



**TRN-SCC-3D-FR-3 Processus de  
coaching**

# Introduction

Objectif : expliquer la différence entre créer une présentation pour soi-même et aider quelqu'un d'autre à créer sa présentation.

Pré-requis : avoir suivi la formation Prise de Parole 1 jour ou 3 jours.

Durée : 1 jour

Cette journée fait suite à la journée de formation pour devenir un présentateur et à la journée de formation pour devenir interviewer et facilitateur de table ronde. Nous allons désormais aborder comment devenir un bon coach.

## 1. Mise en situation

Pour vous faire découvrir le rôle de coach, nous allons directement vous faire rentrer dans le vif du sujet. Un des formateurs va jouer le rôle de présentateur, et l'un d'entre vous va jouer le rôle de coach.

C'est votre premier rendez-vous, vous avez seulement échangé par email et vous ne connaissez pas encore le sujet ni la personne que vous allez coacher. Vous savez seulement que la personne ressent le besoin de se faire accompagner et est prête à investir du temps pour s'améliorer.

Vous avez 10 minutes pour démarrer une relation de coaching avec le présentateur.

À l'issue de cette activité, prenez le temps de lister les observations importantes que vous avez pu faire dans la construction de la relation coach - présentateur :

- Qu'est-ce qui a l'air de contribuer à l'établissement de la relation ?
- Qu'est-ce qui, au contraire, a l'air d'empêcher la construction de cette relation ?

Notes formateur : l'objectif de cette activité est de montrer l'importance de l'écoute dans la construction de la relation coach-présentateur et de prendre conscience des éventuelles difficultés « à froid », avant d'avoir suivi la formation. En tant que présentateur, ayez une liste de questions que vous souhaitez poser sur le coaching. Ayez un sujet précis en tête pour rendre la mise en situation plus pertinente. Ayez également une liste de problèmes à résoudre, dont certains que vous ne voulez pas ou ne pouvez pas aborder directement, par exemple un manque de confiance en vous ou une situation difficile par rapport à votre poste et vos supérieurs.

## **La relation coach - présentateur**

Pour expliquer la relation coach - présentateur, nous allons prendre l'exemple du monde du sport.

Un bon coach de tennis sait comment créer de bon joueurs de tennis et les faire progresser. Il n'est pas le meilleur joueur de tennis du monde, sinon c'est lui qui serait sur le terrain, mais il a accumulé une longue expérience et connaît parfaitement cet univers. Il connaît et sait utiliser les outils pour améliorer la technique, la performance physique et le mental du joueur. Il a un sens de l'observation particulièrement aiguë. Il sait comment créer l'envie et la confiance. Son travail se base sur un contrat moral de confiance entre lui et le joueur.

Il suffit de remplacer « coach de tennis » par « coach en présentation », « joueur » par « présentateur » et « terrain » par « scène » pour obtenir la définition du coach en présentation.

De cette définition, nous pouvons dégager les éléments importants pour être un bon coach en présentation :

- Le rôle du coach est d'aider les autres à progresser.
- Il a une longue expérience et connaît parfaitement l'univers des présentations.
- Il connaît et sait utiliser les outils pour améliorer la technique, la performance physique et le mental.
- Il a un sens de l'observation et de l'écoute particulièrement aiguisés.
- Il sait comment créer l'envie et la confiance.
- Son travail se base sur un contrat moral de confiance entre lui et le présentateur.

Un bon joueur de tennis comprend qu'il doit se faire accompagner pour progresser ; il accepte de se faire coacher pour progresser. Il s'entraîne pour acquérir et maîtriser les techniques, améliorer sa performance physique et son mental, pour être prêt le jour du match.

De la même manière, le présentateur n'est pas passif dans la relation coach - présentateur, il doit activement s'entraîner et travailler pour progresser et être prêt pour le jour J.

Une relation efficace coach - présentateur repose sur :

- une relation professionnelle de confiance, qui implique que chaque partie fasse de son mieux pour remplir son rôle et favoriser une collaboration constructive.
- un processus rigoureux que nous allons découvrir tout au long de la journée.

## **Jeu de rôle : préparation**

Pour apprendre le métier de coach en présentation, le mieux est d'incarner alternativement les rôles de coach et de présentateur tout au long de la journée. Pourquoi les deux rôles ? Parce que cela permet à tout le monde d'être coach, et parce qu'il est très utile de vivre la relation « coach - présentateur » du point de vue du présentateur également.

Le scénario du jeu de rôle est structuré autour de ce que nous appelons « processus de coaching ». Ce sont les différentes étapes par lesquelles nous faisons systématiquement passer les présentateurs que nous coachons. Nous allons découvrir ce processus tout au long de la journée. Nous allons maintenant préparer ce jeu de rôle.

## **2. Répartition des rôles**

Des groupes de 2 participants sont tirés au sort (pour éviter que les personnes se regroupent naturellement par affinité). Si vous êtes en nombre impair, faites un groupe de 3 personnes.

Coach - présentateur : dans chaque groupe, chaque personne va alterner entre le rôle de coach et le rôle de présentateur. Une personne jouera le rôle de coach et l'autre de présentateur. Ensuite les rôles seront inversés pour que tout le monde puisse s'approprier la posture de coach. Pour le groupe de 3 personnes, 2 personnes joueront le rôle de coach à la fois.

Le client : de temps en temps, un formateur jouera le rôle du client. Ce client peut être interne, par exemple un membre du comité de direction qui sponsorise votre événement, ou un client externe, par exemple l'organisateur d'un événement TEDx.

L'agence événementielle/régie technique : le soutien du coach en présentation est souvent utile pour briefer la régie sur le déroulement de l'événement, l'ordre des présentations, les éventuelles contraintes des slides, etc. Lorsque nécessaire, le formateur jouera ce rôle.

### **3. Début du scénario**

Notes formateur : ne pas hésiter à personnaliser plus le début du scénario pour l'adapter au client.

Un événement est organisé dans un mois pour mettre en valeur des sujets phares. Dans le rôle de coach, vous avez été invité à préparer un intervenant. Vous connaissez juste son nom et avez son email. Vous savez que vous disposez d'un budget temps de 2h30 maximum pour le coaching.

Dans le rôle de l'intervenant, on vous a assigné un coach d'office. Vous n'en savez pas beaucoup plus. Vous ne connaissez pas le coach ni son rôle exact. Vous ignorez comment le contacter.

### **4. Préparation**

Avant de démarrer l'activité, chaque participant prend 10 minutes pour réfléchir à un sujet qu'il voudrait présenter dans le rôle de présentateur. Si vous n'avez pas d'idée de sujet, nous vous invitons à en prendre un dans notre pile de cartes « sujets ».

Une fois cette préparation faite, nous sommes prêts pour découvrir le processus de coaching.

## Processus de coaching

Le coach a à sa disposition la boîte à outils du présentateur fournie lors de la formation BPR (Business Presentation Revolution). Ce module est la boîte à outils du coach : un ensemble d'outil pour l'aider à accompagner au mieux l'intervenant.

En tant que coach, plusieurs éléments vont influencer la qualité du résultat final :

- **Le respect du planning** : si, pour le coach, le respect du planning est un impératif qui va de soi, l'intervenant ne va pas toujours respecter les jalons définis. Le rôle du coach est de s'assurer que ces jalons sont respectés.
- **La matière première** : c'est le fond, le sujet de la présentation. Le rôle de l'intervenant est d'apporter la matière première. Le rôle du coach est d'aider l'intervenant à sélectionner, compléter et structurer la matière première pour réaliser une intervention de qualité. Nous verrons différentes techniques pour améliorer la qualité et la quantité de matière première si elle est insuffisante.
- **Le savoir-faire et la créativité** : c'est le rôle principal du coach : utiliser son savoir-faire et sa créativité pour aider l'intervenant à mettre en valeur son contenu.
- **La capacité du coach à incarner sa posture** et trouver les méthodes et ressources nécessaires pour aider au mieux le présentateur.

Le processus de coaching est là pour que chacun de ces éléments soit intégré de la meilleure manière possible dans la démarche. Il se déroule autour de ces grandes étapes :

- Lancement et gestion du projet
- Le premier contact
- La revue du script
- La séance de coaching 1
- La séance de coaching 2
- La répétition le jour J
- Conclusion du projet

## Lancement et gestion du projet

Ce n'est pas ce à quoi on pense en premier quand on imagine le rôle de coach, mais savoir gérer le projet du coaching et en particulier son lancement est indispensable pour offrir une bonne expérience aux intervenants et garder son client (et éventuellement l'agence événementielle) informé de l'avancement.

Prérequis : le client vous a donné la liste des présentateurs avec leurs contacts, la date de l'événement, le budget temps et les jalons clés.

Durée : 30 minutes.

Organisation : par envoi d'un email et l'utilisation d'outils de planification de réunions en ligne.

Le coach a la responsabilité de guider chaque intervenant depuis le début jusqu'à la fin du coaching et d'informer son client, interne ou externe de l'avancement et d'éventuelles alertes.

Une gestion de projet rigoureuse rassure et réduit le stress.

## 5. Lancer le coaching et planifier les séances

En tant que coach, le postulat de base, au début du coaching, est que le présentateur n'a aucune information sur le processus : il ignore qui vous êtes, il ignore comment se déroule un coaching et pourquoi il est utile, et rien n'est organisé.

La première tâche du coach est de lancer le coaching. Pour cela il va :

- Prendre contact avec chaque présentateur sous sa responsabilité.
- Expliquer qui il est.
- Expliquer l'apport et le déroulement du coaching.

- Proposer des dates pour les séances de coaching.

Voici un exemple d'email de planification que nous utilisons fréquemment. Le lien pour la réservation de dates est en haut, juste en dessous du paragraphe expliquant l'objet du message. De cette manière, l'action attendue la plus importante est en haut du message et non tout en bas :

Bonjour,

Je vous contacte de la part de l'organisation de TEDxTours. Je suis là pour vous aider à préparer au mieux votre intervention orale lors de cette conférence ; ma société, Ideas on Stage, a déjà coaché plus de 300 intervenants de conférences TEDx en France, en Angleterre, aux États-Unis et au Canada.

Pour réserver votre premier rendez-vous de coaching, le plus simple est d'utiliser l'agenda en ligne :

<https://doodle.com/mm/>

#### POURQUOI UN COACHING ?

TEDx n'est pas un événement comme les autres. La qualité des interventions y est très élevée, et même les intervenants les plus célèbres se font coacher. L'objectif de ce coaching est de travailler sur tous les points qui font une bonne présentation « à la TED » :

- Quel est le message que vous voulez que votre public retienne ?
- Comment le raconter en utilisant le storytelling ?
- Comment l'illustrer de manière efficace avec des slides ?
- Comment être naturel et convaincant sur scène ?

Ce coaching est un travail collaboratif entre vous et nous, et demandera de votre part un investissement en temps significatif, mais notre expérience démontre l'importance de cette préparation. Si vous ne souhaitez pas être coaché pour votre intervention nous vous serions gré de nous en faire part le plus rapidement possible.

Vous pouvez aussi lire le guide du TEDx Speaker :

<https://www.ideasonstage.fr/guide-tedx-speaker/>

## CALENDRIER DU COACHING

Les jalons clés sont :

- 17 septembre 2021 : date limite de remise du premier texte
- 01 octobre 2021 : date limite pour le premier entretien téléphonique
- Entre le 04 octobre 2021 et le 29 octobre 2021 : 2 séances de répétition d'une heure
- Le 26 octobre 2021 : répétition finale

\* Jusqu'au 17 septembre 2021

Vous nous faites parvenir une première version de votre intervention, sous forme de présentation ou de document texte. C'est ce qui nous servira de base de travail.

\* Jusqu'au 01 octobre 2021 : un premier entretien d'une demi-heure à une heure par téléphone (+33 6 73 95 59 29) ou par Zoom. L'objectif de cet entretien est de fixer les éléments principaux de votre présentation : titre, durée, messages clés et fil conducteur de l'histoire. Pour réserver votre premier rendez-vous de coaching, le plus simple est d'utiliser l'agenda en ligne : <https://doodle.com/>

\* Du 04 octobre 2021 au 29 octobre 2021 : nous vous proposerons deux séances de répétition durant lesquelles vous aurez l'occasion de pratiquer et d'améliorer votre présentation avec l'aide d'un coach professionnel.

\* Le 26 octobre 2021 : une dernière répétition aura lieu juste avant l'événement. Vous pourrez vous familiariser avec la scène, le micro, la télécommande pour contrôler les slides, le minuteur et l'écran de retour des slides.

N'hésitez pas à revenir vers moi si vous avez des questions sur le coaching ou la préparation de votre présentation. Nous sommes là pour vous aider et faire en sorte que votre présentation soit inoubliable pour le public et pour vous.

Cordialement,  
Pierre Morsa  
Ideas on Stage co-founder

Exemple de tableau de planification :

- Microsoft Excel
- Airtable

Exemple d'outil de réservation :

- Calendly
- Doodle

## 6. Organiser la logistique

Le coach s'assure qu'un lieu adapté au coaching est réservé pour chaque session. Il s'assure que l'intervenant et le client savent où à lieu le coaching et comment s'y rendre facilement.

Exemple d'email de d'organisation de session :

Bonjour Pierre,

J'espère que votre préparation pour TEDx se passe bien.

Voici quelques informations pratiques pour lundi :

La séance a lieu lundi 13 septembre à 17h.

C'est Vanessa, ma collègue, qui assurera la séance de répétition.

L'adresse est :

Ideas on Stage  
138 avenue des Champs Elysées  
75008 Paris  
France

L'entrée est située à droite du McDonald's sur les Champs Elysées, côté droit de l'avenue lorsqu'on regarde vers l'arc de triomphe.

- Sonner à la porte extérieure (Colombus Consulting - IoS).

- Sonner de nouveau à la porte intérieure à droite (Colombus Consulting ou Ideas on Stage).
- Monter jusqu'au deuxième étage.

Métro ou RER :

Station Charles de Gaulle Étoile (lignes 1, 2, 6, RER A) -  
Sortie 1 (Av. des Champs Élysées)  
Station George V (ligne 1) - Sortie 1 (Av. des Champs  
Élysées)

En cas de problème, vous pouvez me joindre au 06 12 34 56 78

Cordialement,  
Pierre Morsa

## 7. Suivre les Jalons

si nécessaire, le coach rappelle au présentateur un jalon à venir. Cela peut être nécessaire, par exemple, pour inciter les présentateurs à fournir la première version du texte.

Exemple d'email de de rappel :

- **Communication** : Il maintient son client informé, et si nécessaire l'alerte le plus rapidement possible sur les points d'attention et de risque.

Nous vous conseillons d'utiliser un document partagé en ligne pour le suivi du coaching, surtout si plusieurs personnes doivent le mettre à jour simultanément.

## Premier contact : le contrat de coaching

Prérequis : le coaching a été lancé et les séances planifiées. Durée : 30 minutes. Organisation : en face à face ou par Zoom.

C'est le premier rendez-vous avec la personne coachée. L'objectif est avant tout de créer les bases d'une collaboration efficace entre le coach et l'intervenant. C'est ce que nous appelons le « contrat de coaching ». Cela signifie que :

- Le coach et l'intervenant comprennent tous les deux quelles sont leurs rôles et leurs responsabilités.
- L'intervenant a une vision claire du processus de coaching.
- L'intervenant sait quelle est la prochaine étape après le ce premier rendez-vous.
- Le coach est à même de répondre aux questionnements et inquiétudes de l'intervenant.

Le contrat de coaching contient à la fois des éléments « explicites », écrits noir sur blanc dans un email ou un document, et « tacites », sous-entendus ou faisant l'objet d'un accord verbal.

<b>Explicites</b>	<b>Tacites</b>
Répartition du travail coach / intervenant	Relation de Confiance
Résultat à obtenir	Réalisation des « devoirs »
Dates et jalons clés	Respect des jalons

Ces éléments seront définis dès le début, lors du premier contact. Voici un exemple de déroulement d'un premier contact :

- L'intervenant rejoint la visioconférence.
- Le coach explique l'objectif du rendez-vous puis se présente.
- L'intervenant se présente.
- Le coach demande à l'intervenant s'il a des questions -

cela d'éliminer d'éventuels points de blocage et permet d'améliorer l'écoute de la part de l'intervenant.

- Le coach explique les étapes du processus de coaching.
- Le coach demande à l'intervenant où il en est dans sa préparation. L'intervenant explique où il en est par rapport au processus. Il arrive que l'intervenant n'ait rien écrit, ou au contraire qu'il ait déjà une V1 complète de son script. Le coach s'adaptera en fonction de l'avancement de l'intervenant.
- Le coach aide l'intervenant à passer à l'étape suivante du processus ; cette étape est au minimum la préparation du script.
- le coach répond aux autres questions de l'intervenant et rappelle la date de la prochaine étape.
- Fin du premier contact.

## 8. Qui s'adapte à qui ?

Une collaboration constructive implique de créer une zone de travail commune, qui peut faire sortir aussi bien le coach que le présentateur de sa zone de confiance. Alors, qui doit s'adapter ? Voici notre point de vue :

- **Le présentateur s'adapte au processus.** Le respect du processus de coaching est impératif. Un joueur ne peut pas éviter la préparation physique parce qu'il n'a pas envie, et le coach peut encore moins le faire à sa place. De la même manière, un présentateur ne peut pas éviter de travailler sur son script.
- **Le coach s'adapte au style et à la personnalité du présentateur.** Même les sportifs de haut niveau n'utilisent pas tous le même style ni la même technique : ils utilisent le style qui leur convient en fonction de leurs forces et de leurs faiblesses. C'est au coach de s'adapter en fonction du style et de la personnalité du présentateur. Demander au présentateur de s'adapter au style du coach ne fonctionne pas.

Cet élément est extrêmement important. En effet, si le présentateur refuse de s'adapter au processus, c'est un « drapeau rouge ». **Les drapeaux rouges sont des signaux qui**

**alertent sur la non faisabilité du coaching.** Lorsque vous en détectez un, il faut avertir votre client dès que possible, car il y a un risque réel que le coaching ne fonctionne pas.

Un bon coach collaborera avec tous les intervenants de la même manière : il ne fera pas de traitement de faveur à un intervenant parce qu'il est plus « célèbre » ou plus « important ». Il ne se désintéressera pas d'un intervenant parce qu'il le trouve « peu important » ou parce que son sujet l'ennuie. Cela fait partie de la posture de coach.

Certains intervenants se comporteront comme des « divas » : ils voudront imposer leurs propres règles pour le coaching. Dans certains cas pathologiques extrêmes, l'intervenant traitera même le coach avec mépris ou refusera de lui parler. C'est son problème, pas le vôtre. L'établissement d'une collaboration nécessite la bonne volonté des deux côtés. Si l'intervenant refuse, essayez de discuter avec lui pour établir une relation de travail saine. S'il refuse, tant pis.

Notre équipe a eu la chance de travailler avec des personnalités très connues. Pratiquement toutes ces personnalités ont eu l'intelligence de construire une relation de travail constructive.

Si l'intervenant manque de confiance en lui, votre rôle numéro 1, avant même d'aborder le sujet de sa présentation, sera de le rassurer sur sa capacité à réaliser une bonne prestation sur scène et de l'encourager tout au long du processus de préparation.

## **9. Détecter les « red flags »**

Notre expérience montre que certains signaux permettent d'identifier les présentateurs qui ne seront pas prêts le jour J :

- L'intervenant rate systématiquement les jalons définis.
- L'intervenant est incapable de structurer ses idées autour d'un script préparé. Dans ce cas, nous recommandons de modifier la présentation en interview ou en table ronde.

- L'intervenant refuse le coaching parce qu'il se juge « trop important » ou « trop expérimenté ». L'intervenant peut sincèrement penser qu'il n'a pas besoin de coaching, mais cela peut cacher une peur du coaching (peur du jugement du coach).
- L'intervenant a une peur pathologique de présenter en public.

Si l'intervenant correspond à l'un de ces critères, il vaut probablement mieux en informer rapidement votre client et annuler sa participation.

## **10. Reconnaître ses propres limites**

Un coach n'est pas un psychologue et n'a pas de formation professionnelle pour aider les personnes ayant des troubles psychologiques ou de la personnalité.

Le coach aura la sagesse de savoir se limiter à son domaine d'expertise et de ne pas essayer d'aider des personnes au-delà de ses capacités.

## **11. Étude de cas : premier contact**

Entraînez-vous à réaliser un premier contact en 15 minutes maximum, puis intervertissez les rôles.

## **Écriture du script V1 « brouillon »**

L'intervenant prépare la première version du script. Selon la personnalité de l'intervenant, celui-ci peut soit écrire le texte mot pour mot du début à la fin ou il peut se focaliser sur l'écriture des éléments clés de la présentation, le « fil conducteur » ou « storyline ».

Important : le script est un travail de structuration des idées indispensable, mais l'intervenant n'a pas besoin d'apprendre son texte par cœur sauf s'il le souhaite.

Une fois terminé, l'intervenant envoie la V1 du script au coach pour revue.

### **12. Étude de cas : V1**

Prenez 30 minutes pour réaliser une V1 de votre script (dans le rôle d'intervenant).

## **Revue de l'histoire et des visuels**

Le coach revoit la V1 du script en utilisant les outils de storytelling vus lors de la formation. Il suggère des améliorations à l'intervenant.

### **13. Suggérer plutôt qu'imposer**

Quel est le niveau d'intervention du coach dans le script final ?

- L'option à privilégier est la suggestion. Le coach donne des suggestions à l'intervenant pour modifier son script. Il peut également donner des exemples pour mieux illustrer ses suggestions.
- Si l'intervenant n'arrive pas à structurer ses idées seul, et en accord avec lui, le coach peut être plus directif et remanier le script directement.
- L'intervenant a toujours le dernier mot sur la version du script qu'il souhaite utiliser, car au final c'est lui qui doit s'appropriier le texte pour le présenter sur scène.

Un bon contenu est adapté à l'auditoire. Il est équilibré entre ethos, pathos et logos. Il est clair, structuré, vérifiable et ne comporte pas de « sauts de logique. »

### **14. Défauts principaux constatés**

Si vous n'avez pas beaucoup de temps pour revoir le texte, voici une liste des défauts les plus fréquents :

- Le contenu est trop complexe ou comporte trop de détails.
- Le contenu est trop conceptuel (trop de jargon et de concepts d'entreprise, pas assez d'exemple ou de métaphores).
- Le contenu est mal structuré, rendant sa compréhension difficile.

- Les visuels sont trop chargés.

## **15. Ajuster la quantité de contenu**

Parfois, l'intervenant ne sait pas quel contenu inclure dans sa présentation.

- Le contenu est trop dense : c'est la situation la plus fréquente. Le coach va suggérer des pistes à l'intervenant pour réduire le contenu.
- Le contenu est trop léger : c'est moins courant, mais cela peut arriver. Le coach va devoir aider l'intervenant à enrichir son contenu.

### **15.1. Hiérarchiser le contenu de manière pyramidale**

Mettre le message le plus important tout au dessus. En dessous, mettez, en quelques grandes catégories, les différents sujets abordés. Puis détaillez les arguments les plus importants un niveau en dessous. Puis continuer à décomposer la matière première en sous-pyramides.

Pour simplifier le contenu, il y a deux techniques possibles :

- Réduire la profondeur en supprimant les niveaux les plus bas de la pyramide. Cela revient à réduire le niveau de détail des différents sujets abordés.
- Réduire la largeur en supprimant des pans entiers. Cela revient à supprimer certains sujets pour se concentrer sur les plus importants.

De manière générale, le réflexe naturel des experts est de vouloir trop en dire plutôt que pas assez.

## **15.2. Aider l'intervenant à enrichir son contenu**

L'intervenant reste toujours l'expert du contenu. Le coach est là pour l'aider à enrichir son contenu en posant les bonnes questions et en montrant les bons exemples.

Un coach est amené à aider des intervenants sur des sujets extrêmement variés : ADN, informatique quantique, maladies rares, mathématiques, musique, culture, géopolitique, économie ... Quelle que soit sa connaissance du sujet, le coach ne doit jamais prendre la posture d'expert : cette posture est toujours réservée à l'intervenant. Le coach ne porte jamais de jugement de valeur sur le sujet abordé, mais il a le droit, au début du coaching, d'accepter ou de refuser le sujet sur base de ses propres limites éthiques.

Une connaissance minimum du sujet est utile pour aider l'intervenant ; nous recommandons aux coaches de se documenter un minimum sur le sujet présenté. Mais même si le coach ne connaît rien au sujet présenté, il existe néanmoins plusieurs stratégies pour aider l'intervenant à améliorer sa présentation.

Poser les bonnes questions :

- Quel est le message clé que vous voulez que les spectateurs retiennent après vous avoir entendu ?
- Quelle action concrète voulez-vous qu'ils fassent ?

## **16. Évaluer la qualité du contenu**

Avoir beaucoup de contenu ne signifie pas que celui-ci est de qualité.

- « Sauts de logique » dans la démonstration : il manque des éléments pour que la démonstration soit complète.
- Contenu non vérifié : le contenu s'appuie sur des faits ou des affirmations qui ne sont pas validées par une source scientifique fiable.

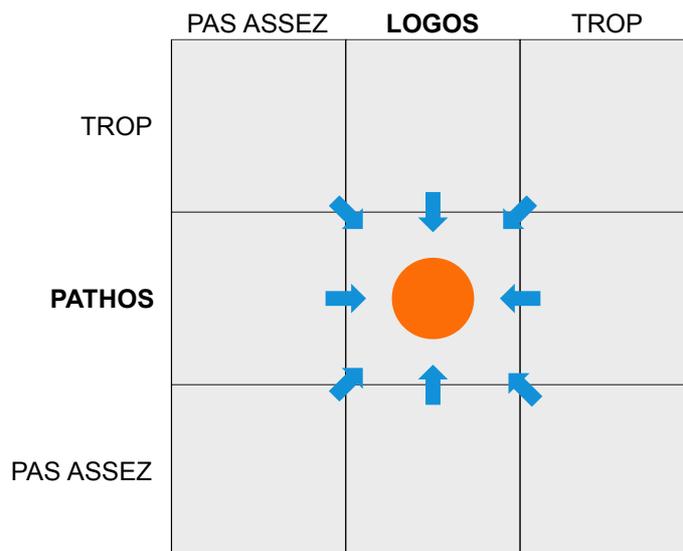
- Contenu déséquilibré : l'équilibre entre ethos, pathos et logos doit être revu.

### 16.1. Corriger les « sauts de logique »

Parfois il manque des éléments pour comprendre la présentation. Dans ce cas, il faut revoir avec l'intervenant les éléments manquants pour les ajouter.

### 16.2. Ré-équilibrer les éléments d'ethos, pathos et logos

- L'ethos sont les éléments de crédibilité (de l'intervenant, des faits énoncés, ...) du script.
- Le pathos sont les éléments émotionnels du script.
- Le logos sont les éléments rationnels du script.



Selon le type de présentation, l'équilibre entre les différents éléments ne sera pas le même. Une présentation scientifique contiendra plus de logos et une histoire de vie contiendra plus de pathos.

De manière générale, la culture d'entreprise favorise fortement le logos, le côté rationnel, et met de côté le pathos. Vous devrez probablement ré-équilibrer les textes en ajoutant la touche de pathos nécessaire pour créer de l'émotion dans l'auditoire. La surprise et la curiosité sont deux des émotions

les plus efficaces et utilisables par tous les styles de présentation. Le rire est également efficace, mais il ne convient pas à tout le monde.

Il n'existe pas de règle absolue pour atteindre l'équilibre idéal entre ethos, pathos et logos. C'est à juger au cas par cas en fonction du sujet, de l'auditoire et du style de l'intervenant.

## **17. Étude de cas : revue de l'histoire**

Travaillez ensemble, alternativement, 15 minutes maximum, pour étudier l'histoire de votre binôme et faire des suggestions d'amélioration.

## **Séance de coaching 1**

Le coach explique l'objectif de la première séance de coaching. Celle-ci suit la structure suivante :

- Répétition 1
- Retours du coach
- Répétition 2
- Retours du coach et « devoirs » pour la prochaine séance

Nous recommandons de limiter la séance de coaching à 1 heure. C'est court mais suffisant pour donner les retours nécessaires.

Pré-requis : l'intervenant connaît la V1 du script

Travail : l'accent est mis sur la validation du script en premier et l'art oratoire en deuxième.

Critères de validation : le jalon du coaching 1 est atteint si à l'issue de cette séance :

- L'intervenant peut faire sa présentation sans avoir à lire son script.
- Le plan de travail de l'intervenant est clair et réalisable avant la deuxième séance.
- Il n'y a pas de point d'alerte majeur.

## **18. Construire un plan de progression**

Sur base de la première répétition, construisez un plan de progression pour l'intervenant.

Ne donnez pas trop de points à travailler, cela peut décourager l'intervenant ou l'empêcher de progresser. Identifiez deux ou trois points à travailler en priorité et demandez-lui de se focaliser dessus. Certains points sont plus importants que d'autres et permettent de résoudre plusieurs problèmes à la

fois. Ainsi, un travail du contact visuel permet souvent à la fois d'éliminer les euh, ralentir un intervenant qui parle trop vite, supprimer les mouvements intempestifs et améliorer le langage non verbal !

## **19. Exercice**

Parmi les points suivants, identifier les points de travail mineurs et majeurs à l'issue de la première séance :

- L'intervenant a fait sa présentation en lisant son script car il ne le connaît pas.
- Le langage corporel est trop fermé.
- L'intervenant a oublié certains éléments de son script.
- L'intervenant a improvisé et n'a pas suivi le script préparé.
- L'intervenant ne regarde pas l'auditoire.

## Séance de coaching 2

Pré-requis : l'intervenant a finalisé son script et ses slides. Si nécessaire, il s'est entraîné depuis la séance 1.

Travail : l'accent est mis sur l'art oratoire et l'aisance sur scène.

Critères de validation : le jalon du coaching 2 est atteint si à l'issue de cette séance :

- L'intervenant fait sa présentation de manière fluide et convaincante sans s'aider de notes.
- Il maîtrise le déroulement de ses diapositives de manière autonome (Steve Jobs, passait ses diapositives lui-même, les meilleurs intervenants le font systématiquement eux-mêmes).

Encore une fois, nous recommandons de limiter la séance de coaching à 1 heure. Si, à l'issue de la session de coaching 2, il apparaît que l'intervenant a encore besoin de répéter, le coach a deux solutions :

- Proposer un plan de travail à effectuer par l'intervenant avant le jour J (risqué car si l'intervenant n'est pas prêt à l'issue de la deuxième séance, il a probablement besoin d'un accompagnement renforcé)
- Organiser une troisième, voire une quatrième séance de coaching.

## Répétition le jour J

La priorité absolue, le jour J, est de mettre l'intervenant dans la meilleure posture mentale possible, en confiance mais pas trop. La confiance en soi est la meilleure arme contre le stress.

Lors de cette ultime séance, vos objectifs, par ordre de priorité, sont de :

- Donner confiance
- Aider l'intervenant à s'approprier la scène
- Vérifier que tous les éléments sont en place, y compris le jeu scénique, le son et les visuels.
- Corriger les derniers petits défauts de prise de parole.

Le jour J, la difficulté numéro 1, pour le coach, est le temps disponible pour les répétitions : il est souvent très serré ou insuffisant, car le réglage du son, de la scénographie et l'éclairage prend pratiquement toujours plus de temps que prévu.

N'hésitez pas à démarrer les répétitions dès que possible, même si la scène n'est pas à 100% prête. Si vous n'avez pas assez de temps, il vaut mieux faire une répétition partielle pour chaque intervenant mais vous assurer qu'ils peuvent tous passer sur scène.

À l'issue de chaque répétition, prenez au moins 5 minutes pour debriefer avec l'intervenant.

Dernier point : en général, l'intervenant apprécie que le coach assiste à la présentation. Ce sera aussi l'occasion pour vous de le rassurer avant sa montée sur scène.