

Se poser les bonnes questions



Sommaire

Dans ce cours, nous allons voir :

- Pourquoi se préparer à prendre la parole est essentiel ?
- Comment bien définir son audience pour ajuster son discours ?
- Comment prendre en compte le contexte et le lieu ?
- Comment bien définir son objectif de prise de parole en public ?

Se préparer à prendre la parole est essentiel

Peu importe le format de votre prise de parole (conférence, pitch, votre présentation, presse), cette étape est essentielle.

Et beaucoup d'orateurs passent à côté par manque de temps.

Vous ne perdrez pas une seule seconde sur cette étape, et via la préparation qui suit, vous augmenterez vos chances de susciter l'adhésion et de tisser un lien marquant et durable entre vous et votre audience. Il rendra votre propos plus pertinent et convaincant, car contextualisés.

Se préparer à prendre la parole est essentiel

Comme un cavalier qui construit son plan de sauts (“la reconnaissance”) avant de sauter ses sauts d’obstacle ou un pilote qui prépare son plan de vol avant de décoller, vous rassemblez dans cette étape toutes les informations clés auxquelles vous devrez vous référer tout au long de la phase de préparation d’une prise de parole.



Les 3 questions essentielles

- 1) L'audience : qui sont vos interlocuteurs ?
- 2) Le contexte : dans quelles conditions se déroulent votre prise de parole ?
- 3) L'objectif : quel objectif cherchez-vous à atteindre en prenant la parole ?



L'audience

Une prise de parole n'est pas un monologue... c'est une prise de parole en PUBLIC !
C'est pourquoi l'auditoire doit être la première de toutes vos préoccupations.

En connaissant les attentes précises de vos interlocuteurs, vous pourrez vous adapter à leurs profils, viser juste et accroître votre pouvoir de conviction.

Pour que votre prise de parole soit réussie, **vous devez ainsi vous mettre à la place de ceux qui vous écouteront.**

L'audience : si les profils sont différents

Si les profils de vos interlocuteurs sont différents, deux options s'offrent à vous :

- 1) Soit vous décidez de parler au plus grand nombre,
- 2) Soit vous identifiez **une cible plus restreinte** en vous concentrant sur un ou deux interlocuteurs seulement (le directeur du fonds d'investissement qui prend les décisions ; les deux véritables experts autour de la table ; etc).

Adapter votre contenu à l'audience

Par la suite, tous ces choix auront de multiples conséquences : sur les **exemples que vous développerez (plus ou moins pédagogiques)**, sur le **degré de détails apporté à votre propos (plus ou moins technique)**, sur la **mise en avant ou non d'expériences personnelles...**

Si vous prenez la parole sur un sujet que vous adorez et dont vous êtes l'expert mais que votre audience ne connaît pas forcément votre sujet, vous devez **repartir des bases**, de l'idée générale, et renoncer à rentrer dans des détails trop précis. **Faire le deuil !**

Adapter votre contenu à l'audience

Prenez Jacques Pilhan, Gérard Colé et Jacques Séguéla, les 3 communicants de l'ombre de Mitterrand. Ils furent les premiers à mener des études auprès de la population française pour connaître leurs aspirations, leurs besoins et leurs attentes. Ils ont élaboré tous les éléments de langage des publicités et de la communication en partant de ces études, pour mieux cibler les Français.



Adapter votre contenu à l'audience

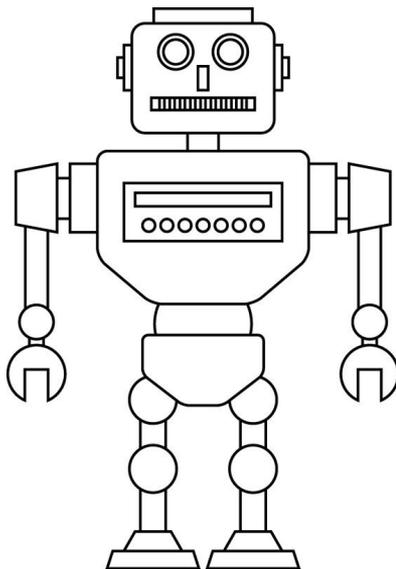


Exercice du portrait robot

Combien sont-ils ?

Leurs profils sont-ils homogènes (âge, métier) ?

Selon vous, quels sont leurs besoins, leurs attentes ?



Sont-ils des experts de votre sujet ?

Si vous étiez à leur place, que souhaiteriez vous entendre ?

Quelle image ont-ils de vous ?

Dans quel état émotionnel sont-ils ? Ont-ils des peurs ? Si oui, lesquelles ?

Dessinez le portrait robot de votre prochaine audience.

Prenez la prochaine audience face à laquelle vous prendrez la parole (que ce soit un client, un manager, un associé, un stagiaire, votre épouse...) et répondez aux questions précédentes.

Quel est le contexte de votre prise de parole ?

Posez-vous la question du format de votre intervention.

- Combien de temps ?
- Supports : slides ou pas ?
- Aurez-vous des notes ou non ?
- Micro pas micro, micro filaire ou non.
- Debout/assis/pupitre
- Quelle est la disposition de la salle ?
- Après et avant qui parlez-vous ?

Entraînez-vous sur le lieu du crime

Il est important de s'entraîner sur le lieu si possible.

Eduard Beltran - expert en négociation - partage dans le podcast Le Gratin une anecdote. Pour préparer son coaché à une négociation, ils ont répété sur le lieu de la négo : un restaurant. Ils se sont entraînés, toujours à la même table (en évitant la table près de la cuisine, des toilettes)... Le jour J, le coaché s'est senti aussi bien que chez lui !



Répondez aux questions du format

Combien de temps ?

Supports : slides ou pas ?

Aurez-vous des notes ou non ?

Micro pas micro, micro filaire ou non.

Debout/assis/pupitre

Quelle est la disposition de la salle ?

Après et avant qui parlez-vous ?

Quel est votre objectif ? Pourquoi prendre la parole ?

Comment savoir si vous réussissez votre prise de parole ? Cela ne doit pas être intuitif (“je crois que j’ai été bon cette fois!”). Vous devez avoir un objectif précis, réaliste, atteignable et temporellement défini en tête.

Voici des exemples d’objectifs :

- avoir un deuxième rendez-vous fixé ce mois-ci à l’issue de cette rencontre
- convaincre cet investisseur de placer son capital chez vous à l’issue du rendez-vous
- convaincre cette entreprise de signer un partenariat commercial et financier.
- convaincre l’audience de s’inscrire à ma newsletter suite à ce webinaire
- convaincre la journaliste de rédiger un article/une émission sur mon entreprise
- convaincre mon associé de déléguer les RH
- convaincre mon collègue de se faire coacher
- convaincre mon éditeur de me verser une à-valoir (un acompte) avant l’écriture de mon livre

Répondez aux questions sur votre objectif

Quel est votre unique objectif en prenant la parole ?

Les points clés de ce cours

Ne commencez jamais à réfléchir au contenu (ou pire, aux slides) sans vous poser les 3 questions essentielles :

- 1) **L'audience** : qui sont vos interlocuteurs ?
- 2) **Le contexte** : dans quelles conditions se déroulent votre prise de parole ?
- 3) **L'objectif** : quel objectif cherchez-vous à atteindre en prenant la parole ?

Merci !

LIVEMENTOR