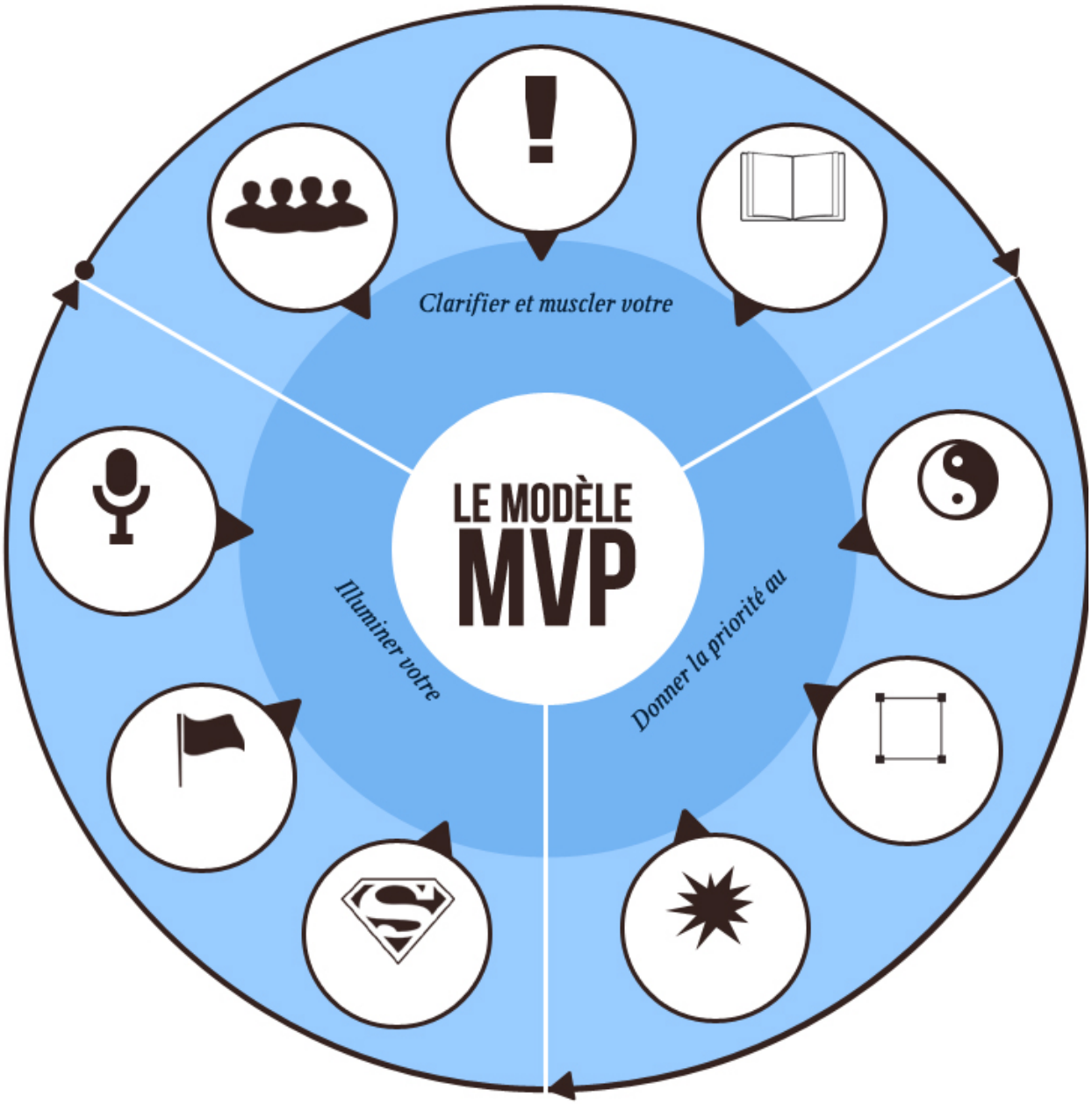
LE MODELE MVP

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE

A l'aide du schéma ci-dessous, complétez les différentes parties du modèle MVP.



LES 10 ERREURS QUI TUENT

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE 1

Complétez les phrases suivantes :

- Envisagez le temps que vous passez sur la réalisation de vos présentations comme _____ _____.

- Une erreur fréquente est de confondre _____ et présentation PowerPoint.

- Plus vous ajoutez de _____ à vos diapositives et moins votre _____ sera retenu.

- Oubliez les _____ et les _____ : Ils pourrissent l'esthétique de vos diapositives.

- Une des pires erreurs, lors d'une présentation, est de vouloir être _____.
Le cerveau ne sait pas gérer cela.

- N'oubliez jamais que les participants ne viennent pour _____ mais pour _____ _____ .

- Une erreur fréquente consiste à croire que notre auditoire sait _____ .
Rappelons-nous toujours qu'il est impossible de se mettre à la place de celui qui ne sait pas.

- C'est de votre responsabilité de vérifier que _____ .

EXERCICE 2

Parmi les 10 erreurs citées dans la vidéo, quelles sont pour vous les 3 erreurs qui nuisent le plus actuellement à la qualité de vos présentations ?

1 _____

2 _____

3 _____

LES 3 SECRETS A NE JAMAIS OUBLIER

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE 1

LE CROCODILE GAGNE TOUJOURS

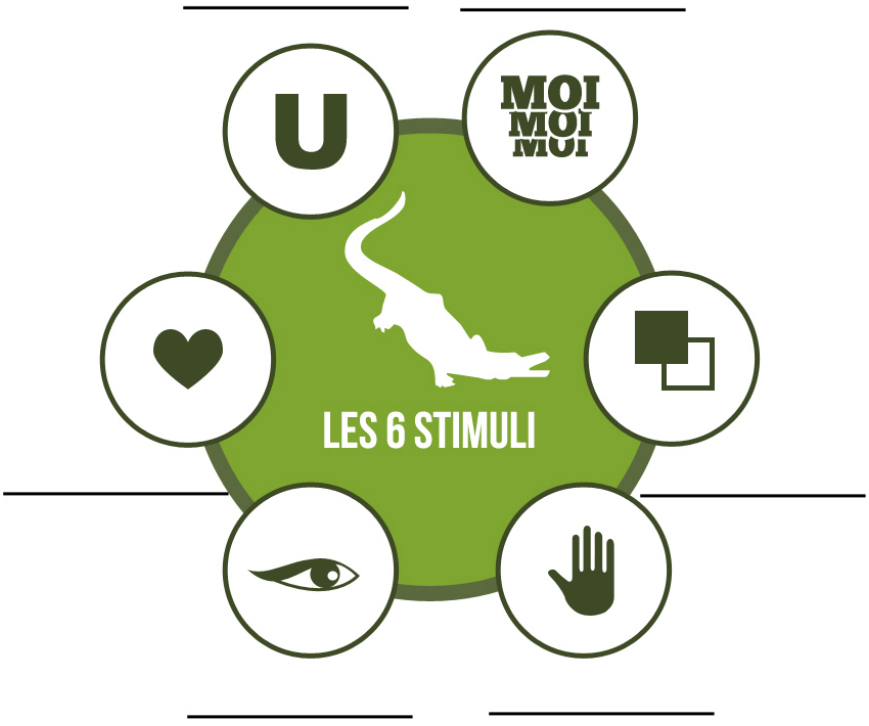
Complétez les phrases suivantes :

Vous n'avez pas 1 mais ____ cerveaux.

- Le néorcortex nous permet de _____, _____ et _____ .
- Le cerveau moyen gère les _____ et les _____ .
- Le cerveau reptilien est la partie la plus _____ de notre cerveau. Le cerveau reptilien est le _____ par lequel transitent toutes les informations qui arriveront au deux autres cerveaux. Si le message n'intéresse pas le crocodile, il tombera aux oubliettes.

EXERCICE 2

Repositionnez sur le schéma ci-dessous les 6 stimuli à actionner pour retenir l'attention du crocodile.



EXERCICE 3

LA MALEDICTION DU SAVOIR

Complétez les phrases suivantes :

Quiconque détient un _____ se retrouve dans l'impossibilité d'_____ _____.

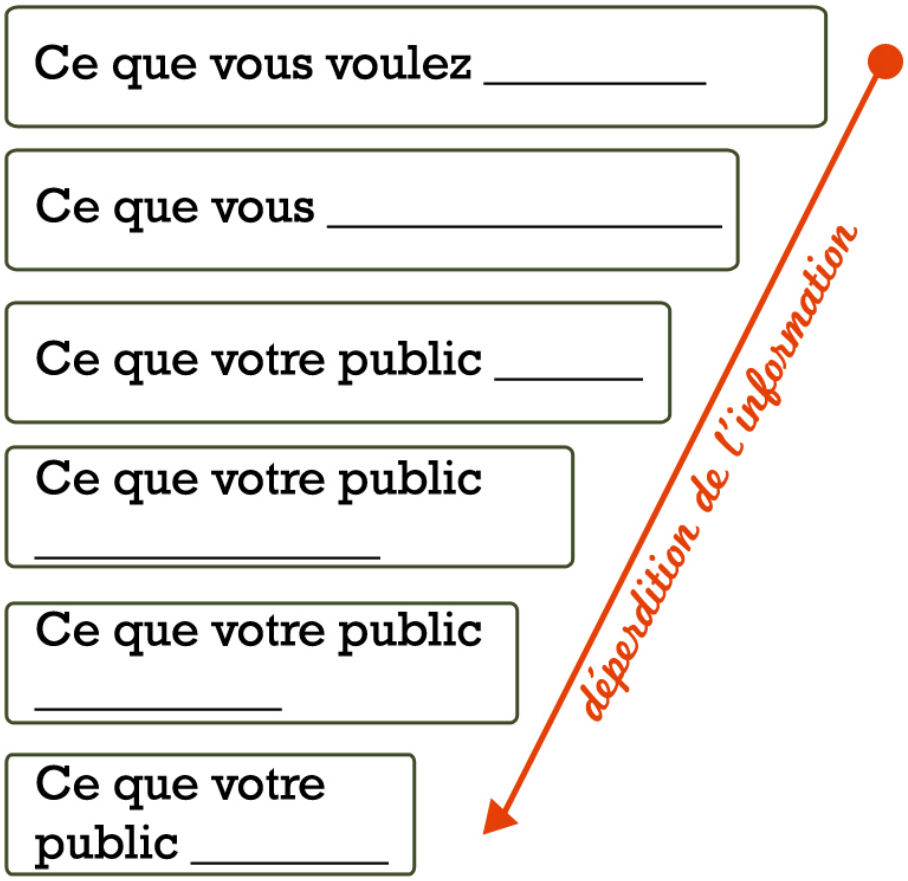
Autrement dit, il nous est quasiment impossible de nous mettre à la place _____ _____ .

Dès lors, il devient très difficile de transmettre nos connaissances car nous sommes dans l'incapacité de recréer son _____ .

EXERCICE 2

LE MESSAGE FOND COMME NEIGE AU SOLEIL

Complétez le schéma ci-dessous :



CERNEZ VOTRE AUDITOIRE

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

Cette fiche pratique va vous aider à mieux visualiser les besoins et les attentes de votre auditoire. Prenez le temps de répondre aux questions ci-dessous. Plus vous approfondirez chaque question et plus vous trouverez de la matière pour faire résonner votre message dans l'esprit de votre public.

QUI SONT-IIS ?

Définissez le « portrait robot » de votre auditoire

POURQUOI SONT-ILS ICI ?

Quel est le contexte de votre présentation pour eux ?

QUELS SONT LEURS PROBLEMES ?

Creusez au maximum cette question.
Plus votre message apportera des réponses concrètes à leurs problèmes
et plus votre présentation sera efficace.

EN QUOI VOTRE PRESENTATION REPOND A LEURS PROBLEMES ?

Soyez le plus spécifique possible. Appuyez-vous sur les bénéfices SACOL pour trouver des angles pertinents.

QUE VOULEZ-VOUS QU'ILS FASSENT ?

Définissez un appel à l'action clair

QU'EST-CE QUI POURRAIT LES EMPECHER D'ADHERER A VOTRE MESSAGE ?

Quelles sont leurs craintes et contraintes ?

DEFINIR VOTRE MESSAGE CLEF

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

ETAPE 1

BRAINSTORMING /MINDMAPPING

Notez, à l'aide de post-it ou d'un mindmap, toutes les idées qui vous viennent à l'esprit à propos de la présentation que vous devez réaliser. Videz-vous la tête. A cette étape visez la quantité plutôt que la qualité. Faites cet exercice le plus loin possible d'un ordinateur et de toutes sources de distractions.

ETAPE 2

FILTRER LE MESSAGE PRINCIPAL

A partir des notes que vous avez listées lors du premier exercice, posez-vous les deux questions suivantes :

1 - Quel est le message à faire passer ?
2 - Pourquoi est-ce important ?

LE MESSAGE :

POURQUOI ?

ETAPE 3

CONNECTER LE MESSAGE A L'AUDITOIRE

Quelles vont être les 3 principales questions que va se poser votre auditoire lorsque vous aurez énoncé votre message principal ?

1 _____

2 _____

3 _____

CAPTER ET MAINTENIR L'INTÉRÊT

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

ETAPE 1

CREER LA SURPRISE

La meilleure manière d'obtenir l'attention de votre auditoire est de le surprendre. Notre cerveau anticipe sans cesse ce qui va se produire. Qu'est-ce qui dans votre message (ou dans la manière de le présenter) peut avoir de contraire à l'intuition. Comment allez-vous casser la « machine à deviner » de votre auditoire ?

ETAPE 2

MAINTENIR L'INTERET DE VOTRE AUDITOIRE

Pour conserver l'intérêt de votre auditoire pendant une longue période, il faut attiser sa curiosité. Au lieu de donner les faits d'emblée, il faut d'abord créer un manque chez votre auditoire pour ensuite le combler.

Quelles informations dois-je transmettre ?	Quelles questions est-ce que je veux que mon public se pose ?

MONTREZ LES BÉNÉFICES DE VOTRE MESSAGE

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE

La seule question qui occupe l'esprit de votre public pendant votre présentation est celle-ci « Qu'ai-je à y gagner ?». Dites et montrez les bénéfices de votre message. Transformez les caractéristiques de votre message en bénéfices concrets pour votre auditoire.

	les caractéristiques de votre message	Les bénéfices de votre message
Sécurité		
Argent		
Confort		
Orgueil		
Loisirs		

AUGMENTEZ LA CRÉDIBILITÉ DE VOTRE MESSAGE

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE

Aidez-vous de la liste ci-dessous pour voir les leviers que vous pouvez utiliser pour augmenter la crédibilité de votre message :

	CREDIBILITE EXTERNE DE VOTRE MESSAGE
L'expert	
La star	
L'illustre inconnu	

	CREDIBILITE INTERNE DE VOTRE MESSAGE
le pouvoir des détails	
Les statistiques	
La référence qui tue	

TOUT EST DANS LE CONTRASTE

MUSCLEZ vos PRESENTATIONS

EXERCICE

Le principe de contraste est redoutable : Introduisez un premier élément qui va permettre de modifier la perception du deuxième élément (en l'occurrence votre message). Aidez-vous du tableau ci-dessous pour trouver les effets de contraste les plus pertinents pour votre présentation.

AVANT	APRES
PROBLEME	**SOLUTION**
VOS CONCURRENTS	**VOUS**
MAINTENANT	**PLUS TARD**
CE QUI EST	**CE QUI POURRAIT ÊTRE**
POINT DE VUE A	**POINT DE VUE B**
QUESTION	**REPONSE**