LE MESSAGE

Votre voix enchante, mais que dit-elle ? Votre message tient en une phrase qui sera votre fil conducteur.

Si le regard, la voix et les gestes concourent à faire bonne impression et à **capter l'attention du public**, **IL NE FAUT PAS OUBLIER VOTRE MESSAGE.**

LE QUESTIONNEMENT PAR ASPECTS :

↳ Se « triturer » le cerveau avec les questions QQQOCCP

La question	Me fait penser à	Par exemple
Qui ?	Les humains Les gens Les personnes	Les élus, les journalistes les acteurs associatifs : (adhérents, bénévoles, salariés)
Quoi ?	Le thème	Produits Evènements Situations
Quand ?	Le temps	Passé : histoire Présent : situation actuelle Futur : perspectives, projets
Où ?	L'espace	Les lieux La géographie
Combien ?	Les chiffres	Tous les chiffres !
Comment ?	Les méthodes Les moyens Les solutions	Processus, mécanismes Ressources en général (outils, etc…) Idées, décisions
Pourquoi ?	Les causes Les buts	Les raisons, les motivations Les objectifs, la raison d'être, la finalité, les valeurs, le sens

Les conseils :

- **Préparez-le à l'avance**. Listez les points qui vous viennent à l'esprit, planifiez-les, élaguez le superflu et synthétisez le message en une phrase courte. Ce sera le fil conducteur de votre intervention, le guide dont vous pourrez vous éloigner de temps en temps, mais en y revenant très régulièrement.

- **Ne tournez pas autour du pot**. Exprimez votre message rapidement, sinon, votre public ne saura pas où vous voulez en venir.

- **Adaptez votre discours à l'auditoire.** Face à des spécialistes, on abordera les choses en profondeur. Face à des néophytes, on restera plus en surface. Il est donc important de se **renseigner en amont sur le public**, son niveau d'expertise et ses attentes.

- **Illustrer votre propos**, c'est ainsi que votre public se sentira concerné : si vous citez à l'appui de vos propos des exemples, des faits, des chiffres qui lui parlent.

- Evitez de jargonner, au risque de dérouter certains, et **jouez la carte de la simplicité**, en utilisant **un vocabulaire courant** et en privilégiant les **phrases courtes**.

▪ LES ASSOCIATIONS D'IDEES :

↳ **Laisser courir son imagination**
↳ **Rebondir sur les idées**

▪ LES COUPLES D'OPPOSITION :

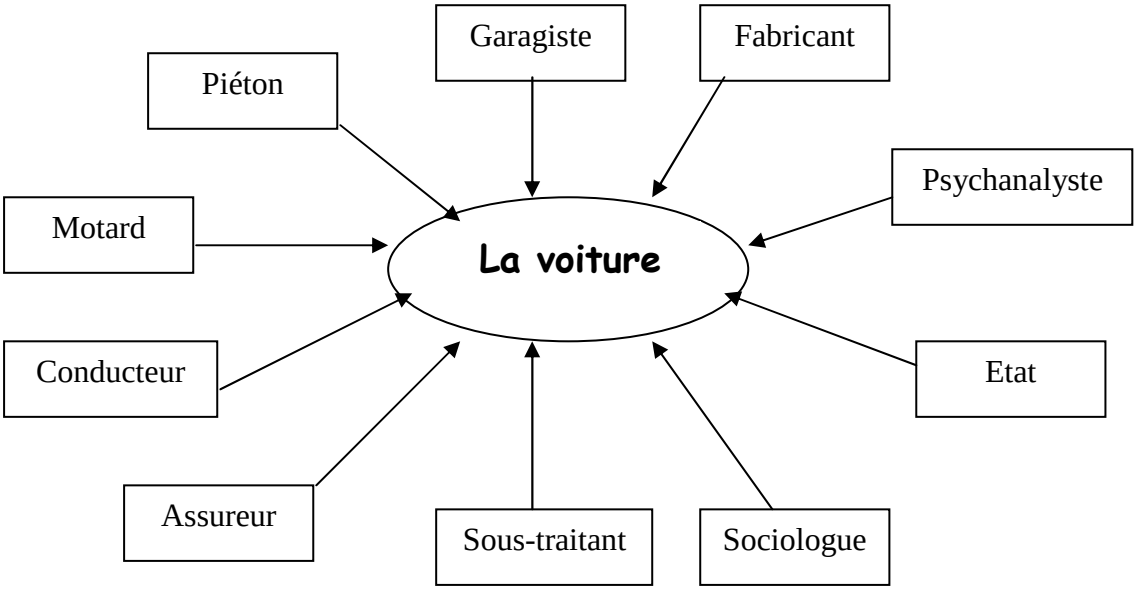
↳ **Créer de la tension**
↳ **Donner de l'énergie à l'exposé**

Terme	Terme opposé	Exemple
Court terme	Long terme	Cette décision semble positive à court terme, mais à long terme…
Quantité	Qualité	Cette méthode fait gagner de l'argent, mais qu'en est-il de la qualité…
Direct	Indirect	Les conséquences directes de cet échec sont compensées par des effets indirects qui…
Théorie	Pratique	En théorie, ça ne marche pas, mais en pratique…
Particulier	Général	Les besoins individuels et l'objectif général
Interne	Externe	Notre fonctionnement vécu en interne et son analyse d'un point de vue externe
Problème	Solution	…
Causes	Conséquences	…

▪ L'INTERVIEW :

↳ **Faire appel à quelqu'un d'autre qui connaît le sujet**
↳ **Recueillir rapidement des informations (ne pas les réinventer)**

- **LE QUESTIONNEMENT PAR POINTS DE VUE :**

↳ **Se mettre à la place de…**

↳ **Elargir notre perception initiale, toujours très partielle et donc très subjective**