



COMMENT ÉCRIRE UNE CONFÉRENCE MÉMORABLE



UNE CONFÉRENCE C'EST: DE L'ÉNERGIE

Et des énergies différentes.

une conférence mémorable fait passer
par des ascenseurs émotionnels.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DE L'ÉMOTION

Et des émotions différentes.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DES HISTOIRES

Tout le monde est sensible aux
histoires bien racontées.

Le public est toujours plus attentif et réceptif
avec de belles histoires.

Les messages (implicites ou subjectifs)

passent plus facilement
et sont mieux mémorisées.

Elles clarifient des concepts parfois abstraits.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DES ENSEIGNEMENTS

Ce n'est pas un condensé de formations !

Beaucoup font l'erreur de copier-coller une synthèse de leurs formations.

C'est dense, c'est lourd, c'est indigeste, c'est chiant, c'est vite oublié.

Votre public est au centre de vos enseignements et ils cherchent du pragmatisme, des exemples concrets, des réponses et des astuces à mettre en place facilement.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DE LA PÉDAGOGIE

Et de la vulgarisation. Les messages doivent
être compris de tous.

Ce n'est pas parce que c'est une évidence pour
vous que ça l'est pour votre audience.



UNE CONFÉRENCE C'EST: MODÉLISER

La valeur ajoutée d'une conférence c'est la modélisation d'un parcours, d'un succès, d'une histoire, d'une souffrance, d'une solution pour qu'ils deviennent accessibles à tous.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DÉDRAMATISER

Aussi dramatique ou alarmant soit votre message, vous devez toujours apporter une touche d'espoir et d'optimisme, des solutions et des perspectives qui donnent envie de

continuer ou de se lancer.

Le public doit repartir avec l'idée qu'il existe des solutions.

UNE CONFÉRENCE C'EST: APPORTER DE LA CLARTÉ

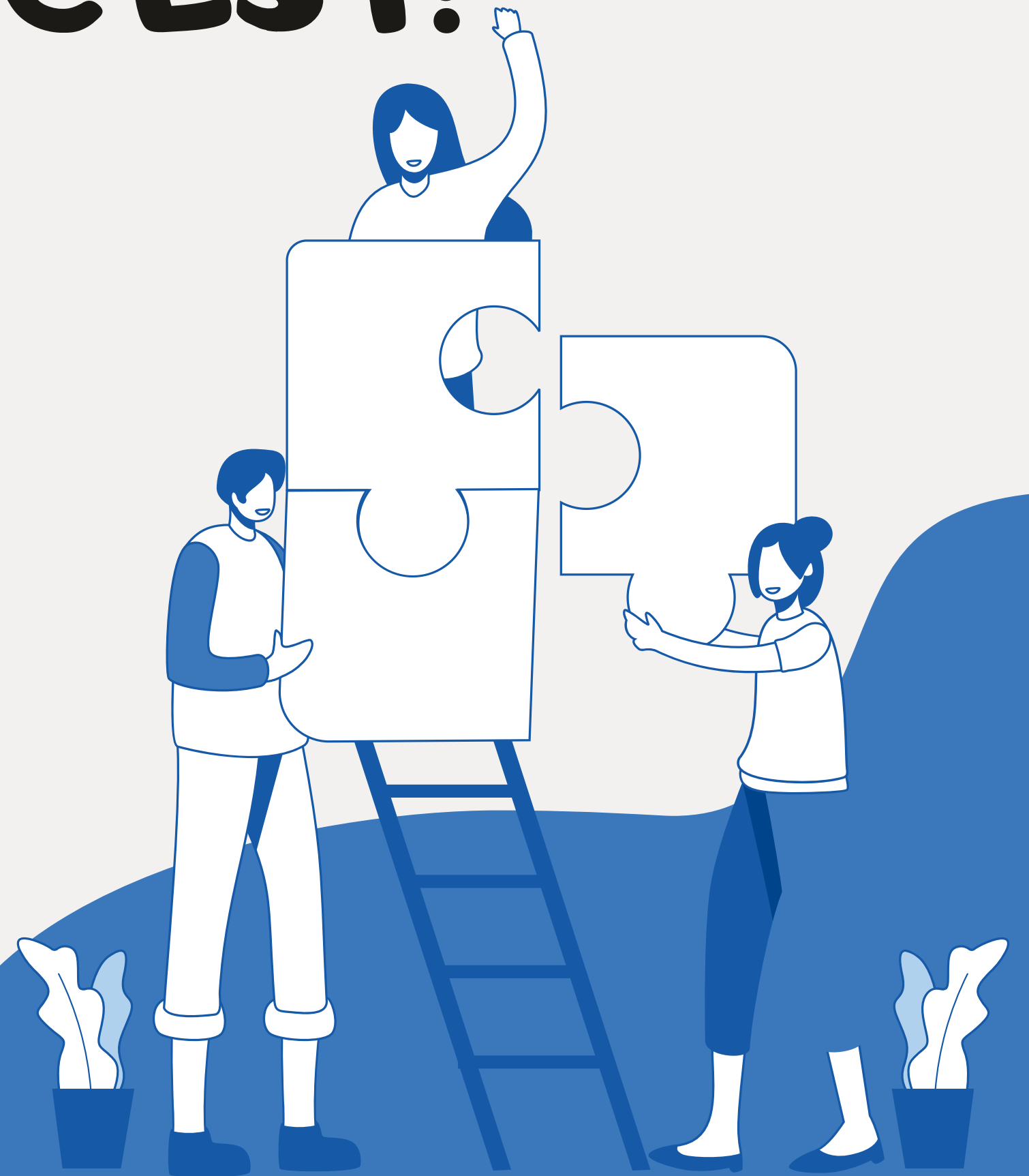
Les messages généralistes,
approximatifs,
complexes, conceptuels doivent
devenir clairs pour tous.
N'enfoncez pas des portes ouvertes.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DE LA PRÉCISION

Stop approximations et
généralisations.

Les meilleures conférences sont
basées sur des recherches, des
études, des statistiques sourcées,
vérifiées et fondées.



UNE CONFÉRENCE C'EST: UNE PROMESSE

Quelle est la promesse majeure que vous faites
à votre public en écoutant votre conférence ?

Quel changement allez-vous engendrer ?



UNE CONFÉRENCE C'EST: UN SEUL MESSAGE

N'en faites pas trop ! Trop en dire, trop en faire et d'essayer de résumer tout ce que vous savez, ce n'est pas de la générosité !

Concentrez-vous sur un seul message central.
Le public saura que vous maîtrisez le sujet non pas par la quantité d'informations que vous donnez, mais à sa qualité et sa puissance.



UNE CONFÉRENCE C'EST: DES APPELS À L'ACTION

Que va faire votre audience après
votre intervention ?

Qu'allez-vous lui demander de faire ?

Quelle sera votre exhortation et
les bénéfices de ces actions ?

Sans appel à passer à l'action,
une conférence est incomplète.

UNE CONFÉRENCE C'EST: DES RÉPONSES

Ce n'est pas une séance de coaching de groupe.

Le public vient écouter un expert qui donne des réponses et apporte des pistes de réflexion

ou des solutions. Il se souviendra plus

longtemps d'une conférence qui lui aura apporté des solutions qu'avec des questions.

Le public ne doit pas repartir avec plus de questions qu'il n'avait en arrivant.

On fait appel à vous pour apporter des réponses.



UNE CONFÉRENCE CE N'EST PAS:

Un cours magistral concentré.
Une séance, un résumé de formation.
Une prise de parole improvisée.
Un monologue du cœur.
Un témoignage brut.
Un coaching de groupe.

Une conversation libre, car elle ne peut pas
être reproduite, donc non commercialisable

Un one (wo)man show
(sauf si ça fait partie de votre
identité/message/compétence).



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :

Qu'est-ce que j'ai à raconter ?
Quelle est mon expertise ?

Quelle est la pertinence de votre intervention
et de votre légitimité ?

Une conférence c'est le condensé d'un savoir
faire, d'un savoir être, d'une découverte,
d'un enseignement, d'une leçon apprise.



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :
Pourquoi donner des conférences ?
Pourquoi vous voulez le raconter ?

Allez chercher votre intention.

Quel est, quelles sont les (réelles) raisons pour lesquelles vous voulez donner des conférences ?



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :
Que voulez-vous provoquer ?

Quelle trace émotionnelle, rationnelle et
quels déclics voulez-vous provoquer ?

Concentrez-vous sur 1 ou 2
prises de conscience maxi.



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :
Si le public ne devait retenir
qu'une seule chose, laquelle serait elle ?

Quand vous avez trouvé la réponse, à chaque fois que vous éprouvez une difficulté à choisir vos messages, demandez vous si ce que vous voulez raconter vous mène vers cette réponse.

Imaginez votre conférence comme un voyage dont vous connaissez la destination.
Où allez-vous mener votre audience ?
Tout ce qui parasite ce chemin est inutile.



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :
**Si le public ne devait faire
qu'une seule chose, que serait-ce ?**

Une conférence mémorable doit pousser à l'action. **Que voulez-vous que le public fasse à l'issue de votre intervention ?**

Est-ce que le message que vous choisissez va leur donner envie d'agir ?

Une histoire inspirante dans laquelle chacun se reconnaît est 10x plus puissante qu'une démonstration théorique ou qu'une formation.



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :
**A sujet égal, est-ce que je fais
la différence avec d'autres experts ?**

Vous n'êtes probablement pas la seule personne à parler de ce sujet. Quel est l'angle ou l'approche différenciant que vous pouvez apporter à votre histoire/expertise ?
la réponse se trouve le plus souvent dans les anecdotes et histoires personnelles ou inédites dans lesquelles chacun puise un enseignement.

**Cessez de dire ce que d'autres ont déjà
dit 100 fois avant vous !**



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

RÉPONDEZ À LA QUESTION :

Suis-je assez documenté ?
Ai-je approfondi le sujet ?

Ne vous contentez pas de la "bonne foi".
Vérifiez en permanence vos sources. Il y a trop de soit-disant "informations" qui n'en sont pas.
Par exemple : la "règle des 3V" de Merhabian.
La prétendue "formule" des 7%, 38%, 55% de la communication serait "verbale, vocale et visuelle" est sortie du contexte de l'étude et totalement fausse !

Pourtant la majorité "d'experts" en communication continuent à l'utiliser.



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

TENEZ UN CAHIER DE NOTES
Plus vos sources seront riches, plus vous
pourrez alimenter votre sujet.

En manque d'inspiration ?
Syndrome de la page blanche ?

L'esprit et la créativité ne peut s'exprimer que
s'ils sont nourri ! Rien ne vient du néant.
L'inspiration se nourrit d'informations.

Alimentez votre esprit, lisez des ouvrages et des
magazines spécialisés, regardez des
documentaires...



AVANT DE COMMENCER À ÉCRIRE :

TENEZ UN CAHIER DE NOTES

Plus vos sources seront riches, plus vous pourrez alimenter votre sujet.

Alimentez ce cahier d'anecdotes, de fables, de contes, de statistiques, d'études, de sondages, d'outils, de blagues (il faut rire dans vos conférences), de vidéos (toujours courtes), de jeux, d'ustensiles...

Prenez soin de toujours apporter quelque chose de nouveau. Écartez ce qui a déjà été vu et revu des centaines de fois.

Si une vidéo a fait des millions de vues sur Internet, ne la choisissez pas.
Cherchez à créer des effets de surprise !



L'ÉCRITURE CONVERSEZ

La langue française est riche grâce à la littérature. Nous avons tous appris à écrire, bien plus que parler. De fait, le danger est d'écrire comme si un rédigeait un article ou un livre.

Sauf qu'à l'oral... ça ne passe pas !

Une conférence c'est une conversation !

Écrivez dans un langage parlé, conversationnel et non littéraire. De fait cela va favoriser votre authenticité. Si vous éprouvez des difficultés à écrire, enregistrez vous comme si vous parliez à des amis.



L'ÉCRITURE À QUI PARLEZ-VOUS ?

Avant de commencer à écrire, assurez-vous de

connaître votre audience.

**Votre public est-il académique ?
Des experts ? Des professionnels dans un
secteur spécifique ? Du grand public ?
Développement personnel ?...**

Adaptez votre discours et choisissez
vos histoires et votre énergie en fonction

de votre public.



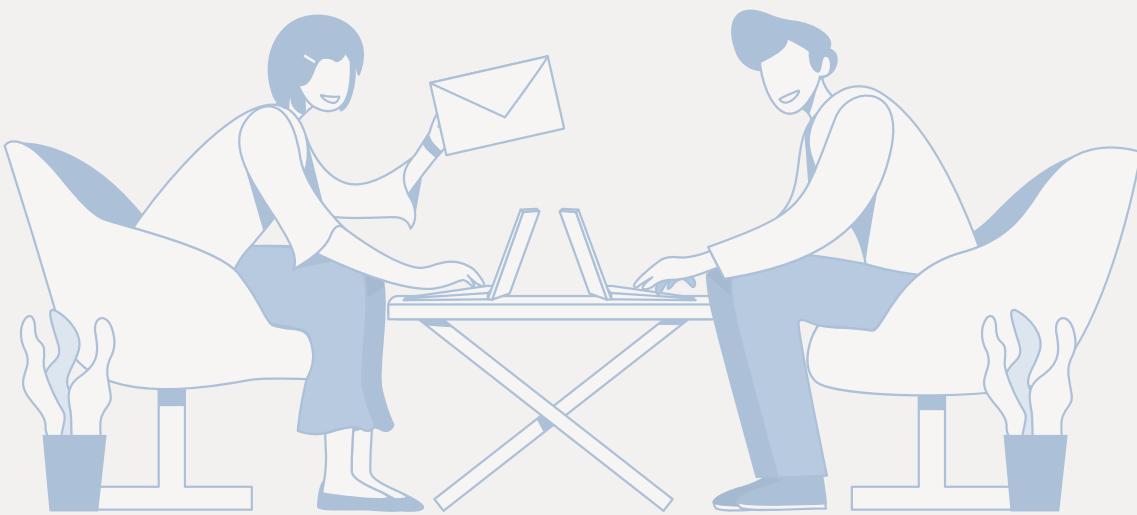
L'ÉCRITURE DES MESSAGES COURTS

On n'écrit pas une conférence comme on écrit un livre ou un article. Une conférence c'est une succession d'idées bien racontées et développées. Imaginez votre conférence comme une bande dessinée ou un "story board" de film : découpez votre conférence en modules et faites en sorte que chacun de ces modules soient autonomes et inspirants sans être dépendant des autres modules.

Vous saurez ainsi que votre conférence est bien écrite.

De plus, cela favorisera la mémorisation.

Il est plus facile d'apprendre des petits messages mis bout-à-bout qu'un long monologue de 24 pages.



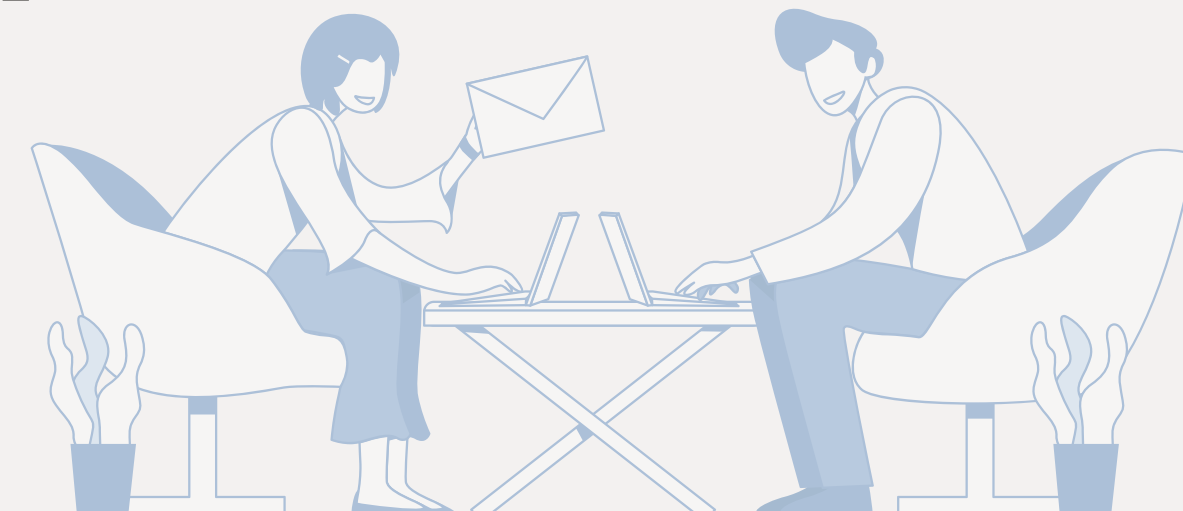
L'ÉCRITURE DES MESSAGES COURTS

Vous allez gagner en impact si vous allez à l'essence de vos histoires et messages !

si, parfois, pour des besoins narratifs, donner des détails peuvent favoriser l'attention et stimule l'imaginaire collectif, le plus souvent les détails font perdre de la puissance à votre message.

N'oubliez pas : derrière chaque histoire vous allez chercher LE message.

Ne perdez pas votre audience avec des détails qui desservent ce message.



L'ÉCRITURE DES MESSAGES COURTS

Vous devez en savoir 10 fois plus que ce que vous allez dire en conférence, trouvez 100 idées dont vous n'allez n'en retenir que 10. Beaucoup font l'erreur de penser que pour asseoir une expertise il faut « étaler un maximum de connaissances ». C'est faux.

Vous n'êtes pas là pour vous « la péter », mais
pour délivrer l'essence d'une ou
deux idées que vous allez développer.



L'ÉCRITURE: LE STORYTELLING

Contrairement à de la formation, les conférences mémorables puisent leur puissance dans le storytelling. C'est LA structure narrative à adopter à tous les coups.

Racontez votre expertise.

Racontez les problématiques exposées.

Racontez les clés que vous proposez.

Racontez les transformations.

Favorisez des histoires de vos clients, de votre vie ou celle des autres. Le public est au centre de toutes vos histoires, même de la vôtre. La clé, c'est comprendre que chaque histoire

est une métaphore/exemple pour chacun d'entre nous.



L'ÉCRITURE: LE STORYTELLING

Le héros de toutes vos histoires
c'est chaque individu de votre public.
S'il s'identifie à chacune d'entre-elles, elles
s'approprieront vos messages.

S'il y a un héros, il y a aussi des obstacles
(qu'ils vivent en ce moment aussi), un guide,
une épreuve, une crise, un déclic, une prise de
conscience, un engagement, une renaissance,
une quête, un enjeu...

Toutes vos histoires, pour qu'elles
passionnent, doivent répondre à
la mécanique du storytelling.



L'ÉCRITURE: LES FIGURES DE STYLE

Elles enrichissent votre discours et rendent les messages plus digestes et invitent à donner du sens à vos histoires.

Ces formes de langage donnent de la vie et de l'énergie à votre conférence.

Tous vos récits doivent devenir des allégories, des analogies et des métaphores de ce que vit l'audience ou de ce qu'elle doit comprendre.

Toutes vos histoires portent votre message.
Si elles n'enseignent rien, ou si le public ne s'y identifie pas, elles sont inutiles.



L'ÉCRITURE: QUE RETENIR ?

Un sportif de haut niveau remporte des médailles. Il doit être capable d'exposer en 5-10 minutes un parcours de douleurs, de frustrations, de succès et d'échecs de plusieurs années (c'est la modélisation). Il pourrait en parler pendant une heure, mais ça deviendrait lassant.

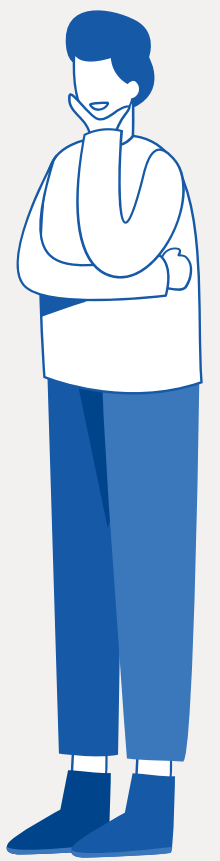
Cherchez toujours l'essence du message :

Qu'est-ce qui est important à retenir ?

Qu'est-ce qui va servir votre objectif final ?

Qu'est-ce qui va introduire votre invitation à passer à l'action ?

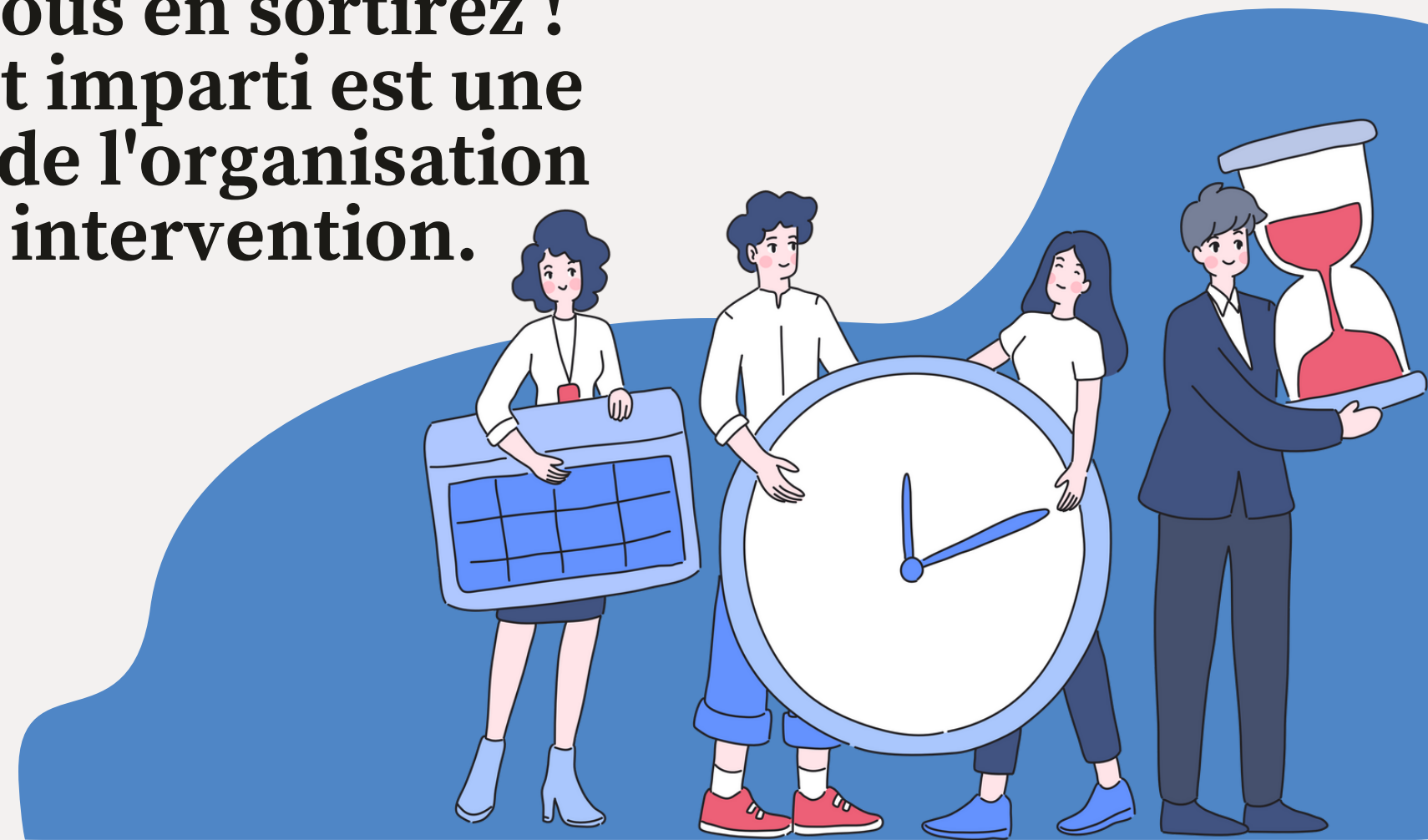
Une histoire est un prétexte pour passer un message ou illustre une clé, un outimis en pratique par le "héros" de votre histoire.



L'ÉCRITURE: RESPECT DU TEMPS

**La préparation est une clé indissociable
du succès en conférence !**

Ne faites pas l'erreur de vous reposer sur vos acquis, convaincus que vous vous en sortirez ! Respecter le temps qui vous est imparti est une question de respect du public, de l'organisation et de ceux qui suivent votre intervention.



L'ÉCRITURE SOIGNEZ VOTRE INTRO

S'il y a bien une partie de la conférence qui mérite toute votre attention, c'est l'introduction, les premiers mots que vous allez prononcer. Vous n'avez que 20 secondes pour convaincre votre public de vous écouter ! Soyez puissant, intrigant et choisissez consciencieusement vos mots.

Ne vous présentez pas. Entrez directement dans votre conférence sans "bonjour" ou

"je suis heureux d'être là" qui parasite votre introduction.

Entrez immédiatement dans votre conférence.



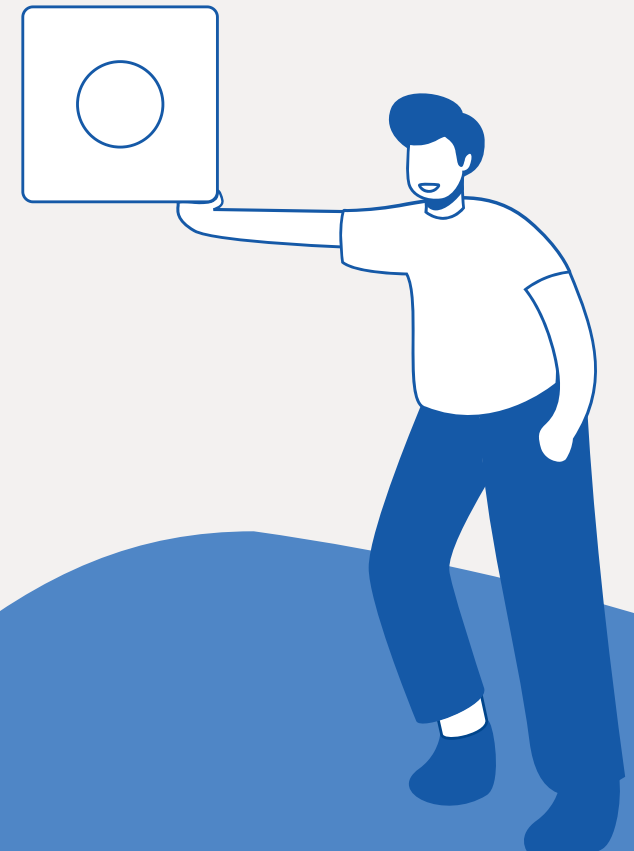
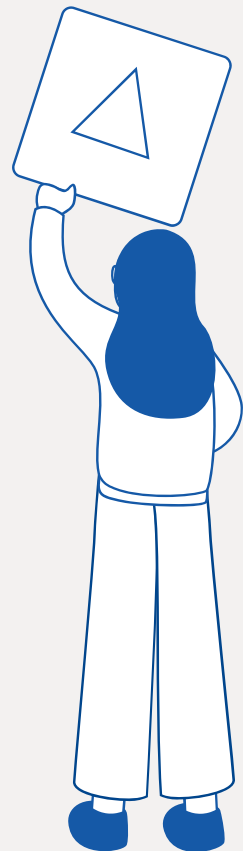
L'ÉCRITURE: SOIGNEZ VOTRE CONCLUSION

L'autre partie de la conférence qui mérite toute votre attention, c'est la conclusion, la fin du voyage que vous avez initié lors de l'introduction.

Où voulez-vous mener votre public ?

Que doit-il retenir en priorité (une seule idée forte), que doit-il faire (une ou quelques actions simples) ?

Mais surtout : ce sont vos derniers mots et ils doivent retentir jusqu'à donner la chair de poule à votre public !



L'ÉCRITURE: CE QUI DÉCRÉDIBILISE UNE CONFÉRENCE:

- La désinformation
 - Les informations datées ou dépassées
 - Les contradictions dans votre discours
 - Les citations qui n'en sont pas
 - Les chiffres et études sorties de leurs contextes
 - Les évidences
- Les histoires, vidéos ou images que tout le monde connaît
 - Les études, découvertes et sondages non sourcées
 - Les imprécisions ou concepts vagues et ésotériques



ENTRAÎNEMENT RÉPÉTEZ ET RÉPÉTEZ

Une conférence s'écrit et se répète !

Si la mémorisation vous fait peur, sachez que faire face à un public avec juste un bout de papier avec quelques idées à la volée est souvent désastreux !

Vous allez chercher vos mots, être redondant, sans connaître le fil conducteur de votre intervention ni votre conclusion forte. Apprendre votre conférence par coeur est une position de confort dans laquelle vous n'avez plus à réfléchir au contenu ou à la structure.

Vous pouvez vous occuper du public et être dans l'instant présent.

Les plus grands conférenciers apprennent leurs conférences comme un comédien connaît son texte.

Aimeriez vous assister à un spectacle où l'artiste improvise tous ses sketch ?

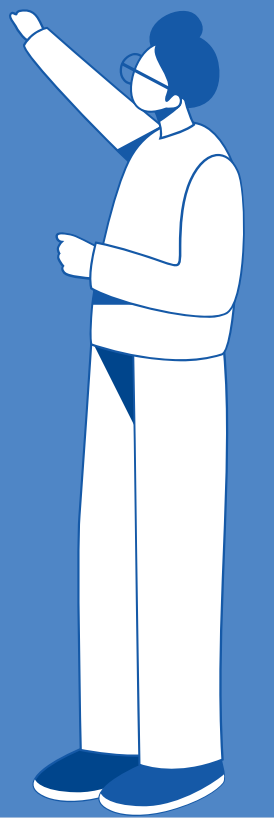
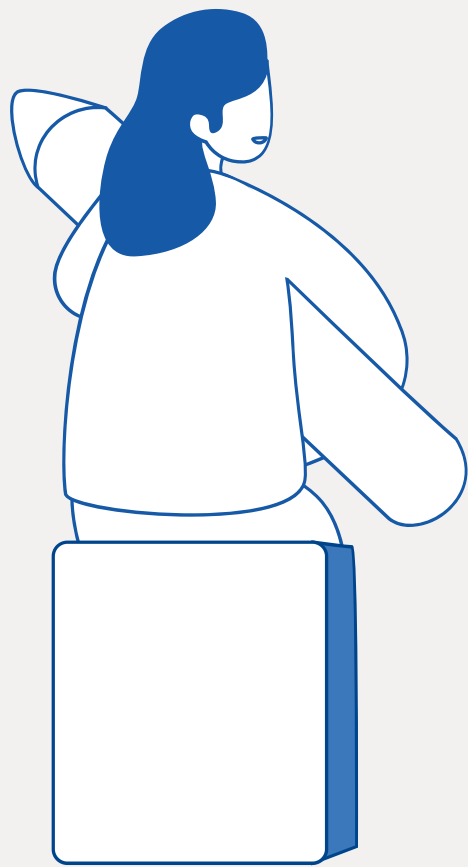
ENTRAÎNEMENT TESTER ET TESTER

**Il n'y a aucune conférence parfaite sur papier.
Comme pour les humoristes qui testent leurs blagues et histoires dans des petites salles, un conférencier acquiert son assurance et son aisance au fil des conférences.**

Soyez attentifs aux réactions du public, aux éventuelles interactions ou improvisations que vous auriez pu faire pour intégrer vos observations dans votre conférence.

Il faut parfois des années avant de mettre au point une conférence qui cartonne.

Faites preuve de flexibilité et surtout : donnez vos conférences le plus souvent possible.



SOUVENEZ-VOUS: DE TOUJOURS RÉPONDRE À CES QUESTIONS

À tout moment de votre réflexion et écriture,
répondez à ces questions :

QUE VOULEZ-VOUS QUE VOTRE PUBLIC :

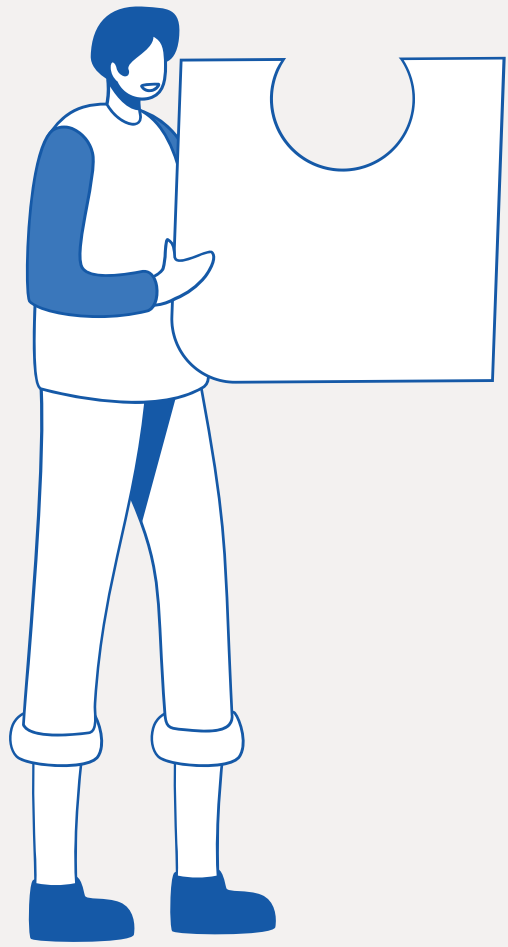
**SACHE
PENSE
RESSENTE
RETIENNE
FASSE**



SOUVENEZ-VOUS: VOTRE OBJECTIF

À tout moment de votre réflexion et écriture, demandez vous si ce que vous choisissez de dire va mener votre public à l'objectif (la promesse) de votre conférence.

Si vous ne trouvez pas de réponse, recommencez, c'est qu'il vous manque un message, une étape, qui permet d'y arriver.



ENSEIGNEZ

INSTRUISEZ

CONSEILLEZ

PROMETTEZ



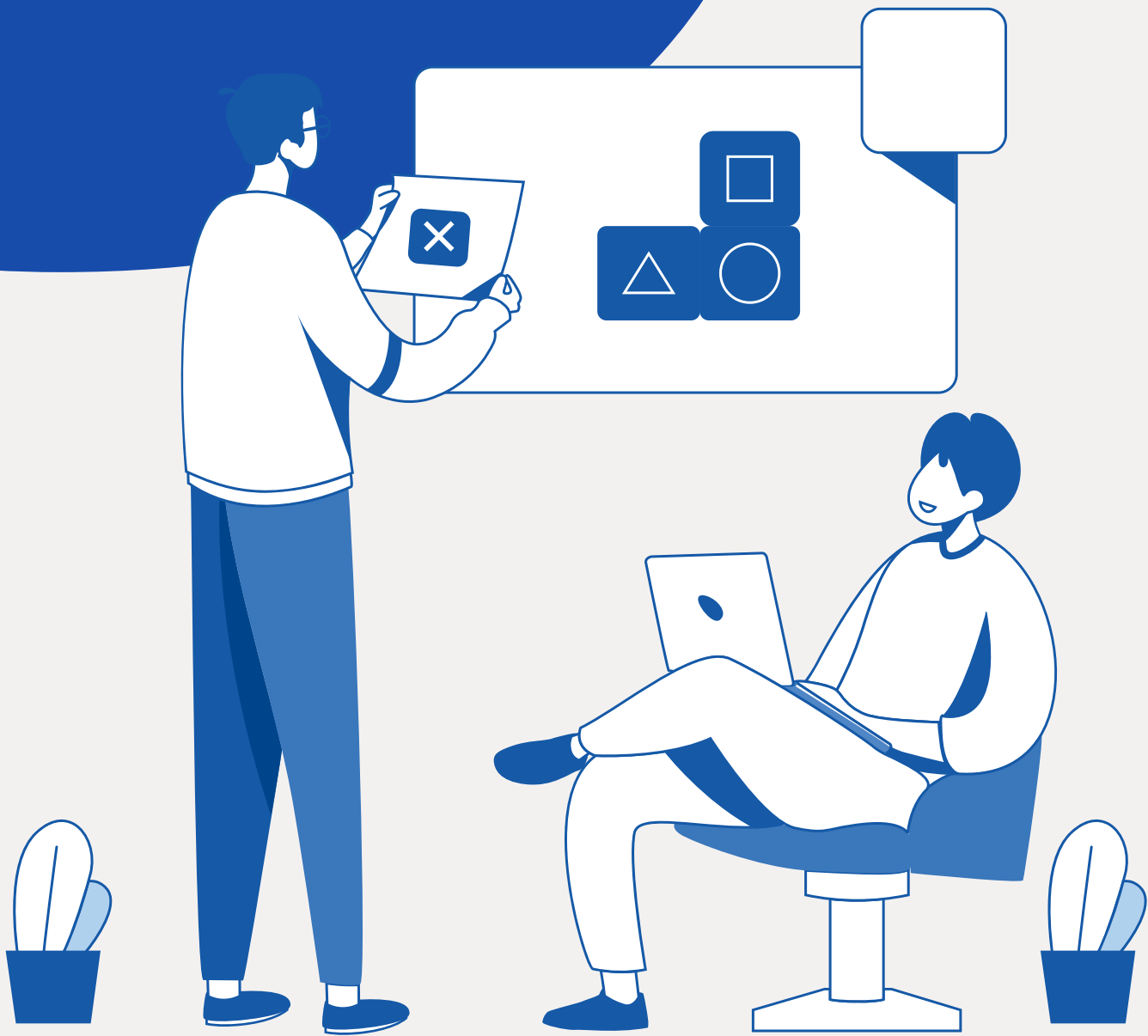
LA QUALITÉ DU CONTENU VOTRE CONFÉRENCE ET LES INFORMATIONS SONT-ELLES :

EXCLUSIVES
EXCEPTIONNELLES
NOVATRICES
DIFFÉRENTES
ATYPIQUES
RÉVOLUTIONNAIRES
CONSCIENTISANTES
PERTINENTE
UNE VALEUR AJOUTÉE



LA QUALITÉ DU CONTENU VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :

DIVERTIR !



**LA QUALITÉ DU CONTENU
VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :**

**APPORTER UNE
BOUFFÉE D'OXYGÈNE !**

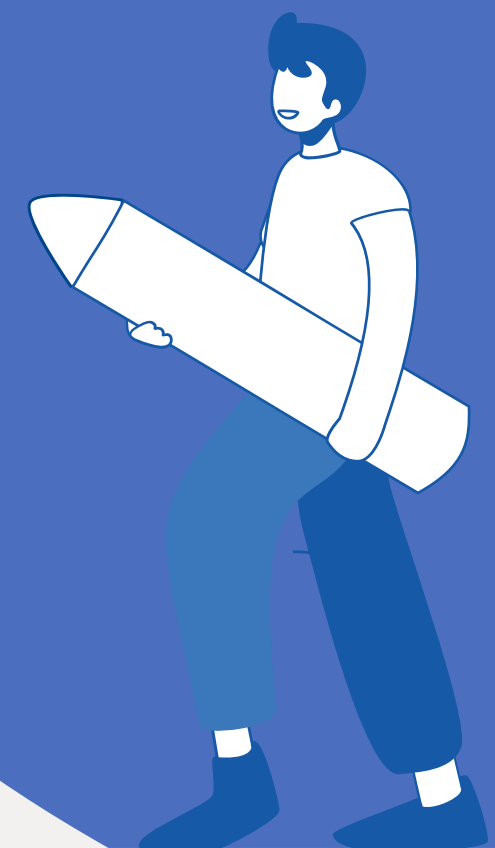
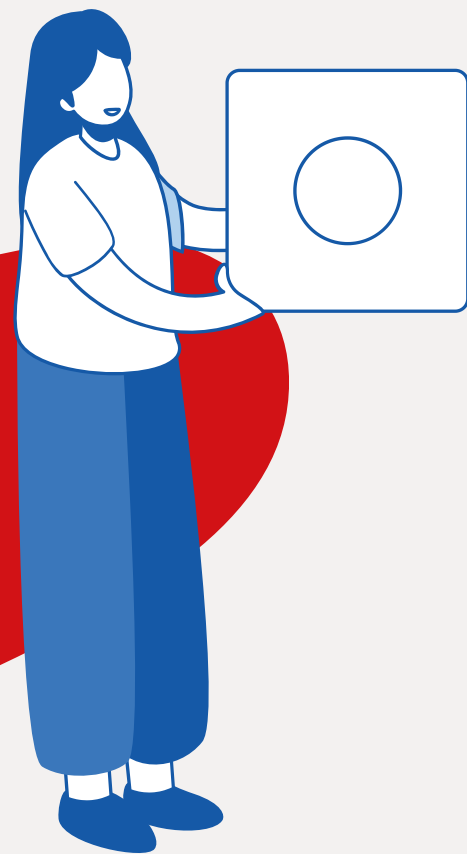
**LA QUALITÉ DU CONTENU
VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :**

CONVAINCRE !



LA QUALITÉ DU CONTENU VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :

PERSUADER !



**LA QUALITÉ DU CONTENU
VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :**

ÉMOUVOIR !



**LA QUALITÉ DU CONTENU
VOTRE CONFÉRENCE DOIT AUSSI :**

INSPIRER !



DE L'IMPOSTURE À LA POSTURE 7

QUESTIONS À SE POSER

Pour surmonter le syndrome de l'imposteur,
répondez à ces questions :

- 1) Qui suis-je (personnellement et pro) ?
- 2) Quelle est mon expérience/expertise/histoire incroyable ?
- 3) A sujet égal, quelle est ma valeur ajoutée, mon angle de vue ?
- 4) Pourquoi je veux (réellement) donner des conférences ?
- 5) Qu'est-ce que je veux provoquer/changer/offrir ?
- 6) Pourquoi je suis la bonne personne pour en parler ?
- 7) Comment je me définis et résume mon expertise en mode Twitter ?



13 FAÇONS DE SE CONNECTER AVEC LE PUBLIC

- Regardez votre public et dans toute la salle. N'oubliez pas le fond, la gauche ni la droite.
- Souriez !
- Impliquez le public en posant des questions ouvertes et fermées.
- Racontez des histoires qui comportent des enseignements.
- Libérez votre corps, vos bras, vos jambes, faites des gestes.
- Votre voix est votre instrument : modulez la, variez les rythmes, la vitesse, faites des pauses et silences.
- Utilisez des accessoires pour illustrer vos propos.
- Utilisez avec brio un Power Point, seulement pour illustrer vos propos (ce n'est pas un prompteur !).
- Utilisez des vidéos (courtes !).
- Soyez passionné (et donc passionnant).
- Soyez énergique et enthousiaste : vous êtes heureux d'être là.
- Amusez-vous, le public s'amusera avec vous.
- Soyez préparé ! Afin de profiter de votre public.