

Le pouvoir des « visuels » pour améliorer vos communications

Une enquête menée aux U.S.A. par une société de réalisation de visuels pour avocats (Courtroom Graphics, à San Francisco), donne des résultats intéressants qui peuvent attirer l'attention de tous les communicateurs. Voici les 3 points qu'il faut retenir de cette enquête :

1. Virginia Sargent dit passer la moitié de son temps de travail à interviewer ses clients avocats. Ensuite, son travail consiste à les aider à rendre leurs plaidoiries plus convaincantes, plus vivantes, plus courtes et plus efficaces. Et cela par l'utilisation d'illustrations : **montrer une photo** d'un accident, par exemple, **rend souvent une longue explication détaillée superflue**.

2. Autre exemple : parfois, un avocat d'affaires doit expliquer des montages financiers compliqués à des non-spécialistes. S'il perd son temps à expliquer, il ne lui reste plus beaucoup de temps pour convaincre. **Un bon visuel permet de simplifier les choses**.

3. Toujours d'après V. Sargent, les 3/4 des avocats qui utilisent des visuels (photos, transparents, films, etc.), ont gagné face à des adversaires qui n'en utilisaient pas ! Cette statistique plaide aussi en faveur de nos outils de communicateurs !

Quelles aides visuelles choisir ?

Si vous voulez que, par vos aides visuelles, vos interlocuteurs :

- « **sentent** » avec vous : vous devez utiliser des "images", c'est à dire des photos, des vidéos, ou des diapos
- « **pensent** » avec vous : vous devez utiliser des graphiques, des camemberts ou des schémas !

Sachez utiliser des objets comme aides visuelles

Les transparents, c'est bien... mais trouvez aussi **d'autres moyens pour faire des effets visuels**.

Un nouveau produit, un prototype, peuvent formidablement attirer l'attention de vos auditeurs. Et n'oubliez pas que, **plus vous parlez à tous les sens, plus vous provoquez des effets puissants** : faites toucher, goûter, voir, entendre, quand vous le pouvez. Utilisez votre créativité pour trouver des moyens qui renforcent votre message.

11 conseils pour vos textes sur transparents

Plus de 70 % des transparents sont des textes (contre 20 % pour des graphes et 10 % pour des dessins et croquis). La plupart du temps, ils exposent les points clés commentés par le présentateur.

Lorsque vous concevez des transparents/texte, suivez ces conseils :

– **Établissez un style de transparent** et respectez-le tout au long de votre présentation.

Une certaine uniformité contribue à une meilleure lecture et à une meilleure mémorisation.

– Le ou les **titres** doivent être courts et situés dans la partie supérieure.

– Les éléments placés les uns en dessous des autres sont alignés, et le début de chaque ligne commence par un même symbole.

– Pour faciliter la **lisibilité** du texte, n'employez pas plus de **2 polices** (Helvetica, Times,...) et **3 corps** de caractères.

– Laissez une **ligne blanche** entre chaque ligne de texte.

– Si les titres peuvent éventuellement être en majuscules, utilisez **majuscules et minuscules** dans le texte.

– N'exprimez qu'une seule idée par ligne (réduisez vos phrases à quelques mots, pas plus de 6 ou 7 par ligne).

– Le **message principal** doit occuper le centre du visuel.

– Utilisez un maximum de 6 lignes de texte (cela vous évitera de diffuser trop d'informations par transparent).

– N'oubliez pas que le visuel doit être **lisible** du fond de la salle.

– Lors de la présentation, reprenez les **mots clés** qui figurent sur votre transparent, en les intégrant dans une phrase.

– Contrôlez l'**orthographe** de vos mots. Une faute attire l'attention des

auditeurs et crée une distraction gênante.

(D'après un article d'Arnaud de la Pommeraye, dans "l'Ordinateur Individuel")

Dans le prochain numéro, vous découvrirez :

– Des conseils si vous devez parler à un enterrement

– Comment réussir vos "discours de table"