

CONSTRUIRE UNE PRISE DE PAROLE CLAIRE ET IMPACTANTE

LA MÉTHODE PAS À PAS POUR STRUCTURER VOS IDÉES, CAPTER VOTRE PUBLIC ET FAIRE PASSER VOTRE MESSAGE.

SOMMAIRE

CONSTRUIRE UNE PRISE DE PAROLE CLAIRE ET IMPACTANTE

AVANT DE COMMENCER P 3

01 — CLARIFIEZ VOTRE MESSAGE P 5
Les quatre questions fondamentales pour préparer votre prise de parole.

02 — FAITES ÉMERGER VOS IDÉES P 8
Explorez vos idées avant de les organiser.

03 — STRUCTUREZ VOTRE PRISE DE PAROLE P 10
Découvrez dix structures pour organiser efficacement votre discours.

04 — L'INTRODUCTION : CAPTEZ DÈS LE DÉBUT P 16
Attirez l'attention et donnez envie de vous écouter.

05 — DÉVELOPPEZ ET DONNEZ VIE À VOS IDÉES P 21
Exemples, anecdotes, figures de style et transitions.

06 — LA CONCLUSION : MARQUEZ LES ESPRITS P 25
Terminez avec intention et laissez une impression durable.

07 — PRÉPAREZ LA MANIÈRE DE TRANSMETTRE VOTRE MESSAGE P 28
Trac, respiration, voix, posture et relation avec le public.

08 — PRÉPARER SA PRISE DE PAROLE P 36
Fiche de synthèse avant de construire son discours.

09 — MA CHECK-LIST AVANT DE PRENDRE LA PAROLE P 38
Une synthèse pratique de tout ce que le lecteur a appris.

CONTINUER À PROGRESSER P 39

AVANT DE COMMENCER ...

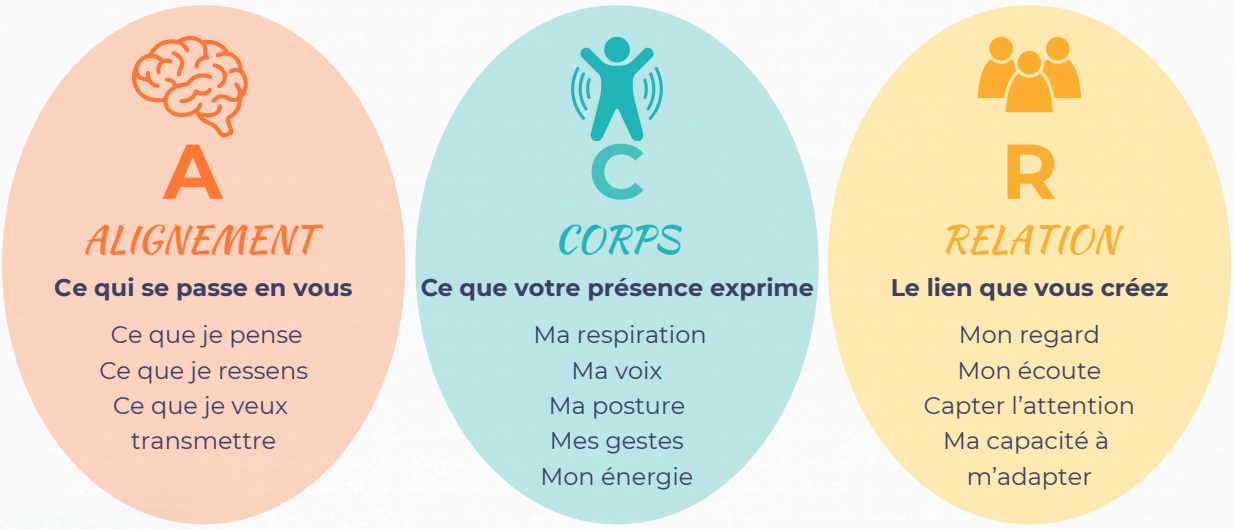
Une prise de parole claire et impactante, ça se construit !

Prendre la parole ne consiste pas simplement à trouver les bons mots. C'est savoir ce que l'on veut transmettre, comment le transmettre et à qui l'on s'adresse.

Au fil de mes années d'expérience en tant que professeure de théâtre et coach en prise de parole, j'ai accompagné de nombreuses personnes qui avaient des idées, des connaissances et des choses importantes à partager, mais qui rencontraient des difficultés à les exprimer clairement.

J'ai constaté qu'une prise de parole efficace repose sur plusieurs dimensions complémentaires. C'est autour de cette conviction que j'ai développé mon approche : **la méthode ACR.**

LA MÉTHODE ACR : TROIS DIMENSIONS COMPLÉMENTAIRES



Ces trois dimensions se complètent
pour rendre votre prise de parole plus claire, plus vivante et plus impactante.

POURQUOI CE GUIDE ?

Avant de travailler votre voix, votre gestuelle ou votre présence, il est essentiel de savoir **ce que vous voulez dire et comment organiser vos idées pour être compris.**

C'est précisément l'objectif de ce premier guide.

Vous apprendrez, étape par étape, à clarifier votre message, sélectionner et structurer vos idées, construire une introduction qui capte l'attention, développer vos arguments et terminer votre intervention avec impact.

Vous découvrirez également quelques techniques pour mieux transmettre votre message, notamment à travers la respiration, la voix, la posture et la relation avec votre public.

Ce guide se concentre donc principalement sur la première dimension de ma méthode : **l'Alignement,** tout en vous donnant les premiers repères pour explorer les deux autres.

Vous pourrez approfondir le travail du corps, de la voix et de la relation grâce à d'autres ressources et accompagnements.

Mon objectif est simple : vous donner des outils concrets pour préparer vos prises de parole avec davantage de clarté, de confiance et d'autonomie.



1. AVANT DE PARLER : CLARIFIEZ VOTRE MESSAGE

Avant de chercher vos mots ou de construire votre discours, prenez le temps de clarifier ce que vous souhaitez transmettre.

Une prise de parole efficace commence par quatre questions fondamentales. Cette étape est le socle de tout message authentique et percutant.

À QUELLE QUESTION ÊTES-VOUS EN TRAIN DE RÉPONDRE ?

Votre prise de parole doit répondre à une question précise que se pose votre audience. Formulez-la clairement. Cela donnera une direction immédiate à votre contenu.

QUEL EST VOTRE MESSAGE CLÉ ?

Quel est le point central que vous voulez que votre audience retienne ?
Formulez votre message en une phrase simple et mémorable.



QUELLE EST VOTRE INTENTION ?

Qu'est-ce que je veux provoquer chez les personnes qui m'écoutent ?

Souhaitez-vous informer, convaincre, inspirer, mobiliser, apaiser, divertir ?
Votre intention détermine le ton, le contenu et l'impact de votre discours.

À QUI EST-CE QUE JE M'ADRESSE ?

Votre message ne se construit pas de la même manière selon les personnes qui vont vous écouter.

Avant de préparer votre discours, posez-vous ces questions :

- Qui est mon public ?
- Que sait-il déjà du sujet ?
- Qu'attend-il de cette prise de parole ?
- Qu'est-ce qui peut l'intéresser ou lui donner envie de m'écouter ?

Adaptez votre vocabulaire et votre niveau d'explication aux connaissances de votre auditoire.

Pensez également aux différentes façons de recevoir l'information. Certaines personnes sont davantage sensibles aux faits et à la logique, d'autres aux émotions et aux histoires humaines. D'autres encore privilégient le sens et les valeurs, les actions et les résultats, l'interaction ou la réflexion.

Face à un groupe, variez ces différentes approches pour capter l'attention du plus grand nombre.



Connaître votre auditoire, c'est savoir adapter votre vocabulaire, vos exemples et votre manière de présenter vos idées, sans modifier le message essentiel que vous souhaitez transmettre.

À VOUS DE JOUER !

Clarifiez votre prise de parole

Mon sujet :

Mon public :

La question à laquelle je réponds :

Mon intention :

Mon message clé en une phrase :

Test simple : si quelqu'un qui vous a écouté devait résumer votre intervention le lendemain en une seule phrase, que voudriez-vous qu'il dise ?

2. FAITES ÉMERGER VOS IDÉES

Cette étape est un moment de liberté. L'objectif est de faire émerger un maximum d'idées avant de chercher à les organiser.

Reprenez les deux questions fondamentales auxquelles vous avez répondu précédemment : « À quelle question suis-je en train de répondre ? » et « Quel est mon message clé ? »

À partir de ces réponses, explorez différentes pistes :

Listez toutes vos idées : notez tout ce que vous aimeriez aborder, sans chercher à classer vos idées ni à les formuler parfaitement.

Appuyez-vous sur votre expérience : recherchez dans votre vécu des situations, des anecdotes ou des exemples qui pourraient illustrer votre message.

Inspirez-vous d'autres expériences : pensez à des histoires, des témoignages ou des situations vécues par d'autres personnes.

Faites des recherches : cherchez des informations, des chiffres, des faits ou des exemples qui pourraient enrichir votre intervention.

Notez ce qui vous semble important : pensez également aux éléments que vous ne voulez surtout pas oublier de transmettre.

À RETENIR

À cette étape, ne cherchez pas encore à construire votre discours. Laissez émerger vos idées : vous ferez le tri ensuite.

À VOUS DE JOUER !

Faites émerger vos idées

Reprenez vos réponses aux deux premières questions :

À quelle question suis-je en train de répondre ?

Quel est mon message clé ?

Maintenant, laissez venir vos idées !

Quels points aimeriez-vous aborder ? Quels exemples, anecdotes, expériences personnelles, faits ou chiffres pourraient enrichir votre message ?

Notez toutes vos idées ci-dessous, sans chercher à les classer ni à les organiser.

Une idée en appelle souvent une autre. Ne vous censurez pas !

3. STRUCTUREZ VOTRE PRISE DE PAROLE

Vous avez fait émerger vos idées. Il est maintenant temps de les sélectionner et de les organiser pour construire un discours clair et cohérent.

SÉLECTIONNEZ VOS IDÉES

Toutes les idées que vous avez notées ne trouveront pas nécessairement leur place dans votre intervention.

Pour faire le tri, revenez à vos quatre questions fondamentales :

À quelle question suis-je en train de répondre ?
Conservez les idées qui permettent de répondre à cette question.

Quel est mon message clé ?
Privilégiez les idées qui renforcent le message que vous souhaitez transmettre.

Quelle est mon intention ?
Sélectionnez les éléments qui vous aideront à produire l'effet recherché : informer, convaincre, sensibiliser, faire réfléchir ou inciter à agir.

À qui est-ce que je m'adresse ?
Tenez compte des connaissances, des attentes et des centres d'intérêt de votre public.



© Virginie Capdet – OZ'er Être

CHOISISSEZ UNE STRUCTURE

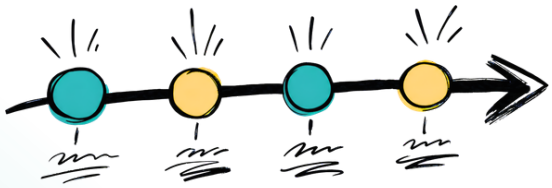
Une fois vos idées sélectionnées, il reste à déterminer dans quel ordre les présenter.

Il n'existe pas une seule manière de construire un discours. Le choix de la structure dépend de votre sujet, de votre intention et de votre public.

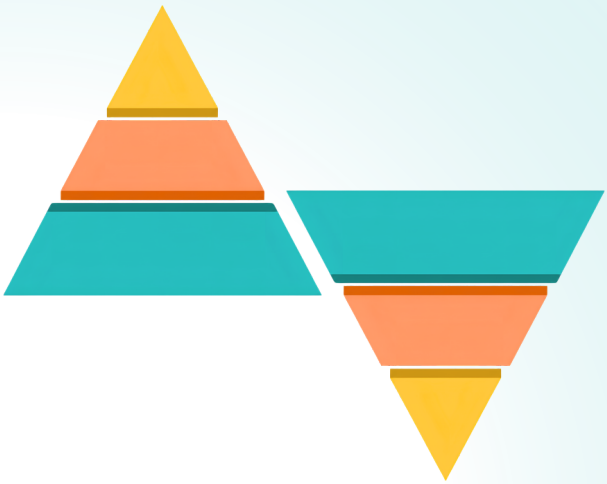
10 FAÇONS D'ORGANISER VOTRE DISCOURS

1 — LA STRUCTURE CHRONOLOGIQUE

Organisez votre intervention en suivant le déroulement des événements : passé → présent → futur, ou avant → pendant → après.



Exemple : pour présenter l'évolution d'un projet, expliquez d'où vous êtes parti.e, où vous en êtes aujourd'hui et quelles sont les prochaines étapes.



2 — L'ORDRE D'IMPORTANCE

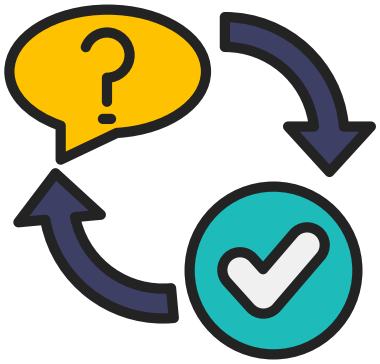
Présentez vos arguments en fonction de leur importance.

Vous pouvez commencer par l'argument le plus fort pour marquer immédiatement les esprits (pyramide inversée), ou le garder pour la fin afin de terminer sur votre idée la plus marquante.

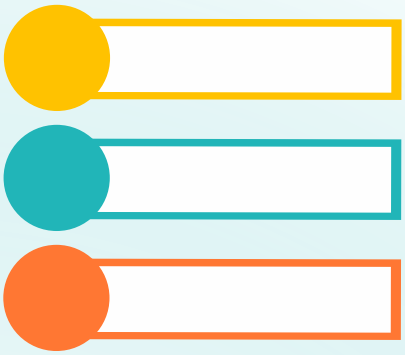
Exemple : pour défendre une proposition, présentez vos trois principaux arguments en choisissant celui que vous souhaitez mettre particulièrement en valeur.

3 — PROBLÈME → SOLUTION → IMPACT

Commencez par exposer un problème, présentez ensuite une solution, puis montrez les résultats ou les bénéfices attendus.



Exemple : « Nos réunions sont trop longues. Nous proposons de limiter leur durée à 30 minutes. Cela permettra de gagner du temps et d'améliorer notre efficacité. »



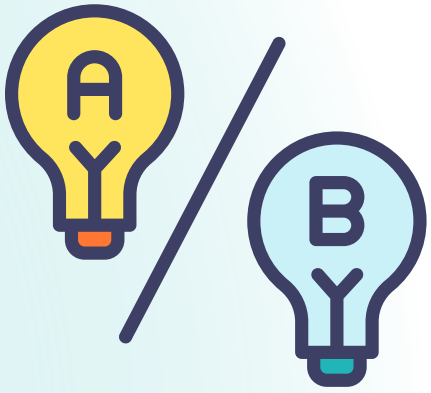
4 — LES TROIS IDÉES PRINCIPALES

Organisez votre discours autour de trois points essentiels. Chaque partie développe une idée qui contribue à votre message.

Exemple : pour présenter les bénéfices du télétravail : autonomie, concentration et équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

5 — LA COMPARAISON

Mettez en parallèle deux situations, deux approches ou deux points de vue pour faire ressortir leurs différences, leurs avantages ou leurs limites.



Exemple : comparer le travail à distance et le travail au bureau, puis expliquer dans quelles situations chacun présente des avantages.

6 — LE CERCLE D'OR (GOLDEN CIRCLE)

Cette méthode, popularisée par Simon Sinek, consiste à présenter vos idées dans cet ordre :

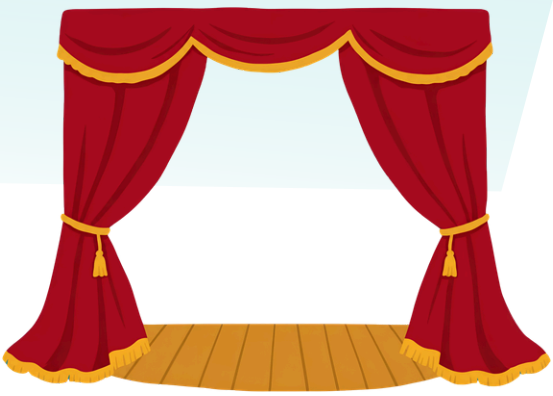


POURQUOI → COMMENT → QUOI

- **Pourquoi :** quelle est votre motivation, votre conviction ou votre raison d'agir ?
- **Comment :** quelle approche ou quelle méthode utilisez-vous ?
- **Quoi :** que proposez-vous ou réalisez-vous concrètement ?

Exemple : « Je crois que chacun peut apprendre à prendre la parole avec confiance. Pour cela, j'utilise des exercices pratiques et des mises en situation.
Je propose des accompagnements individuels et des ateliers de prise de parole. »

7 — LA STRUCTURE EN TROIS ACTES (SITUATION → COMPLICATION → RÉSOLUTION)



Acte 1 : Situation : présentez le contexte et la situation de départ.

Acte 2 : Complication : introduisez un événement ou une difficulté qui vient perturber la situation.

Acte 3 : Résolution : montrez comment la situation évolue et trouve son dénouement.

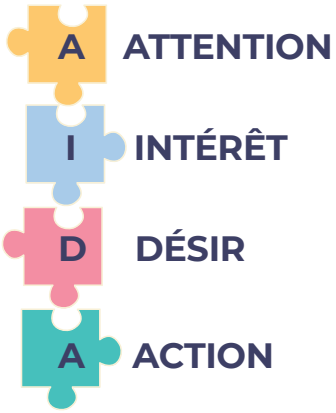
Exemple : « Lors de ma première conférence, j'avais préparé mon discours dans les moindres détails. Mais au moment de monter sur scène, j'ai complètement perdu le fil de mes idées. J'ai alors décidé de parler spontanément de mon expérience. Contre toute attente, c'est à ce moment-là que j'ai réussi à créer une véritable connexion avec mon public. »

8 — LA MÉTHODE AIDA

Cette méthode permet de construire une prise de parole destinée à convaincre et à inciter votre public à agir.

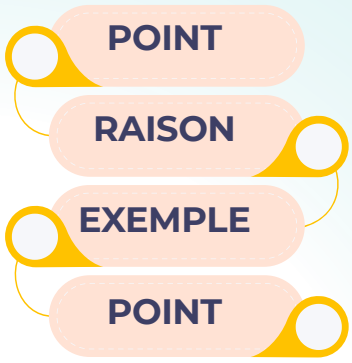
- **Attention :** captez l'attention de votre auditoire.
- **Intérêt :** montrez en quoi votre sujet le concerne.
- **Désir :** donnez-lui envie d'adhérer à votre proposition en présentant ses bénéfices.
- **Action :** indiquez clairement ce que vous attendez de lui.

Exemple : « Vous perdez du temps dans des réunions interminables ? Imaginez des réunions plus courtes, plus dynamiques et plus efficaces. Avec une méthode simple, vous pourriez gagner plusieurs heures chaque semaine. Et si vous commenciez dès votre prochaine réunion ? »



9 — LA MÉTHODE PREP

Cette méthode permet d'exprimer une opinion, de défendre une idée ou de répondre à une question de manière claire et structurée. Elle est particulièrement utile pour les prises de parole courtes ou spontanées.



- **Point :** affirmez votre idée principale.
- **Raison :** expliquez pourquoi vous défendez cette idée.
- **Exemple :** illustrez votre propos par un exemple concret.
- **Point :** revenez à votre idée principale pour renforcer votre message.

Exemple : « Le théâtre devrait avoir une place à l'école. Il développe la confiance en soi, l'expression orale et la capacité à travailler avec les autres. Dans mes cours, je vois des enfants réservés oser progressivement s'exprimer devant un groupe. C'est pourquoi je considère le théâtre comme un véritable outil éducatif. »

10 — LE VOYAGE DU HÉROS

Cette structure narrative permet de raconter un parcours de transformation. Elle est particulièrement adaptée aux témoignages, aux récits d'expérience et aux conférences inspirantes.

- **Le monde ordinaire :** présentez la situation de départ.
- **L'appel à l'aventure :** un événement, un désir ou un problème vient bouleverser cette situation.
- **Les épreuves :** le personnage rencontre des obstacles, apprend et évolue.
- **La transformation :** il surmonte une difficulté ou prend conscience de quelque chose d'essentiel.
- **Le retour :** il partage ce que cette expérience lui a apporté.

Exemple : « Pendant des années, je travaillais dans une entreprise où je ne me sentais plus à ma place. Un jour, j'ai décidé de créer ma propre activité. Les débuts ont été difficiles : j'ai douté, commis des erreurs et appris à me faire confiance. J'ai progressivement compris que réussir, c'était aussi construire une vie qui me ressemble. Aujourd'hui, je partage cette expérience pour encourager d'autres personnes à oser se lancer. »



À RETENIR

Il existe de nombreuses façons de structurer une prise de parole. Les dix structures présentées ici sont des exemples parmi d'autres. Choisissez celle qui sert le mieux votre message, votre intention et votre public.

4. L'INTRODUCTION : CAPTEZ DÈS LE DÉBUT

L'introduction est votre première impression. Si elle ne capte pas l'attention, votre public décroche. Utilisez-la pour créer une connexion immédiate, annoncer votre sujet et donner une direction claire.

1 — ACCROCHEZ VOTRE PUBLIC

Commencez par une phrase forte : une question, une statistique, une anecdote ou un fait marquant. Elle doit surprendre, interpeller ou faire écho à une problématique de votre audience.

Quelques exemples pour vous inspirer

1. Une question pour interpeller

« Vous est-il déjà arrivé de sortir d'une réunion en vous demandant ce qui avait réellement été décidé ? »

Pour introduire une intervention sur l'efficacité des réunions.





2. Une anecdote pour créer une connexion

« Il y a quelques années, lors d'une présentation importante, j'avais tellement peur d'oublier mon texte que j'avais appris chaque phrase par cœur. Résultat : dès que j'ai perdu un mot, j'ai complètement perdu le fil ! »

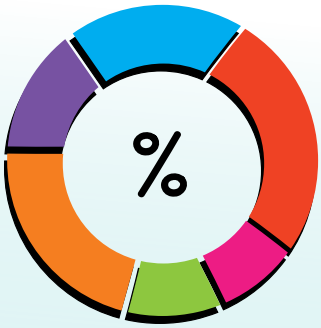
Pour introduire une intervention sur la prise de parole en public.

3. Une affirmation forte pour bousculer une idée reçue



« Ce n'est pas parce qu'une personne parle beaucoup qu'elle communique efficacement. »

Pour introduire une intervention sur la qualité de la communication.



4. Un chiffre marquant pour susciter la curiosité

« Dans notre entreprise, nous avons consacré 120 heures aux réunions le mois dernier. Et si nous pouvions réduire ce temps de 30 % sans perdre en efficacité ? »

Pour introduire une proposition d'amélioration de l'organisation du travail.

Cet exemple est fictif : les chiffres sont donnés à titre d'illustration.

5. Une affirmation qui interpelle pour mettre en lumière un paradoxe ou une situation surprenante



« Une présentation parfaitement préparée peut pourtant laisser un public complètement indifférent. »

Pour introduire une intervention sur l'importance de créer une connexion avec son auditoire.

6. L'enjeu pour montrer l'importance du sujet

« Chaque jour, nous prenons des décisions qui influencent notre façon de travailler. Mais que se passe-t-il lorsque ces décisions ne sont pas clairement communiquées ? Aujourd'hui, nous allons voir pourquoi une communication claire est essentielle au bon fonctionnement d'une équipe. »

Pour introduire une intervention sur les enjeux de la communication en entreprise.

L'enjeu répond à deux questions essentielles : Pourquoi est-ce important ? Pourquoi en parler maintenant ?



À SAVOIR — Anecdote ou storytelling ?

L'anecdote est un récit court qui relate un fait, une expérience ou une situation précise. Elle permet d'illustrer une idée ou de créer une connexion avec le public.

Le storytelling est l'art de raconter une histoire pour transmettre un message, susciter une émotion ou faire adhérer à une idée. Il s'appuie généralement sur une situation de départ, un événement ou un défi, puis une évolution ou une transformation.

La différence ? Une anecdote peut faire partie d'un storytelling, mais toutes les anecdotes ne constituent pas nécessairement un récit construit**.**

2 — PRÉSENTEZ VOTRE SUJET

Expliquez ce dont vous allez parler et pourquoi cela compte. Soyez clair et concis : votre public doit comprendre immédiatement le thème et son intérêt.

3 — DONNEZ UNE DIRECTION

Si le contexte s'y prête, annoncez le plan ou les grandes étapes de votre présentation. Cela donne une structure mentale à votre audience et renforce votre crédibilité.



Annoncer le plan n'est pas systématiquement nécessaire, notamment dans une prise de parole courte ou une table ronde.

À VOUS DE JOUER !

Trouvez votre accroche

Accroche 1 — sous forme de question :

Accroche 2 — sous forme d'anecdote, d'histoire ou de situation vécue :

Accroche 3 — sous forme d'affirmation forte :

Accroche 4 — sous forme de chiffre marquant :

Accroche 5 — sous forme d'affirmation qui interpelle :

Accroche 6 — sous forme d'enjeu :

Laquelle correspond le mieux à mon public et à mon intention ? Pourquoi ?

5. DÉVELOPPEZ ET DONNEZ VIE À VOS IDÉES

DÉVELOPPEZ SANS SURCHARGER

Une idée importante mérite d'être expliquée, illustrée et rendue concrète.

Utilisez des exemples, des anecdotes, des images ou des comparaisons lorsque cela facilite la compréhension.

L'objectif n'est pas de multiplier les informations, mais de permettre à votre public de comprendre et de retenir l'essentiel.

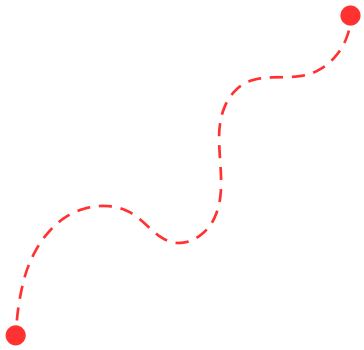
RENDEZ VOS IDÉES MÉMORABLES

Une idée abstraite est plus difficile à retenir qu'une idée que l'on peut visualiser. Utilisez des exemples, des anecdotes et, lorsque cela sert votre propos, des figures de style.

LA MÉTAPHORE

Associer une idée à une image pour la rendre plus concrète.

Exemple : « Votre message est le fil rouge qui guide votre public. »





LA COMPARAISON

Mettre deux éléments en relation pour rendre une idée plus accessible.

Exemple : « Une présentation sans fil conducteur, c'est comme un trajet sans itinéraire. »

L'ANAPHORE

Répéter un mot ou une expression au début de plusieurs phrases pour donner du rythme et renforcer une idée.

Exemple : « Nous voulons être entendus. Nous voulons être compris. Nous voulons être respectés. »





L'HYPERBOLE

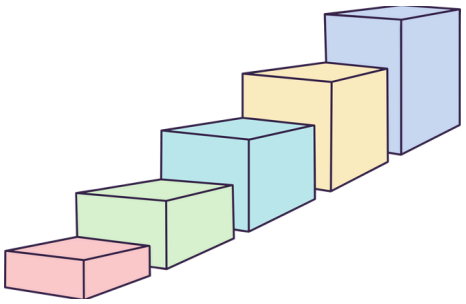
Amplifier volontairement une idée pour créer un effet. À utiliser avec mesure pour ne pas perdre en crédibilité.

Exemple : « J'ai attendu une éternité avant d'obtenir une réponse. »

LA GRADATION

Enchaîner des termes ou des idées avec une intensité croissante ou décroissante pour créer une progression.

Exemple : « Il a hésité, il a essayé, il a osé, il a réussi. »





LA PRÉTÉRITION

Évoquer un élément en affirmant que l'on ne va pas en parler. Elle peut créer un effet subtil ou ironique.

Exemple : « Je ne vous parlerai même pas des heures perdues dans ces réunions interminables. »

LA QUESTION RHÉTORIQUE

Poser une question qui n'appelle pas réellement de réponse afin de provoquer la réflexion ou de souligner une idée.

Exemple : « À quoi sert une excellente idée si personne ne la comprend ? »



CRÉEZ DE LA FLUIDITÉ

Une bonne structure ne suffit pas si les différentes parties semblent juxtaposées. Les transitions permettent à votre public de comprendre le lien entre vos idées et de conserver le fil conducteur.

Une transition peut :

- Résumer ce qui vient d'être dit.
- Annoncer la suite.
- Poser une question.
- Créer un contraste.
- Montrer le lien logique entre deux idées.

Exemple : « Nous avons vu pourquoi ce problème apparaît. Regardons maintenant comment y répondre concrètement. »

À RETENIR

Développer une idée ne signifie pas en dire davantage. Il s'agit de la rendre claire, concrète et mémorable, tout en maintenant un fil conducteur entre les différentes parties de votre intervention.

6. LA CONCLUSION : MARQUEZ LES ESPRITS

La conclusion est la dernière impression que vous laissez à votre public. C'est le moment de renforcer votre message et de donner du sens à votre intervention.

Une bonne conclusion ne consiste pas à répéter tout ce que vous avez dit, mais à faire ressortir l'essentiel.



1 — RAPPELEZ VOTRE MESSAGE CLÉ

Revenez à l'idée principale que vous souhaitez laisser à votre auditoire. Reformulez-la de manière claire et concise pour qu'elle reste en mémoire.

2 — CHOISISSEZ COMMENT TERMINER

Selon votre sujet, votre intention et votre public, plusieurs possibilités s'offrent à vous :

Une phrase marquante : terminez par une affirmation forte qui résume votre message et laisse une impression durable.

« Ce n'est pas la quantité de mots qui donne de la force à un message, mais la clarté de ce que l'on souhaite transmettre. »

Pour conclure une intervention sur la communication efficace.



Une question ouverte : invitez votre public à poursuivre sa réflexion au-delà de votre intervention.

« Et si, au lieu de chercher à tout faire parfaitement, nous commencions par nous demander ce qui est réellement essentiel ? »

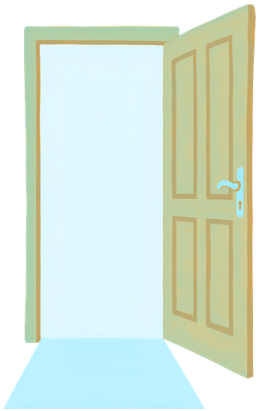
Pour conclure une intervention sur la gestion des priorités.

Un appel à l'action : encouragez votre auditoire à agir en lui proposant une action concrète.

« Dès votre prochaine réunion, prenez cinq minutes pour définir clairement votre objectif et les trois idées essentielles que vous souhaitez transmettre. »

Pour conclure une intervention sur l'efficacité des réunions.





Une ouverture : élargissez la réflexion vers une perspective nouvelle ou vers l'avenir.

« Nous avons vu comment améliorer la communication au sein d'une équipe. Mais une autre question mérite maintenant notre attention : comment faire de cette communication un véritable levier de confiance et de coopération ? »

Pour conclure une intervention sur la communication en équipe.

À RETENIR

Votre conclusion doit permettre à votre public de repartir avec une idée claire, une réflexion ou une envie d'agir.

7. PRÉPAREZ LA MANIÈRE DE TRANSMETTRE VOTRE MESSAGE

Une prise de parole claire et structurée ne suffit pas toujours à capter l'attention. La manière dont vous transmettez votre message joue également un rôle essentiel.

Votre respiration, votre voix, votre posture et votre relation avec le public contribuent à rendre votre discours vivant et impactant**.**

1 — RESPIREZ ET GÉREZ VOTRE TRAC

Le trac n'est pas forcément un problème à supprimer. L'objectif est de pouvoir parler même lorsqu'il est présent et d'utiliser cette énergie sans qu'elle prenne toute la place.

AVANT DE PARLER :

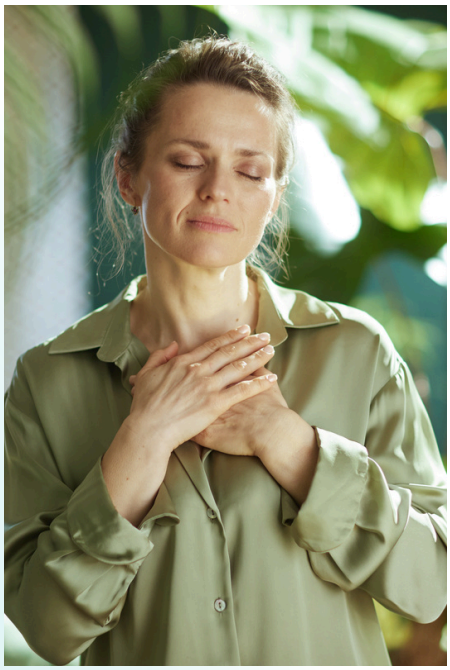
1. **Relâchez** les épaules, la mâchoire et les tensions inutiles.

2. **Ancrez** vos pieds dans le sol, écartés de la largeur du bassin, pour une posture stable.

3. Prenez quelques **respirations abdominales, lentes** et confortables.

Inspirez pendant 4 secondes par le nez, puis expirez lentement par la bouche, en prolongeant l'expiration sans forcer.

4. Revenez à votre **intention et** à votre **message** avant de commencer à parler.



PENDANT VOTRE INTERVENTION :

Si vous sentez votre débit accélérer, revenez à votre respiration, aux silences et à votre message.

Une pause n'est pas un vide à remplir : elle vous permet de respirer, de réfléchir et de redonner de l'espace à votre message.

2 — UTILISEZ VOTRE VOIX - ÉLOCUTION

Votre voix est un véritable outil de communication. Elle permet de transmettre vos idées, mais aussi de leur donner du relief et de maintenir l'attention de votre public.

L'éloquence ne repose pas uniquement sur le choix des mots, mais aussi sur la manière de les faire vivre. Votre voix, votre rythme, vos intonations et vos silences contribuent à donner du relief à votre message et à capter l'attention de votre public.

ARTICULATION ET DICTION

Prononcez les mots jusqu'au bout. Une articulation insuffisante oblige l'auditeur à faire un effort et peut déformer le message.

Exercice : Travail de Diction

Objectif : améliorer la précision de l'articulation et la fluidité des enchaînements de sons.

Consignes :

Prononcez les phrases suivantes lentement, en articulant chaque mot. Répétez-les trois fois, puis augmentez progressivement la vitesse sans perdre en précision.

Phrase 1 :

TROIS TRÈS GROS RATS GRIS DANS TROIS TRÈS GROS TROUS RONDS.

Phrase 2 :

CIEL, SI CECI SE SAIT, CES SOINS SONT SANS SUCCÈS.

Phrase 3 :

UN MARCHAND DE FOIE DANS LA VILLE DE FOIX QUI SE DIT : MA FOI, C'EST LA TROISIÈME FOIS ET LA DERNIÈRE FOIS QUE JE VENDS DU FOIE DANS LA VILLE DE FOIX.

À RETENIR

La vitesse n'est pas l'objectif. Ce qui compte, c'est de conserver une articulation nette et compréhensible.

PROJETER SA VOIX SANS CRIER

Adaptez votre volume à la taille de la salle, à la distance et au nombre de personnes présentes.

Projeter sa voix ne signifie pas crier. Votre voix doit atteindre les personnes qui vous écoutent sans qu'elles aient à faire d'effort.



Pour projeter votre voix, l'objectif n'est pas de parler plus fort en forçant sur votre gorge, mais de **vous appuyer sur votre respiration.**

Prenez une inspiration ample et confortable, en laissant votre ventre se détendre et vos côtes s'ouvrir, sans chercher à remplir vos poumons au maximum.

Lorsque vous prononcez une phrase, imaginez que **le son prend son élan dans votre ventre et se dirige vers votre public,** plutôt que de rester bloqué dans votre gorge.

Cette image vous aidera à mobiliser votre souffle pour porter votre voix avec davantage d'aisance, sans crier.

À RETENIR

Projeter sa voix, c'est utiliser son souffle pour se faire entendre, sans forcer.

MAÎTRISER SON DÉBIT

Le débit correspond au nombre de mots prononcés par minute.

Le bon débit dépend du contexte et de la complexité de ce que vous dites. Une idée complexe a besoin de davantage de temps.

À titre indicatif

- **Conversation naturelle : environ 170 mots/minute,** pour favoriser des échanges spontanés et fluides.
- **Vidéo courte et dynamique : environ 190 mots/minute,** pour capter rapidement l'attention et maintenir un rythme énergique.
- **Vidéo pédagogique ou inspirante : environ 130 mots/minute**, pour laisser le temps de comprendre, de réfléchir et d'intégrer le message.
- **Conférence : environ 130 mots/minute,** pour faciliter la compréhension et permettre au public d'assimiler les informations.
- **Formation : environ 120 mots/minute,** pour favoriser l'apprentissage, la prise de notes et l'intégration des connaissances.
- **Discours solennel ou émotionnel :** environ 110 mots/minute, pour donner du poids aux mots, laisser place aux émotions et renforcer l'impact du message.

Ces chiffres sont des repères indicatifs, et non des règles absolues. L'essentiel est d'adapter votre débit à votre public et à votre intention.





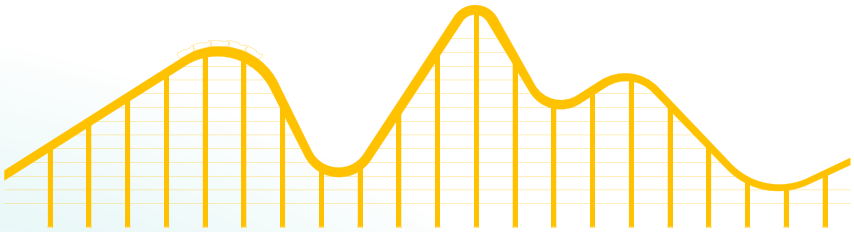


VARIER LE RYTHME

Parler toujours à la même vitesse peut rendre votre discours monotone. Pour maintenir l'attention de votre public, apprenez à jouer avec votre rythme.

Accélérez légèrement lorsque vous souhaitez transmettre de l'énergie, de l'enthousiasme ou dynamiser votre récit.

Ralentissez pour mettre en valeur une idée essentielle, expliquer un point important ou renforcer l'émotion.



INTONATION ET ACCENTUATION

Tous les mots n'ont pas la même importance. Faites ressortir les mots clés en appuyant dessus et variez la mélodie de votre voix.

Une voix vivante aide le public à rester attentif et à comprendre ce qui compte.



SILENCES

Le silence donne du relief à votre discours.
Il permet de respirer, de laisser une idée arriver jusqu'au public et de reprendre votre pensée.



Utilisez les silences pour créer de l'attente, souligner un message ou laisser à votre public le temps de réfléchir.

N'ayez pas peur de faire une pause après une information importante.

TICS DE LANGAGE

« Euh », répétitions et mots parasites apparaissent souvent lorsque nous cherchons nos idées et que nous voulons éviter le silence.

Une astuce simple : pensez à fermer la bouche !



Lorsque vous terminez une phrase ou que vous cherchez votre idée, prenez conscience de votre bouche et refermez les lèvres. Cela permet notamment d'éviter les « euh » et les « hum » qui viennent combler les silences.

Entraînez-vous **à fermer la bouche à chaque point et à accepter une courte pause avant de reprendre la parole.**

Progressivement, vous apprendrez à remplacer certains tics de langage par des silences, pour une prise de parole plus fluide et maîtrisée.

3 — UTILISEZ VOTRE CORPS

Votre corps communique autant que vos mots. Votre posture, votre regard, vos gestes et vos déplacements participent à la manière dont votre message est reçu.

ANCRAGE ET POSTURE

Cherchez une posture stable, présente et disponible : ancrée, mais pas figée.
Les pieds sont posés, le corps est ouvert et les tensions inutiles sont relâchées.



GESTUELLE

Vos gestes peuvent accompagner, ponctuer et renforcer vos mots.

Cherchez une gestuelle naturelle plutôt qu'une gestuelle « parfaite ». Observez simplement si certains mouvements parasites apparaissent lorsque vous êtes sous pression.

REGARD

Regardez réellement les personnes auxquelles vous parlez.

Face à un groupe, répartissez votre regard afin que chacun puisse se sentir inclus.

Évitez de fixer votre regard sur une seule personne ou de chercher systématiquement vos idées au plafond.

DÉPLACEMENTS

Bougez lorsque cela sert votre prise de parole.

Un déplacement peut accompagner une transition, marquer une nouvelle idée ou créer une proximité avec votre public.

Évitez les déplacements automatiques ou répétitifs qui risquent de détourner l'attention.

4 — FAITES VIVRE VOTRE MESSAGE ET CRÉEZ LA RELATION

Une prise de parole ne se résume pas à transmettre correctement un contenu. Vous parlez à des personnes.

Pour créer davantage de présence et d'impact :

- Regardez votre public.
- Parlez-lui plutôt que de réciter.
- Posez des questions pour susciter la réflexion ou encourager les échanges.
- Variez votre énergie, votre voix et votre rythme.
- Observez les réactions de votre auditoire et adaptez-vous.
- Laissez une place à la spontanéité.



Les exemples, les anecdotes et les figures de style que vous avez préparés prennent également toute leur dimension grâce à la manière dont vous les racontez.

Le plus important reste la relation : un discours techniquement parfait mais déconnecté de ceux qui l'écoutent aura souvent moins d'impact qu'une parole claire, présente et sincère.

À RETENIR

Votre message ne repose pas uniquement sur les mots que vous choisissez, mais aussi sur la manière dont vous les transmettez.

Respiration, voix, posture et relation avec le public sont autant de leviers pour gagner en aisance et renforcer votre impact.

L'objectif n'est pas d'atteindre la perfection, mais de développer une prise de parole qui vous ressemble, dans laquelle vous êtes pleinement présent.e.

8. PRÉPARER SA PRISE DE PAROLE

Fiche de synthèse

1 — À QUELLE QUESTION DOIS-JE RÉPONDRE ?

2 — QUEL EST MON MESSAGE CLÉ ?

3 — QUELLE EST MON INTENTION ?

4 — À QUI EST-CE QUE JE M'ADRESSE ?

Pensez aux différentes façons de recevoir l'information.

Selon leur sensibilité, les personnes qui vous écoutent peuvent être davantage attentives :

- Aux faits, aux chiffres et aux explications logiques.
- Aux valeurs, aux convictions et au sens de votre message.
- Aux émotions, aux relations humaines et aux témoignages.
- Aux explications claires qui leur permettent de réfléchir et de se représenter les situations.
- À l'humour, à la spontanéité et aux interactions.
- Aux actions concrètes, aux résultats et aux bénéfices.

En variant vos approches, vous permettez à davantage de personnes de se sentir concernées par votre discours.

5— JE LISTE MES IDÉES

6— JE CHOISIS MA STRUCTURE

7—JE PRÉPARE MON INTRODUCTION

8— JE DÉFINIS MA CONCLUSION

Je pense également à illustrer mon discours avec des exemples, des métaphores et des comparaisons.

9. MA CHECK-LIST AVANT DE PRENDRE LA PAROLE

Avant de vous lancer, vérifiez les points essentiels !

MON MESSAGE ET MA STRUCTURE

□ **Mon objectif est clair :** je sais ce que je souhaite transmettre et pourquoi.

□ **Mon message clé est défini :** je peux le résumer en une phrase.

□ **Ma structure :** mes idées s'enchaînent logiquement.

□ **Mon introduction est préparée :** elle capte l'attention dès le début.

□ **Ma conclusion est définie :** j'ai choisi comment terminer mon intervention.

MA VOIX ET MA PRÉSENCE

□ **Ma respiration est calme :** je prends le temps de me recentrer.

□ **Ma voix est prête :** j'articule, j'adapte mon volume et je varie mon rythme.

□ **Ma posture :** je relâche les tensions, j'adopte une posture stable, détendue et ouverte.

MA RELATION AVEC LE PUBLIC

□ **Je connais mon public :** mon message et mes exemples sont adaptés.

□ **Je crée une connexion :** je regarde, j'observe et je m'adapte.

ET SURTOUT...

Je ne cherche pas la perfection. Je cherche à transmettre un message clair, avec présence, et qui a du sens.

Vous avez maintenant les clés pour prendre la parole !

CONTINUER À PROGRESSER

L'entraînement reste votre meilleur allié.

Parlez. Filmez-vous. Regardez-vous. Observez. Corrigez. Recommencez.

Ne cherchez pas à tout améliorer en même temps. À chaque entraînement, choisissez un ou deux axes maximum. Par exemple : aujourd'hui le débit et les silences ; demain le regard ; une autre fois la structure.

Comparez vos vidéos dans le temps. Vous verrez plus facilement ce qui évolue et ce qui mérite encore votre attention.

ET SI VOUS ALLIEZ PLUS LOIN ?

S'entraîner seul permet déjà de progresser. Mais il n'est pas toujours facile d'identifier ses habitudes, ses points de blocage ou les ajustements qui feraient réellement la différence.

Le regard extérieur d'un professionnel peut faire toute la différence.

Un accompagnement personnalisé permet de prendre conscience de ce que l'on ne voit pas soi-même, d'identifier ses points forts et ses axes de progression, et de bénéficier d'un retour constructif pour avancer plus efficacement.

ENVIE DE GAGNER EN AISANCE ET EN IMPACT ?

Que vous souhaitiez prendre confiance, structurer vos interventions, développer votre présence ou améliorer votre communication orale, je vous accompagne à travers des séances de coaching adaptées à vos besoins et à vos objectifs.

Chaque prise de parole est une occasion de progresser. Et si nous travaillions ensemble sur la vôtre ?

Virginie Capdet - OZ'er Être

Coach en prise de parole, communication & leadership incarné

virginie@ozeretre.com

Contactez-moi pour échanger sur vos besoins et découvrir mes accompagnements.

