



BIENVENUE - DEGEMER MAT

Séance 1.1 : Préparer une présentation orale d'un business plan

Communication interpersonnelle à vocation professionnelle

Formateur - Jérémie ROULLET

<http://www.amoris-conseil.fr>





POURQUOI

... cette séance ?





OBJECTIF PEDAGOGIQUE

A partir d'un sujet précis - votre Business Plan, préparer une présentation orale, avec supports associés et durant au moins 15 min.





RESULTATS PRO VISÉS

- **Analyser** de manière approfondie le ou les sujet(s) à aborder
- **Rechercher** des documents et illustrations, justifiant vos données
- **Structurer** l'exposé, le mettre en forme
- **Mise au point de la présentation** et s'entraîner





MERCI DE VOTRE ATTENTION
... passons à la pratique !



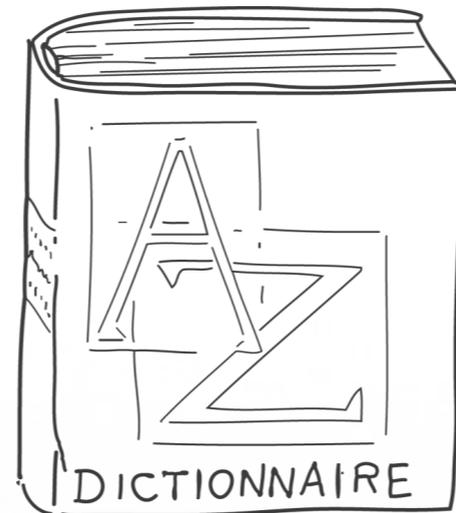


A (SAVOIR) FAIRE

... en action !

- x Définir les **besoins**, les **objectifs**, les **cibles**
- x Sélectionner **les informations** utiles à présenter
- x **Collecter** les documents ou supports utiles
- x **Structurer** l'ensemble de la présentation
- x **Être** à l'aise, confiant à l'oral, devant un public





DICTIONNAIRE

VOCABULAIRE

... et sémantique de communication

Communication interpersonnelle à vocation professionnelle

Formateur - Jérémie ROULLET

<http://www.amoris-conseil.fr>





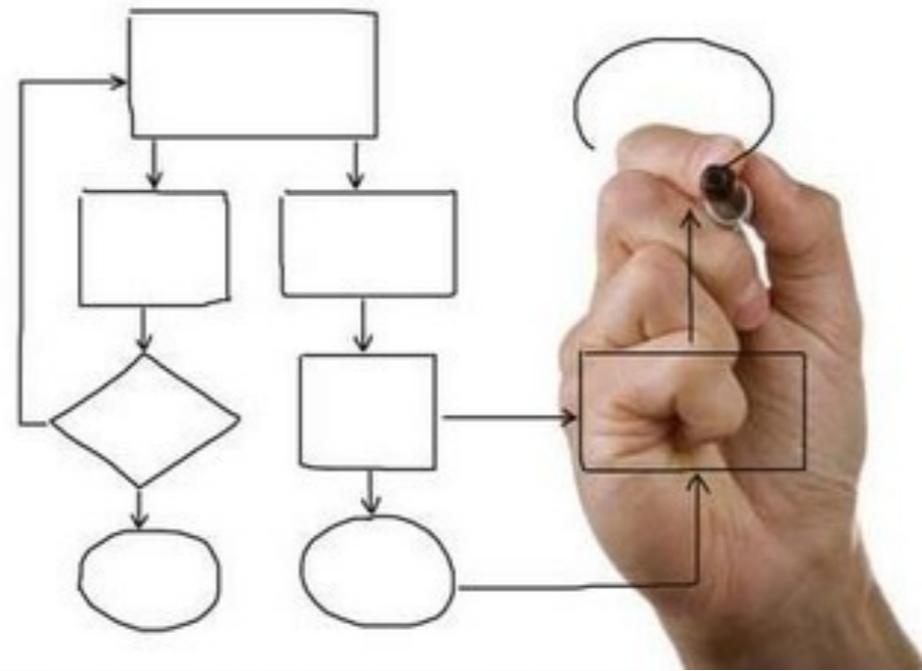
VOCABULAIRE

Les signes verbaux : correspondent aux mots et aux syntaxes formulés par le locuteur. Le style et les tournures de phrases sont essentiels à la compréhension du message. Par ailleurs, les mots peuvent appartenir à différents registres de langage : familier, courant et soutenu. L'adoption d'un registre de langage dépend fortement du statut et de la fonction occupée par la personne.

Si le langage familier peut parfois être utilisé entre des personnes qui se connaissent bien (« Salut ! ça va »), il n'est pas toléré dans le cadre d'une relation hiérarchique (« Bonjour, Monsieur »). Le langage soutenu est également utilisé dans le milieu professionnel lors de circonstances particulières. (« Lors d'un salon, à un nouveau client : J'ai été enchanté de vous avoir rencontré »).

Les signes non verbaux ou para-verbaux : viennent en support de la communication orale. La communication orale se joue à travers des effets de voix, des gestes, des mimiques, etc. Ces signes renforcent le sens et la compréhension des messages oraux.





DEFINIR LES BESOINS

... les objectifs, les cibles





LES BESOINS

Quelques questions à se poser concernant sa présentation orale :

- > quelle **utilisation**, quel objectif ?
 - . par ex : obtenir un financement, convaincre un actionnaire, ...
- > quel «**public**» ? Ses attentes ? Ses intérêts ?
 - . par ex : un employé de banque, un fournisseur, un prospect, un associé, ...
 - . par ex : mieux cerner le potentiel commercial, être rassurer sur «les chiffres», ...
 - . par ex : public intéressé par l'aspect technique, financier, humaine, écologique, ..





LES INFORMATIONS

... sélectionner (seulement) celles utiles à présenter.





LES INFORMATIONS

Recherche documentaire, **justification de vos données**, illustrations, ...
Trier les documents et hiérarchisez-le (tout ne doit pas forcément être présenté à l'oral), établir si besoin une **bibliographie**.

Quelques questions à se poser concernant les informations présentées :

- > quels thématiques dominantes ? Champs d'intérêts ?
- > mon public a-t-il besoin d'informations précises sur «tout» ?
- > (rappel*) quel est l'intérêt de mon public ?

* Ceux qui font une présentation oublient trop souvent de se centrer sur l'intérêt de leurs interlocuteurs





COLLECTER L'INFORMATION

... en utilisant le travail d'étude de marché
(rédaction de son Business Plan)





COLLECTER L'INFORMATION

Pour qu'un **business plan** soit **probant** (auprès d'une banque, d'un potentiel investisseur, ...), pour qu'il ait du « poids » en quelque sorte, il ne doit pas se contenter d'être descriptif ; il faut que chaque argument avancé soit étayé soit par des **chiffres officiels**, soit par des **articles de presse**, des **exemples** réels.

La partie concernant **les marchés** (de référence, d'appui, de substitution, ...) et celle concernant le consommateur - **segmentation de la clientèle** - doivent obligatoirement être confortées par des sources officielles.

Il ne suffit donc pas de dire : « je m'installe sur un marché en pleine expansion » mais plutôt « comme le prouve les chiffres de l'INSEE, du Syndicat professionnel ou bien encore ceux du Centre de Gestion Agréé...de telle date....parus dans telle revue,...

C'est ce travail de « documentation », d'apport de preuves, qui peut aussi définir ce qu'est une **étude de marché**.

Ce travail d'étude de marché va être votre socle pour structurer votre présentation orale.





STRUCTURER

... vos propos pour gagner en efficacité.

Communication interpersonnelle à vocation professionnelle

Formateur - Jérémie ROULLET

<http://www.amoris-conseil.fr>





STRUCTURER VOTRE PRESENTATION

Structurer l'exposé !

Introduction, plan clair, tous les sujets et problématiques abordés doivent être classés «logiquement», conclusion(s), ouverture.

Et, n'oubliez pas **vos objectifs** ! Pourquoi avez-vous fait cette présentation ? Un chèque, une assurance, un nouveau partenaire ou client ?).

Travaillez dès maintenant à la **rédaction d'un plan / sommaire** ; aidez-vous de celui votre Business Plan* éventuellement.

* Sommaire type d'un Business Plan ici : <http://www.amoris-conseil.fr/redaction-etude-de-marche/>





ETRE CONFIANT

... et à l'aise à l'oral devant un public.

Communication interpersonnelle à vocation professionnelle

Formateur - Jérémie ROULLET

<http://www.amoris-conseil.fr>





ETRE CONFIANT DONC PREPARÉ

Allez à l'essentiel

Votre présentation doit permettre de **comprendre rapidement** et synthétiquement l'**objet de votre entreprise** et l'environnement dans lequel elle évolue.

Cette présentation est à la base de l'analyse, et elle doit donc comporter des éléments essentiels : sa **structure juridique**, un rapide **historique**, ses **marchés**, ses **produits**, ses **chiffres clefs** ainsi que les **valeurs** sur lesquelles elle s'appuie.

Cette partie doit être structurée en fonction des différents points présentés et de la cible.

Cette présentation peut être agrémentée de **schémas**, d'**histogrammes clairs et synthétiques**, d'**objets relatifs à votre activité**, ...





ETRE CONFIANT DONC PREPARÉ



«Warning Powerpoint» ou toute présentation «informatique»

PowerPoint (ou autre) ne sert qu'à accompagner votre discours. Lorsque vous préparez vos "slides", **limitez-vous aux mots clefs**, qui seront **un point de départ** pour votre présentation orale.

- a) outils : powerpoint – open office – pages – keynote – autre
- b) mise en pratique – adapter les diapos à la structure de l'exposé = introduction, sous parties, ..., conclusion
- c) soigner la forme : types de diapos, insertion images, liens entre diapos, police, couleurs, arrièreplans, ...
- d) animation et effets éventuels : clignotements, apparition... Attention au «too much !»
- e) pensez à vous créer des notes personnelles : mots clefs, données chiffrées, transitions... (memo)
- f) dérives à proscrire – pas/peu de textes entiers & phrases rédigées – peu d'éléments





ETRE CONFIANT DONC PREPARÉ

Présentation orale

- a) temps : minutez votre présentation et finalement chaque slide ou sujet traité
- b) matériel : prévoir ordinateur portable ou clef USB, vidéoprojecteur et tout bracher avant / vérifiez bien ça !
- c) élocution : penser à l'auditoire > rythme du débit, clarté de la prononciation (mais aussi l'orthographe)
- d) attitude : sourire, ne pas (trop) lire ses notes, ne pas (trop) tourner le dos, regarder tout le monde, pas de mouvement & mot parasites

Rappel : La forme prime sur le fond. Sans une forme adaptée, le fond de votre discours ne passera pas. Le regard, la voix, la gestuelle ou encore l'attitude permettent de transmettre sa conviction. Il faut notamment parler suffisamment fort et varier les intonations. Ci-après quelques autres idées pour améliorer votre présentation.





ETRE CONFIANT DONC PREPARÉ

CAPTER L'ATTENTION ET... LA GARDER

Trouvez des **accroches** qui vous permettront d'attirer / «réveiller» l'attention sur vous ! Y penser surtout pour vos premières phrases. Cela peut être une anecdote ou une question. Ensuite, pour **conserver cette attention**, utilisez les ruptures, les changements de rythme et les silences ; ne négligez pas les exemples concrets, qui permettent souvent d'illustrer clairement les propos. Vos objectifs, donc ceux de votre entreprise doivent être chiffrés et précis (les gains en croissance, parts de marché, rentabilité, votre salaire, ...) pour intéresser, convaincre.

CONCLURE ET CONVAINCRE

Au moment de la conclusion, rappelez simplement les **trois ou quatre principales idées à retenir** en pensant toujours à votre objectif (pourquoi ai-je fait cette présentation ?). Réservez un temps aux questions, de préférence à la fin de votre exposé. **Restez courtois**, même si certaines questions vous froissent ou vous déstabilisent. Vous pouvez parfaitement demander des précisions, prendre le temps de réfléchir, mais ne manifestez pas votre agacement. Veillez également à **ne pas couper la parole** et à reconnaître que vous ne savez pas répondre si tel est le cas. Même sur un PowerPoint, vous devez impérativement faire état de toutes les **ressources bibliographiques** vous ayant permis de réaliser votre business plan. En effet, vos données doivent être facilement vérifiables, cela concourt au professionnalisme de votre travail.

Bref, préparez-vous, structurez l'exposé et la Force sera avec vous !





ETRE CONFIANT DONC PREPARÉ

BESOIN D'UN KIT ANTI-STRESS ?

Christelle De Araujo vous propose, et je l'en remercie encore, un Kit Anti-Stress. Comment penser à vous ! A déguster et partager sans modération. « Sème un acte, tu récolteras une habitude. Sème une habitude, tu récolteras un caractère. Sème un caractère, tu récolteras un destinée. » Dalaï Lama

A télécharger : Mon petit kit Anti-Stress

<http://www.amoris-conseil.fr/kit-anti-stress-comment-penser-a-vous/>





MERCI DE VOTRE INTERET

et si vous avez apprécié ce guide, partagez-le ;
vous pouvez aussi me communiquer vos remarques !

Communication interpersonnelle à vocation professionnelle

Formateur - Jérémie ROULLET

<http://www.amoris-conseil.fr>

