L'Elevator Pitch

L'art de (se) vendre en moins de 2 minutes

Michel POULAERT
Conférencier et Formateur International

MP TALK TRAINING STRATEGY

L'Elevator Pitch

L'Art de (se) vendre en moins de 2 minutes

http://michelpoulaert.com/formations

Publié par Michel Poulaert ©2017
MP TALK –TRAINING –STRATEGY
30 rue André Bouillar
40220 Tarnos
contact@michelpoulaert.com

Copyright © 2017 - Reproduction interdite, sauf autorisation écrite de l'auteur.

SOMMAIRE

EN PRÉAMBULE 4
KÉZAKO ? 5
QUELS SONT LES ENJEUX 5
UN PITCH IRRÉSIBLE, C'EST QUOI ? 6
CRÉER UN PITCH IRRÉSISTIBLE 6
S'IMAGINER LE RÉSULTAT 6
VOTRE VISION EST VOTRE ALLIÉ (…OU PAS) 7
PRIORISEZ LES IDÉES ET CLÉS ESSENTIELLES 7
SCÉNARISEZ-VOUS EN MODE TWITTER 8
CONNAISSEZ VOTRE INTERLOCUTEUR / PUBLIC 8
TROIS PILIERS ESSENTIELS POUR BIEN COMMENCER UN PITCH 9
UN REGARD POUR TOUS 10
LES ERREURS À ÉVITER 11
9 FAÇONS POUR SE CONNECTER AVEC SON PUBLIC 12
CRÉEZ LA SURPRISE 14
CRÉEZ UNE CONVERSATION 14
VENDRE SANS AVOIR À VENDRE 15
LES 10 PREMIÈRES SECONDES 15
SOYEZ CLAIR : QUE VOULEZ-VOUS EXACTEMENT ? 16
DITES CE QUE VOUS FAITES, PAS CE QUE VOUS ÊTES 17
SOYEZ INTÉRESSANT ET AUTHENTIQUE 17
PAS DE SUCCÈS SANS PRÉPARATION 17
SOIGNEZ VOTRE TENUE 17
CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE 17
CONCLURE UN PITCH EN BEAUTÉ 18
QUI EST L'AUTEUR DE CET OUVRAGE ? 24
6 PRINCIPES POUR GAGNER LA SYMPATHIE DES AUTRES 29
8 PRINCIPES POUR CRÉER L'ADHÉSION À VOS IDÉES 29

EN PRÉAMBULE

Cet ouvrage se veut didactique, pertinent, constitue une ressource utile pour vous aider à développer vos projets, vos rencontres, vos techniques de ventes ou de présentations.

Se présenter en moins de deux minutes, voire parfois beaucoup moins (j'ai assisté à des séances de présentations de 30 secondes), c'est un art qui s'acquiert avec de la pratique et de la préparation.

Savoir se présenter et susciter l'envie et l'intérêt des interlocuteurs, d'un investisseur, d'un banquier, d'un prospect, d'un client, d'une personne très occupée, faire une levée de fonds, ça ne s'improvise pas ! L'Ère numérique dans laquelle nous vivons a exacerbé l'immédiateté des informations et par conséquent a aussi diminué le temps accordé pour ce que « l'autre » a à raconter. Le développement des initiatives de rencontres en mode « réseau » fait émerger les plus talentueux, ceux qui ont su attiser l'intérêt, se raconter en moins de temps qu'il leur en est accordé. Plus que jamais, si vous voulez sortir du lot, cela ne s'improvise pas ! Il faut avoir l'étoffe d'un excellent pitcheur et on ne naît pas champion du pitch.

Bien trop souvent, je rencontre des gens non préparés, se présenter soi-même ou leur projet, arriver la fleur au fusil, convaincus que « ça va le faire », pour ensuite déchanter (tout en se demandant pourquoi ils n'ont pas su intéresser) et sortir bredouille.
Pire : on s'imagine qu'on sait tout sur notre projet, qu'on maîtrise l'affaire parce que nous « la connaissons par cœur », accompagné d'un excès de confiance qui fait écho à un manquement cruel : sous estimer l'importance de la préparation.

D'autres encore ont la conviction que « pour rester naturel, je ne me prépare pas ». Grossière erreur ! Au contraire, vous aurez tout l'espace pour être vous-même si vous n'avez plus à réfléchir avec la pression du chronomètre qui défile et vous fait perdre vos mots, vous fait bégayer ou chercher les mots qui vous seraient venus à l'esprit justement si vous aviez répété cette rencontre encore et encore.

Comment se raconter sans se la raconter et surtout… comment donner envie de faire affaire avec vous, sans attendre allons-y ensemble !

KÉZAKO ?

L'« Elevator Pitch » est une notion qui nous vient, vous l'avez deviné, des Etats-Unis. Comme son nom l'indique, ce discours consiste à convaincre un interlocuteur dans un ascenseur, avant qu'il n'arrive à l'étage de son bureau. Vous savez, ils ont de grands gratte-ciels là bas. On peut facilement rester plus d'une minute dans cet espace contigu. Que ce soit 30 secondes ou 2 minutes, peu importe, il s'agit avant tout d'une métaphore pour décrire l'ensemble des situations dans lesquelles vous devez argumenter en un temps record. Par exemple, lorsque vous croisez enfin votre supérieur, auquel vous souhaitez demander une augmentation, ou votre banquier, que vous devez convaincre en quelques minutes du bien-fondé de votre aventure entrepreneuriale ou encore un prospect, que vous voulez absolument convertir en client.

Etymologiquement le mot « pitch » est un héritage du monde du base-ball, c'est littéralement le « lanceur », celui qui propulse la balle le plus fort possible vers la zone de prises près du frappeur. « La zone de prises », elle est là la métaphore ! Vous voulez que l'on prenne votre discours au vol et qu'on en face quelque chose de miraculeux pour vous ! Vous allez, en quelques instant, créer une accroche, lancer à votre interlocuteur une invitation implicite mais bien ciblée afin qu'il ait envie de vous retenir. Mieux encore : de faire affaire avec vous.

QUELS SONT LES ENJEUX ?

Si vous voulez faire des rencontres professionnelles, c'est qu'il y a des enjeux, ceux qui pourraient créer votre futur. Posez-vous la question et remplissez la fin de la question pour ensuite y répondre : « si je réussi cette rencontre, je pourrai… »

- Pourquoi voulez-vous y arriver ?
- Qu'est-ce que ça changerait pour vous ?
- Que réaliseriez-vous ?
- Quelles perspectives aurez-vous si vous obtenez gain de cause, si on vous fait confiance, qu'on vous fait crédit (en terme d'argent, mais aussi en terme de « crédibilité », si on vous croit)
- En quoi cela changerait votre vie et celle de votre entourage ?

Répondre à ces questions va nourrir votre enthousiasme parce que vous allez prendre conscience de l'importance de cette rencontre. Est-elle donc vraiment si importante qu'elle vaut la peine d'être préparée ?

Imaginez un instant, vous connaissez votre projet, les enjeux, votre objectif, tout dépend de la réussite de la rencontre, c'est inattendu, mais je vous l'offre en cadeau : vous croisez Xavier Niel, fondateur de Free, copropriétaire du groupe Le Monde, créateur de l'établissement d'autoformation en informatique appelée « 42 », réputé pour son désir ardent de soutenir les jeunes entrepreneurs, les bonnes idées, et les projets novateurs. Ou encore que vous croisiez Bill Gates, lui aussi avec une valise pleine d'argent à la main. Cet argent, il pourra être pour vous, mais il faudra les convaincre ! Eh bien voyez tous vos interlocuteurs avec cette pensée que tout dépend de la qualité de cette rencontre et vous, vous seul, en êtes responsable !

UN PITCH IRRÉSISTIBLE, C'EST QUOI ?

C'est d'arriver, en moins de deux minutes, voire 30 secondes, de donner l'envie que l'on demande votre carte de visite !
Vous avez bien lu : **ce n'est pas vous qui tendez votre carte de visite**, non, vous attendez qu'on vous la demande. C'est en cela que vous saurez si vous avez éveillé la curiosité de votre interlocuteur ! De toutes façons, ne donnez jamais votre carte de visite en vous présentant, ça fait racoleur et les gens n'aiment pas avoir le sentiment de se trouver en face d'une personne qui ne cherchera qu'une chose : vendre.
Le pitch est un outil de communication qui a pour rôle de créer une accroche.
L'astuce est d'arriver à rédiger, chez vous en préparation, un discours qui va générer une frustration positive chez votre interlocuteur. C'est-à-dire qu'il aura tellement envie d'en savoir plus que c'est à vous à qui on pose les questions auxquelles alors, et seulement alors, vous pourrez répondre avec plus de détails.
Votre objectif, à ce stade de la rencontre, n'est pas de (vous) vendre, mais d'attiser une envie comme les réalisateurs de cinéma nous donnent envie d'aller voir un film avec la méthode du « teaser » : en 30 secondes à une minute il vous donne envie d'aller voir le film en salle obscure. Jamais ils ne vous disent « il faut y aller », ni « c'est le film que vous devez aller voir », encore moins vous donner l'impression que c'est le film de l'année. Et pourtant, au bout de quelques secondes, vous prenez la décision d'en savoir plus, voire d'aller le voir dès que possible.
Un pitch irrésistible est un moment où vous faites vivre une expérience émotionnelle à votre interlocuteur.

CRÉER UN PITCH IRRÉSISTIBLE

S'IMAGINER LE RÉSULTAT

Vous l'avez compris : ne faites ni perdre le temps de vos interlocuteurs ni le vôtre : préparez-vous ! Mais ce n'est pas tout : vous allez gagner en confiance en vous si vous vous préparez correctement. Que vous ayez de la tchatche ou pas, si vous êtes timide, arrivé face aux autres, vous ne resterez pas insensible et vous pourriez être submergé par l'émotion qui peut vous faire perdre votre sang-froid. Vous avez la parole facile ? Soyez d'autant plus vigilant ! C'est là que vous tombez dans le piège de penser que « vous y arriverez parce que je m'en sors toujours quitte à faire une entourloupe ». **Vous n'avez pas le temps pour ce genre de stratégie (qui n'en est pas une d'ailleurs) !** De plus vous risquez de vous disperser. Je n'ai jamais vu un pitcheur réussir son entretien avec cet état d'esprit ! Et puis, votre interlocuteur, probablement rôdé à ce genre d'exercice, aura vite fait de soulever la supercherie et cela trahirait bien plus qu'un manque de préparation.
Le trac, le stress, va non seulement de pair avec un manque de confiance en soi, mais surtout avec un manque de préparation.
Prenez une feuille blanche et posez vos idées dans le désordre.
Faites un brainstorming de tout ce que vous devez dire : sur vous, sur le projet, sur le produit, sur l'idée,…
Que voulez-vous avant tout que l'on retienne de cet entretien ? de vous ? Posez-vous la question : « si mon interlocuteur ne devait retenir qu'une chose, laquelle serait-elle ? ». Une seule chose !

C'est alors que, fort de la réponse que vous aurez trouvée, vous saurez comment faire le tri dans votre liste de brainstorm.
Imaginez-vous l'issue de votre entretien et surtout ce que vous désirez provoquer. Ne répondez pas par « qu'il m'embauche » ou « qu'il investisse » ou « qu'il achète », non. Cherchez plutôt vers « je veux qu'il me demande ma carte de visite », « il doit me poser des questions », « il doit voir que je suis enthousiaste et que j'y crois », « il doit comprendre qu'il y a quelque chose de nouveau à vivre »,… Ne répondez pas par un résultat commercial, mais par un résultat qui suscitera plus de curiosité ou de la frustration positive.

VOTRE VISION EST VOTRE ALLIÉ (…OU PAS)

Dans la continuité du paragraphe précédent, il est important que vous identifiiez ce que vous allez chercher et pourquoi vous voulez rencontrer ces gens. Si votre objectif premier est de vous faire de l'argent, poussé par un besoin de renflouer des finances en berne, votre cerveau va concentrer ses efforts à nourrir cette vision et vous ne trouverez que des formules ou des réponses qui correspondent à ce besoin. Vous allez à tous les coups vous tromper ! Si vous cherchez à vendre seulement, votre comportement va se calquer à cet volonté précise : vous ne serez plus dans l'écoute, vous ne serez pas dans l'empathie, vous n'allez pas vous intéresser à l'autre, par conséquent vous risquer de les ennuyer.
Quelles sont les vraies raisons pour lesquelles vous voulez rencontrer les gens ? Ne pensez pas à leur portefeuille ! Bien entendu vous voulez « vendre », cependant ne négligez pas la puissance de la relation que vous devez construire, cette relation qui commence par une envie de collaborer avec vous, de vous faire confiance, de vous accorder du crédit. Les gens aiment avoir affaire à des gens qui leur donnent l'impression qu'ils se sont aussi intéressés à eux. Aujourd'hui nous avons tous besoin de vivre une expérience avant de passer à l'acte d'achat ou de collaboration.

PRIORISEZ LES IDÉES CLÉS ET ESSENTIELLES

Vous êtes enthousiaste, motivé, ce pitch qui arrive est capital, vous le savez ! Souvent, pris par l'enthousiasme, on a tendance à trop vouloir en dire, parce que pour vous qui avez vécu un process de création, de formation, d'années de recherches et d'expérimentation peut-être, cependant, votre interlocuteur n'a que faire de tous les détails !
Soyez spécifique, pensez tout d'abord au problème qu'il pourrait expérimenter pour ensuite parler de la solution que vous offrez. En entretien d'embauche, cette stratégie fonctionne aussi : le problème, c'est la demande de l'employeur que vous avez découverte dans une annonce, vous savez ce qu'il cherche ! Vous, avec vos compétences, votre expérience, vos qualités, vous êtes, dans ce cas là, la solution (par exemple). Concentrez-vous sur des bénéfices que vous apportez avec votre solution et surtout… pourquoi votre interlocuteur devrait vous faire confiance. Pensez par exemple à des témoignages de gens satisfaits, mais ne perdez pas trop de temps à en parler, gardez cette option lorsque vous aurez l'occasion de développer votre requête.

SCÉNARISEZ-VOUS EN MODE TWITTER

Quel merveilleux exercice cérébral que de communiquer une idée, une information, une émotion en seulement 140 caractères ! Contraignant, certes, mais tellement

intéressant pour se forcer à aller à l'essentiel d'une information. Dans le même esprit, se pitcher efficacement, c'est aller à la seule information clé que vous voulez émettre.
Je ne vous suggère pas de vous présenter en 140 caractères, ce serait insensé, mais l'idée est la suivante :
Écrivez votre discours et structurez-le de telle façon à susciter des émotions, l'envie d'en savoir plus tout en dispensant de l'information technique, commerciale ou pratique.
Attention, vous n'avez qu'UNE idée forte à défendre ! Vous devez être concis. Les gens ne sont pas intéressés, à ce stade de l'entretien, ni n'ont le temps pour entendre tous les contextes qui vont ont animé précédemment.
Cette idée forte, c'est votre message principal. Allez droit au but, sans fioritures inutiles : expliquez-en quoi vous êtes différent ou pourquoi vous faites les choses mieux. Attention de ne pas juste avancer une affirmation du type « nous sommes meilleurs » sans étayer par des données mesurables et vérifiables. Bannissez toute expressions prétentieuses telle que « nous allons devenir leaders » qui pourrait vous faire passer pour un naïf, un inconscient, ou beau-parleur.

Avant de commencer, partez de vous : demandez-vous à quelle typologie voudriez-vous vous identifier : un prêtre ou un envoyé spécial ?
Entre les deux il y a le politicien.
Imaginez un prêtre : lorsqu'il déroule une homélie, son débit de parole est de 85 mots/minute : « Il n'est jamais trop tard. Ruminons Ses paroles durant ces jours qui nous séparent de Pâques. Contemplons-Le aimant et pardonnant à l'extrême… ». Pour ces 24 mots, ce prêtre aura pris 17 secondes !* Je ne vous conseille pas de vous calquer sur ce débit.
Un reporter à la radio ou à la télévision varie son rythme entre 175 et 220 mots/minute. Un politicien en plein débat peut, lui aussi atteindre ces 200 mots/minute. Cet extrême, en pitching, est insensé, vous allez fatiguer votre interlocuteur ! Mais alors quel est le débit idéal ?

Cette rhétorique de la vitesse vous permet de vous positionner et faire une idée du nombre de mots que vous pouvez utiliser lorsque vous rédigez votre discours par écrit et vous entraînerez à répéter à voix haute avec un chronomètre. Je sais, ça met la pression, mais c'est une étape indispensable pour devenir un champion du pitch !

**Source : « 200 mots à la minute : le débit oral des médias » de Colas Rist, Communication et langages / Année 1999 / Volume 119 / Numéro 1/ pp. 66-75*

CONNAISSEZ VOTRE INTERLOCUTEUR / PUBLIC

Quand vous rédigez votre pitch, imaginez-vous l'interlocuteur idéal. Ciblez votre audience. Pitcher est une opération de séduction avant d'être une stratégie de persuasion. Avant de chercher à persuader ou convaincre, vous devrez vous mettre en mode « séduction », rendre votre message tellement séduisant qu'il donne envie d'en savoir plus.
Répondez à ces questions essentielles :
Qui est-il ?
Que cherche-t-il ?
Est-ce une personne occupée ?
Est-il potentiellement un investisseur ?
Est-ce un patron ?
Est-ce un décideur ?

Un manager ?
Un scientifique ?
Un mécène ?
Un professeur ?
Un DRH ?

Connaître a minima son interlocuteur est en fait un jeu d'enfant ! Généralement, vous savez qui vous allez rencontrer. Si c'est un rendez-vous de réseau, bien souvent les noms des participants sont communiqués à l'avance. Parfois il est même possible de prendre rendez-vous avec ces personnes. Si c'est un entretien d'embauche, vous connaîtrez le nom de votre interlocuteur. C'est alors à ce moment que cela devient un jeu d'enfant ! Rien de plus simple que googeliser un nom, l'entreprise, l'organisation qu'il représente. Vous le trouverez probablement sur LinkedIn, sur Facebook ou un autre réseau social. Faites de même avec le nom de l'entreprise :
Depuis quand existe-t-elle ?
Que fait-elle ?
Quels sont ses concurrents ?
Ses produits phares ?
Son histoire ?
Les faits marquants ?
Si c'est une université, quels sont ses points forts ?...

Vous pouvez arriver à savoir et connaître votre interlocuteur avant de l'avoir rencontré. Avec internet à portée de main, vous n'aurez aucune excuse, vous saurez à qui vous aurez affaire. Fort de ces informations, vous commencez bien ! Avantage non négligeable, avec cet avantage, cela va augmenter votre taux de confiance en vous. L'information est un remède contre les croyances limitantes ! Se préparer comme un sportif de haut niveau ou un « business detective » vous mettra plus à l'aise.

TROIS PILIERS ESSENTIELS QUAND VOUS COMMENCEZ UN PITCH

Pilier N°1 : Souriez : vous êtes heureux d'être là et d'avoir ces conversations ! Ne souriez pas lorsque vous racontez une histoire tragique. Soyez congruent.

Pilier n°2 : soyez enthousiaste, soyez heureux d'être là, de rencontrer des gens et surtout : de pouvoir partager ce qui vous anime et a motivé votre présence !

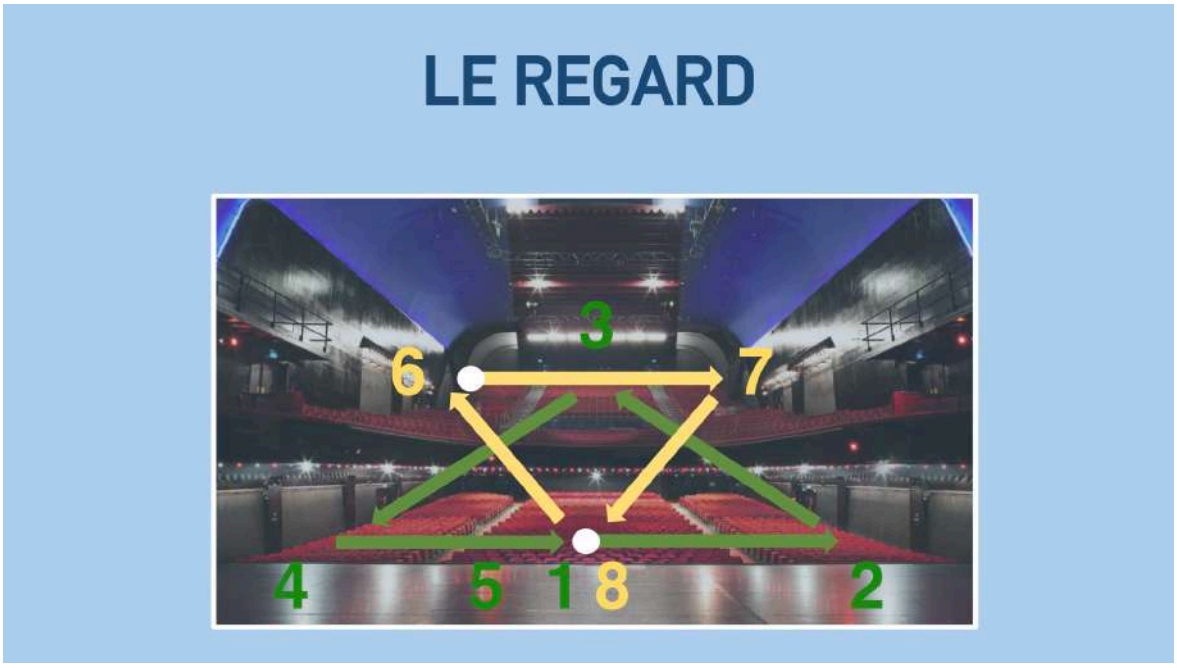
Pilier n°3 : Regardez vos interlocuteurs dans les yeux, cherchez le contact visuel. Ça peut vous mettre mal à l'aise ou vous paraître inconfortable, mais vous avez tout à gagner à vous discipliner à regarder les gens dans les yeux quand vous leur parler, mais aussi quand vous les écoutez. Ayez une communication visuelle. Si regarder les gens droit dans les yeux vous met mal à l'aide, entraînez-vous avec vos amis, la famille et forcez-vous à ne plus avoir peur du regard de l'autre. Sachez que ce ne sont que vos représentations qui vont vous faire peur : vous ne savez pas ce que les autres pensent de vous. Vous seul imaginez ce que l'autre « pourrait » penser de vous. Lâchez prise : personne ne vous veut du mal et les gens sont souvent bien plus bienveillants que vous ne l'imaginez, surtout dans des contextes où vous devez pitcher ! Dédramatisez les enjeux mais surtout le jugement que l'on pourrait se faire de vous. Soyez le plus naturel possible, soyez heureux de rencontrer ces gens qui sont les maillons indispensables de votre réussite. Si vous les rencontrez, c'est que vous avez

besoin d'eux et vous, vous allez leur apporter des solutions, un enthousiasme, une passion, une idée, un projet. Oui, c'est de la préparation mentale et elle est inévitable si l'exercice vous terrifie ! Ne négligez pas cette préparation, faites appel à vos amis, à la famille et entraînez-vous avec eux.
Grâce à cette préparation, vous commencerez plus serein, cette sérénité qui diminuera le stress que vous pourriez éprouver.

Si vous devez pitcher face à une audience, n'oubliez pas que ce principe persiste : regardez l'audience comme si vous vous adressiez à chaque individu dans la salle.

FACE À UN PUBLIC, AYEZ UN REGARD POUR TOUS

Voici une technique que j'ai apprise en faisant du théâtre il y a bien longtemps de cela : la « technique des deux triangles » qui va donner l'impression que vous regardez tout le monde. Imaginez un premier triangle dont la base est la deuxième rangée de fauteuils devant vous, en procédant de la sorte, les trois ou quatre premières rangées auront l'impression que vous les regardez. Plus la salle est grande, plus l'effet est amplifié. Partez du centre de cette rangée pour progressivement, sans vous hâter, porter votre regard vers la droite jusqu'au bout de la rangée. Ensuite, montez votre regard (même si vous ne voyez rien à cause des spots qui vous aveuglent) en diagonale vers la rangée du haut pour aller chercher la pointe du triangle au centre de cette dernière rangée pour ensuite descendre en diagonale vers la gauche pour boucler votre parcours visuel à nouveau au centre de la deuxième rangée d'où vous êtes parti. Puis, imaginez-vous ce triangle alors inversé pour partir à l'envers (voir schéma plus bas). Tout le monde aura l'impression d'avoir été en contact visuel avec vous et l'attention s'en verra considérablement accrue !



LES ERREURS À ÉVITER :

- Pour se rassurer, on a tendance à regarder des visages qui nous confortent : ceux qui nous écoutent attentivement, qui sourient, qui prennent beaucoup de notes,… Ne faites pas l'erreur de ne parler qu'à une partie de votre audience, qu'elle soit petite ou grande. J'ai vu des pitcheurs oublier toute une partie d'une salle parce qu'ils ne regardaient que deux ou trois personnes. La conséquence est inévitable : l'autre partie du public se sent oublié, il ne vous prêtera plus d'attention. Vous aurez perdu son adhésion parce qu'il se sent exclu de votre discours.

- Vous aurez toujours des gens qui semblent ne pas vous écouter ou ne pas adhérer à votre discours ou encore qui ont les yeux rivés sur leur écran de téléphone. Beaucoup de conférenciers se font piéger (comme moi au début de ma carrière), vous voulez être écouté et ô malheur, il y a là deux ou trois personnes qui semblent ne pas s'intéresser à vous, « vous vous concentrez alors sur ces gens qui ne vous écoutent pas et vous ne voyez plus qu'eux ». L'effet est pervers et c'est garanti : cela bouffe votre énergie parce que simultanément vous vous demandez « pourquoi ils ne m'écoutent pas ? ». Et la machine infernale s'emballe ; « mince, suis-je aussi mauvais pour qu'il/elle ne m'écoute pas » ou « je ne l'intéresse pas ou quoi ? »… Alors que pendant ce temps vous avez probablement des centaines d'autres personnes qui, eux, vous écoutent ! Mais vous ne les voyez plus ! Pour combattre ce piège, cherchez vous des « alliés ». Ces « alliés » sont tous ceux qui adhèrent à votre discours. Vous saurez facilement les reconnaître : ils vous regardent avec insistance, ils prennent des notes, ils sourient, ils acquiescent de la tête ou font des hochements qui vous disent « je suis d'accord avec toi ». Mon conseil : ne parlez pas à ceux qui semblent ne pas s'intéresser à vous ! Parlez exclusivement à tous ceux qui VEULENT vous écouter ! Vous n'êtes pas là pour avoir l'approbation de 100% de l'audience (vous ne l'aurez quasiment jamais), mais vous êtes là pour partager avec ceux qui veulent accueillir votre message.
De plus, l'expérience m'a démontré que nous pouvons nous tromper. Nos perceptions qui engendrent un jugement ne sont pas objectifs, c'est biaisé. Il m'est arrivé de penser que des regards fermés étaient synonymes de désintérêt, eh bien non ! Ne l'oubliez pas : la salle est riche de toutes sortes de personnalités, de sensibilités, tout le monde traite vos informations de façons totalement différentes. Certaines personnes intègrent ou « digèrent » vos paroles de façons variées et cela ne veut pas dire qu'ils ne vous écoutent pas, mais qu'ils sont dans le traitement de vos informations avec leurs émotions. Combien de fois ne me suis-je pas trompé… pensant que je n'étais pas intéressant pour « eux ». Ici aussi, lorsqu'ils sont venus converser avec moi à l'issue de mes interventions, j'ai compris qu'ils étaient profondément touchés. Ne vous laissez donc pas piéger par vos perceptions et dialogues internes biaisés. Parlez aux « alliés » et vous ne vous soucierez pas de ceux qui « semblent » ne pas vous écouter.

- Pour ce qui est de ceux qui ont le regard rivé sur leur portable, pas de panique, il est fort possible qu'ils sont en train de partager sur leurs réseaux sociaux ce qu'ils sont en train de vivre avec vous ! Ils ont peut-être pris une photo de vous ou de vos slides pour le diffuser sur le Net. Et ça, c'est bon pour votre image et notoriété !

9 FAÇONS DE VOUS CONNECTER AVEC LE PUBLIC

Bon… peut-être pas comme ça non plus 😉

1) **Impliquez votre public.** Posez des questions ouvertes et fermées, encouragez-les à chercher les réponses à vos questions, encouragez-les à vivre une expérience avec vous. Vous pouvez aussi lui demander de vivre une expérience corporelle, les faire bouger, se lever, chanter, crier, applaudir sur demande, …

2) **Racontez des histoires.** Souvenez-vous : le public adore les histoires ! Ce n'est pas une affaire de petits enfants. Selon vous, pourquoi les magazines people ont-il tellement de succès ? (dans le même temps tout le monde vous dira qu'ils n'en lisent pas…). Puisez dans vos propres histoires vécues, les gens adorent ça, cela assoit aussi votre autorité et légitimité. Mais soyez concis, oubliez les détails, vous n'avez que deux minutes, allez à l'essentiel de l'histoire ! Elle ne devrait durer que 30 secondes pour laisser place au reste du message.

3) **Faites des gestes, le non verbal parle aussi.** Attention, je ne dis pas « gesticulez », vous risquez de fatiguer votre audience ! Variez vos gestes, pour que votre langage non-verbal soit en accord avec votre message. Soyez le plus naturel possible, comme si vous parliez à un groupe d'amis. Ne surjouez pas ! faites des gestes qui illustrent vos propos. Lorsque vous décrivez « une graaande espace », n'hésitez pas à faire ce mouvement ample des bras pour mimer cet espace, par exemple. La gestuelle appropriée et juste donnera l'impression que vous êtes à l'aise et cela contribue fortement au charisme. Pour vous y aider, imaginez-vous en « méta-vison », c'est-à-dire que vous vous imaginez vous observer comme si vous preniez de la distance, et observez-vous objectivement lorsque vous parlez à des personnes familières, des amis, de la famille,… Vous

vous verrez en posture d'authenticité. C'est celle-là que vous devez reproduire pour paraître à l'aise face à vos interlocuteurs ou public.

4) **Utilisez votre voix comme un instrument de musique.** Comme sur une partition, il y a des variations de rythmes, de vitesse, de volume et tout ceci engendre de l'émotion. Ne parlez pas trop fort (certains de mes étudiants pensent que parler fort est synonyme d'aisance scénique : non !) Un professionnel sait doser le volume de sa voix. Quand la pièce est petite, pas besoin de crier comme si on était dans un stade ! Entre parler fort, crier ou aboyer, il y a le plaisir d'écouter pour l'un et l'agacement pour l'autre. Parler fort et vite n'est pas un signe de prestance oratoire, au contraire, un professionnel sait doser sa voix et entend si elle est trop forte dans l'espace dans lequel vous vous trouvez. Au même titre que parler bas doit pas aller jusqu'au chuchotement où l'auditoire doit se concentrer pour comprendre ce que vous dites. Bien entendu, si votre scénario exige de crier ou chuchoter, pour que cela serve votre narration, vous pouvez le faire, mais entraînez-vous à le faire.

5) **Utilisez des accessoires de scène.** Imaginez un magicien sans accessoire, sans ballons, sans fouloirs colorés, sans cartes, sans pigeons… Avez-vous vu un ventriloque sans sa marionnette ? Faites preuve d'imagination et de créativité. Dans mes formations, je vous encourage de trouver un ou plusieurs objets (ou « gimmicks ») qui vont devenir les illustrations de vos propos et histoires. A force, si vous réussissez votre coup, ces objets seront définitivement associés à votre intervention ! en ce qui me concerne c'est mon sac poubelle en plastique, ma boîte de Lego ou encore une jarre en terre cuite.

6) **Utilisez la vidéo.** Mais attention : si vous le faites (ce n'est pas obligatoire et souvenez-vous que cela n'a qu'un seul but : servir votre message et non le porter), prenez bien soin de la produire de telle façon qu'elle ne soit qu'une illustration de ce que vous dites. En aucun cas vous ne pourrez transférer la responsabilité de votre présence dans une vidéo ! Faites simple, pensez aux keynotes de Steve Jobs : une image, un symbole, une ligne épurée qui traduit l'essentiel du message.

7) **Utilisez Power Point ou Keynote de façon approprié.** Les slides ne sont pas obligatoires pour rendre votre présentation pertinente. Vous n'avez que deux minutes maxi, peut-être moins ! Comme la suggestion précédente, elles ne doivent que renforcer votre discours. Plus vous faites appel à des outils technologiques (vidéo ou slides), plus vous encourrez le risque d'avoir des impondérables techniques.
   Si vous les utilisez comme « pense-bête » ou antisèche, vous aurez tout raté ! Favorisez des photos, des phrases courtes, des mots simples, plus il y a de mots, plus vous perdrez l'attention du public. Ne surchargez pas vos slides de photos, de logos, de couleurs, il n'est pas nécessaire d'apposer votre nom ou votre logo sur toutes les slides, encore moins de les numéroter, évitez les dégradés de mauvais goût et les polices de caractères excentriques. Il m'est arrivé de voir des slides sur lesquelles il y avait des dizaines de photos par slides… mais qu'espéraient donc ces orateurs ?
   Comme votre discours : simplifiez et ne montrez que l'essentiel ! Favorisez aussi des fonds noirs ou sombres, ce qui va accroître la lisibilité de vos slides. Ne créez pas de présentations qui « vous semblent sympas », mais favorisez en priorité la li-si-bi-li-té ! Ce qui vous paraît lisible sur votre écran ne le sera peut-être plus une

fois projeté dans la salle. Pensez à la taille de vos textes ! N'oubliez pas, une présentation doit servir votre discours, n'en soyez pas l'esclave ni ne l'utilisez comme un pense bête ou une anti sèche.
Lors de toutes mes formations et accompagnements de prise de parole en public ou de conférenciers, je pose cette question : « imaginez que Power Point n'existe pas, à quoi ressemblerait votre intervention ? » C'est ainsi que vous devez concevoir votre intervention pour qu'elle soit réellement impactante : imaginez un instant que vous êtes le seul vecteur du message !

8) **Soyez passionnant !** Soyez passionné ! Bombarder un public avec une tonne d'information parce que l'on voudrait montrer qu'on a beaucoup de choses à dire aura pour résultat qu'il saura que vous avez beaucoup de choses à dire… Point. Mais ce n'est pas ce que vous recherchez. J'insiste là dessus : votre rôle n'est pas d'impressionner (quoi qu'ici je pense plutôt à « gaver »), mais d'impacter, de séduire, d'intéresser, de donner envie d'en savoir plus, de frustrer positivement l'audience. « Moins c'est mieux » !

9) **Amusez-vous, profitez de cet instant privilégié.** Oui, c'est un privilège de pouvoir se trouver seul sur cette scène à pouvoir partager ce que vous avez à transmettre ! Si vous vous amusez, cela se verra et contribuera au sentiment d'authenticité que vous dégagerez.

CRÉEZ LA SURPRISE

Soyez original ! L'effet de surprise créera un impact mnésique auprès de votre interlocuteur. Vous pouvez par exemple avoir un objet insolite, ou conventionnel, avec lequel vous allez créer une histoire. N'oubliez jamais : les gens adorent les histoires, surtout lorsqu'elles sont originales !

CRÉEZ UNE CONVERSATION

Ne tombez pas dans le piège d'entrer en monologue mécanique ! Votre objectif est de générer de l'envie, de l'enthousiasme. Vous mettre en mode conversation vous permettra de jauger le taux d'intérêt que peut avoir votre interlocuteur. L'art d'un bon pitch est qu'il ne paraît pas répété au point de devenir chirurgical et mécanique. Vous, fort de votre préparation, vous savez où vous voulez mener cette conversation. Se mettre en mode conversation ne veut pas dire que vous menez un dialogue, mais que

vous parlez avec tellement d'aisance que cela ressemble à une conversation décontractée.

VENDRE SANS VENDRE

La force des grands commerciaux est qu'ils arrivent à vendre sans avoir donné l'impression de vous fourguer « leur came ». Vous, votre responsabilité, est d'apporter non pas un produit, mais une solution à une demande ou un problème, de créer un lien, de montrer que vous vous intéressez vraiment à l'autre.
Lorsque vous connaissez les besoins, demandes ou problèmes du « client » ou de votre interlocuteur, ne perdez pas de temps à insister sur ce point. Une fois que vous avez confirmation que vous avez cerné ce problème, apportez une solution, votre solution, comme une opportunité. Vous pouvez, par exemple, faire une démonstration, ça marche toujours !
Posez-vous la question : « quel avantage et perspective j'offre ou mon produit/projet offre à mon interlocuteur ? ».
L'art de vendre sans vendre, ça peut vous paraître étrange, mais c'est avant tout être à l'écoute de l'autre. Posez-lui des questions qui vont vous donner des informations qui confirment votre préparation, ou pas, mais ce questionnement à pour but de vous aider à calibrer votre discours sur des besoins que vous connaissiez ou ignoriez jusque là. Cela vous permet d'identifier non seulement la personne, son tempérament, mais surtout ses besoins. Si ça se trouve, vous êtes face à quelqu'un qui ne sera pas du tout intéressé par votre proposition, vous saurez qu'il faut passer au suivant. C'est alors que vous pourrez l'inviter à passer à l'action.

En ce qui me concerne, j'ai obtenu les plus beaux contrats en posant des questions à mes prospects et clients, et le peu de temps qu'il me restait était l'espace dans lequel j'apportait les réponses ciblées aux problèmes que je venais d'entendre.

En résumé, vous allez chercher une relation. Quelle relation allez-vous être pour votre interlocuteur, en quoi allez-vous l'enrichir humainement ? Faites vivre une expérience émotionnelle avec vous ou votre produit/projet.

LES 10 PREMIÈRES SECONDES

Ça y est : vous êtes devant la (les) personnes que vous vouliez rencontrer ! A nouveau, n'oubliez pas que votre état d'esprit est centré sur l'idée que c'est l'entretien de votre vie !
Aller vers des gens que l'on ne connaît pas n'est pas une démarche naturelle. Il est donc requis de faire preuve d'audace et de sang froid. Qu'avez-vous à perdre ? Tout, si vous ne tenez pas cet entretien ! Qu'avez-vous à gagner ? Tout, même si l'entretien n'abouti à aucun résultat, vous aurez plus de chance d'arriver à un résultat positif en essayant que le contraire.
Votre introduction, elle aussi, doit être rôdée, répétée, réfléchie, car oui : la première impression est toujours la plus importante (jusqu'à preuve du contraire). N'hésitez pas à aborder vos interlocuteurs avec des éléments qui pourraient inspirer une bonne prise de contact (si vous ne connaissez pas la personne). Par exemple : vous le voyez avec un smartphone, vous avez une application à proposer : « Utilisez-vous régulièrement des applications sur votre smartphone ?... Je viens d'en créer une qui permet de… »
Vous pouvez vous appuyez sur des formules du genre « saviez-vous que… », « Vous êtes madame untel, justement je me réjouissais de vous rencontrer,… »,…

N’hésitez pas à surprendre, soyez créatif, créer la surprise qui va indéniablement faire de votre rencontre un moment mémorable. Ne commencez pas en vous présentant en tendant votre carte de visite, c’est une mauvaise approche !
Et puis… Ça marche à tous les coups : souriez ! Soyez enthousiaste ! Montrez que vous êtes avant tout heureux d’être là et de faire de nouvelles rencontres ! Comme je vous le conseillais juste précédemment, intéressez-vous aussi à l’autre, posez des questions ouvertes ! Les réponses vont vous informer sur les réponses justes à donner !

SOYER CLAIR : QUE VOULEZ-VOUS EXACTEMENT ?

Prévoyez une ou deux phrases pour décrire précisément vos produits, services ou compétences. Utilisez des mots simples, issus du quotidien. Simplifiez, soyez pédagogue ! Si vous parlez d’*Apopathodiaphulatophobie*, seuls les experts en la matière vous comprendront. Cependant, si vous voulez toucher un public large, trouver des investisseurs qui ne savent rien de votre expertise, vous devrez vous mettre à leur place, penser comme si vous démarriez de zéro. Évitez le vocabulaire passe-partout, et le jargon trop technique qui peut faire fuir votre interlocuteur. Si vous cherchez à faire fuir ou à désintéresser votre public, alors c’est une méthode qui marche à tous les coups : parlez-lui un langage qu’il ne comprend pas.
Si vous vendez un produit, une idée ou un service, les termes « optimisation », « synergie » ou « retour sur investissement » sentent à plein nez la déballe commerciale, ce n’est jamais agréable à entendre. Soyez simple, même si votre sujet est complexe ou technique.

Pour vous donner un exemple concret et surtout pour vous rassurer que simplifier, c’est possible, je vous invite à aller voir des vidéos sur Youtube « Ma Thèse en 180 secondes ».
Ma thèse en 180 secondes permet aux doctorants de présenter leur sujet de recherche, en français et en termes simples, à un auditoire profane et diversifié.
Chaque étudiant ou étudiante doit faire, en trois minutes, un exposé clair, concis et néanmoins convaincant sur son projet de recherche. **Le tout avec l’appui d’une seule diapositive !**
Prenons l’exemple de Noémie Mermet, étudiante à l'Université d'Auvergne. Elle a présenté en trois minutes sa thèse « Implication des récepteurs 5-HT2A dans la modulation des interneurones PKC gamma dans un contexte d'allodynie » (rien que ça !) à l'occasion de la finale internationale du concours en 2014. C’est absolument bluffant !
Ne pensez plus, après avoir vu cette vidéo, qu’il vous est impossible de simplifier et d’aller à l’essentiel en moins de 3 minutes !
Pour accéder à la vidéo : https://youtu.be/LefD1DFmbvA

DITES CE QUE VOUS FAITES, PAS CE QUE VOUS ÊTES

« Je suis comptable », « je suis thérapeute », « je suis designer »,… Ce genre d'approche ne donne qu'une idée de ce que vous faites, c'est trop vague, vous devez vous démarquer ! Il y a des centaines de comptables, de thérapeutes, de designer. Qu'avez-vous de différent à offrir, quelle est votre solution, à quelle demande répondez-vous ?

SOYEZ INTÉRESSANT ET AUTHENTIQUE

Outre la valeur de ce que vous avez à proposer, la solution que vous apportez, la différence sera votre attitude, votre authenticité. Ne surjouez pas, soyez à l'aise, quand vous riez, que ce rire soit le vôtre et non un rire forcé.
Pour vous aider à savoir si vous êtes intéressant et captivant, enregistrez-vous et réécoutez-vous ou revisionnez-vous (si vous vous filmez). Écoutez-vous comme si vous découvriez le discours et prenez la place d'un interlocuteur. Cela demande de la discipline et de l'honnêteté envers vous-même. Écoutez si vous vous trouvez trop long, vous vous dites « accouche, viens-en au fait », si vous commencez à vous ennuyez, devinez alors ce que va ressentir l'autre… Écoutez-vous les yeux fermés, cet exercice est puissant !

PAS DE SUCCÈS SANS PRÉPARATION

Il n'y a pas de secret : les grands pitchs ont tous été préparé, répétés maintes fois, jusqu'à arriver à l'intégrer pour qu'il devienne « spontané » ! Parce que oui, si vous avez répété encore et encore, vous pourrez libérer votre esprit pour faire place à la spontanéité. Vous n'aurez plus besoin de réfléchir sur ce que vous allez dire et comment puisque vous le savez.
Répétez, répétez, répétez !
Si vous savez que vous allez devoir pitcher dans deux semaines, par exemple, répétez au moins une fois par jour, ça paie !
Ici aussi, cela permettra de lutter contre le stress.

SOIGNEZ VOTRE TENUE

Adaptez-vous au contexte dans lequel vous aller pitcher. Si vous rencontrez des managers, des chefs d'entreprises, des banquiers, évitez de vous présenter en jeans et baskets. Sauf et seulement si vous avez réfléchi à votre tenue vestimentaire « non conventionnelle », que vous devrez assumer totalement et doit correspondre à la tenue de votre message, votre personnalité, votre niche, votre énergie. Attention, l'exercice est périlleux, prenez le temps de définir une stratégie vestimentaire, car oui : la tenue fait le moine !

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE

Il est toujours pertinent d'apprendre en commençant par ce qu'il faut faire et on oublie de parler de ce qu'il ne faut pas faire.

- La passion, c'est essentiel, mais elle peut devenir un piège. Pris aux tripes par ce qui vous anime, vous voulez tellement partager cette passion, que vous risquer d'être trop volubile, d'en dire beaucoup trop. Trop en dire c'est risquer de faire fuir les gens ! N'en dites pas trop. Ici encore : allez à l'essentiel. Votre passion, cela se ressentira dans votre énergie, votre enthousiasme. Pas besoin d'en rajouter.

- Évitez les discours trop techniques. Ce n'est pas parce que c'est évident pour vous, que ça l'est pour votre interlocuteur ! Entrez dans des descriptions techniques seulement au moment où vous savez qu'il est intéressé et/ou est en état de comprendre votre jargon. Vulgarisez votre contenu comme si vous aviez affaire à un néophyte. Simplifiez votre discours. Attention : ne donnez pas l'impression de prendre votre interlocuteur pour un imbécile non plus !

- Évitez les acronymes. J'ai entendu trop de gens parler en acronymes auxquels je n'étais pas initié : je n'ai rien compris, je n'avais plus envie d'en savoir plus.

- Vous n'êtes pas là pour parler de vous ou vous mettre en valeur vous. Évitez les « moi je », « moi je » et puis encore « et moi je… ». Même si vous êtes votre marque, le « produit » que vous vendez, c'est votre expertise, vos connaissances, vos découvertes. C'est ça qu'il faut mettre en avant ! Ne soyez pas dans l'orgueil. Vous pouvez être fier de ce que vous faites ou offrez, mais sachez doser l'égo bien placé. Vous êtes là pour servir l'autre.

- Parlez de votre produit ou de votre offre en premier, pas de vous.

- Ne vous positionnez pas en demandeur, mais en apporteur de solution !

- Ne commencez pas en donnant votre carte de visite. Gardez-la pour la fin, à l'issue de votre entretien. Ce sera plus pertinent et ne donnera pas l'impression que vous êtes avant tout à la chasse aux affaires. Attention, votre objectif n'est pas d'en donner autant que possible, mais de favoriser la qualité de vos échanges. C'est vous qui devez récolter un maximum de cartes de visite qui vous permettra de vous constituer une base de donnée de prospects ou personnes rencontrées. Notez au plus vite au dos des cartes ce que vous avez ressenti à l'issue de l'entretien. Vous serez content de le relire alors que vous l'aurez oublié quelques jours plus tard. Appelez-les dans les 48 heures à une semaine.

CONCLURE LE PITCH EN BEAUTÉ

Un pitch sans invitation n'est qu'une bouteille lancée à la mer. Conclure en invitant votre interlocuteur à passer à l'action donnera à votre pitch toute sa verve !
Vous pouvez l'inviter à accepter votre appel dans les 48 heures ou à télécharger un document que vous avez mis en ligne ou à faire un exercice ou à tester votre produit, etc.
Un appel à l'action incite toujours nos interlocuteurs à s'engager à mener une action qui va lui rappeler que ce que vous avez partagé a du sens. Mieux : ils voudront faire affaire avec vous !

BONNE CHANCE DANS VOTRE PRÉPARATION ET VOS PROCHAINS PITCHS !

Vous avez des questions ou besoin d'aide, je suis à votre disposition.

Envoyez-moi un mail : contact@michelpoulaert.com

Ou appelez-moi au +33 612 63 64 38

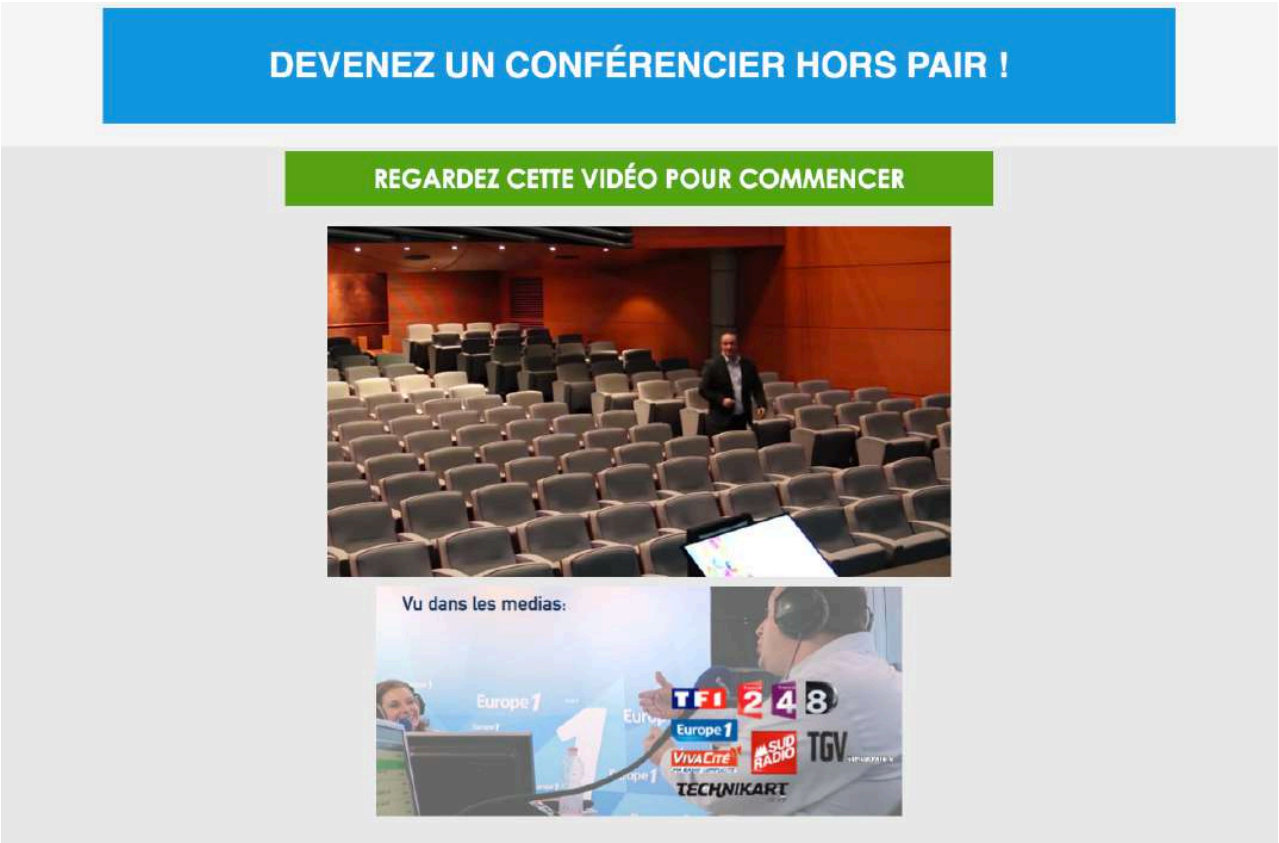
Visitez mon site : http://michelpoulaert.com/

Ma chaîne Youtube : https://www.youtube.com/MichelPoulaert

Ma chaîne dédiée au speaking : http://www.youtube.com/c/SpeakersTVMichelPoulaert

La playlist de quelques une des mes conférences : https://goo.gl/hyt1Tt

DÉCOUVREZ LA FORMATION ET/OU LE PROGRAMME DE COACHING « DEVENEZ UN CONFÉRENCIER HORS PAIR » : http://michelpoulaert.com/formations



Quelle que soit votre expertise, votre corps de métier : vous êtes coach, formateur, thérapeute, infopreneur, aventurier, homme d'affaire à succès,

ingénieur, autodidacte, inventeur, vous avez surmonté une difficulté particulière, un handicap,... peu importe : dès que vous prenez la parole face à un public (réel ou virtuel), cette formation ou la master class vous étonnera. Que vous donniez une, quelques ou beaucoup de conférences à l'année, qu'elles soient à titre gracieux ou payantes, faire face à un public et lui délivrer un contenu pertinent dans le temps qui vous est imparti pour en dispenser l'essence qui va rester gravé dans les mémoires, ça ne s'improvise pas. Entre réflexion, répondre aux besoins de votre public et préparation, cela demande du temps et des compétences pointues !

DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ EN DONNANT DES CONFÉRENCES !

Il ne suffit pas d'être à l'aise face à un auditoire ou avoir du bagou pour délivrer des conférences impactantes et mémorables.
Ne vous est-il jamais arrivé de penser que vous n'aviez pas assez de temps pour dire tout ce que vous auriez voulu dire ou que vous avez fait face à un public quelque peu réfractaire, ou peu réactif ?
Donner des conférences c'est un art, vous l'avez compris !
Le monde de l'entreprise, diverses organisations professionnelles ou associatives et événements publics sont de plus en plus à la recherche de bons conférencier, de grands orateurs capable de faire vibrer l'auditoire, pour apporter une valeur ajoutée à leurs événements pour inspirer et impacter durablement leurs collaborateurs et leur public. Au delà du message que vous avez à partager, ils attendent d'un conférencier qu'ils viennent leur faire passer un moment inoubliable. Ça ne s'improvise pas.
Si certains se sentent à l'aise à parler en public, avoir du "bagout" et se dire "c'est bon, je connais mon sujet, je vais m'en sortir" ne suffit pas.

Pour qu'une conférence soit réussie, qu'elle soit mémorable, impactante, qu'elle fasse mouche, mais aussi (pour ceux qui le désirent) « bankable », rentable, plébiscitée, cela demande une attention toute particulière, un travail précis et bien ciblé.

La formation "Devenez un Conférencier Hors Pair" répond non seulement à ces questions, mais aussi à un besoin évident d'offrir une formation pertinente pour toute personne désireuse de développer leur business en donnant des conférences de qualité et en sortir avec sa conférence "clés en mains". Il s'agit d'une formation dynamique, pratique et centrée sur vous et votre conférence.

Pour répondre à cette demande, j'ai créé un programme et une pédagogie qui fonctionne à tous les coups. "Devenez un Conférencier Hors pair" a fait ses preuves auprès de tous les clients qui y ont participé, tous, à l'unanimité sont particulièrement satisfaits et étonnés de voir ma promesse tenue : vous en repartez avec votre conférence !

"Les patrons font de plus en plus souvent appel à des conférenciers..."

"L'idée de faire intervenir un conférencier est de les booster (les équipes de vente) avant les soldes de janvier"
(Magazine Capital n° 300, septembre 2016, page 32)

Donner des conférences est un moyen puissant pour toucher une audience qualifiée qui vous permet de mieux vendre vos compétences, vos produits, vos formations et/ou votre expertise.
Apprenez à devenir un conférencier hors pair, un conférencier qui sort du lot, qui "déchire", comme on dit dans le milieu.
Vous pouvez développer cette niche et atteindre l'excellence et booster considérablement vos affaires et, contrairement à ce que l'on pourrait croire, c'est accessible à tous ! N'oubliez pas que personne ne naît orateur, mais il devient par l'exercice et le travail.

Cette formation peut booster votre business grâce aux revenus de vos conférences ! Je vous explique comment dans cette formation.

En qualité d'expert, coach, consultant ou formateur, vous devez augmenter votre visibilité pour développer votre chiffre d'affaires !

Avec l'émergence des réseaux sociaux il faut être beaucoup plus visible sur la "toile". Animer des conférences est une des solutions pour "booster" vos revenus. Certains conférenciers ont augmenté leur CA de 30%, même en période de "crise".
A votre avis, quel est le point commun des grands conférenciers professionnel ?
Ils ont tous suivi une formation très pointue pour devenir conférencier professionnel et augmenter leurs revenus !

Cette formation en présentiel est centrée sur vous, votre histoire, votre expertise, votre projet et la construction de votre conférence.

3 JOURS EN IMMERSION

Total d'heures de formation : 19 heures dans un cadre qui favorise l'apprentissage.

VOTRE EXPERTISE

Vous allez affûter votre communication vers vos clients, apprendre à cibler votre message.
Vous performerez avec votre personnalité affirmée et assumée !

UNE FORMATION VIVANTE

A chaque étape de la formation, et dès le départ, vous allez régulièrement passer à l'action. Les échanges entre le formateur et les participants sont interactifs.

PLUS DE CONFIANCE EN VOUS

Durant ces 3 jours, vous allez gagner en confiance en vous, avoir plus d'assurance, apprendre à gérer vos émotions et à adopter une attitude charismatique.

APPRENDRE À PRÉPARER

Faut-il apprendre par coeur, quelle est la place pour l'improvisation, comment être authentique sur scène, combien de fois faut-il répéter, combien de temps avant le jour J,...

L'EXCELLENCE

Il n'y a pas de secret : même les plus talentueux et les champions travaillent d'arrache pied pour faire partie des meilleurs.
Cette formation sera exigeante et demandera de vous surpasser.

NATIONAL SPEAKERS ASSO
Cavett
Award

QUI EST L'AUTEUR DE CET OUVRAGE ?

Michel Poulaert est un conférencier professionnel de renommée internationale.
Depuis 2006, son expérience en conférence fait partie des plus grandes références. Avec des centaines de conférences à son actif dans 8 pays, donnés en trois langues dans plusieurs Palais des Congrès, Zénith et autres salles prestigieuses, deux TEDx, coach de conférenciers, co-fondateur et coach de la Journée de l'Audace, d'hommes politiques, de comédiens, invité régulier sur des grandes chaînes de radio françaises et belges, à la télé, des dizaines d'articles et interviews à son sujet, c'est l'un des conférenciers les plus en vue en France.

Depuis ses 12 ans, entre théâtre et discours publics, il a toujours été maître de la communication orale. A 12 ans il s'adressait déjà devant des salles de 100 personnes. Gage de la qualité de son expertise, il est membre labélisé de l'Association Française des Conférenciers Professionnels, de la "Professional Speaking Association" au Royaume Uni et de l'internationale "Global Speaker Federation". Tous les ans, il investit dans sa formation continue, il assiste à leurs conventions et formations afin de rester à la page et maîtriser les ficelles de "l'industrie de la conférence" (comme disent les anglo-saxons).
Toute son expérience, il vous la dévoile et il répond à toutes vos questions sans langue de bois.

Il partage :
" Mon savoir et mes expériences, je les partage dans mes master class et formations sans tabous ni réserve. Mon mode de fonctionnement : professionnalisme, authenticité, bienveillance et contenu riche et de qualité avec lequel vous pouvez vraiment avancer. J'ai horreur de ces ateliers dans lesquels on en sort frustrés d'avoir le sentiment d'avoir payé pour ne rien ou peu apprendre ! Mon approche est unique et les résultats de mes stagiaires sont probants. Ils en témoignent. J'aime tellement ce métier que je veux communiquer cette même passion à d'autres, pour qu'à leur tour ils puissent aussi avoir ce succès dont je jouis aujourd'hui. Je veux leur montrer qu'il est possible, en France, en Belgique ou dans tous les autres pays francophones et du monde, de vivre de ce métier en plein essor. Il ne suffit pas de donner quelques présentations publiques de temps en temps pour se prétendre "conférencier". Ce n'est pas un effet de mode, c'est un vrai métier en voie de développement et je veux accompagner tous ceux qui cherchent l'excellence à atteindre le succès qu'ils méritent.
J'ai à cœur de vous offrir le meilleur de mes compétences et expériences pour vous aider à intégrer, avec pédagogie, tous les requis de ce métier, dans un esprit informel avec un œil rivé sur l'excellence et le résultat.
Le cœur de mon activité c'est de donner des conférences mémorables et impactantes à l'international. C'est aussi ma démarche lorsque je donne des formations.

Je vis mon rêve, je vis de ma passion, je suis passionné, un amoureux de la vie et des êtres humains, j'ai construit mon business autour de tout ce que j'aime faire : inspirer et motiver des milliers de personnes. Les plus grands conférenciers que j'ai rencontrés ou que je côtoie ont tous investis en eux, autant que dans leur business, ils se sont fait mentorer et coacher pour atteindre ces résultats exceptionnels. N'oublions pas que, dans ce métier, votre matière première, votre produit, c'est vous !
Vous aussi, vous pouvez réaliser ce rêve et développer votre entreprise considérablement !"

Des clients très satisfaits

L'intervention a-t-elle été conforme à vos attentes ?	OUI à 94%
Note globale de l'intervention	8,9
Pertinence du contenu	8,8
Le recommanderiez-vous ?	OUI à 100%

(Enquête de satisfaction menée sur SurveyMonkey auprès de 49 clients, déc. 2015)

Considéré comme l'un des meilleurs conférenciers francophone

ILS LUI ONT FAIT CONFIANCE

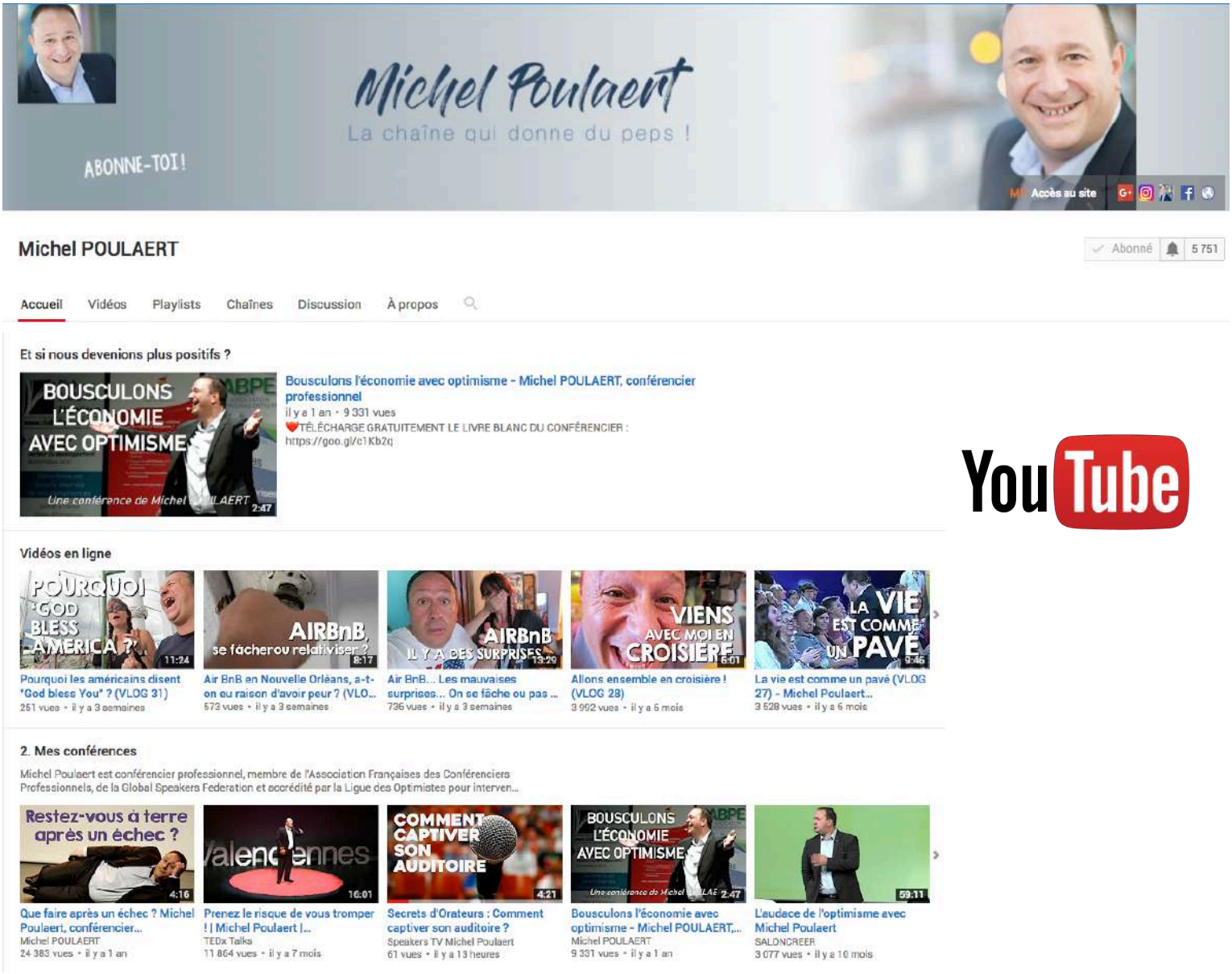
TEDx
DCF Dirigeants Commerciaux de France
CJD Centre des Jeunes Dirigeants d'Entreprise
JCI
GALIAN
CGAIM Caisse de Garantie de l'Immobilier
afpa Guyane
Oddos Euro
CONVERSATION PAPILLON
Weelearn
ISCIPA Service Social Intérentreprises
PEE Presqu'île Exclusive Entrepreneurs
RESSOURCEPRO L'expertise sur le web
Club des Assistantes de Direction
La Journée De L'Audace
Colombus Consulting

LA POSTE
CIC
Manpower
CER FRANCE
Inter.Réseaux PAYS BASQUE
RÉGION MIDI-PYRÉNÉES
Factorielles le référent de la protection sociale
CAPEB L'Artisanat du Bâtiment
PMI France Chapter Project Management Institute
PROFESSIONAL SPEAKERS PSA ASSOCIATION HOLLAND
DERBIGUM® MAKING BUILDINGS SMART
club des coms Midi-Pyrénées
TOULEMPLOI Emploi, Formation, Carrière
EPSECO BAYONNE
Moove by C.A.C.

EDF
BANQUE POPULAIRE
FIDAL
STVA
Gamm vert
CHU Limoges
CRÉDIT IMMOBILIER DE FRANCE
Cegid Group
SALON CRÉER 2016 Mon tremplin pour entreprendre
SADEC AKELYS L'expertise au service de l'entreprise
21e SALON réunir Carrousel du Louvre 17 & 18 septembre 2015
jesuis COIFFEUR
EUREA GROUPE

SNCF
Humanis Protéger c'est s'engager
CCI BAYONNE PAYS BASQUE Euskal Herri
CCI NANTES ST-NAZAIRE
VEOLIA
INSA INSTITUT NATIONAL DES SCIENCES APPLIQUÉES TOULOUSE
AREVA
UPSA
BNI
LILLE ISA
Initiative France
maison de l'emploi de l'agglomération bayonnaise et du pays basque (tout le monde s'y retrouve)
Nouvelle Donne
Réseau Ateliers du Bonheur
Femmes 3000 Fédération Nationale

Et beaucoup d'autres…



DÉCOUVREZ LA FORMATION
ET/OU LE PROGRAMME DE COACHING
« DEVENEZ UN CONFÉRENCIER
HORS PAIR » (et toutes nos autres formations et guides) :
http://michelpoulaert.com/formations

Vous avez des questions ou besoin d'aide, je suis à votre disposition.

Envoyez-moi un mail : contact@michelpoulaert.com

Ou appelez-moi au +33 612 63 64 38

Visitez mon site : http://michelpoulaert.com/

EN POSTAMBULE

Quelques préceptes auxquels j'adhère, inspirés de Dale Carnegie dans divers de ses ouvrages, en particulier « Comment se faire des amis », applicable dans ce contexte :

« Suscitez un vif désir de faire ce que vous proposez et motivez ».

6 PRINCIPES POUR GAGNER LA SYMPATHIE DES AUTRES :

- **Intéressez-vous réellement aux autres. Intéressez-vous à votre public !**

« Vous vous ferez plus d'amis en deux mois en vous intéressant sincèrement aux autres que vous ne pourriez en conquérir en deux ans en vous efforçant d'amener les autres à s'intéresser à vous. »

- **Ayez le sourire.**

« Un sourire ne coûte rien, mais crée beaucoup. Il enrichit celui qui le reçoit sans appauvrir celui qui le donne. »

- **Souvenez-vous que le nom d'une personne revêt pour elle une grande importance.** N'hésitez pas à citer des personnes présentes dans la salle.

- **Sachez écouter.** Encouragez les autres à parler d'eux-mêmes quand vous les questionnez.

- **Parlez à votre interlocuteur, votre auditoire de ce qui l'intéresse.** « Pour trouver le chemin du cœur d'un homme, il faut l'entretenir de ce qu'il chérit le plus. »

- **Faites sentir aux autres leur importance et faites-le sincèrement.**

« Tout homme que nous rencontrons croit nous être supérieur en quelque manière. Si vous voulez trouver le chemin de son cœur, prouvez-lui subtilement que vous reconnaissez sincèrement son importance. »

8 PRINCIPES POUR CRÉER L'ADHÉSION À VOS IDÉES :

- **Si vous devez faire une critique**, commencez par lui faire quelques compliments sincères car « Il nous est moins pénible d'entendre des remarques désagréables après un compliment sur nos qualités. »

- **Faites remarquer d'une manière indirecte ses erreurs et ses défauts.**

- **Mentionner ses propres erreurs avant de corriger celles des autres.** Vous êtes passé par là vous aussi, vous comprenez votre public.

- **Au lieu d'être injonctif, de donner des ordres, posez des questions et concluez par** : « Qu'en pensez-vous ? »

- **Louer le moindre progrès et louer tout progrès, si légers soient-ils.** C'est ainsi que l'on peut stimuler à continuer à voir l'autre faire des efforts.

- **Pour que les autres, votre public se surpasse, donnez-lui une belle réputation à mériter.** D'ailleurs, la vôtre, vous devrez aussi la mériter.

- **Arrangez-vous pour que la tâche à accomplir semble facile et que si erreur il y a, qu'elle est l'air facile à corriger.** L'échec n'est pas une finalité, mais fait partie du chemin de la réussite.

- **Assurez-vous que les autres soient heureux de faire ce que vous suggérez.** Quand vous faites votre proposition, formulez-la de telle manière que votre interlocuteur comprenne qu'il va en tirer un avantage personnel.