

Techniques de présentation

Bruno RAMOND

Bruno RAMOND

www.utc.fr

bruno.ramond@utc.fr

UR04 - Outils pour le projet

En appliquant les deux orientations de l'énergie (E, I) aux quatre processus mentaux (N, S, T, F), Jung a identifié et décrit **8 fonctions cognitives** : quatre extraverties et quatre introverties. Elles peuvent se combiner différemment suivant les personnes, comme nous le verrons plus loin – mais il est à noter que nous avons tous une préférence pour l'une d'entre elles, qui nous structure donc : c'est notre fonction **dominante**. Ces fonctions sont :

- La [Sensation Extravertie S_e](#) aime voir, entendre, goûter, toucher et sentir le monde autour d'elle. Elle agit sur des **données concrètes**, là et maintenant. Elle se fie au **présent** et laisse aller les choses ; sent le contexte immédiat ; détecte les changements et les opportunités pour l'action ; est amenée à agir sur le monde physique ; accumule des expériences ; recherche rapidement les réactions visibles et les données pertinentes ; reconnaît « **ce qui est** » ;
- La [Sensation Introvertie S_i](#) est captivée par les vibrations que le monde extérieur déclenche en elle. Elle compare les faits à ses expériences antérieures. Elle se fie au **passé**. Elle conserve des données sensorielles pour une utilisation ultérieure ; **reconsidère** les expériences passées ; recherche des renseignements détaillés et étudie leurs liens avec ce qui est connu ; **se souvient** des impressions conservées ; accumule des données ; « ce qui est » évoque « **ce qui était** » ;
- L'[Intuition Extravertie N_e](#) découvre constamment de nouvelles possibilités dans le monde externe. Se fie aux **flashes de sa conscience**, qui peuvent être partagés avec les autres. Elle **interprète les situations** et les relations ; relève les significations et les interconnexions ; remarque les **non-dits** et donne un sens à ce qui émergé à travers des contextes variés ; traduit « ce qui est » par « **ce qui pourrait être** » ;
- L'[Intuition Introvertie N_i](#) découvre constamment de nouvelles possibilités dans son monde intérieur. Elle se fie aux **flashes de son inconscient**, qui sont difficiles à expliquer aux autres. Elle **prévoit les implications** et probablement les effets sans données externes ; conçoit de nouvelles façons de voir les choses ; entrevoit les transformations ; obtient une image de **sens profond** ou de symboles extensifs ; réalise « **ce qui sera** » ;
- Le [Sentiment Extraverti F_e](#) cherche **l'harmonie avec et entre les personnes** du monde extérieur. Les **valeurs** relationnelles et culturelles sont importantes. Il communique ; tient compte des autres ; organise les groupes pour satisfaire leurs besoins et respecter leurs valeurs et sentiments ; maintient l'organisation ou les valeurs de groupe ; essaye de **satisfaire les autres** ; définit si quelque chose est approprié ou acceptable pour les autres ;
- Le [Sentiment Introverti F_i](#) cherche **l'harmonie** de ses actions et pensées **avec ses valeurs** personnelles. Il peut avoir du mal à expliquer ses valeurs. Il évalue ; considère l'importance et la valeur ; évalue quelque chose à partir des vérités sur lesquelles il est fondé ; clarifier les valeurs pour **obtenir l'adhésion** ; décide si quelque chose a du **sens** et s'il mérite d'être défendu ;
- La [Pensée Extravertie T_e](#) a toujours un plan à réaliser. Cherche la **logique et la cohérence du monde extérieur**. Elle se soucie des lois et des règles. Elle ordonne ; organise pour maximiser l'efficacité ; systématise ; applique la **logique** ; structure ; vérifie les conséquences ; **contrôle** que les normes ou les spécifications ont été suivies ; définit des limites, des directives et des paramètres ; décide si quelque chose **marche ou non** ;
- La [Pensée Introvertie T_i](#) crée des mondes intérieurs d'idées. Elle cherche la **logique et la cohérence des idées**. Elle se fie à son cadre intérieur, qui peut être difficile à expliquer aux autres. Elle analyse ; classe par catégories ; évalue selon les principes et vérifie si quelque chose correspond au cadre ou au modèle ; trouve les **principes** sur lesquels quelque chose repose ; contrôle les **incohérences** ; **clarifie** les définitions pour recevoir plus de précision.

Suggestions aux Sensitifs

- Évitez de raisonner à partir d'exemples précis lorsque vous discutez ou êtes en désaccord, en particulier lorsque vous avez affaire à des iNtuitifs
- Accordez-vous du temps pour regarder au-delà de l'évidence et imaginer de nouvelles possibilités pour s'occuper d'une situation ou l'améliorer. N'excluez pas automatiquement les idées qui ne semblent pas pratiques
- Essayez d'écouter ce qui peut sembler éloigné ou bizarre. Jouez avec votre propre imagination
- Apprenez à reconnaître d'autres formes de connaissance, comme les pressentiments, les rêves et l'imagination
- Pour développer plus avant votre iNtuition, assistez à un cours d'écriture créative ou lisez des **livres** sur la philosophie, la spiritualité ou les phénomènes psychiques. Ayez des discussions sur le sens de la vie
- **Ouvrez votre imaginaire** : passez un quart d'heure par jour à rêver, imaginer des activités sans intérêt immédiat, chercher des réponses à la question « que ferais-je si... » (j'habitais une autre ville, j'avais un an de congé...) ?
- **Développez votre créativité** : prenez deux objets différents et inventez tout ce qu'on peut faire en les combinant, cherchez une troisième solution en présence d'une alternative, écrivez des scénarii de science-fiction
- **Travaillez le sens des relations entre les choses** : établissez des notes de synthèse courtes, pratiquez l'analogie, les comparaisons, les métaphores
- **Enrichissez votre vie symbolique** : lisez des poèmes, regardez ou écoutez des oeuvres d'imagination en divers domaines de l'art, cherchez un sens nouveau à des lieux familiers
- **Communiquez** : de façon globale, synthétique : donnez un tableau général ; mettez en relief les nouveautés, les potentialités, indiquez les résultats à long terme

Ces slides sont typiquement

CE QU'IL NE FAUT PAS

faire !!!!

L'emploi de PowerPoint se révèle un désastre. Jetons le !!!

- John Sweller.

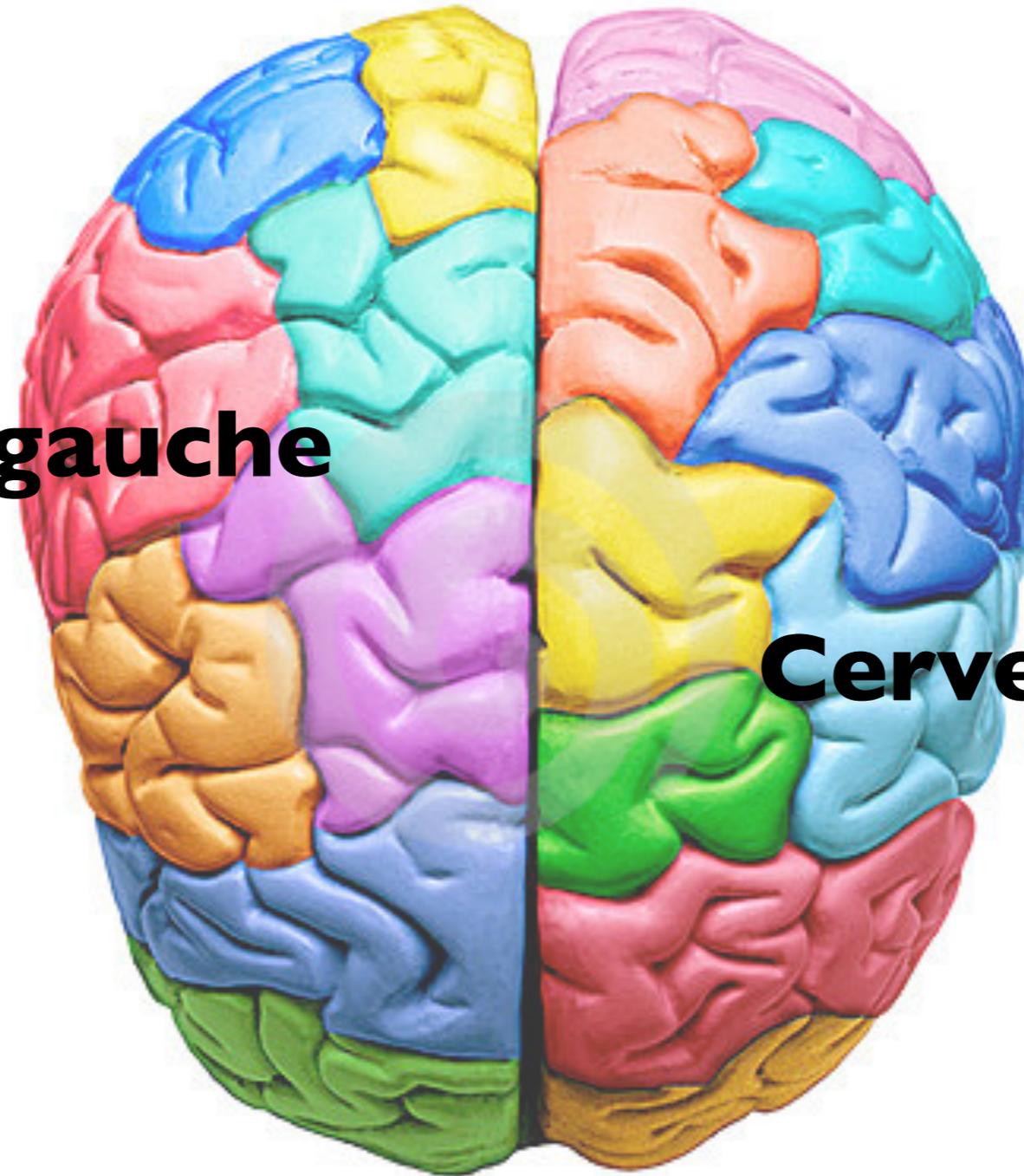
On good ppt/keynote design: "Bullets were made to kill, not to convey a message!"



L'avenir appartient à une autre sorte de gens : designers, inventeurs, enseignants, conteurs, ceux qui possèdent naturellement ou cultivent les qualités artistiques et empathiques propres au cerveau droit, car elles sont indispensables pour avancer...

- Dan Pink

Cerveau gauche



Cerveau droit

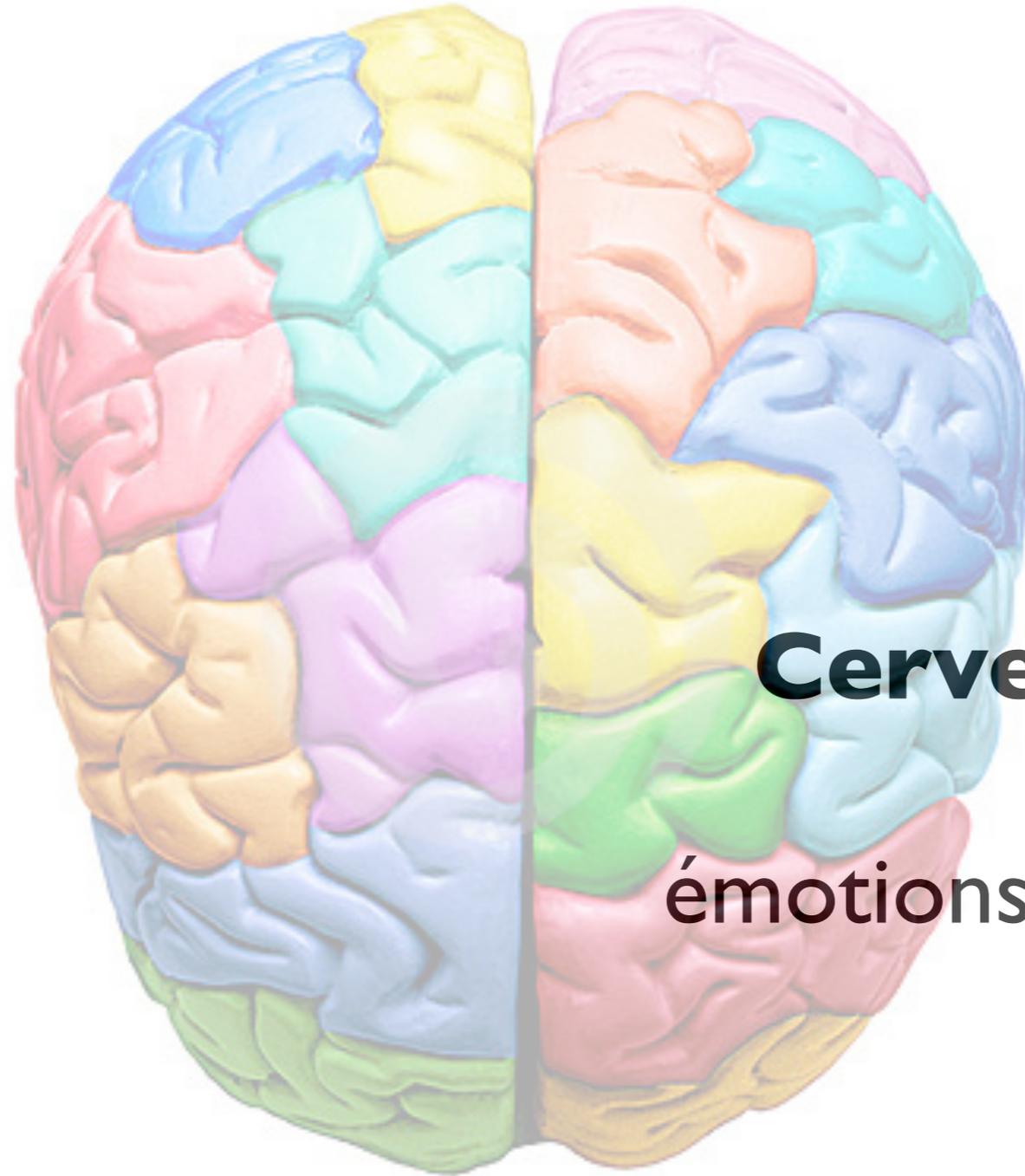
dreamstime.com

L'homme aux deux cerveaux, Dan Pink.

Cerveau gauche

capacités de raisonnement, analyse





Cerveau droit

émotions, intuitions

aptitudes gérées par le cerveau droit :

design

histoire

symphonie

empathie

jeu

sens

- tenir un discours en public, c'est comme raconter une histoire, cela tient plus du documentaire que de la lecture d'un texte écrit !!
- les exposés doivent raconter une histoire enrichie par l'image ou d'autres formes multimédia appropriées

Soyez créatif !

**On peut se tromper,
l'erreur est nécessaire !**

La préparation

soyez un pirate !

l'inspiration, ou la trouver ?

lâchez vous !

soyez téméraire, intrépide !

ne forcez pas !

l'inspiration vient souvent pendant
les périodes d'oisiveté...

enthousiasmez vous !

mettez du coeur à l'ouvrage

**sans enthousiasme, pas de
créativité**

soyez sincère

Travailler sous contraintes

les contraintes peuvent être des
alliées de poids

Trois mots clés :

simplicité,

clarté,

concision !

Le premier jet...

Les outils :

- crayon, papier

- tableau blanc

- post it

pour composer le story-board

Questions classiques :

- Combien de puces par diapo ?
- Combien de diapos ?

**MAUVAISES
QUESTIONS !!!**

Les vraies questions à se poser :

- je dispose de combien de temps ?
- comment est disposée la salle de conférence ?
- à quel moment de la journée vais-je présenter ?
- qui est mon public ?
- quelles sont ses connaissances ?
- qu'attend il de ma prestation ?

.../...

- pourquoi m'a t-on demandé de faire l'exposé ?
- quelle réaction j'attends du public ?
- quel support visuel serait le plus approprié pour ce cas précis avec ce public ?
- quel est le but essentiel de mon intervention ?
- de quoi parle mon histoire ?
- la question la plus importante de toutes, sous sa forme la plus simple :

Quel est le message à faire passer ?

Si le public ne doit retenir qu'une seule chose (et vous aurez de la chance si c'est le cas...), que voulez vous qu'il retienne ?

Deux questions à vous poser :

- quelle est l'idée centrale ?
- pourquoi est ce important ?

- pertinence du discours : Et alors ?
- convaincre en 30 à 45 secondes : le test de l'ascenseur

Et alors ?



Et alors ?





RC

2

01

01



Elevator's pitch

Les imprimés nous libèrent ...

Pourquoi certains messages accrochent ?

« notre mission est de devenir le leader international de l'industrie spatiale grâce aux innovations de nos équipes et à des initiatives aérospatiales stratégiquement ciblées. »

et

«... envoyer un homme sur la Lune et le ramener sain et sauf sur Terre avant la fin de la décennie.»

Pour concrétiser vos idées :

- simplicité
- inattendu
- concret
- crédibilité
- émotion
- histoire

- rendez vos idées accrocheuses en conservant les choses simples, en utilisant des exemples et des anecdotes, en recherchant de l'inattendu et en faisant réagir le public,
- une présentation va au-delà du simple exposé des faits,
- réfléchissez à votre sujet loin de l'ordinateur et regroupez les éléments les plus importants,
- notez vos idées sous forme de story-board, puis mettez en place une structure solide et bien visible
- faites preuve de retenue tout le temps et ramenez tout au message central

DESIGN

simplicité...

naturel

élégance

suggestivité

subtilité

espace vide

sérénité, tranquillité

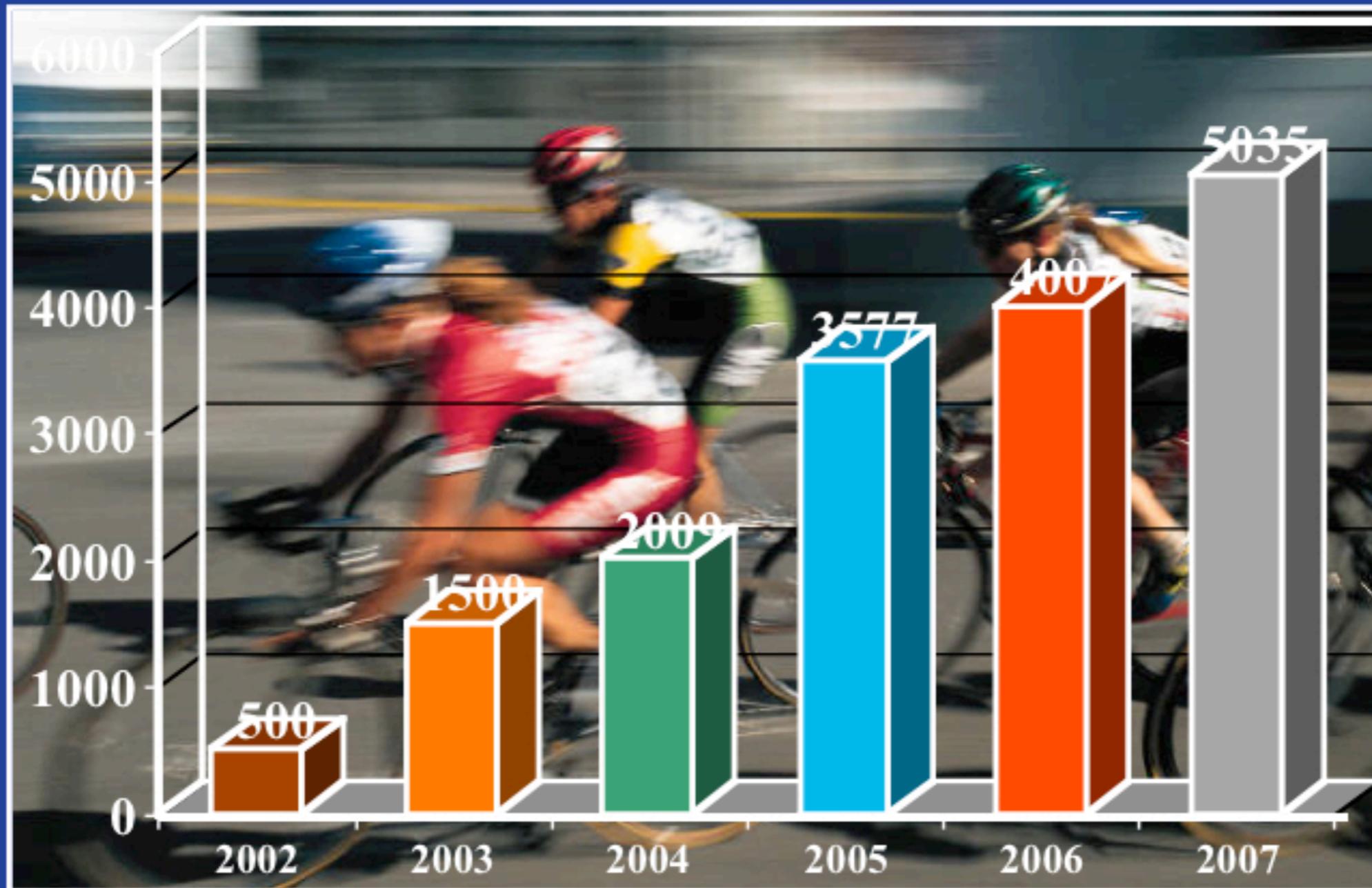
élimination du superflu

- la simplicité est capitale et apporte d'avantage de clarté, mais il n'est ni simple ni facile de faire simple
- on peut simplifier en réduisant soigneusement le non-essentiel
- pendant la conception des diapos, gardez en tête les concepts de subtilité, grâce et élégance discrète
- les bons designs contiennent beaucoup d'espace vide. Pensez à supprimer plus qu'à ajouter
- en tâchant de faire simple, vous risquez de faire trop simple. A vous de trouver l'équilibre qui convient à votre cas particulier

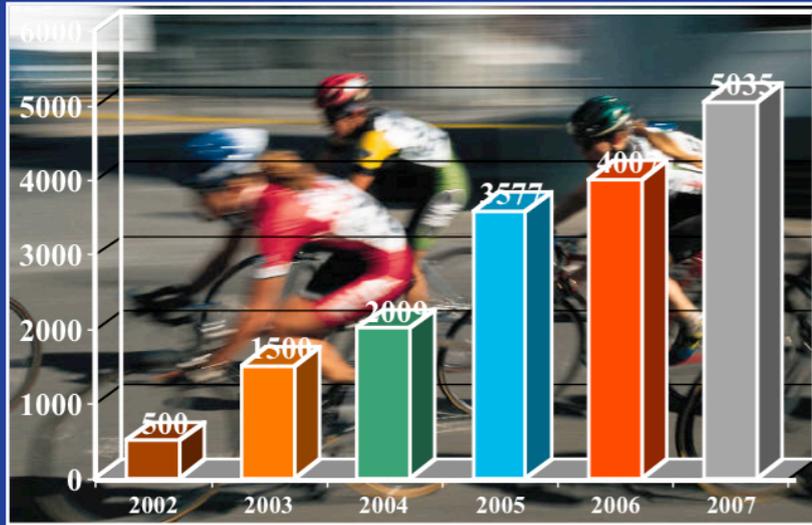
Composition des diapos

Rapport signal/bruit

Number of bikes sold (2002-2007)

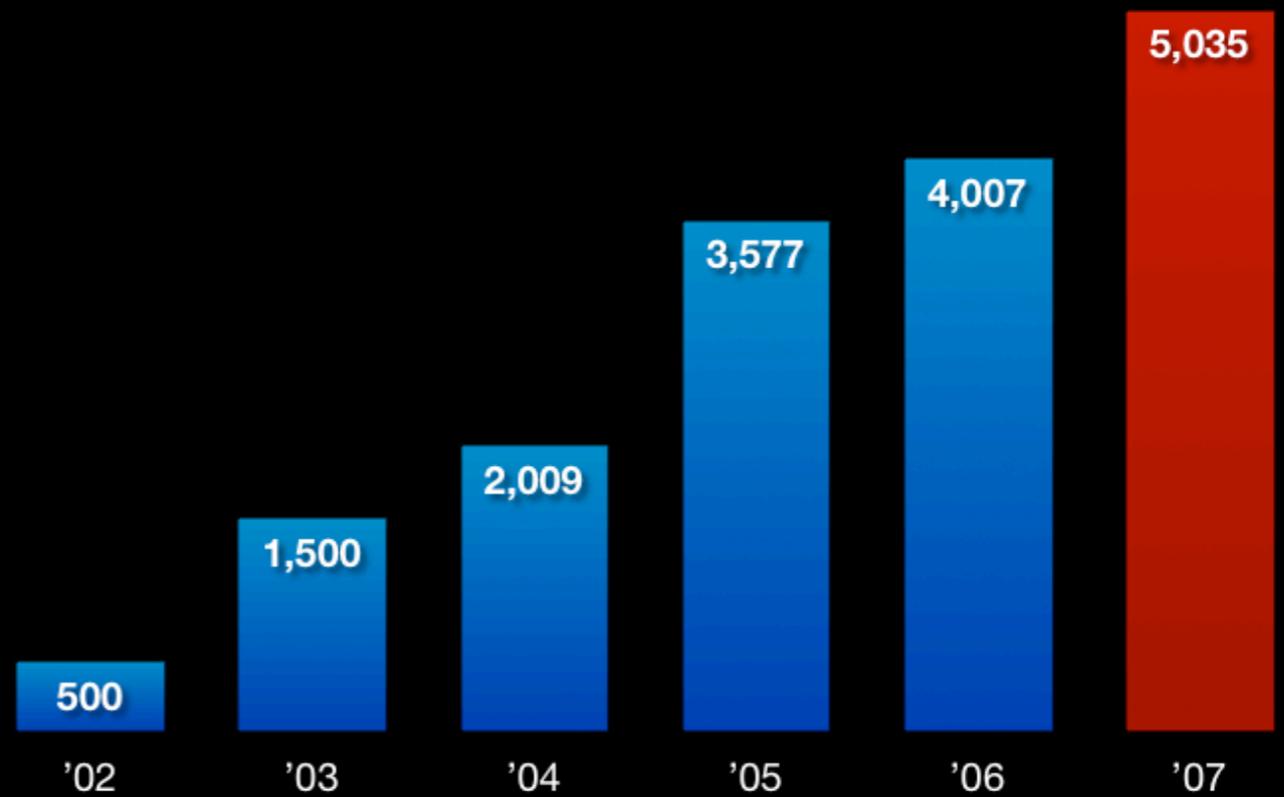


Number of bikes sold (2002-2007)



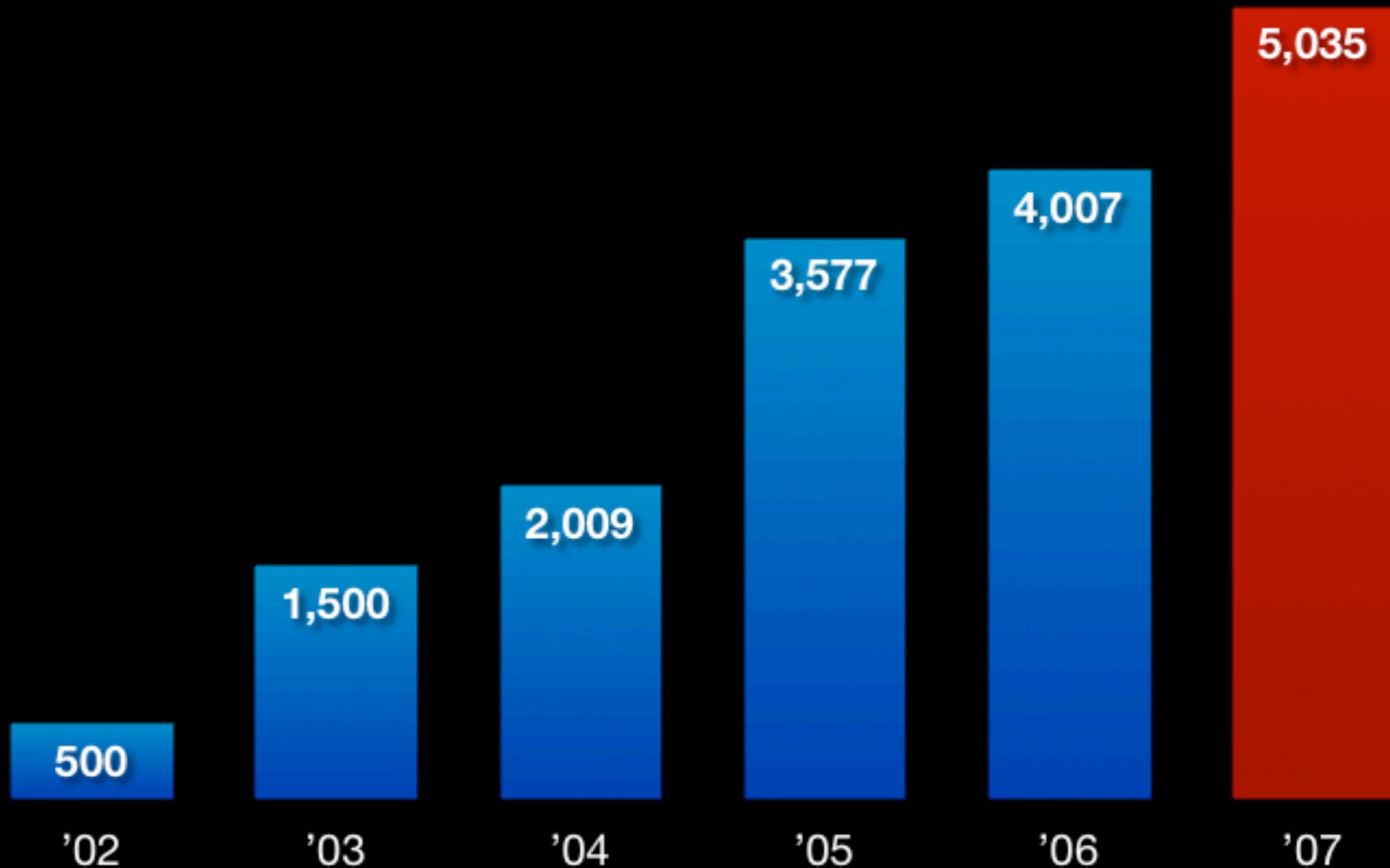
before

Over **5,000** bikes sold in 2007



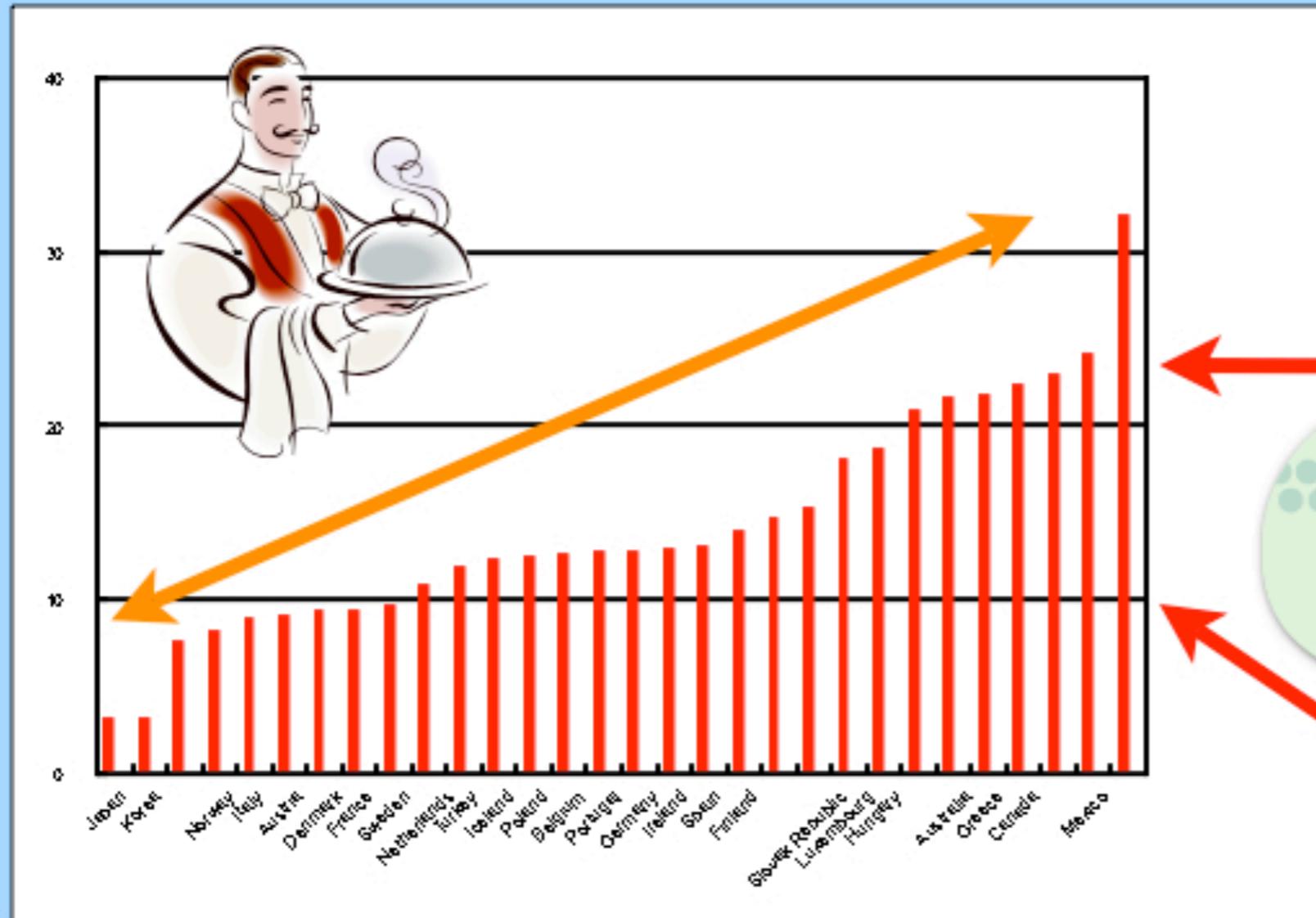
after

Over **5,000** bikes sold in 2007



Obesity among OCED nations

Percentage of population aged 15 and above with a BMI greater than 30 (2004)



• Lusto eros, facilis lobortis lobortis hendrerit nostrud dignissim
 Lorem, dolore amet, blandit enim, suscipit minim aliquam ut odio

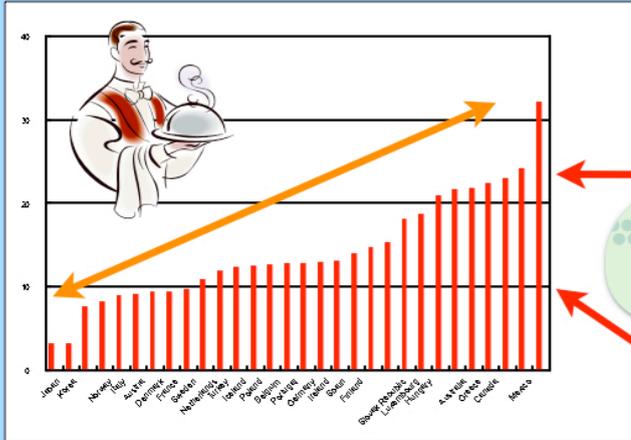
Japan	3.2
Korea	3.2
Switzerland	7.7
Norway	8.3
Italy	9.1
Austria	9.5
Denmark	9.5
France	9.8
Sweden	10.9
Netherlands	12.4
Turkey	12.5
Iceland	12.7
Poland	12.8
Belgium	12.9
Portugal	13.1
Germany	13.1
Ireland	14.8
Spain	15.4
Finland	18.2
Czech Rep	18.8
Slovak Rep	20.9
Luxembourg	21.7
Hungary	21.7
New Zeala	22.4
Australia	22.4
Greece	22.4
Canada	22.4
United King	23
Mexico	24.2
United Stat	32.2

- Enim exerci ut praesent dui dui
- Lorem, dolore amet, blandit enim,
- Suscipit minim aliquam ut odio
- Consequat te, tation, luptatum ex

- Enim exerci ut praesent dui dui
- Lorem, dolore amet, blandit enim,
- Suscipit minim aliquam ut odio

Obesity among OCED nations

Percentage of population aged 15 and above with a BMI greater than 30 (2004)



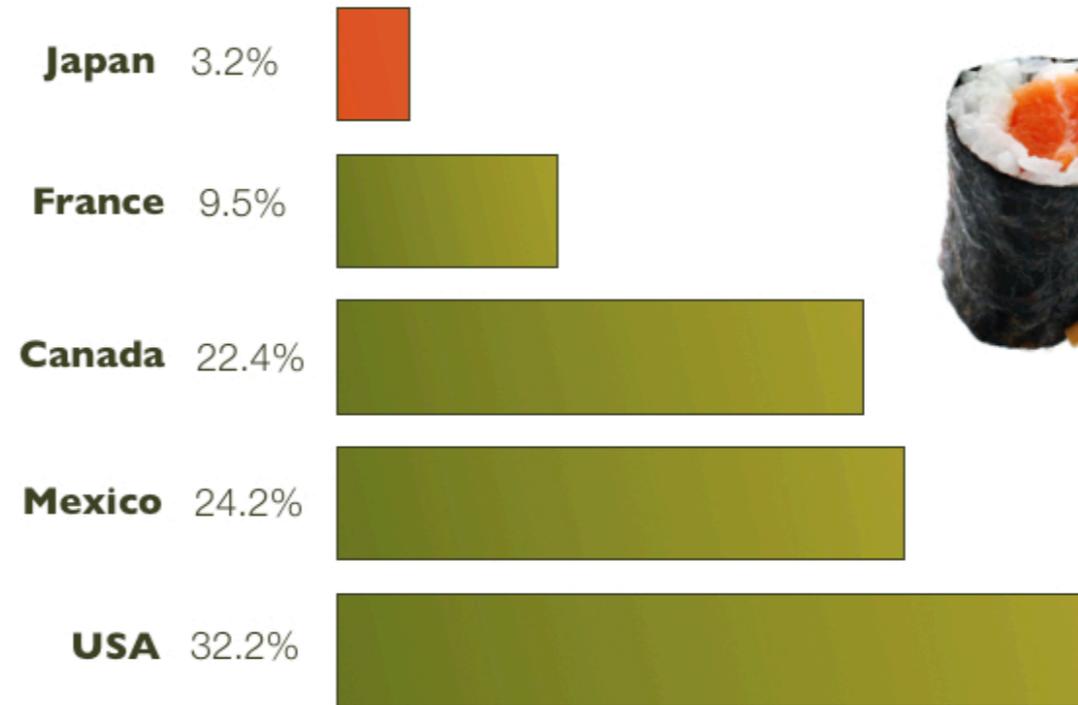
• Lusto eros, facilis lobortis lobortis
hendrerit nostrud dignissim
Lorem, dolore amet, blandit enim,
suscipit minim aliquam ut odio

Japan	3.2
Korea	3.2
Switzerland	7.7
Norway	8.3
Italy	9
Austria	9.1
Denmark	9.5
France	9.5
Sweden	9.8
Netherlands	10.9
Turkey	12
Iceland	12.4
Poland	12.5
Belgium	12.7
Portugal	12.8
Germany	12.9
Ireland	13
Spain	13.1
Finland	14
Czech Rep.	14.8
Slovak Rep.	15.4
Luxembourg	18.2
Hungary	18.8
New Zealand	20.9
Australia	21.7
Greece	21.9
Canada	22.4
United Kingdom	23
Mexico	24.2
United States	32.2

- Enim exerci ut praesent duis duis
- Lorem, dolore amet, blandit enim,
- Suscipit minim aliquam ut odio
- Consequat te, tation, luptatum ex

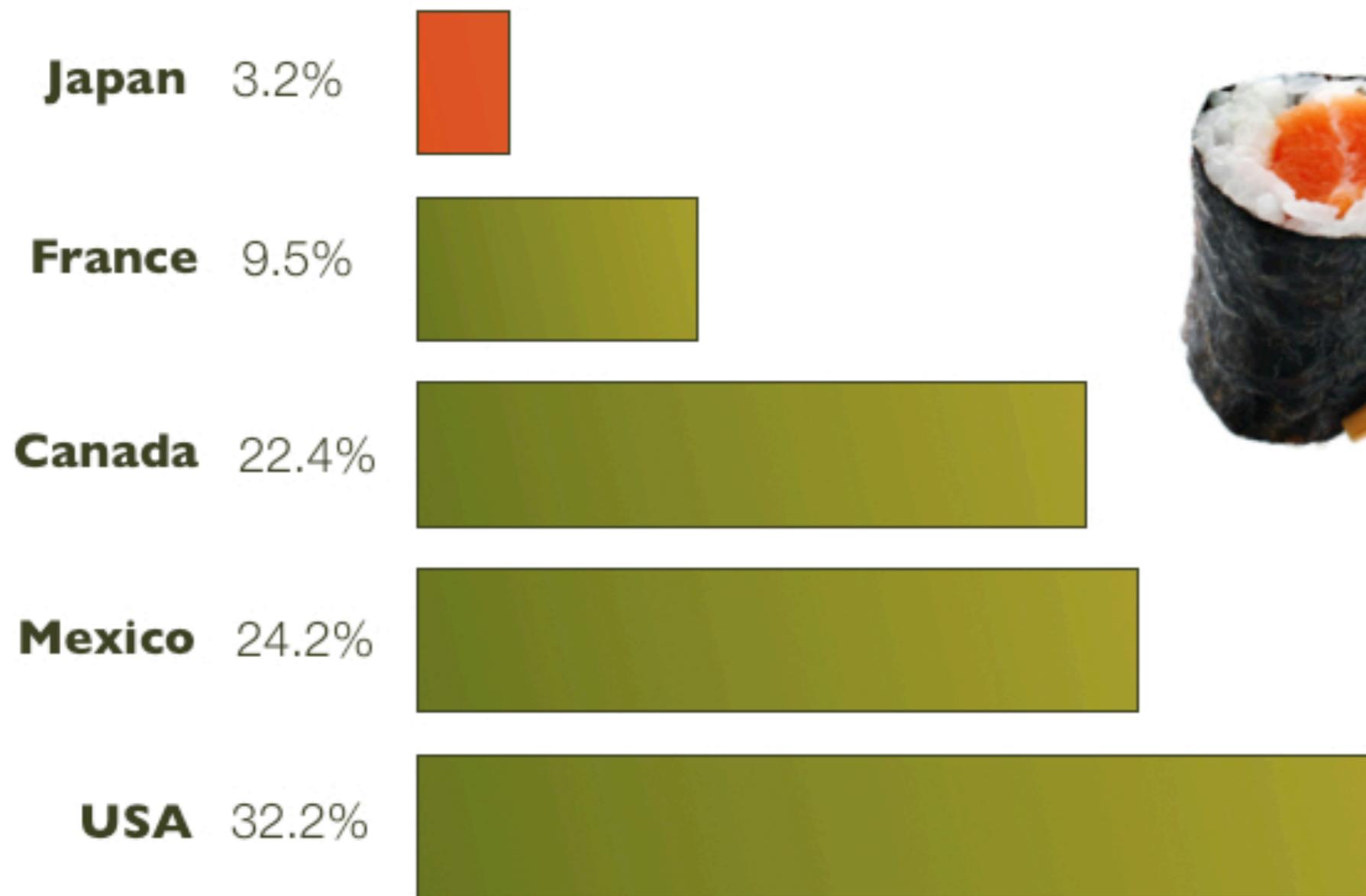
before

3.2% of Japanese are "Obese"



after

3.2% of Japanese are “Obese”



President John F. Kennedy's Inaugural Address January 20, 1961

- “Ask not what your country can do for you...”
- “Ask what you can do for your country...”



Other speeches



“Ask not what your country can do for you—ask what you can do for your country.”

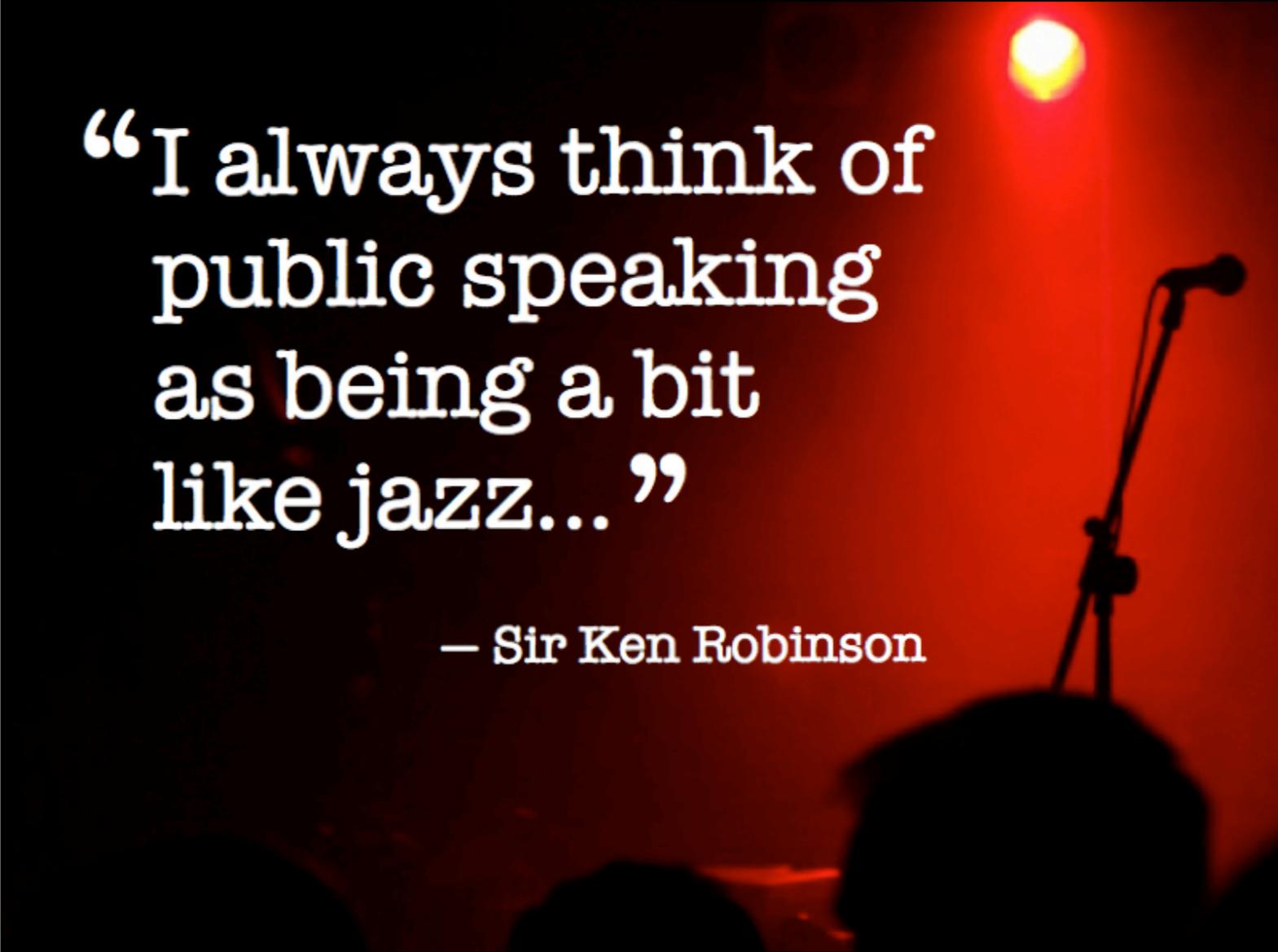


before

Public speaking is like jazz

- » The art of dialog.
- » The art of conversation.
- » Rehearsal is important, but you need to embrace improvisation.
- » It's about being in the moment, right here, right now.
- » It's about content, it's about the message -- but also it's about making a connection.

7



“I always think of public speaking as being a bit like jazz...”

— Sir Ken Robinson

after

Advertising in the USA

- First: a little history
- Does sex in advertising still work?
- Is this exploitation? Does it matter?
- What are the costs?
- Can you think of examples?

AdWorld 2008

The Future of Advertising

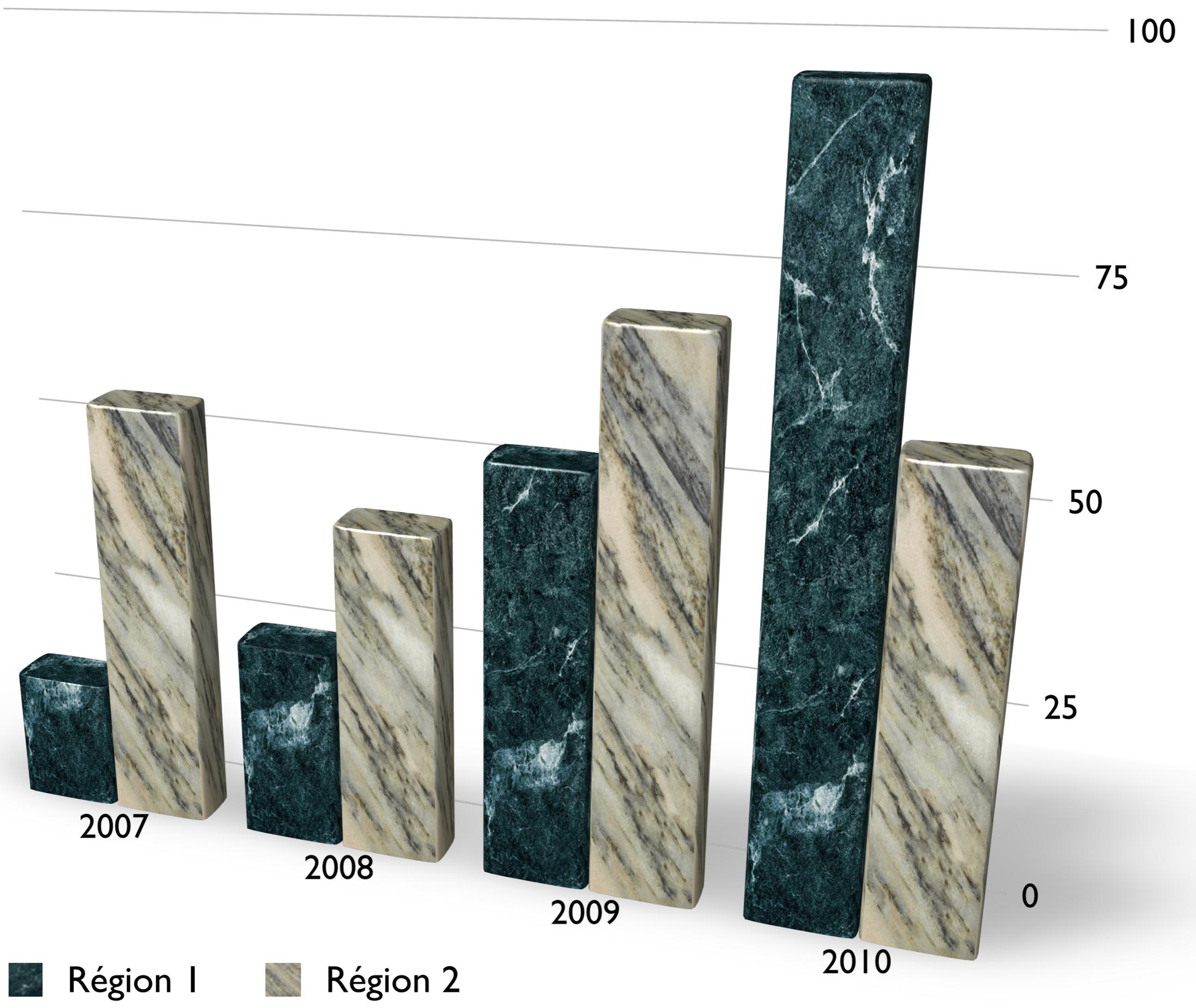
3-7-08, pa

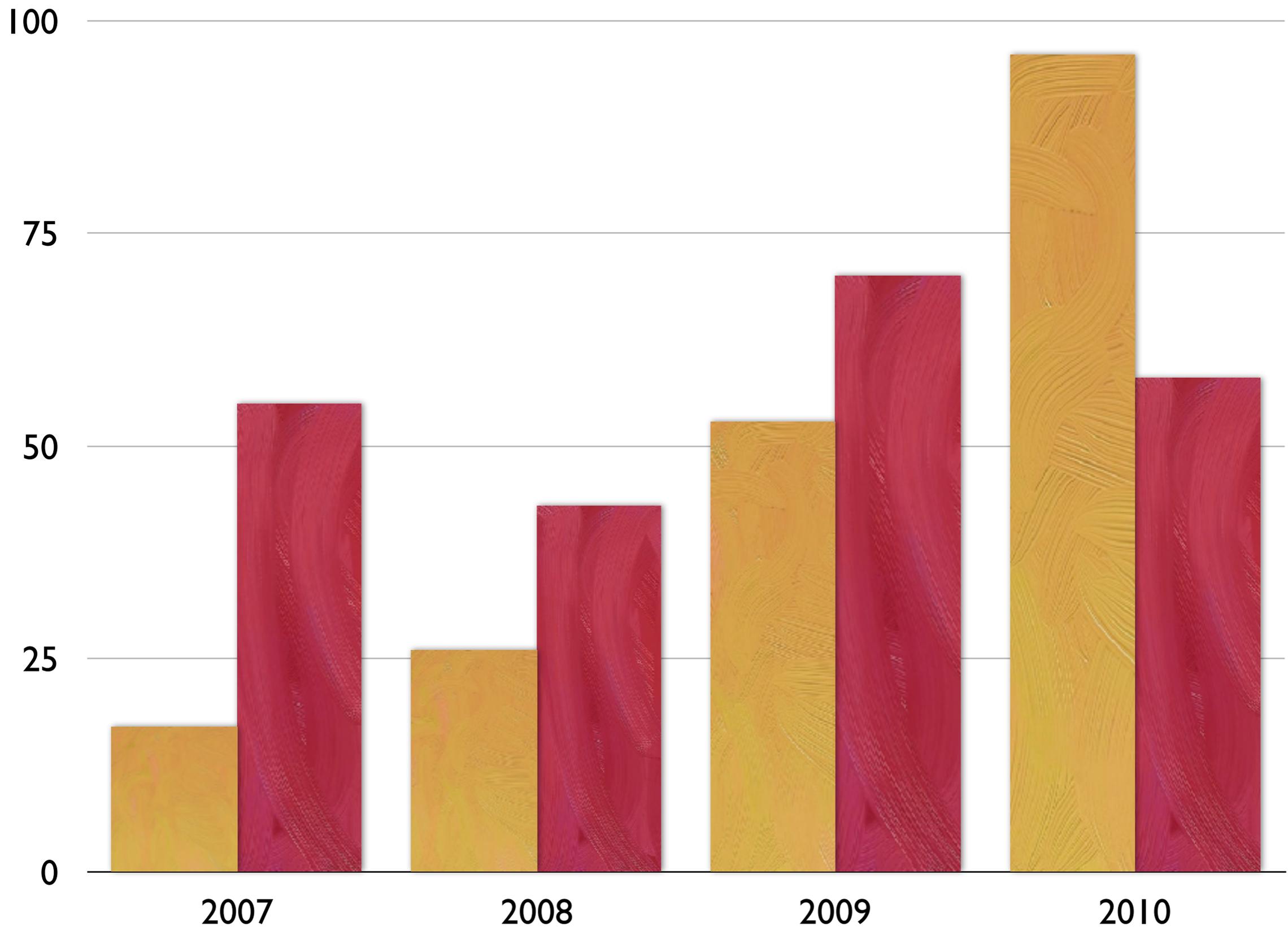
before



after

2D ou 3D





■ Région 1 ■ Région 2

Logo omniprésent ?

Fond des diapos ?

- Salle obscures : préférez un arrière plan foncé pour éviter l'aveuglement
- Salles claires : arrière plan blanc ou clair

Couleurs ?

Règles d'harmonie : adobe color CC

<https://color.adobe.com/>

Règle des 1-7-7

une seule idée par diapo

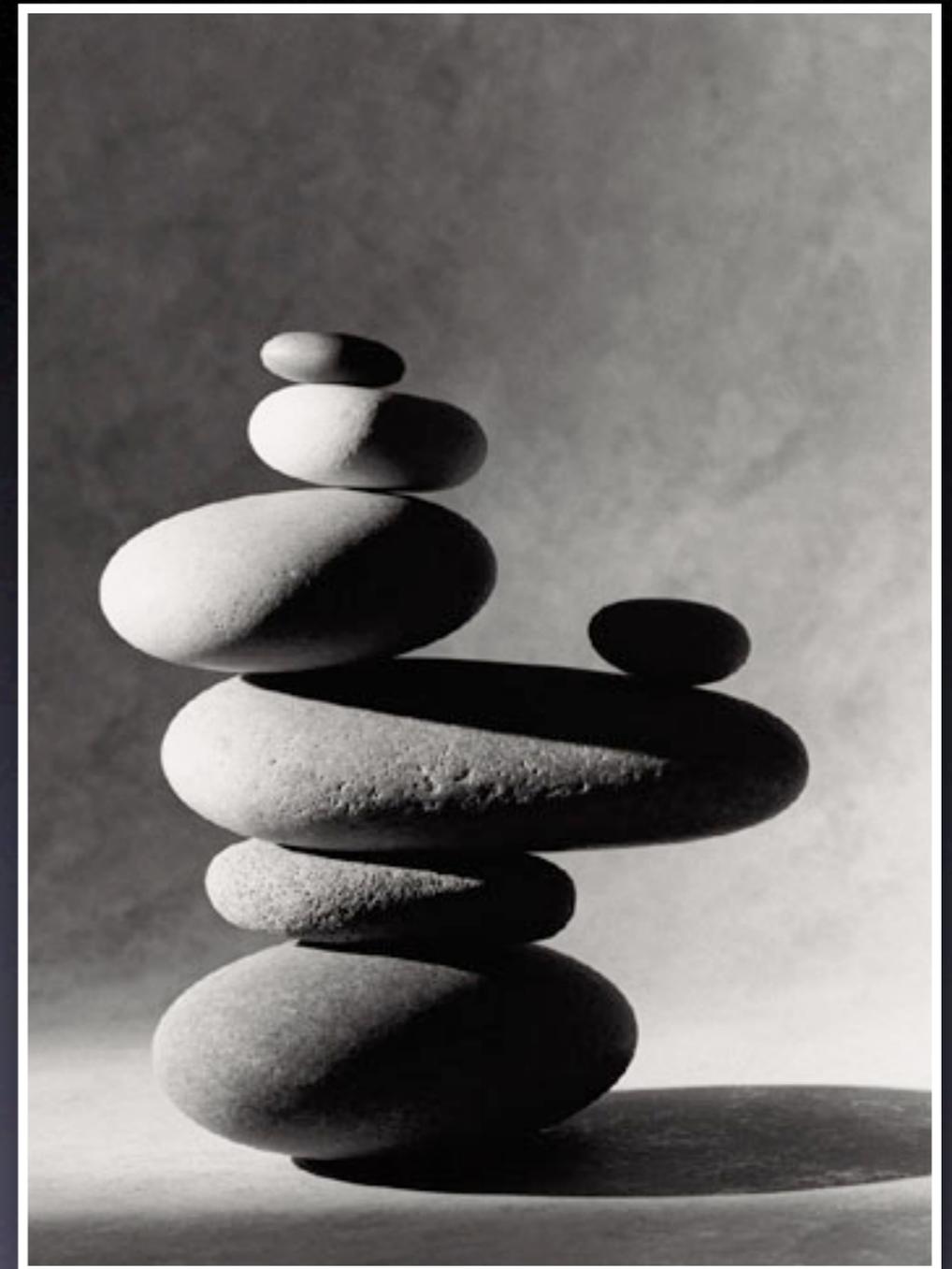
sept lignes de texte au maximum

sept mots par ligne au maximum

effet de supériorité de l'image

“Simplicity means the achievement of maximum effect with minimum means.”

— Dr. Koichi Kawana



“Be interesting, or be invisible.”

— Andy Sernovitz





Less than 33%
of U.S. adults are at
a “healthy weight.”

66% of Americans are obese or overweight.

All adults	134 million	(66%)
Women	65 million	(62%)
Men	69 million	(71%)



Then



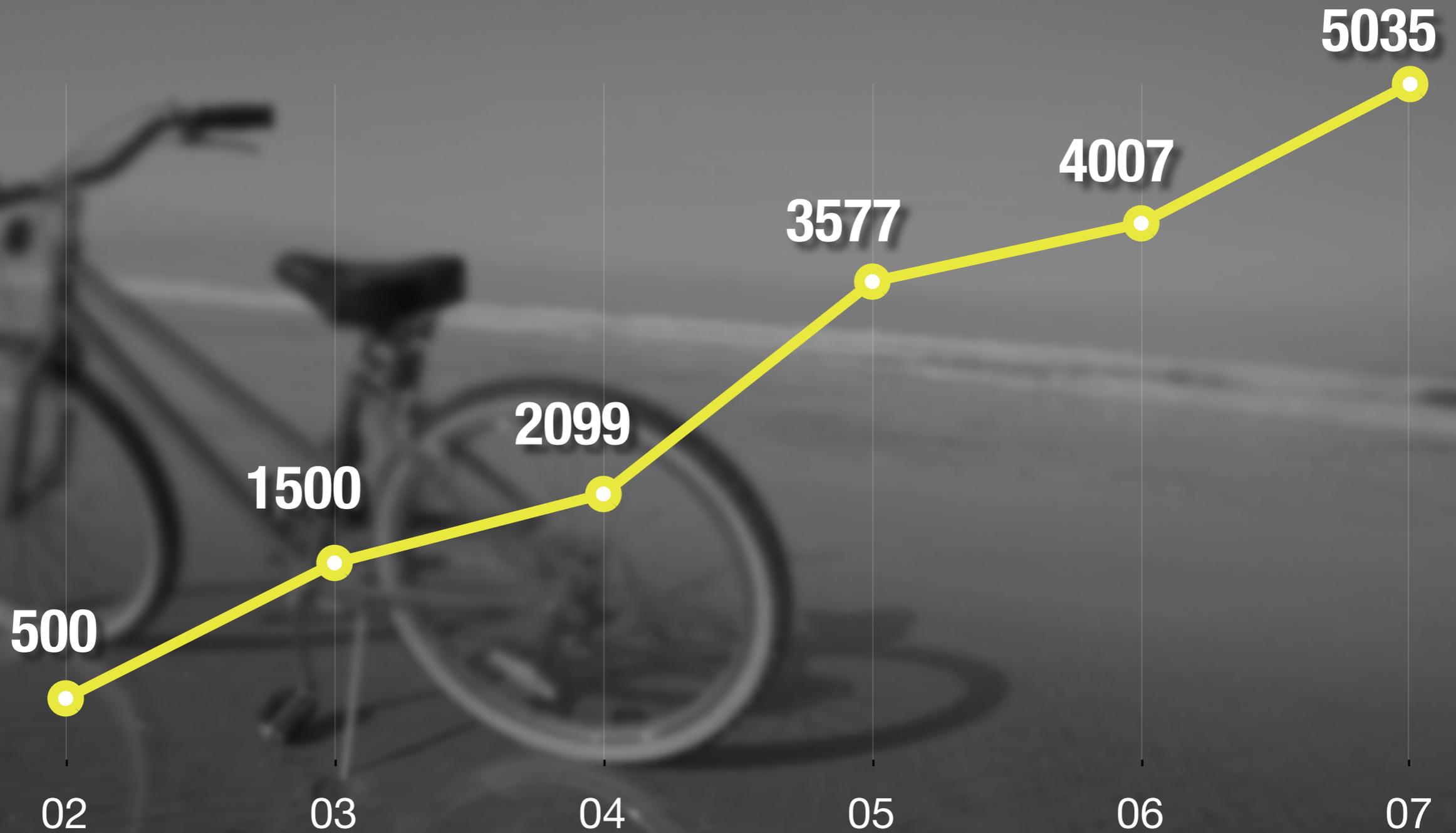
Now



Molestie hendrerit eu vero

Eros duis dolore feugiat

Over **5,000** bikes sold in 2007



Percentage of chart which looks like Pac-man



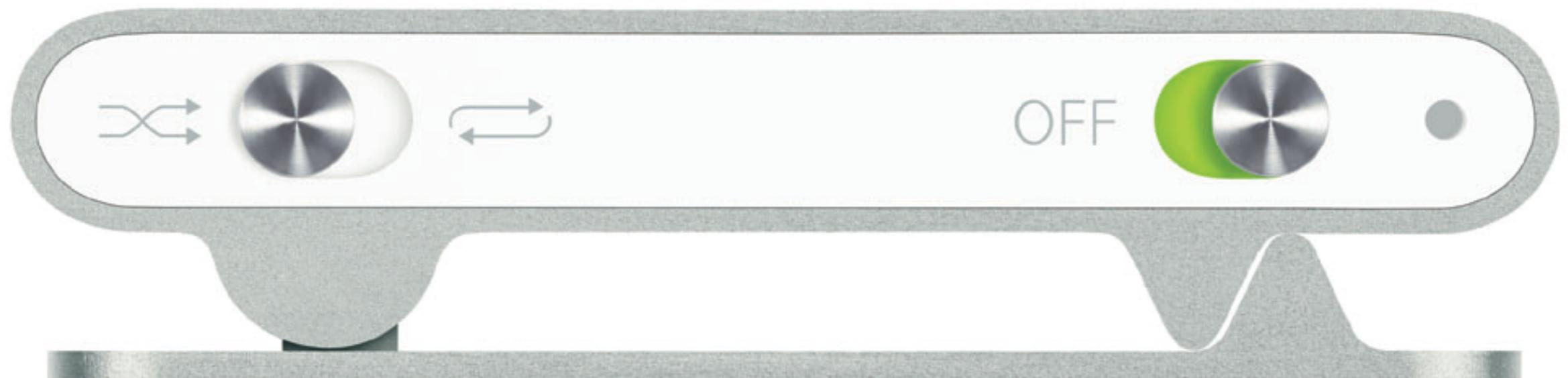
Looks like Pac-man



Does not look like Pac-man

“Simplicity is about subtracting the obvious, and adding the meaningful.”

— John Maeda



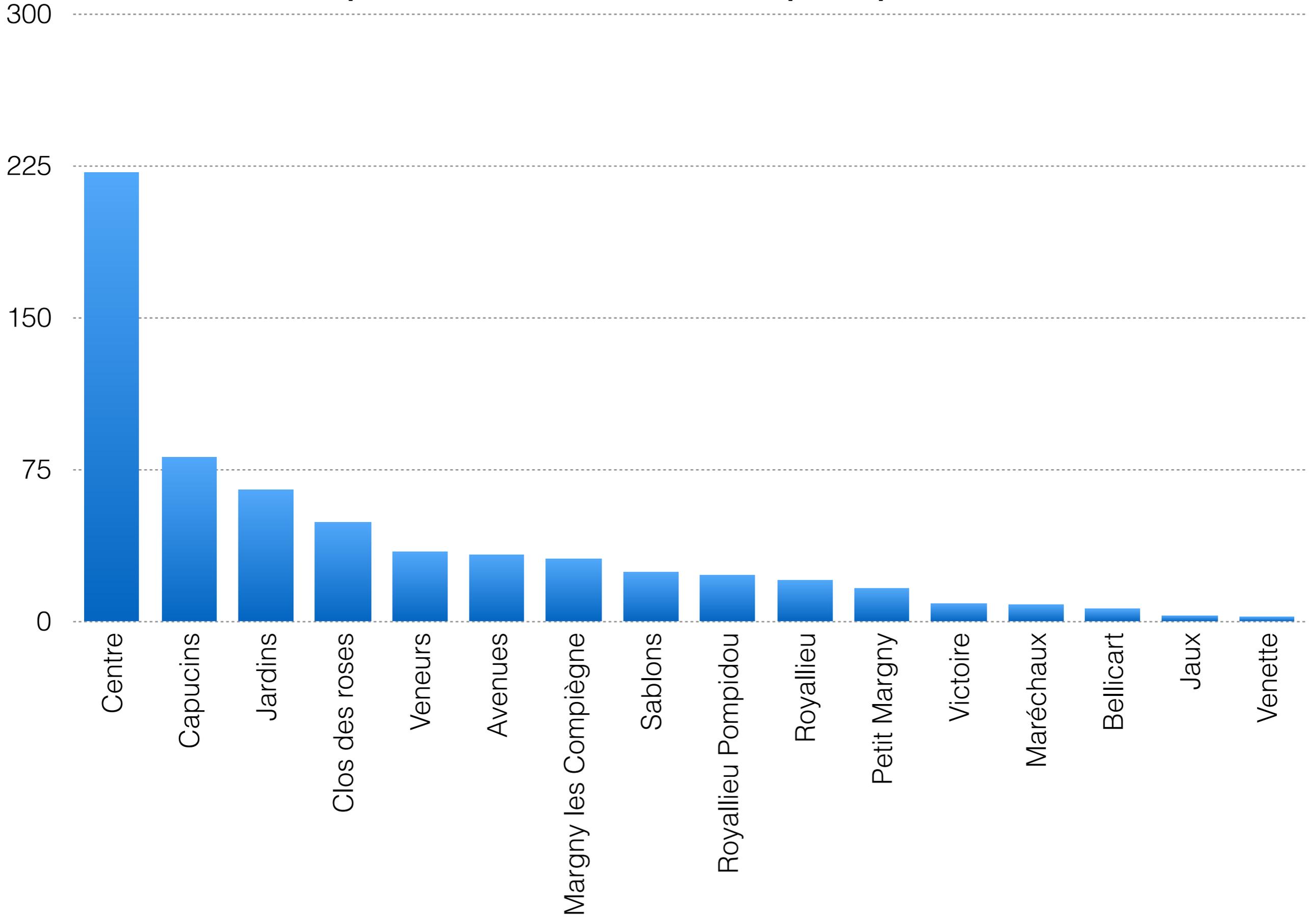
C'est bien beau, mais...

où vais je trouver des photos ?

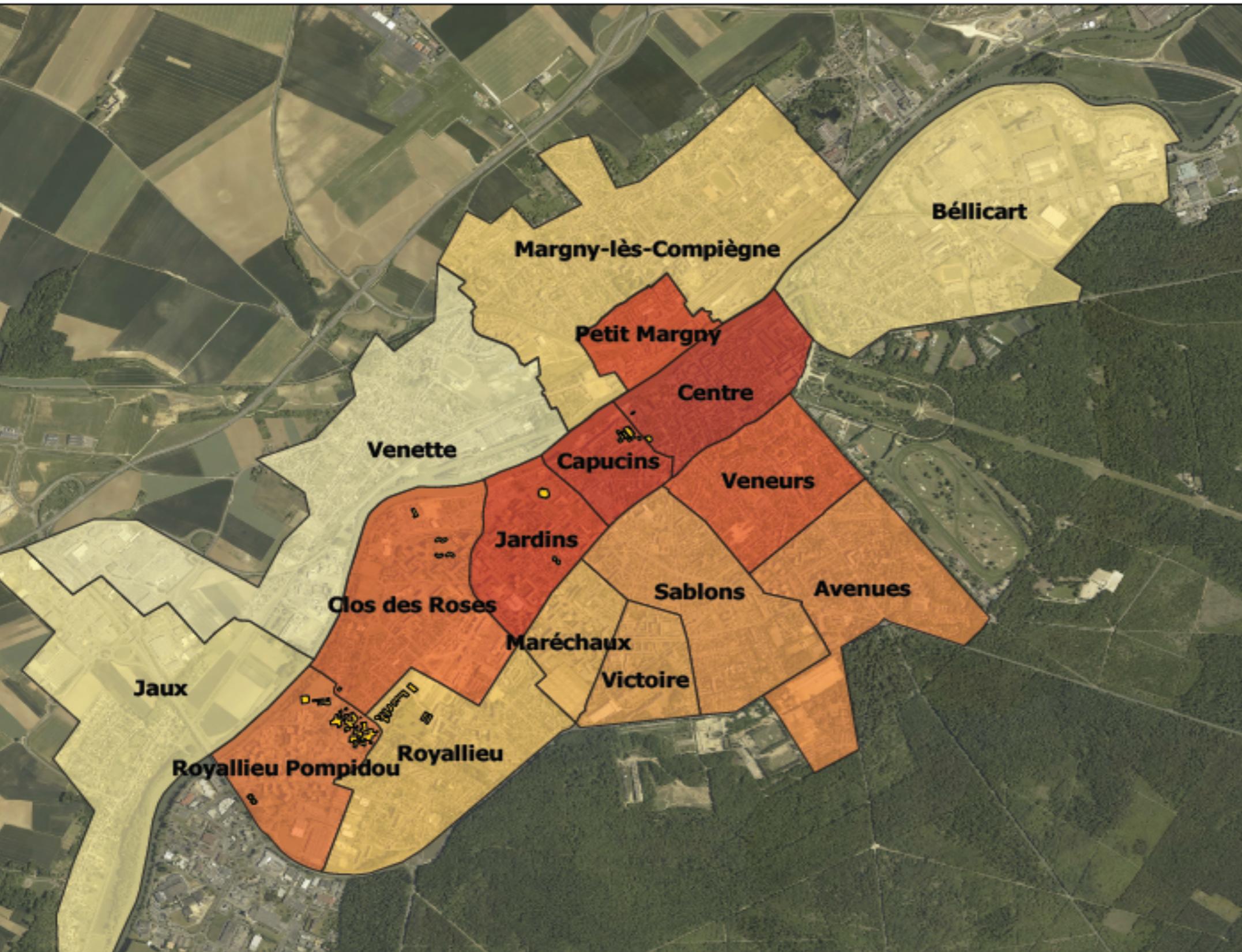
banque d'images gratuites

- www.photo-libre.fr
- www.ed-productions.com
- www.morguefile.com
- www.imageafter.com
- www.sxc.hu
- www.everystockphoto.com

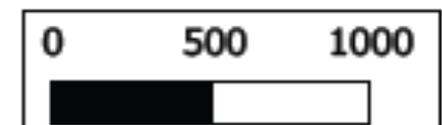
Répartition des étudiants par quartier



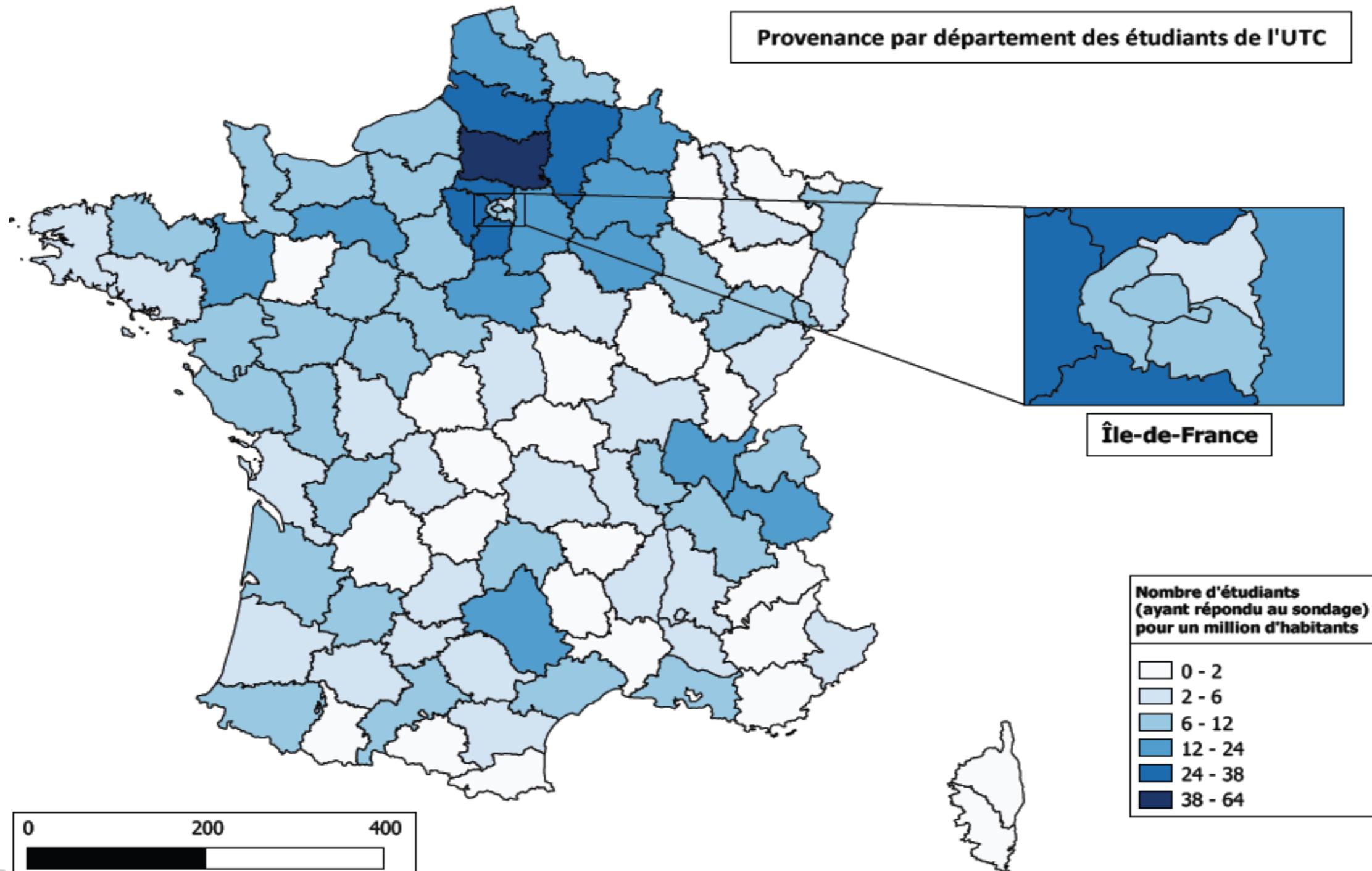
Répartition des étudiants par quartier

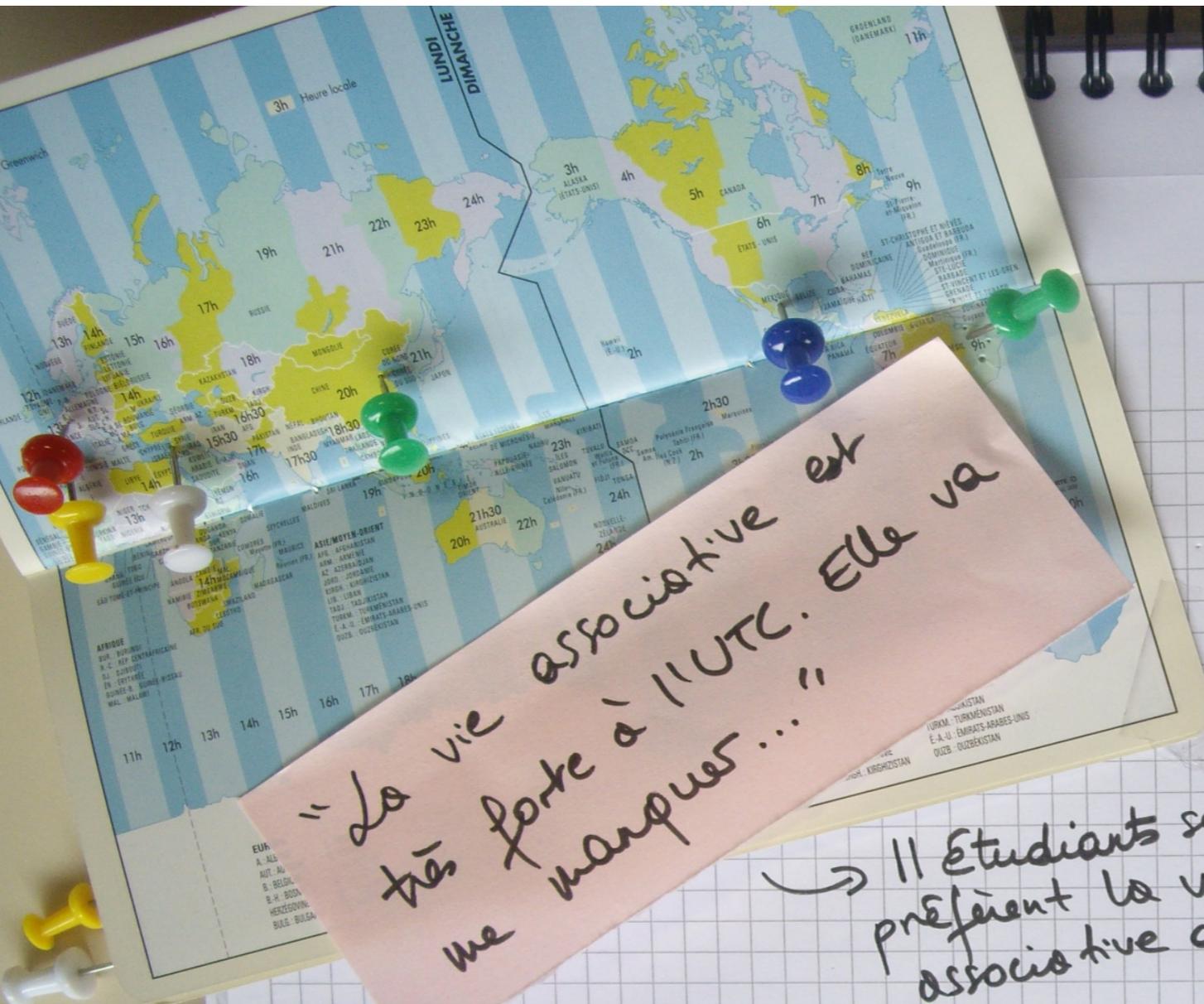


Quartier ou commune	Nombre d'étudiants
Centre	222
Capucins	81
Jardins	65
Clos des Roses	49
Veneurs	34
Avenues	33
Margny-lès-Compiègne	31
Sablons	24
Royallieu Pompidou	23
Royallieu	20
Petit Margny	16
Victoire	9
Maréchaux	8
Bélicart	6
Jaux	3
Venette	2



Exploitation - Généralités





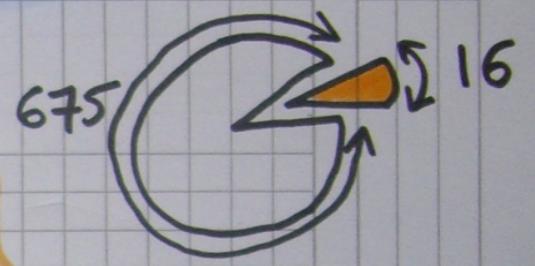
"La vie associative est très forte à l'UTC. Elle va me manquer..."

→ 11 étudiants sur 16 préfèrent la vie associative de l'UTC!

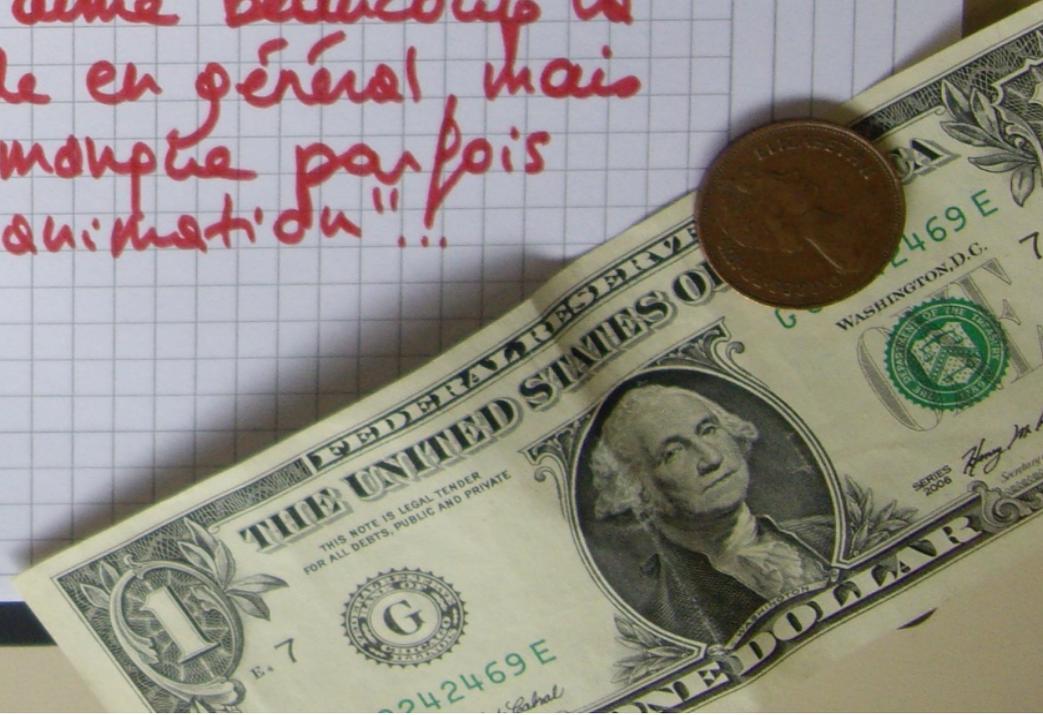
"J'adore les paysages verts, la forêt et les promenades le long de l'Oise!"



Shanghai
Mexico
Viña del Mar
São Paulo
Zaragoza
Hadeth
Nedellin



"J'aime beaucoup la ville en général, mais il manque parfois d'animation!"



- citations
- texte dans l'image

“It’s taken me all my
life to learn what
not to play.”

— Dizzy-Gillespie



“Make it easy for people
to talk about you.”

—Andy Sernovitz



“Ted Selker, a professor at MIT, reckons obsessive web browsing can cause attention spans to drop to as little as nine seconds — equivalent to a goldfish.”

BBC (2002)



Espace vide

Eat only until **80%** full.



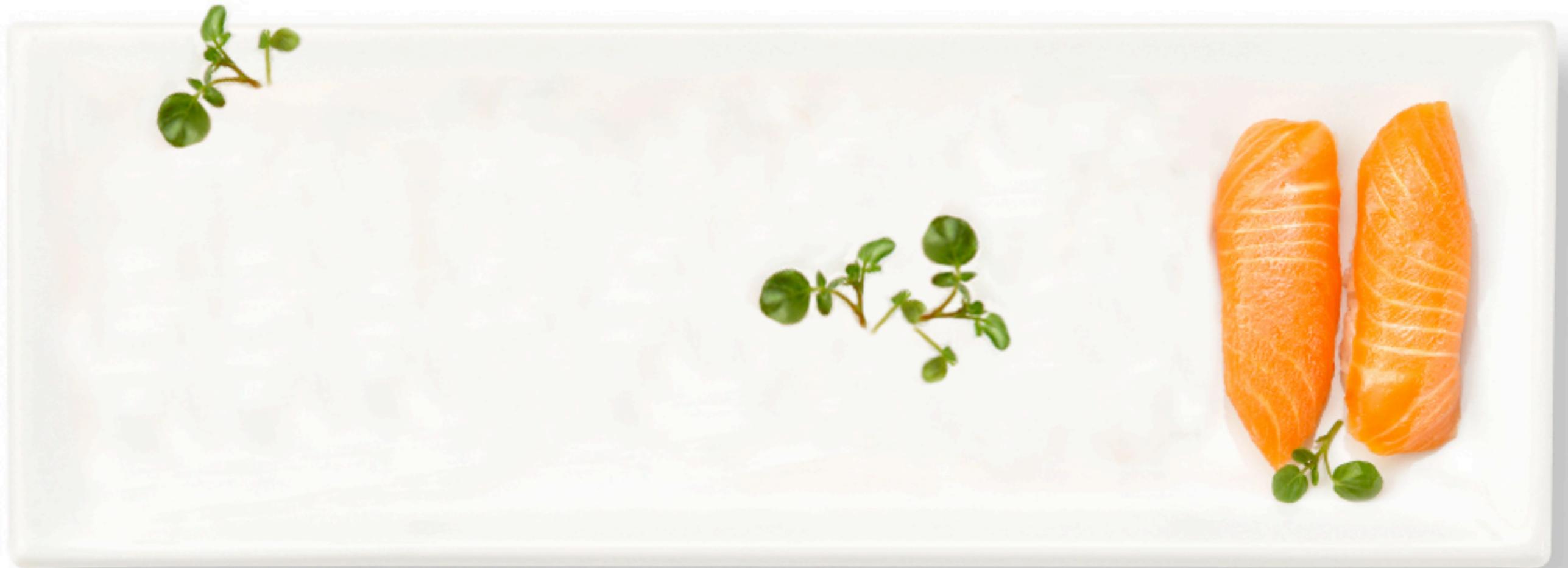
Eat **only**
until **80%** full.



Eat **only**
until **80%** full.



Eat **only**
until **80%** full.



équilibre

grille et règle des tiers

Eat only until **80%** full.



A photograph of a person running on a trail. The runner is wearing a red long-sleeved shirt and black shorts. The background shows a hilly landscape with dry grass and a clear blue sky. The image is divided into a 3x3 grid.

Less than 33%
of U.S. adults are at
a “healthy weight.”

66% of Americans

are obese or overweight.

All adults	134 million	(66%)
Women	65 million	(62%)
Men	69 million	(71%)



4 piliers :

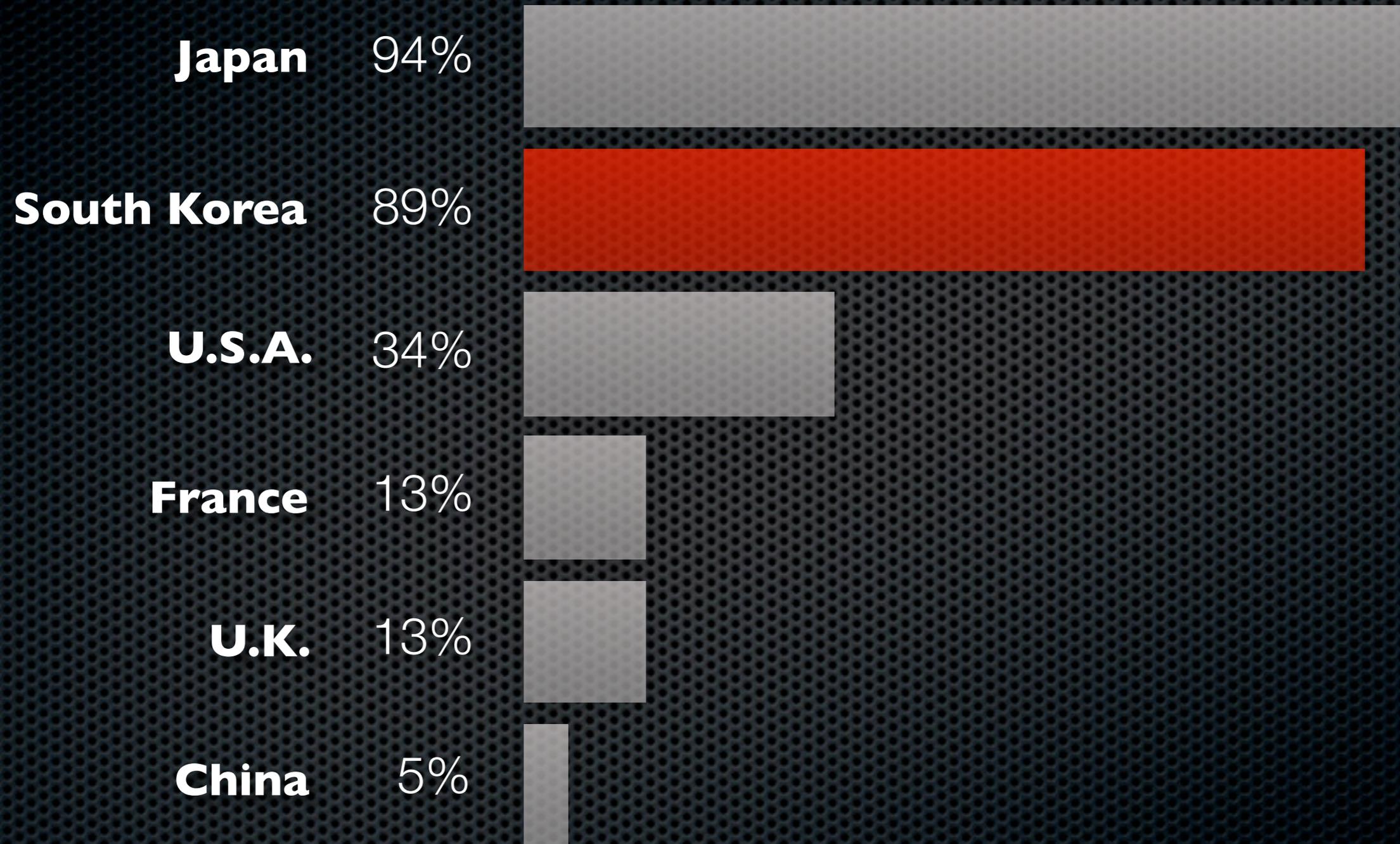
contraste

répétition

alignement

proximité

Mobile phone internet connectivity rate



Make it

BIG

Or make it...

small.

Design by committee.



Technical glitches
are inevitable.



Principes de présentation Design

Conseils pour bien préparer une présentation

par Bruno Ramond

pour l'UV UR04 : outils pour le projet

Université de technologie de Compiègne

Principes de présentation Design

Conseils pour bien préparer une présentation

Bruno Ramond

UR04 : outils pour le projet



Principes de
présentation Design
Conseils pour bien préparer une présentation

Bruno Ramond

UR04 : outils pour le projet



Principes de
présentation Design
Conseils pour bien préparer une présentation

Bruno Ramond

UR04 : outils pour le projet



Plus votre présentation sera visuellement frappante, plus les gens s'en souviendront.

Et surtout, ils se souviendront de vous.

- Paul Arden

En résumé

- composez des visuels simples avec un sujet central évident et des éléments qui guident le regard
- adoptez un thème graphique, mais évitez les modèles graphiques éculés des logiciels
- limitez les listes à puces ou évitez les carrément
- utilisez des images de bonne qualité
- pensez «effet maximal avec un minimum de moyens»
- apprenez à percevoir l'espace vide et l'exploiter d'une manière qui apporte plus de clarté à vos visuels

Prestation

Soyez ici maintenant. Vous serez ailleurs plus tard. Est ce si compliqué ?

- David Bader

5,000,000

Most successful Mac



une question de présence ...

attention, vigilance

préparation...

esprit vide

pris au jeu

chaque présentation en public est un spectacle

soyez un artiste

soyez bien préparé

dérisez vous, si vous êtes passionné, montrez le !

soyez flexible, réceptif et ouvert aux
possibilités qui pourraient surgir

plus court, c'est mieux...

essayez d'écourter l'exposé de 5 à 10%

donnez leur envie d'un peu plus, finissez
en beauté

ne gavez pas le public

One more thing...



gardez le contact avec le public

lumière allumée, le public doit vous voir

la télécommande

prenez exemple !!!

slideshare.net

conférences TED (ted.org)

keynotes de Steve Jobs en podcasts

quelques exemples



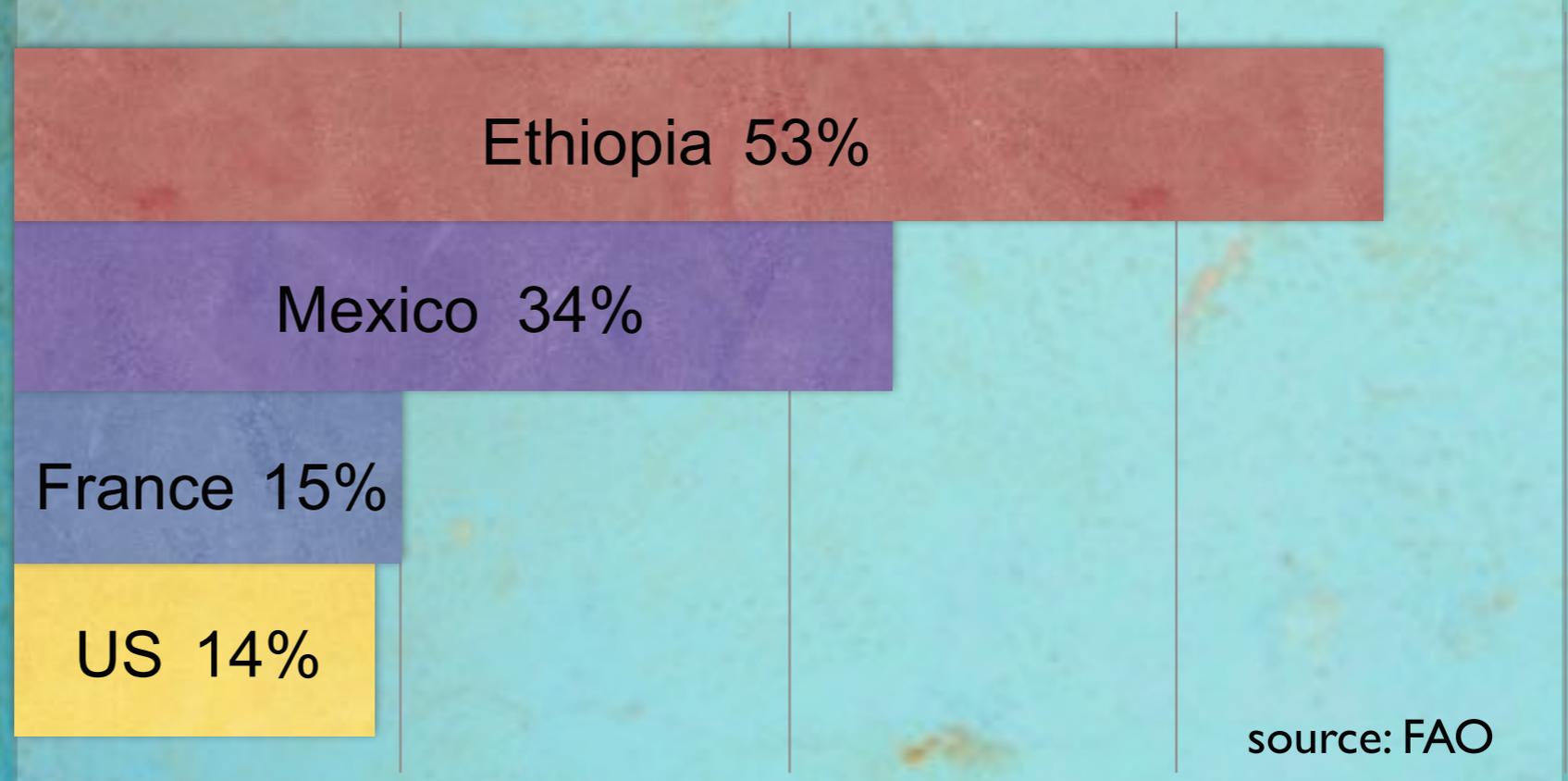
825 million people are seriously underfed.

Every five seconds,
a **child dies** of hunger.

source: FAO

We produce inexpensive food for the rich and expensive food for the poor.

Food Consumption to Total Consumption



source: FAO

Another species is
lost every 20 minutes.



A top-down view of a white ceramic bowl with a dark brown rim, filled with a thick, brown lentil soup. The soup contains visible chunks of orange carrots, yellow potatoes, and green peas. The bowl is set on a blue and white checkered tablecloth. To the left of the bowl is a silver spoon, and to the right is a silver fork. Above the bowl, a slice of crusty bread is visible. The text "Pulses = good nutrition." is overlaid in white on the center of the soup.

Pulses = good nutrition.

How do we turn things around?



Q&A



Références

- Présentation Zen, Garr Reynolds
- L'homme aux deux cerveaux, Dan Pink
- Business Model Generation, Osterwalder et Pigneur
- Make Spaces, Doorley et Whiihoft