06 CONNAISSEZ-VOUS VRAIMENT VOTRE AUDITOIRE ?

Même si cela ne fait pas plaisir à notre égo, voici une vérité qui vient de la nuit des temps : ce qui intéresse le plus les autres, ce n'est pas vous. C'est eux-mêmes. Comme indiqué dans le chapitre sur les 10 erreurs qui tuent, si vous pensez que les gens viennent à votre présentation pour vos beaux yeux, vous vous fourvoyez. Si les participants viennent ce n'est pas pour vous, mais pour ce que vous pouvez leur apporter.

Une des étapes essentielles dans la préparation de votre présentation est de vous mettre à la place de votre auditoire et d'imaginer les questions qui l'habite.

Une technique pour répondre aux attentes de votre auditoire est d'utiliser un « avatar » qui vous aidera à mieux visualiser ses besoins et caractéristiques. Pour définir votre avatar, il vous suffit d'imaginer votre public et de choisir un membre type. Il vous servira de repère pour définir un argumentaire adapté au questionnement de votre auditoire.

Les questions suivantes vous permettront de mieux cerner les attentes de votre cible et ainsi d'affiner la structure de votre présentation.

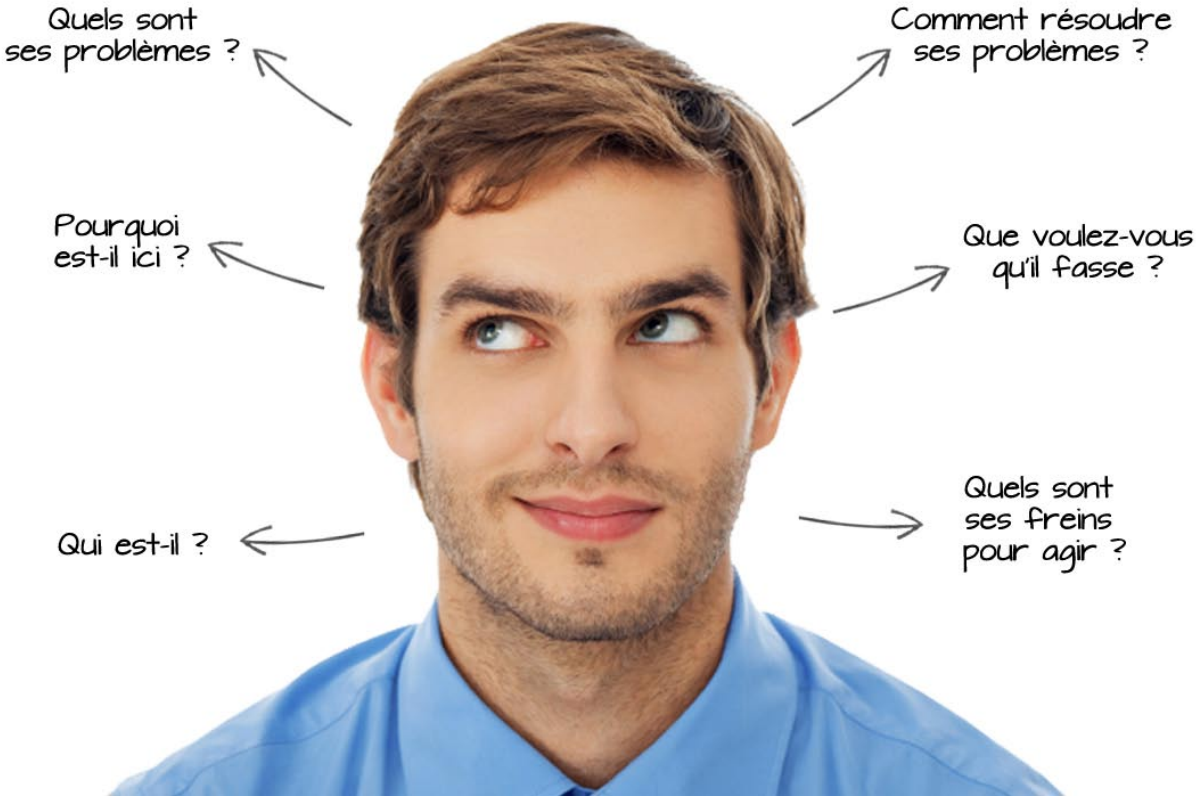
1 – Qui sont-ils ?

A un niveau professionnel et personnel, qui sont-ils ? De quoi est faite leur vie quotidienne ? Imaginez leur vie de tous les jours et trouvez des points

communs avec la vôtre. Cela vous permettra le moment voulu d'avoir une connexion plus personnelle avec eux. Veillez toutefois à rester sincère dans votre démarche.

2 – Pourquoi sont-ils ici ?

Qu'attendent-ils de votre présentation ? Pourquoi sont-ils venus vous écouter ? Soyons honnête : il est possible qu'une partie de votre auditoire soit là par obligation. S'ils n'attendent rien de particulier, c'est une raison



de plus pour les accrocher et leur donner une image positive de vous et votre travail.

3 – Quels sont leurs problèmes ?

Tout le monde a des problèmes. La question est simple : Etes-vous une partie de la solution … ou une partie de leurs problèmes ?

4 – Comment résoudre leur problème ?

Dans votre communication, réfléchissez en terme de solutions et non pas de caractéristiques techniques. Soyez un facilitateur !

5 – Que voulez-vous qu'ils fassent ?

Dans le marketing Internet, on appelle cela le « Call to Action » (appel à l'action). Cela se concrétise par les boutons « j'achète », « j'ajoute à mon panier », « téléchargez » que vous voyez sur les sites Internet. Votre présentation doit, elle aussi, contenir cette intention. Dit autrement, une fois la présentation terminée, qu'attendez-vous de vos participants ? Que doivent-ils faire ? Avez-vous été clair dans ce que vous attendiez d'eux ?

6 – Qu'est-ce qui pourrait les empêcher d'adhérer à votre message ?

Mettez-vous à leur place et imaginez quelles sont leurs craintes et contraintes. Peu de personnes sont à l'aise avec le changement. Qu'avez-vous prévu pour faire tomber les obstacles entre votre but et leurs intérêts ?