous en **inspirer** et **reproduire** de nombreuses techniques pour vos propres présentations.

Si nous comparons cette présentation aux dernières keynotes de Apple, il y a une différence majeure qui est simplement les moyens techniques utilisés par Apple. Ils ont aujourd'hui des animations et des vidéos à couper le souffle. Sauf si

vous avez des moyens de production importants, vous ne pourrez pas reproduire de tels visuels.

Par contre, la présentation de 2007 de Steve Jobs a vraisemblablement été conçue par lui-même car elle utilise pour 99% les fonctionnalités de keynote, la solution de présentation sur Mac. Elle n'a pas d'effet visuel venant d'Hollywood, seulement des slides **simples** mais diablement **efficaces**. Le reste du travail est porté sur le scénario. Car on peut dire que les présentations de Steve Jobs étaient de vraies **pièces de théâtre**.

Ce n'est pas pour rien que le nouvel amphithéâtre de l'Apple Park a été baptisé Steve Jobs Theater !

De plus, au-delà des moyens techniques, il y a quelque chose de **particulier** dans cette présentation que nous pouvons tous essayer de reproduire.

Détaillons maintenant au travers de 3 modules les techniques utilisées par Steve Jobs que vous pourrez reproduire vous aussi pour vos présentations.

Il est important de préciser que ce guide n'a pas pour objectif de reproduire avec exactitude les manières de Steve Jobs, mais plutôt de s'inspirer des techniques, de se les approprier et de les reproduire à votre manière.

Module 1 : La préparation

Dans ce module, vous apprendrez à :

- Préparer dans de bonnes conditions votre présentation
- Trouver un agenda digeste pour votre public
- Trouver des phrases ultra efficaces pour vos produits ou services : les headlines
- Trouver un discours percutant et accessible au plus grand nombre
- Mixer les supports et trouver le bon rythme

La préparation, la technique des 2P: paper and pen

A votre avis comment Steve Jobs préparait ses présentations ?

Est-ce qu'il ouvrait le logiciel Keynote et commençait **directement** la création de ses slides ?

Ou est-ce qu'il prenait un Papier et un crayon pour **réfléchir** à son **scénario** et son **discours** ?

Sans aucun doute la deuxième option. Je vous invite à vous poser la question à vous-même. Par quoi commencez-vous lorsque vous préparez une présentation ?

Vous vous lancez directement dans PowerPoint n'est-ce pas ?

Alors pourquoi utiliser le papier et le crayon ?

D'abord pour ne pas être bridé et **influencé** par l'informatique et les logiciels.

L'ordinateur est une invention fantastique.

Comme le disait si bien Steve Jobs : « Pour moi, l'ordinateur est l'outil le plus remarquable que nous ayons inventé. C'est l'équivalent de la bicyclette pour l'esprit . » Steve Jobs

Et il n'a pas tort, seulement l'ordinateur ne pense pas à notre place. Il n'a pas de **compétences créatives** ni de **conscience**. Il est une bicyclette pour l'esprit à partir du moment où vous avez votre **plan de route** clairement défini.

Par exemple, si vous commencez plein pot sur votre logiciel de présentation vous allez probablement être incité par une multitude de détails : respecter la mise en page des modèles de documents, changer de police, ajouter des petites images... etc.

Vous allez vous entêter sur des détails qui ne sont pas essentiels, du moins sur la première étape de création de votre présentation.

Steve Jobs utilisait d'abord le papier et le crayon pour préparer ses présentations et celle de l'iPhone n'a probablement pas dérogé à la règle.

En pratique :

Vous allez donc prendre un crayon ainsi que des feuilles de papier ou un cahier.

Vous allez **oublier l'ordinateur** de votre esprit et vous allez faire ce qui suit :

Noter les messages principaux que vous voulez faire passer
Tracer un trait vertical sur votre feuille pour la séparer en deux colonnes. Sur la colonne de gauche vous laissez l'espace vide. Sur la colonne de droite vous représentez des rectangles (vos diapositives) les uns sous les autres

Vous allez réfléchir maintenant aux séquences de votre présentation. Quelle est l'histoire que je dois raconter, dans

quel ordre. Vous allez noter cela sous forme de mots clés sur la partie gauche de votre feuille.

De ces mots clés, vous allez ressortir un discours dont vous pouvez rédiger les grandes lignes.

Vient seulement maintenant l'étape de réflexion sur ses slides. Pourquoi maintenant seulement ? Parce que vos slides sont **efficaces** lorsqu'elles viennent **appuyer** votre **discours**. Elles illustrent votre parole parce que vous offrez 60% plus de chance à votre auditoire de **mémoriser** vos messages grâce à cet appui visuel.

Maintenant que nous venons de voir comment préparer dans les grandes lignes et au mieux sa présentation, nous allons commencer à améliorer son script en étudiant la règle des trois.

La règle des trois by Steve jobs

Je vois presque toujours sur les présentations une diapositive présentant le **sommaire** qui est souvent réparti en de nombreuses sous parties. Parfois des dizaines de points sont listés sur le sommaire ou l'agenda.

Le problème est que si on se met à la place de l'auditoire, c'est très difficile à **retenir**, voire impossible. Même si vous pensez avoir une mémoire au-dessus de la moyenne.

La présentation de l'iPhone est en **trois parties** :

1. Un iPod avec écran tactile
2. Un téléphone révolutionnaire
3. Un appareil connecté à internet

Steve Jobs a presque toujours utilisé la règle des trois dans ses présentations.

Pourquoi ? Parce que c'est facile à suivre, facile à retenir. Tellement simple à retenir qu'il ne mettait jamais de slide pour afficher son sommaire de présentation. Il le disait simplement à **l'oral**. Et une slide de moins une.

En pratique :

Prévoir une diapositive pour un agenda ou un sommaire n'est **pas obligatoire**. Je conseille même de s'en passer.

Il est préférable **d'annoncer** trois thèmes que l'on va aborder. Par exemple trois produits ou trois services.

Si vous avez beaucoup de points à présenter, essayez de relever les principaux et de les annoncer à l'oral.

Vous pouvez dire : « *J'ai beaucoup de sujets à aborder avec vous aujourd'hui alors allons y* »

Steve Jobs utilisais souvent cette phrase. Elle est percutante, simple et permet au public de tout de suite se mettre dans la dynamique.

Vous pouvez aussi dire : « *J'ai trois choses que je souhaiterais aborder avec vous : la première est xxx, la deuxième concerne xxx et la troisième est xxx* ». C'est **clair net** et **précis**. Le public sait exactement de quoi vous allez parler et c'est très **intéressant** pour lui.

Trouver sa headline

Une **headline** est une **description courte** de son produit ou de son service. En quelques caractères seulement, généralement un maxi-

mum de **140 caractères**, car on fait référence au principe de tweeter, elle vous permet d'attirer l'attention de votre auditoire très rapidement.

Souvent utilisées en marketing direct, les headlines sont très peu utilisées dans les diapositives des présentations alors que c'est l'endroit le plus **opportun** pour les utiliser.

Reprenons quelques headlines de Steve Jobs lors de la présentation de l'iPhone.

« *Apple réinvente le téléphone* »

« *Un téléphone, Un iPod, Un appareil connecté à internet* »

Steve Jobs travaillait toujours ses headlines avec **soin** parce qu'elles avaient un **rôle** très **important**.

D'abord pour la clarté du message à faire passer.

On dit souvent qu'un dessin vaut mieux qu'un long discours mais on peut aussi dire qu'une unique

phrase bien trouvée vaut mieux qu'un long discours.

Lorsque Steve Jobs annonce la headline de l'iPhone il affiche clairement :

iPhone : Apple réinvente le téléphone.

Si on remet cette phrase dans le contexte. Steve Jobs vient d'annoncer qu'il va présenter trois nouveaux produits :

1. Un téléphone
2. Un iPad
3. Un appareil connecté à internet

Puis il annonce ensuite que ces trois fonctionnalités sont en fait un seul produit. L'iPhone, Apple réinvente le téléphone.

La headline « Apple réinvente le téléphone » semble ultra simple mais trouver une phrase courte et **percutante** demande beaucoup de travail et de **réflexion**. Il faut trouver les mots les plus **justes**.

iPhone

Apple re-invents the phone



Headline de l'iPhone clairement mise en avant sur la diapositive de Steve Jobs.

Image issue du podcast Apple

On comprend pourtant **l'impact** très fort de cette diapositive. Cette headline montre de la nouveauté : « *réinvente* ». Elle apporte de la curiosité. On a envie d'en savoir plus, c'est annoncé comme quelque chose d'unique : l'invention d'un nouveau téléphone.

Steve Jobs utilisait **beaucoup** de headlines dans une même présentation.

Voici un autre exemple toujours lors de la présentation de l'iPhone : « *une interface utilisateur révolutionnaire* »

Lorsqu'il annonce cette headline, on notera au passage que encore une fois la diapositive est ultra simple avec uniquement en énorme « *Revolutionary UI* ». C'est tout, rien de plus. La suite est dans les diapositives suivantes ou il va rentrer dans le détail.

En pratique :

Prenez le temps pour cet exercice car il pourrait bien être garant de la réussite de votre présentation.

Vous devez trouver et utiliser une ou plusieurs headlines pour vos produits ou services.

Voici quelques conseils pour y parvenir.

1. Lister les **avantages** de vos produits ou services
2. Souligner les **nouveautés** vis à vis de votre marché
3. Essayer de trouver plusieurs headlines à partir de ses nouveautés soulignées
4. **Confronter** les dans le monde réel. Il n'y a rien de tel que de confronter ses idées avec la réalité. Avoir un ou plusieurs retours vous permettra alors de mesurer l'impact de votre headline.

Trouver son discours

Steve Jobs utilisait un discours **simple et accessible**. C'est à mon sens un point très **important** pour vos présentations et cela pour plusieurs raisons :

D'abord parce qu'avec des phrases simples vous permettez au plus grand nombre de **suivre** votre présentation avec moins de risque de décrocher. Ecouter un discours en langage soutenu peut demander un effort considérable pour beaucoup d'entre nous et vous allez très vite perdre la moitié de votre public.

D'autre part, parce-que vous permettez à votre public de se **souvenir** plus facilement des messages que vous allez leur faire passer.

Ecoutez ces quelques phrases de Steve Jobs :

« *c'est le résultat d'heures et d'années de recherche et développement* »

« chaque application a besoin de sa propre interface utilisateur »

« alors qu'est ce que vous faites ? ça ne fonctionne pas parce que les boutons ne peuvent pas changer »

Ce sont bel et bien des phrases simples, faciles à comprendre et faciles à retenir.

En pratique :

Si vous êtes à court de temps, rédigez uniquement le début. Les 10 premières minutes par exemple.

Posez sur le papier

Vous pouvez par exemple rédiger sur papier ou sur ordinateur votre discours. En le **visualisant** par écrit, vous allez vite vous apercevoir :

- si vos phrases sont trop longues
- le vocabulaire employé (simple, soutenu, familier)
- le jargon (à éviter absolument)

Prenez une feuille de papier ou ouvrez un document Word rédigez.

Cela ne prend pas forcément beaucoup de temps et poser sur le papier permet d'avoir

une vue d'ensemble de votre discours.

Dans un second temps vous pouvez essayer de le **simplifier** pour qu'il soit plus **digeste**. Supprimer les passages superflus. Vous devez trouver des tournures de phrases simples et faciles à comprendre.

Vous mettre à la place de votre public

Vous devez vous mettre à la place de votre public et vous mettre à son **niveau d'information**.

Posez-vous toujours la question : comment je peux captiver mon auditoire ?

Prenons un exemple : Vous venez de monter une start'up et vous avez réalisé une présentation de votre boîte ainsi que du produit qu'elle propose. Vous êtes invité à deux reprises pour présenter votre startup.

La première est dans une université auprès d'étudiants qui sont en formation dans le domaine de votre start'up.

La deuxième est dans une conférence d'un salon international.

Vos deux présentations ne doivent pas avoir tout à fait le même discours. La trame peut rester la même mais le vocabulaire et les références que vous employez doivent s'adapter à votre public et à ses références.

Les étudiants par exemple seront vraisemblablement plus ouverts sur un produit révolutionnaire. Cela peut les faire rêver pour leur avenir. Ce sont bien souvent des Futurs acheteurs, ils n'ont pas encore de pouvoir d'achat mais pensent à leur avenir, ils ont besoin de rêver pour se souvenir de votre produit et le vendre à leur tour auprès de

leur entourage et pourquoi pas l'acheter plus tard.

Les professionnels du salon, quant à eux, seront plus captivés par l'intérêt de votre produit. Qu'est-ce qu'il apporte concrètement. Ce sont les acheteurs potentiels. Ils attendent plus de preuves tangibles. Il est nécessaire de non seulement les faire rêver mais en plus leur prouver que vous allez améliorer un service ou un produit et donc changer leur quotidien.

Mixer les supports : diapositives, vidéos, démonstrations, invité(s)

Selon plusieurs études, le cerveau se **déconcentre** au bout de **10 minutes** d'attention. Il est impératif de s'adapter à cette contrainte. C'est essentiel si vous voulez conserver l'attention de votre public.

Un excellent moyen de renouveler l'attention est tout simplement de **mixer régulièrement** (idéalement toutes les 10 minutes) les **supports** utilisés.

Steve Jobs connaissait cette contrainte d'attention du cerveau et travaillait avec ses équipes pour varier les supports et les présentateurs.

Il variait systématiquement entre présentation avec **slides, vidéos, démos** et **interventions** de partenaires invités.

Si nous reprenons notre analyse de la présentation de l'iPhone.

Au bout de 10 minutes de présentations, Steve Jobs passe les nouvelles pubs des iPods à l'écran. Cela marque une vraie pause pour le public et permet une transition pour passer au chapitre suivant.

Puis il présente pendant 6 minutes la nouvelle Apple TV. Au bout de ces 6 minutes, il réalise une démonstration en direct de l'Apple TV pendant 10

minutes dans laquelle il fait intervenir Phil Scheller qui va participer à la démonstration avec Steve Jobs.

Nous en sommes à 26 minutes de keynote et Steve Jobs va présenter l'iPhone pendant 15 minutes précisément. Cette partie dépasse les 10 minutes mais est ponctuée de plusieurs parties. Une introduction de 3 minutes (29mn) puis 3 minutes de présentation du marché actuel des smartphones (32mn) puis une présentation de l'iPhone et de ses caractéristiques pendant presque 10 minutes (41mn).

Au bout de 41 minutes, il commence la démonstration de l'iPhone au travers de plusieurs démos.

Pendant 9 minutes c'est la présentation de l'iPhone (49mn)

Puis pendant 10 minutes Steve Jobs présente le téléphone, les SMS, les photos et le calendrier (1h)

Pendant 15 minutes email, safari (navigateur), Google Maps, Widgets, (1h16)

Puis intervention de Dr Eric Schmidt CEO de Google pendant 4 minutes (1h20)

Puis l'intervention de Jerry Yang Co-fondateur de Yahoo pendant 3 minutes (1h23)

Puis de nouveau démonstration et synthèse de ce que l'on vient de voir pendant 5 minutes (1h28)

Puis pendant 6 minutes la présentation des écouteurs puis des tarifs de l'iPhone (1h34)

Puis intervention du partenaire Stan Sigman Chef du réseau télécom pendant 6 minutes (1h40)

Enfin, conclusion pendant 5 minutes.

Cette analyse du découpage montre parfaitement les rythmes adoptés dans les présentations de Steve Jobs. Elles ne sont absolument pas

monotones. Tout est fait pour que notre attention soit sans cesse renouvelée.

En pratique :

Par exemple, vous pouvez commencer par présenter puis au bout de 10 minutes montrer une vidéo de quelques minutes, puis présenter à nouveau puis au bout de 10 minutes, réaliser une démonstration de 10 minutes également.

Bref, vous avez compris ;) Vous devez vous **organiser** de manière à changer de support dans la majorité des cas toutes les **10 minutes maximum**.

Cela va donner du **rythme** à votre présentation. Votre auditoire sera à nouveau **captivé naturellement** sans même sans rendre compte.

Cette technique vous oblige également à simplifier votre présentation si vous avez tendance à faire des rubriques trop longues. N'hésitez pas à retirer tout ce qui n'est pas important ou à retravailler le découpage.

Module 2 : Concevoir ses diapos

Dans ce module, vous apprendrez à :

- Trouver un design pour vos diapositives
- Comprendre l'utilité du design de présentation
- Présenter les chiffres
- Présenter les graphiques
- Simplifier votre présentation
- S'y retrouver dans l'interface de PowerPoint
- Utiliser efficacement les animations

Trouver un design

Trouver un **design** pour ses slides de présentations ne veut pas dire systématiquement faire quelque chose de compliqué.

Votre seul objectif lorsque vous imaginez vos slides est de penser comment appuyer **visuellement** votre discours.

Cette manière de faire va **naturellement** vous faire faire une présentation **esthétique** car elle sera très visuelle.

Pourquoi ? Parce-que les diapositives n'ont de sens que si elles sollicitent la **vue** de votre auditoire. Si elles ne font que répéter votre discours, n'utilisez pas de diaporama. Cela n'a aucun intérêt. Sauf peut-être pour un webinar.

Observez les slides de Steve Jobs lors de la présentation de l'iPhone en 2007. Pratiquement pas de **texte**.



*Design des diapositives de Steve Jobs. Simples, équilibrés et efficaces
Images issues du podcast Apple*

Une charte graphique **ultra simple**. Pas de logo, pas de numéro de page, pas de date. Principalement des images et des mots clés ou des courtes phrases.

Reprenez une présentation que vous avez réalisée et analysez comment elle est conçue.

Si vous avez une charte d'entreprise, souvent les créateurs des modèles PowerPoint se font plaisir et ajoutent les numéros des diapositives, la date, le logo, le slogan...

Mais quel est l'intérêt de tous ces **détails** pour votre auditoire ? A-t'il

vraiment besoin de connaître la date du jour, de voir le logo de votre entreprise en permanence ? La réponse est clairement non. Cela va même constituer une pollution visuelle.

En pratique :

Simple. Si vous n'avez pas de service marketing, vous pouvez tout simplement choisir une **police** de votre choix.

Vous choisissez un **arrière plan simple**.

Je conseille un fond de couleur plutôt foncée si vous présentez dans l'obscurité. Ce sera plus agréable pour votre public.

A l'inverse, si vous présentez un webinaire, préférez un fond blanc car vous gagnerez en fluidité. Surtout si la connexion internet n'est pas de qualité.

Lorsque vous ajoutez des images, de préférence, mettez les en pleine écran. Elles doivent occuper tout l'espace de votre diaporama.

Si vous ajoutez des images de produits, pensez à détourer l'image pour ne pas avoir de zone blanche tout autour. Je trouve que ça fait toujours plus professionnel de travailler avec des images bien détourées.

Pensez également à bien utiliser les formats d'images. Vous pouvez consulter [un article à ce sujet ici](#).



*Utilisation des images en plein écran de Steve Jobs
Image issue du podcast Apple*

Définition du design d'une présentation

Si je devais définir le design d'une présentation j'utiliserai probablement ces termes.

Design présentation : Support graphique d'une présentation sollicitant le sens visuel du public et appuyant le discours de l'orateur.

Le design d'une présentation doit être conçu uniquement pour solliciter la **vue** du public. C'est très important et c'est ce qui assure la bonne mémorisation de l'information par votre auditoire.

En pratique :

Pensez uniquement **visuel**, lors de la conception de vos diapositives. Tout ajout superflu ne fera plaisir qu'à vous.

Présenter les chiffres

C'est une leçon très connue de Steve Jobs. Sa manière de présenter les **chiffres**.

Regarder ces quelques exemples de diapositives :



Premièrement, Steve Jobs n'hésitait pas à présenter des chiffres en taille de police **énorme** puis d'ajouter parfois la **description** en dessous.

Un design simple et sans artifice mais très efficace.

Deuxièmement, Steve Jobs plaçait toujours les chiffres dans un **con-**

texte. Nombreux d'entre nous se souviendront de son slogan « *1000 chansons dans votre poche* ».

C'était une manière intelligente de s'adapter à son public, pas tout le temps au fait des dernières technologies.

Il aurait pu nous dire que l'iPod avait un disque dur énorme de 5Go.

Mais cela n'aurait pas été compréhensible pour beaucoup d'entre nous.

Il a préféré nous mettre en **situation** en nous expliquant que l'iPod nous permettait d'emporter toute notre bibliothèque musicale dans notre poche. Ce qui à l'époque des baladeurs CD était inimaginable.

En pratique :

Avec cette manière de présenter les chiffres, vous **projetez** littéralement votre public dans

l'utilisation de vos produits ou vos services. Vous affichez clairement le chiffre et vous l'expliquez oralement.

Encore une fois pas besoin d'un design compliqué mais une mise en forme très simple est amplement suffisante.

Présenter les graphiques

Dans le même esprit que les chiffres, Steve Jobs présentait des **graphiques** ultra simples au niveau du design.

Pas de détails superflus.

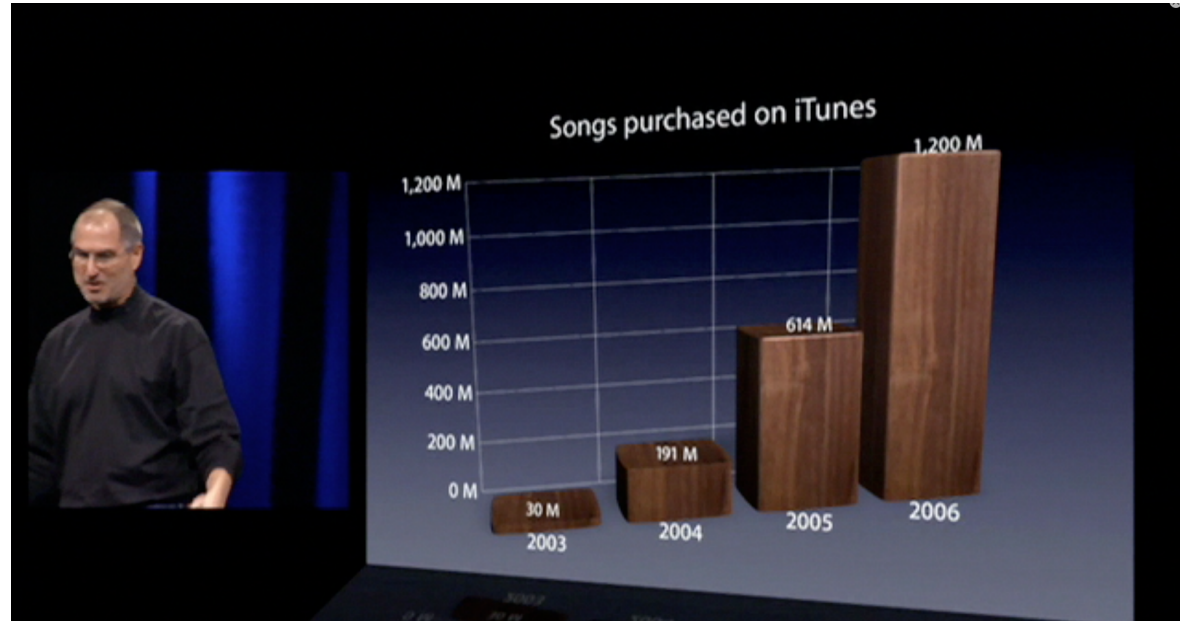
Un titre

Une légende avec un mot par thème

Et la valeur de chaque partie

Notez également que Steve Jobs utilisait par exemple, des graphiques camemberts pour représenter une répartition d'un marché. Comme les parts d'un gâteau.

Ou encore des graphiques bâtons pour présenter les performances de ses produits face à la concurrence et montrer une différence de niveau.



Graphique bâtons pour montrer les différences de niveaux par rapport à la concurrence ou des évolutions de chiffres.

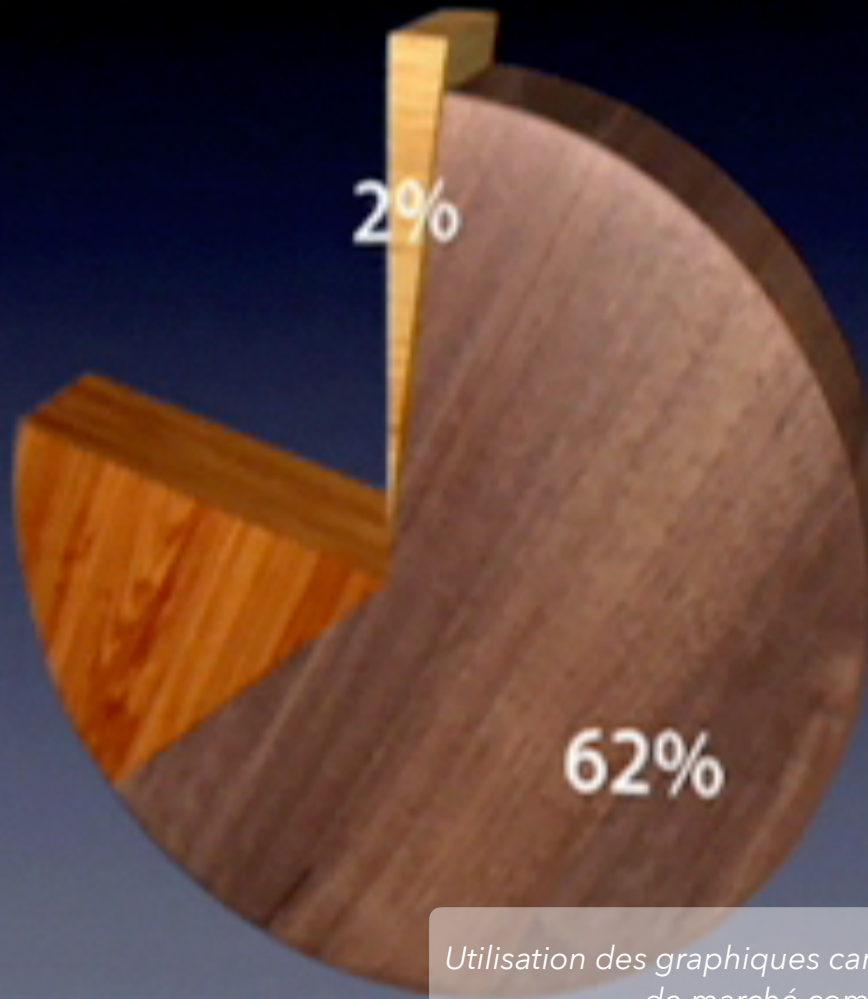
Image issue du podcast Apple

En pratique :

Vous devez utiliser des designs de graphiques **simples**. Ce sont les mots de votre discours qui vont expliquer à votre auditoire les **détails**. Encore une fois ne rajouter rien de superflu.

Market Share

- Zune
- iPod
- Other



Source:
NPD for November 2006

Utilisation des graphiques camembert pour montrer une répartition de marché comme les part d'un gâteau.

Image issue du podcast Apple

La simplification by Steve jobs

« Cela a toujours été l'un de mes mantras : concentration et simplicité » Steve Jobs.

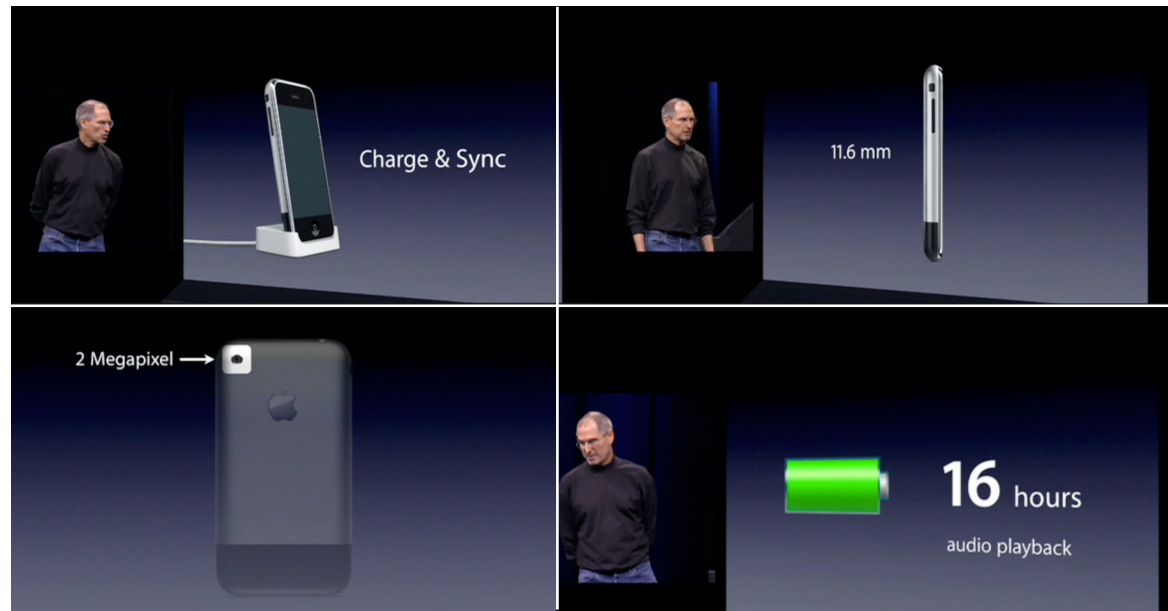
J'aime cette citation de Steve Jobs car elle est un excellent résumé de ses keynotes.

Steve Jobs était **concentré** lorsqu'il présentait, ses diapositives étaient simples, son discours était simple et sa **communication non verbale** était simple également.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, réaliser une présentation simple est un grand défi car cela demande nettement plus de travail.

Mais l'effort est rapidement récompensé car votre public appréciera consciemment ou inconsciemment.

Nous en avons déjà plus ou moins parlé dans ce guide mais la répétition a du bon ;)



Diapositives toujours ultra simple de Steve Jobs

Images issues du podcast Apple

Observez les slides de Steve Jobs. Il n'y a rien en trop et pourtant on comprend tout. Les keynotes sont tellement simples, que l'on suit avec **attention**. On se laisse porter par le show très bien orchestré.

En pratique :

Garder l'essentiel uniquement.

Pour avoir une présentation simple, vous devez conserver l'essentiel. Simplifiez tout ce que vous pouvez. Trouvez des

phrases accrocheuses et courtes.

N'hésitez pas à grossir les polices lorsque vous pensez que c'est important.

Supprimez, supprimez, supprimez tout le superflu sur vos diapositives.

Vous devez avoir des diapositives digestes pour votre public.

Vous devez avoir un discours à la portée de tous.

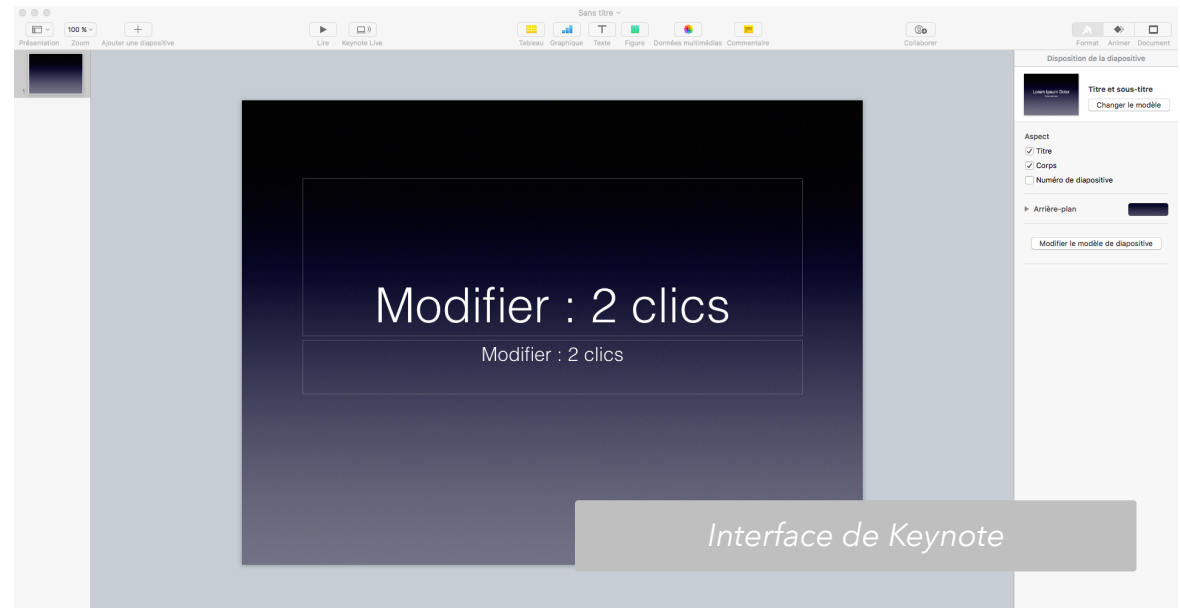
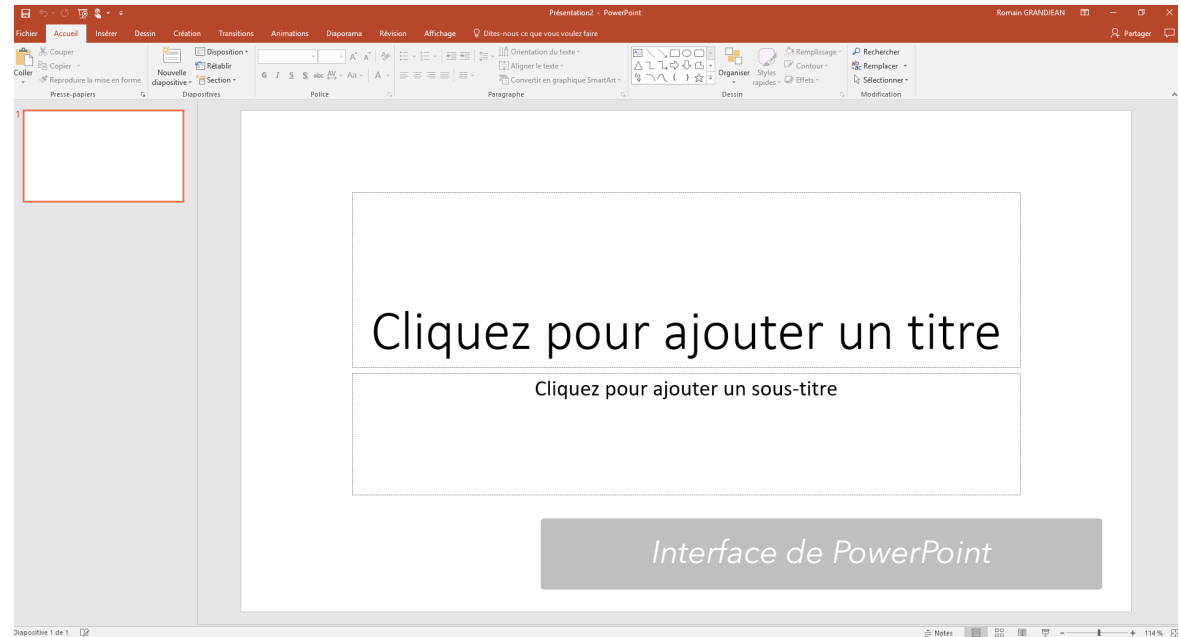
Un point sur les logiciels de présentation

Même si ce n'est pas l'objet principal de ce guide ni du blog d'ailleurs ;), il n'empêche que vous allez utiliser un logiciel de présentation.

Il y a beaucoup d'outils sur le marché et les principaux sont **PowerPoint** et **Keynote**.

PowerPoint de Microsoft a une part de marché absolument énorme par rapport à Keynote. Pourtant il n'est pas toujours facile de l'utiliser avec simplicité car l'interface est assez répétitive et noyée par les icônes.

J'utilise personnellement Keynote la plupart du temps car je le trouve plus simple à utiliser. Je trouve également qu'il réalise des présentations un poil plus **élégantes** par la finesse de ses animations et de ses graphiques. C'est un point de vue personnel.



Néanmoins j'utilise parfois PowerPoint et je vous offre un petit bonus pour votre solution préférée. Une **simplification de l'interface clé en main**.

Vous n'avez qu'à télécharger [le fichier ici](#) et suivre les instructions dans cette vidéo.

Cette interface vous permettra de **gagner du temps** car j'ai remarqué que nous passons de longues minutes à chercher les fonctions de PowerPoint même parfois les plus basiques.

En pratique :

Comme l'habit ne fait pas le moine, le logiciel ne fait pas la présentation ni le présentateur.

Toutes les **solutions** du marché vous permettront de réaliser des présentations **belles et efficaces**. Vous l'aurez compris, sur ce blog on parlera de points techniques logiciels mais ce ne sera jamais la priorité. Uniquement les thèmes pratiques qui font gagner du temps et vous apportent un vrai plus.

Les animations et la technique de la story animation

A la question doit-on ajouter des animations sur sa présentation, la réponse est : pas obligatoirement. C'est une **option**.

Nous pouvons encore et toujours nous inspirer des présentations de Steve Jobs. Pour la petite parenthèse, le logiciel a été conçu pour Steve Jobs et les animations sont de très bonne qualité. J'avoue trouver moins d'intérêt dans celles de PowerPoint qui sont plus classiques.

Ce que je trouve très intéressant sur les animations de Keynote c'est qu'elles vous permettent d'animer en **corrélation** avec votre **discours**. Ce sont de petits effets très intéressants.

Nous pouvons véritablement tirer la leçon de Steve Jobs sur la manière dont il utilisait les animations.

pour montrer un retour en arrière dans la présentation.

Prenons un exemple : lorsqu'il faisait apparaître des chiffres, il utilisait parfois l'animation « enclume ». Cette animation affichait le chiffre où le texte de manière brutale, faisait vibrer la diapositive et provoquait un nuage de fumée autour de l'objet. Très bien réalisées et toujours bien amenées, ces animations ajoutaient un vrai plus et **théatralisaient** l'histoire que pouvait raconter Steve Jobs.

C'est selon moi la meilleure manière d'utiliser les animations. Elle doivent **accompagner** votre histoire.

Par exemple une transition « Portail » peut accompagner un discours de démarrage.

Ou encore le scintillement, un moment de **découverte** de votre présentation.

Un autre exemple, j'utilise la transition « Basculer » dans PowerPoint

En pratique :

C'est vraiment **optionnel**. Si vous n'avez pas le temps, ne les utilisez pas. Ce n'est pas une priorité.

Si vous vous lancez dans les **animations** et les **transitions**, vous devez toujours les utiliser de telle sorte qu'elles soient en **symbiose** avec votre discours. Elle doivent apporter du dynamisme à votre présentation et doivent avoir un petit effet captivant et sympathique.

Notez que comme vous avez banni à tout jamais les listes à puces, j'ai volontairement omis ce chapitre dans ce guide ;))

Je vous invite à [lire cet article](#) pour les fervents défenseurs des listes à puces.

Module 3 : De l'entraînement au jour J

Dans ce module, vous apprendrez à :

- Vous entraîner de la bonne manière
- Pourquoi il est indispensable de s'entraîner
- Gérer votre communication non-verbale
- Faire le show et captiver votre auditoire

L'entraînement

L'entraînement d'une présentation est tout aussi **important** que la préparation. J'ai souvenir de mes premières démonstrations ou j'avais passé beaucoup, beaucoup, beaucoup de temps à préparer mais pas à répéter ma présentation et mes démonstrations.

Le résultat a été une catastrophe. Des sueurs froides tout au long de la présentation.

L'entraînement est **indispensable** tout comme les golfeurs qui vont frapper des sacs de balles pendant des heures.

Comme les footballeurs qui vont à l'entraînement ou comme les joueurs de tennis qui vont frapper des balles à longueur de journée.

Tout cela dans un seul objectif être **prêt** le jour J.

Pourquoi s'entraîner ?

Nous avons besoin de nous entraîner pour créer des **automatismes** et se **concentrer** uniquement sur **l'essentiel** le jour de l'événement.

Lorsque l'on va frapper des balles de tennis à l'entraînement on cherche à s'améliorer continuellement sur les aspects techniques et si on va plus loin, on peut faire du renforcement musculaire, de l'entraînement cardiovasculaire et même de l'entraînement psychologique.

Le jour d'un match, on ne pense plus à la technique, il est trop tard pour peaufiner son coup droit, son revers ou son service. Trop tard également pour penser tenir 5 sept si nous n'avons pas entraîné notre cœur.

Le jour du match. On doit se concentrer uniquement sur le **moment présent**, point par point donner le meilleur de soi-même tout en étant explosif mais relâché musculairement,

volontaire mais calme psychologiquement.

Pour votre présentation c'est le même schéma. Si vous voulez être performant, si vous voulez capter l'attention de votre public et si vous voulez marquer les esprits vous devez être entraînés sur tous les tableaux pour être prêts.

En pratique :

Une fois votre présentation terminée et votre discours posé sur papier, entraînez-vous à dérouler votre présentation et à parler en même temps.

L'idéal est de se **filmer** pour pouvoir se voir et s'entendre.

Un très bon exercice également consiste à dérouler votre présentation devant un **proche**. Amis, famille ou collègue.

Il est toujours plus difficile de présenter devant des proches que devant des personnes que l'on ne connaît pas. Cela exerce une pression sociale plus forte car nous avons peur de nous ridiculiser devant des personnes que l'on connaît et que l'on ne veut pas décevoir.

Un mot sur Steve Jobs et ses répétitions.

Steve Jobs s'entraînait à l'extrême avec ses équipes. Il s'entraînait **énormément** mais les enjeux étaient tout aussi énormes.

Difficile donc de comparer sauf si vous aussi allez changer le monde :)

Néanmoins j'estime que l'entraînement est une des clés du succès et il est à considérer en fonction de votre enjeu. Vous n'allez peut être pas

changer le monde mais votre **carrière** ou votre **vie professionnelle**. Ce qui , à votre échelle , doit être tout aussi important.

Gérer sa communication non verbale

La **communication non verbale** a un rôle très important lors d'une présentation. Pourtant peu de personnes travaillent sur cet aspect.

Voici quelques clés issues de la présentation de l'iPhone par Steve Jobs et de mon expérience.

Le sourire

Déjà c'est évident, mais très peu de présentateurs « en herbe » y prêtent attention. Il faut **sourire**. C'est très important car vous devez véhiculer une image **positive** avant même de prononcer le premier mot. Alors

souriez autant que possible et le plus naturellement possible car le sourire forcé se perçoit facilement par son auditoire.

Vous pouvez essayer de penser à quelque chose de positif ce qui devrait vous faire sourire plus naturellement.

Une petite mise au point s'impose avant de poursuivre votre lecture.

Si vous comptez rester figé derrière votre écran lisez bien attentivement les lignes qui vont suivre.

Vous ne pouvez pas faire avancer vos diapositives sans **télécommande**.

Une télécommande va vous libérer de votre ordinateur et vous allez pouvoir circuler sur la scène. Ce petit objet n'est en aucun cas un gadget inutile.

Vous trouvez des télécommandes parfaitement fonctionnelles pour une poignée d'euros. C'est un des

seuls investissements que vous devez réaliser dans votre boîte à outil du bon présentateur.

Il existe également des applications pour smartphone qui permettent de piloter PowerPoint ou Keynote. Certaines sont gratuites.

Si vous êtes possesseur d'un mac sachez que la remote d'Apple permet de piloter Keynote et même votre Mac. Vous avez d'office cette télécommande si vous avez une Apple TV. Elle est très pratique et très discrète.

Vous avez également l'application Keynote Remote qui vous permet de piloter Keynote à partir d'un iPhone ou d'un iPad.

Vous avez la preuve qu'aujourd'hui, il est très simple de trouver le moyen de télécommander sa présentation et se **libérer** de son ordinateur le jour de la présentation.

La posture

Adopter une posture droite et non courbée. Les pieds bien ancrés au sol.

Vous devez montrer que vous êtes sûr de vous, que vous avez confiance en vous.

On ne peut pas véhiculer un message à un auditoire si nous ne nous assumons pas.

Pensez simplement à vous tenir droit et à ne pas hésiter à vous positionner sur le devant de la scène. Ne pas longer les murs ;)

Les gestes

Essayer de parler avec vos **mains**. Il est très facile de synchroniser nos gestes de la main avec notre discours. Lorsque Steve Jobs explique qu'il a de plus en plus d'utilisateurs

de Mac, il fait le geste de ramasser la mise comme un joueur de pocker.

Vous pouvez vous entraîner à faire de même lors de vos répétitions.

Filmez-vous et analysez vos **gestes**. Vous devez chercher à vous **synchroniser** avec votre discours.

Il ne sert à rien d'en faire des tonnes mais des gestes simples qui explicitent en plus votre discours.

Bouger, marcher

Steve Jobs ne restait jamais longtemps statique sur la scène. Il n'hésitait pas à faire quelques pas.

Il n'hésitait pas non plus à **traverser** la scène de temps en temps.

Cela permet de marquer une pause. Presque à chaque fois qu'il s'apprêtait à faire une démonstration, Steve Jobs se trouvait à l'opposé de l'en-droit où étaient les produits. Cela lui

permettait de dire qu'il allait maintenant réaliser une démonstration et il traversait la scène jusqu'à s'installer pour réaliser la démo.

Lorsqu'il accueillait un invité sur scène, il allait à sa **rencontre** pour lui serrer la main généralement au milieu de la scène.

C'est très simple mais attendre que la personne vienne à nous ne donnerait pas le même impact.

Cette attitude **dynamique** rythmait ses présentations.

Les silences

Avant de passer au chapitre de l'iPhone, Steve Jobs marque une **pause** de 14 secondes. Rendez - vous compte c'est **énorme**.

Marquer une pause est un exercice très difficile car le silence peut faire peur pour le présentateur. C'est véritablement la peur du vide.

Pourtant, le **silence** a le pouvoir extraordinaire de **recentrer** l'attention du public.

Steve Jobs a été brillant sur cette partie d'introduction de l'iPhone.

Après ce silence de 14 secondes, nous pouvions déjà ressentir le moment très important qui allait se produire et toutes les personnes étaient attentives.

Une des facultés du silence est lorsque les personnes les plus distraites de votre public se mettent à faire autre chose et à ne plus vous écouter. Vous pouvez être sûrs de retenir toute leur **attention** après un silence.

Elles vont se demander pourquoi vous ne parlez plus. C'est très **instinctif** car le cerveau s'habitue au débit de parole de l'orateur. La rupture par le silence va **mobiliser** son attention.

Faire le show

L'attitude et l'effet d'annonce Juste après ce silence de 14 secondes, Steve Jobs prend un air très spécial. Le ton est presque un peu **grave, dramatique**.

J'aimerais vous traduire ce passage qui est pour moi le plus marquant de la présentation.

« C'est un jour que j'ai attendu depuis deux ans et demi ».

De temps en temps, un produit révolutionnaire arrive qui change tout et Apple a été chanceux bien avant tout le monde. Vous êtes très chanceux si vous arrivez à travailler sur un seul de ces produits pendant votre carrière.

Apple a été très chanceux.

Il a été en mesure d'en introduire quelques-uns dans le monde.

En 1984 nous avons présenté le Macintosh.

Cela n'a pas seulement changé Apple. Cela a changé l'ensemble de l'industrie informatique.

En 2001 nous avons présenté le premier iPod et il n'a pas seulement changé la façon dont nous écoutons tous de la musique.

Il a changé toute l'industrie de la musique.

Aujourd'hui, nous présentons trois produits révolutionnaires de cette classe.

Le premier est iPod avec un large écran tactile.

Le deuxième est un téléphone mobile révolutionnaire.

Et le troisième est un périphérique connecté à Internet.

Donc trois choses. Un iPod à écran large avec commandes tactiles, un téléphone mobile révolutionnaire et

un périphérique de communication Internet.

Un iPod, un téléphone et un dispositif de communication Internet

Répétition: Un iPod, un téléphone et un dispositif de communication Internet.

Vous comprenez ?

Ce ne sont pas trois dispositifs distincts.

C'est un seul appareil et nous l'avons appelé: iPhone

Aujourd'hui, Apple va réinventer le téléphone et le voici. (La diapositive montre une combinaison d'un iPod mixé à l'ancien système de téléphone, c'est une blague, ce n'est pas le vrai téléphone)

Non, en fait, il est ici, mais nous allons le laisser là pour l'instant (Steve sort l'iPhone de sa poche le vrai iPhone et le remet dans sa poche)

Donc, avant d'entrer dans le détail de l'iPhone, laissez-moi parler de la catégorie des téléphones les plus avancés qui sont aussi appelés téléphones intelligents (smartphones), donc ... »

Partie en Anglais :

« This is a day I've been looking forward to for two and a half years.

Every once in a while a revolutionary product come along that changes everything and Apple has been well first of all was very fortunate if you get to work on just one of these in your career .

Apple has been very fortunate.

It's been able to introduce a few of these into the world.

Nineteen eighty-four we introduce the Macintosh.

It didn't just change Apple. It change the whole computer industry

In two thousand and one we introduced the first iPod and it didn't just change the way we all listen to music.

It change the entire music industry.

Well today we're introducing three revolutionary products of this class.

The first one is a wide screen iPod with touch controls

The second is a revolutionary mobile phone

And the third is a breakthrough internet communication device.

So three things. A widescreen iPod with touch controls, a revolutionary mobile phone a breakthrough internet communication device.

An iPod, a Phone and a internet communication device

Répétition : An iPod, a Phone and a internet communication device

Are you getting it ?

These are not three separate devices.

This is just one device and we are calling it : iPhone

Today Apple is going to reinvent the phone and here it is. (La diapositive montre une combinaison d'un iPod mixé au ancien système de téléphone.

No, actually here it is but we're gonna leave it there for now (Steve Jobs sort l'iPhone de sa poche le vrai iPhone et le remet dans sa poche)

So before we get into it let me talk about the category of the most advanced phones are called smart phones so they say and... »

Le ton de Jobs monte au fur et à mesure et l'intrigue est dévoilée petit à petit. Chaque personne du public comprend où il veut en venir et l'excitation est de plus en plus palpable dans la salle.

Ce passage est un très bon exemple de comment faire le show.

On perçoit parfaitement l'introduction où l'on se dit qu'il va présenter quelque chose d'énorme puisqu'il parle de produit qui change tout.

Puis la manière d'avoir séparé les trois produits permet de détailler parfaitement qu'un smart phone doit être capable de faire plusieurs choses.

L'intrigue est maintenue par le fait que Steve Jobs montre sur sa diapo un faux iPhone, le sort rapidement de sa poche puis le remet aussitôt pour parler d'abord de l'état actuel du marché.

Vous pouvez visualiser la présentation complète de l'iPhone par Steve Jobs en 2007 traduite par mes soins : [présentation traduite ici](#).

En pratique :

N'ayez pas peur de **théâtraliser**. Un public se souviendra toujours mieux d'un présentateur qui a théâtralisé sa présentation plutôt que l'inverse.

Nous aimons tous le **divertissement**. Donc ne soyez pas trop mous et n'ayez pas peur d'en **rajouter** un peu.

Filmez-vous pour vous voir le résultat.

Et maintenant ?

Et bien maintenant, vous fermez ce guide, et pour votre prochaine présentation, vous appliquez les **conseils** pas à pas pour briller devant votre public.

Souvenez vous pas plus de deux conseils à la fois. Il vaut mieux bien appliquer les techniques et les assimiler.

A bientôt sur le blog, et merci pour votre inscription à la newsletter !

Romain



Version 1.1

Ce livre numérique est protégé par le droit d'auteur. Tous les droits sont exclusivement réservés à Romain Grandjean et aucune partie de cet ouvrage ne peut être republiée, sous quelque forme que ce soit, sans le consentement écrit de l'auteur. Vous n'avez aucun des droits de revente, ni de diffusion, ni d'utilisation de cet ouvrage sans accord préalable de l'auteur. Vous ne disposez d'aucun droit de label privé. Toute violation de ces termes entraînerait des poursuites à votre égard.

Copyright © 2017 - Romain Grandjean, Reussir-ses-presentation.fr. Tous Droits Réservés.