

Comment être indépendant
et bien gagner sa vie

par

CHRISTIAN H. GODEFROY

Sommaire

Introduction	3
1. Cours, conférences ou séminaires ?	7
2. Comment recruter les participants ?	9
3. D'autres moyens de recrutement	33
4. Le montant de la participation	49
5. Comment développer votre clientèle	53
6. Le matériel	57
7. Choix de la salle	60
8. Juste avant votre séminaire	64
9. Les difficultés de base à vaincre	68
10. Comment faire participer votre auditoire	75
11. La préparation de vos exposés	85
12. Comment animer votre groupe	88
13. La préparation mentale	97
14. Le jour « J »	98
15. La réponse aux questions	101
16. Les problèmes que vous rencontrerez (Comment les résoudre)	105
17. Comment structurer votre séminaire pour qu'il réussisse	111
En conclusion	115
Table des Matières	116

Introduction

Ce que vous devez savoir sur le métier d'animateur formateur

C'est un métier passionnant... mais difficile ! Passionnant parce que vous ne cesserez pas d'apprendre, sur vous, sur la nature humaine. Parce que vous connaîtrez de nouvelles personnes, parce que vous pourrez vous exprimer, vous épanouir.

Difficile parce que vous devez trouver l'équilibre subtil entre le rôle d'un bulletin d'information et celui d'un parent: être un guide, sans devenir un soutien indispensable.

Un de mes amis, chef d'entreprise, m'a dit un jour: «être un patron, c'est comme être un vrai père, il faut savoir disparaître un jour.» Dans le rôle de formateur, il y a cet aspect: aider vos participants à trouver leur chemin, leur montrer de nouvelles possibilités, mais leur permettre de devenir libres.

Nous vivons dans une société qui manque de pères. Les vrais pères sont défaillants et refusent souvent d'assumer leur rôle. Ils démissionnent devant la responsabilité de l'autorité paternelle, préfèrent le « laisser-faire », ou la colère périodique.

Il y a, chez nos contemporains, une grande attente d'être pris en charge par un « père » de remplacement. Ce rôle, ils vous demanderont de le jouer. C'est tentant, valorisant... et dangereux. Ce que l'on appelle le « transfert » est un mécanisme utile dans la transmission des connaissances. Que vos participants se mettent pour quelques heures dans la peau d'un enfant qui écoute un « parent » peut les aider en les rendant disponibles, plus malléables pour être formés, plus ouverts. Mais vous ne devez pas perdre de vue qu'à la fin, ils se retrouveront seuls.

Vous ne serez plus là pour les aider, et si, pendant votre action de formateur, ils n'ont pas appris à se débrouiller seuls, s'ils n'ont pas compris que vous n'étiez pas là pour les prendre en charge, mais pour les guider, ils risqueront de se retrouver dans une situation moins bonne qu'avant de s'adresser à vous, ou de vous demander de jouer ce rôle sans arrêt, pendant et après le séminaire.

Difficile aussi, ce rôle d'animateur formateur, parce que vous devez vous oublier vous-même souvent pour bien comprendre vos interlocuteurs. Imaginez-vous devant un téléphone; Si vous voulez

appeler quelqu'un, vous devez composer son numéro, pas le vôtre. Pourtant, beaucoup de soi-disant formateurs composent leur propre numéro, se parlant à eux-même en croyant s'adresser aux autres. C'est tellement plus facile !

Vous devrez donc apprendre à accepter les croyances, les opinions d'autrui, même si elles sont radicalement opposées aux vôtres. Bien sûr, si vous êtes certain que votre interlocuteur est dans l'erreur, vous pourrez essayer d'amener une prise de conscience de sa part, mais toujours il vous faudra d'abord le comprendre pour savoir comment l'aider.

Cela semble si simple à dire, nous le verrons, c'est extrêmement difficile à pratiquer, surtout au début. Si, par exemple, vous avez le trac, vous aurez tendance à prendre toute question ou toute objection comme une attaque personnelle au lieu de comprendre l'autre et l'aider. Vous répondrez en fonction de vous et non de lui.

Difficile encore, ce métier de formateur, sur le plan énergétique. Si vous aidez les autres à se recharger d'énergie, à trouver en eux la source de leurs facultés secrètes ce sera au prix de dépenses personnelles importantes.

En sortant vos antennes pour percevoir ce qui se passe dans cet auditoire, en exprimant avec impact une idée nouvelle, en étant perpétuellement éveillé, attentif, vigilant, vous dépenserez de l'énergie. A moins que vous ne soyez doté d'une de ces personnalités qui fabriquent de l'énergie à en revendre, vous devez être attentif à cet aspect de votre métier.

Difficile il est enfin de devenir « l'homme-orchestre », « l'homme aux talents multiples et à l'ingéniosité sans fin » que nécessitent tous les aspects plus techniques de votre métier. Mais c'est aussi un aspect plus enrichissant.

Peut-être, êtes-vous étonné par le mot « métier » employé ici. Je l'emploie à dessein. Il est plus noble que d'autres et je compte vous aider à devenir un vrai professionnel de la formation, et non un de ces nombreux touche-à-tout qui sévissent dans la profession.

Regardez autour de vous: trop souvent convaincus d'être des spécialistes, les gens cessent d'apprendre, de se perfectionner, de chercher à mieux faire.

Pour mieux illustrer mon propos, je vais vous raconter une anecdote personnelle. C'était dans les débuts de ma carrière professionnelle. Je cherchais du travail. Vous savez, les petites annonces du «Figaro » épluchées tôt le matin, «Le Monde», les

curriculum vitae, les « on vous écrira », les espoirs et les déceptions. Des propositions fréquentes attirèrent mon attention: « Animateur de vente. Plusieurs années d'expérience demandées »

Animateur, certes je l'avais été, conférencier aussi. De formation: un peu moins, pour réseau de vente: pas du tout, mais avec un peu d'aplomb... ma bonne présentation ferait le reste !

Me voici donc en place, tout se passe bien jusqu'au moment où mon futur patron me demande: « et vous connaissez bien les mécanismes de la vente, bien sûr ? » Pour devenir animateur de formation d'un réseau de vente, cela semblait logique. J'acquiesçai.

« Bon, alors je vais me permettre de vous poser quelques questions. Commençons par les étapes de la vente. Pouvez-vous me les décrire ? » Le ciel me tomba sur la tête, Je n'en avais nulle idée. Pour chasser mon angoisse, j'inspirai un bon coup... et l'inspiration vint.

Me souvenant d'un livre sur les processus de la publicité, je hasardai «On les résume par AIDA Attention, Intérêt, Désir et Action». « Bien. » Je m'apprêtai à soutenir un nouvel assaut, lorsqu'un coup de téléphone salvateur vint me tirer de ce mauvais pas.

Rendez-vous fut pris, pour continuer le lendemain.

Dans l'intervalle, je me procurai tous les livres traitant de vente. J'écumai bibliothèques et librairies. Je les lus le soir en lecture rapide, pris des notes, et le lendemain, j'en savais plus que mon interlocuteur. Je fus engagé et j'eus bientôt l'occasion de pratiquer ces nouvelles connaissances.

Depuis, j'ai souvent rencontré des personnes qui avaient embrassé d'un seul coup une profession.

Une secrétaire, notamment, devint directeur de la fabrication, dans une agence de publicité se faisant initier par les fournisseurs, dès les premiers 15 jours de son nouveau métier.

Ces expériences m'ont appris:

- à ne pas m'enfermer dans une image de moi-même limitée,
- à ne pas surestimer les connaissances des soi-disant professionnels.

Encore aujourd'hui, je rencontre chaque jour des personnes qui, en lisant un livre ou deux, pourraient réaliser leur travail beaucoup mieux, en moitié moins de temps.

Être un vrai professionnel, c'est ne pas s'enfermer dans la routine de sa profession, et toujours chercher à mieux faire.

Il n'y a pas de limites à cela, comme animateur de formation. Et ce n'est pas parce que cette occupation doit être simplement un passe-temps ou une activité complémentaire qu'il faut la prendre à la légère.

Chercher, s'informer et apprendre, c'est comme semer: une graine de blé donne des épis, eux-mêmes constitués de graines. Votre effort vous sera rendu au centuple.



1. Cours, conférences ou séminaires ?

Ce sont réellement 3 options différentes. Il n'y en a pas une qui soit la meilleure. Elles expriment des philosophies, des options qui se complètent.

1. Les cours:

Par cours, j'entends un enseignement progressif réparti dans le temps. Un cours sous-entend un local, une adresse permanente.

Le cours permet des travaux pratiques à domicile. L'investissement est moindre pour vos participants. Le cours est un travail plus sérieux, plus en profondeur, parce que plus intimement lié à la vie courante. Mais car il y a un mais -- il est difficile de créer un climat, en une seule séance.

Le séminaire, en créant une atmosphère favorisante, donne souvent de meilleurs résultats.

2. Le séminaire:

Le séminaire est, à mon avis, la formule idéale.

Il correspond à la vie moderne. L'homme aujourd'hui désire obtenir des résultats rapides.

- Le groupe est un facteur sécurisant et motivant.
- L'unité de temps et de lieu crée une « atmosphère » irremplaçable.
- Le contact humain, les relations nouvelles nouées pendant une réunion, sont un point extrêmement positif.

3. Les conférences:

Contrairement à l'idée reçue que l'on a de la conférence, il est possible d'en organiser qui soient, en fait, de grands séminaires, comprenant des exercices collectifs.

Cela permet un coût encore plus faible, mais évidemment, le contact humain est plus difficile à créer. Il faut pour cela réaliser les expériences en sous-groupe.

Si j'ai finalement opté pour les séminaires et conférences, après avoir essayé les trois, c'est après plusieurs expériences désagréables de cours: certains participants ne peuvent pas venir à tous les cours, ils arrivent en retard et l'impression de progrès est moins nette.

Mais je connais des formateurs qui ont l'expérience contraire, en groupes d'une douzaine de personnes. Il faut en ce cas refuser ceux qui sont en retard, imposer une bonne discipline et garder un niveau de motivation, d'intérêt élevé. On peut même concevoir -- pourquoi pas ? -- des cours particuliers. Mais il est difficile, dans ce cas, d'en vivre.

Un séminaire peut être organisé régulièrement tous les deux ou trois mois, alors que la conférence peut être un événement annuel.

La structure qui m'a donné les meilleurs résultats est la suivante:

Séminaire tous les 2 mois, conférence d'initiation générale, une fois par an, conférence spécialisée une fois par an.

Vous pourrez ensuite relancer tous les « prospects » qui ne sont pas décidés à suivre votre séminaire, en les invitant à votre conférence.

Cette conférence sera aussi l'occasion, pour vos anciens participants d'emmener ou d'inviter des amis, qui, par la suite, pourront suivre votre séminaire.

2. Comment recruter les participants ?

Vos participants

Vos étudiants, vos participants, vous pouvez employer indifféremment les deux termes. Ils se complètent.

Les personnes que vous allez former sont des étudiants, puisqu'ils étudient. Ils sont participants, ou je vous les souhaite tels -- puisqu'ils dialoguent, participent à l'action de formation. S'ils étaient seulement étudiants, nous aurions une situation du genre «ex-cathedra » où le professeur parle et les élèves écoutent. Le mot participant, à l'inverse, ne recouvre pas assez cette notion d'apprentissage d'une matière.

Où les trouver ?

Il y a deux politiques possible lorsque l'on commence une activité de séminaire. Une première consiste à réunir des personnes que l'on ne connaît pas. Cela a l'avantage d'éviter la critique de proches, la crainte d'être jugé en fonction de l'image que ceux-ci ont de vous et non de votre action réelle.

Dans la seconde, plus facile, vous réunissez les personnes sur lesquelles vous avez le plus d'ascendant: ceux que vous connaissez, qui vous connaissent et vous estiment. Cette dernière solution présente plusieurs avantages: « qui se ressemble s'assemble » dit-on. Vos amis, vos parents... Comme ils s'intéressent à vous, ils feront connaître votre action. Cela vous permettra de faire plus facilement accepter votre nouvelle activité et de bénéficier de premiers participants peut-être plus indulgents. De plus, le contact sera facile à établir avec eux.

Vous préférerez peut-être jouer sur les deux tableaux, et réunir personnes inconnues et proches.

Quoi qu'il en soit, commencez par remplir attentivement la liste qui se trouve aux pages suivantes.

Gardez cette liste près de vous pendant quelques jours. Gardez-la

près de votre lit, dans votre voiture, etc. Rajoutez-y des noms, ne vous dites jamais « ça y est, j'ai fait le tour de la question, je ne vois plus personne à y mettre ». Vous avez rencontré DES CENTAINES et même DES MILLIERS DE PERSONNES dans votre vie.

Retrouvez-les.

1 -- Gardez cette liste à portée de la main et dès que vous pensez à un nom, ajoutez-le.

2 -- Remplissez cette liste systématiquement: vous vous souviendrez plus rapidement de tous les amis qui peuvent être intéressés.

3 -- Passez une semaine en compagnie de la liste. Rêvez-en (gardez-la près de votre lit), pensez-y en travaillant, en conduisant, dans toutes les circonstances de la vie. Répétez-vous la phrase suivante: « Je connais d'autres personnes et je peux retrouver leurs adresses. »

4 -- Contactez-les et invitez-les éventuellement à une réunion d'information.

a) Dans votre vie professionnelle: associés, anciens clients, anciens concurrents» membres d'associations et organisations professionnelles.

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

b) Au cours de vos études: amis, enseignants, camarades d'école, de lycée, d'université et leurs parents.

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

c) Au cours de vos activités professionnelles ou familiales: commerçants, docteurs, artisans, réparateurs, administrations, etc...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

d) Contacts dus à votre rôle de parent : membres de l'association des parents d'élèves, enseignants, parents de camarades de vos enfants, etc...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :

Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

e) Dans votre résidence actuelle ou ancienne: voisins, etc...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

f) En tant qu'automobiliste : garagistes, assureurs, personnel de station-service, auto-stoppeurs, etc...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

g) Vos parents, amis, connaissances, relations...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

h) Contacts dus à vos activités sportives, à vos loisirs, vos voyages, etc...

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :

Adresse :

Téléphone :

Portable :

Email :

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

i) Contacts dus aux activités de votre conjoint : professionnelles, sportives, sociales, etc...

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	

Téléphone :	Portable :
Email :	

Nom :	
Adresse :	
Téléphone :	Portable :
Email :	

Lorsque votre liste sera bien avancée, commencez à téléphoner. Reprenez contact, et, si cela est possible, ne parlez pas le premier de l'objet de votre appel. Laissez votre interlocuteur vous poser la question « Et toi, que deviens-tu ? ».

Vous pouvez commencer par une réunion d'information, ou d'initiation, une soirée, par exemple, et réunir une vingtaine de personnes. Il serait bon d'y faire aussi un exercice pratique de démonstration.

Quelle participation leur demander ?

Si vous conviez amis ou relations à un séminaire, un des freins que vous aurez à surmonter est la difficulté de leur faire payer une participation.

Évidemment, vous serez tenté de leur offrir. C'est le plus mauvais service que vous pourriez leur rendre. Difficile à admettre, peut-être, mais profondément vrai. L'argent n'est rien, mais c'est un symbole. Le montant de leur participation importe peu. Il faut qu'il soit dans leurs moyens, voilà tout, et qu'il vous semble juste.

En versant une somme d'argent, on s'engage. Un peu vis-à-vis de celui que l'on paie, beaucoup vis-à-vis de soi-même. En payant, on prend une décision. Si je paie c'est que cela m'intéresse assez pour que je donne en échange le temps, une part de mes biens, etc., que représente cet argent. Si je ne paie pas, je peux toujours rester en dehors, en observateur.

L'observateur est l'opposé du participant. Il regrette de ne pas participer et compense en étant souvent critique et hostile. Moins vous aurez d'observateurs dans vos séminaires, mieux vous vous porterez. La présence d'un observateur inhibe. Pensez au mot « voyeur ».

Concernant le montant minimum, je vous conseille de prendre tous vos frais (publicité, location de salle, timbres, connexion internet, secrétariat, déplacements, amortissement de ce programme, etc.) et de les diviser par le nombre de participants. Cela vous donnera une somme modeste qu'il serait bon au moins de doubler. Mais en tout cas en dessous de laquelle vous ne devez jamais descendre.



3. D'autres moyens de recrutement

Les affichettes

Composées sur votre PC ou mac ou même imprimées, vous pourrez les afficher partout. Mettez-vous d'accord avec un adolescent de votre connaissance pour qu'il en mette:

- dans les librairies,
- dans les écoles et lycées,
- dans les universités,
- dans les comités d'entreprise.

D'une façon générale, dans tout endroit où il y a un tableau d'affichage. Faites attention ! Souvent la personne intéressée détachera et empochera tout simplement votre affichette. Quelquefois, le tableau n'ayant plus de place libre, une autre personne mettra son affichette sur la vôtre. Vous devez donc veiller à plusieurs reprises à ce que toutes vos affichettes soient bien visibles, et à en remettre si besoin est.

Séminaire de

RELATIONS HUMAINES

Organisé par le Centre de Formation Verdi les 12 et 13 octobre

- Apprenez à parler en public
- Exprimez facilement ce que vous ressentez
- Elargissez le cercle de vos relations
- Communiquez mieux.

Renseignement et documentation gratuits au

C.F.V., 356, rue Parron, 60230 ARTOIS

Tél.: 04.62.88.33

Email : seminairecfv@free.fr

Peut-être êtes-vous en train de vous dire « Quel travail! » « Je me voyais animer des séminaires, mais pas faire toutes ces démarches pour recruter des participants ».

Mettons les choses au point. Il ne sert à rien d'être animateur de formation si vous êtes seul, sans auditoire, ou si vous vous retrouvez avec 5 ou 6 personnes dans une pièce conçue pour 25.

Si vous n'êtes pas capable de recruter vous-même vos participants, vous pouvez vous adresser à un organisme ou à une personne. Ces solutions sont aussi envisageables, nous le verrons plus loin.

Exercice:

Réalisez 3 affichettes très différentes les unes des autres. Collez-les sur 3 tableaux d'affichage distincts et changez-les de place chaque semaine (de cette façon chaque affichette aura été sur les 3 tableaux). Notez l'affichette qui a donné les meilleurs résultats, et essayez de comprendre pourquoi.

La presse locale

Très souvent, l'annonce des conférences est gratuite dans la presse locale. Envoyez votre « prière d'insérer » assez longtemps à l'avance.

Le texte devra être assez court du type:

Comment animer un cercle de qualité

Conférence-débat organisée par Jules Tartempion

le 31 mars, 19h 00 à l'hôtel Machin, 22 rue des victoires, Paris XXIIème

Participation 20 F -- 10 F pour les étudiants.

Programme : www.programmequalite.com

Là encore la participation vous permettra de filtrer les entrées et d'éliminer les simples curieux qui ne sont pas vraiment intéressés. De plus, vous pourrez payer la salle et peut-être quelques rafraîchissements pour la fin du débat.

La presse nationale

Il y a de bons supports dans la presse nationale. Souvent ils annoncent aussi les conférences gratuitement.

Grande presse (petites annonces):

Le Figaro, Le Monde, Pariscope, L'Officiel des Spectacles (petites annonces).

Presse spécialisée (annonces conférences).

Comment rédiger votre annonce

Nous venons de voir des exemples de « prospection » assez simples et peu onéreux. Mais vous désirez peut-être passer à des annonces plus conséquentes dans un journal gratuit d'annonces, par exemple. Dites-vous bien que l'important est plus **ce que vous y mettez** que l'espace dont vous disposez (encore que ce dernier soit aussi très important). Ces règles générales qui les sous-tendent sont les suivantes:

- 1) Un gros titre qui s'adresse directement au lecteur
- 2) Un sous-titre qui vient renforcer ce gros titre
- 3) Un développement qui suscite l'intérêt du lecteur, en présentant les avantages qu'il peut escompter, prouve les arguments énoncés, soit par une référence à des éléments connus, soit par des citations, références, etc.
- 4) Une conclusion qui rassure et motive à prendre une décision rapidement.
- 5) Une adresse, ou, mieux, un coupon-réponse clair qui invite à agir.

Avant de passer à une grande annonce, je vous conseille de commencer par tester votre titre dans une petite annonce.

Le « 2 temps »

Une proposition en 2 temps sera sans doute utile. Je m'explique: vous proposez « Documentation gratuite contre 2 timbres » ou « Programme détaillé sur demande » ou encore « Veuillez me faire parvenir "Comment développer votre mémoire" » (vous pourriez employer le texte de la conférence tapée et photocopiée, ou ronéotypée jointe à ta proposition d'une conférence ou d'un séminaire, ou utiliser le « Press book ») gratuitement sans engagement de ma part joindre 2 timbres pour frais d'envoi. »

Vous vous constituerez ainsi ce que l'on appelle une « liste de prospects » et vous pourrez relancer ces personnes lors de vos prochains séminaires.

En lisant les petites annonces, soyez bien attentif à ce que font les autres formateurs pour recruter leurs participants. Examinez les mots qu'ils emploient. Surveillez les titres et sous-titres des revues spécialisées: peut-être pourraient-ils faire de bons titres pour votre annonce ? Lisez attentivement et étudiez les lettres que vous recevez.

Si les autres emploient tel ou tel aspect d'argumentation publicitaire, ce n'est pas un hasard. Chaque mot a été pensé, mesuré, testé. Vous devez en tenir compte...

Les lettres

Une fois votre liste « prospects » constituée (vous pouvez aussi louer un fichier, voir annexe en fin d'ouvrage), vous devrez leur

adresser des lettres, les conviant à participer à votre séminaire.

En les écrivant, pensez à la personne qui va les recevoir. Je vais vous donner quelques-unes des leçons que plusieurs années d'expérience m'ont apprises:

- 1) Votre destinataire est pressé et préoccupé. Il doit voir vite de quoi il s'agit, et si cela l'intéresse une « accroche » (petite phrase manuscrite écrite de travers en haut) ou la première phrase du texte rempliront cette tâche.
- 2) La lettre doit être centrée sur votre correspondant: « Rappelez-vous que la personne avec qui vous conversez, s'intéresse 100 fois plus à ses désirs, et à ses problèmes, qu'à vous et vos préoccupations. Sa rage de dents la tourmente davantage qu'une famine qui a causé la mort d'un million de Chinois. Un furoncle dans son cou, l'inquiète bien plus que 40 tremblements de terre en Afrique. » Dale CARNEGIE.
- 3) Plus votre lettre aura l'aspect d'une lettre personnelle, plus elle aura d'impact.

Il m'est souvent arrivé de taper lettre par lettre, le nom du destinataire («Cher Monsieur Verbois», ou «Chère Annie Lestin»), avec la même machine à écrire, pour bien montrer que cette lettre s'adresse à lui. Maintenant des traitements de texte comme Word le font facilement.

- 4) La sincérité est la clef du succès. Elle se sent. Avec sincérité, même la maladresse peut passer. Vous trouverez quelques exemples de lettres que j'ai écrites dans les pages suivantes.

Certaines sont encore trop « commerciales », pas assez sincères et personnelles, mais il faut se méfier de la tendance inverse: c'est de loin la plus répandue !

- 5) Mettez bien en relief ce que vous pouvez apporter à votre destinataire, ou plutôt, non: ce qu'il pourra retirer,, lui, de son séminaire. (Vous le voyez, la formulation est très importante.)
- 6) Essayez plusieurs lettres et mesurez les résultats. Seule l'expérience vous enseignera ce qui est bon. Rappelez-vous · écrire une lettre est un des exercices de compréhension des autres les plus difficiles qui soient. Vous devez vous mettre réellement à leur place.

Voici quelques exemples:

« Cher correspondant et ami,

Dans quelques semaines, je viens vous voir, pour vous faire vivre les deux jours les plus passionnants de votre vie.

De quoi s'agit-il ?... de vous, vous l'avez deviné, de ces potentialités extraordinaires que recèle votre subconscient, des pouvoirs qui sommeillent en vous, de votre faculté de communiquer, d'influencer les autres.

Franchement, j'ai un peu hésité à révéler toutes les méthodes qu'une huitaine d'années de recherches dans ce domaine m'ont apprises. Mais je crois que le moment est venu. Vous faites partie des quelques personnes les plus à même de profiter de cet enseignement. Votre intérêt pour le « développement personnel », votre recherche d'informations pratiques et sérieuses le montrent.

Alors, j'ai réuni toutes mes connaissances pour bâtir le séminaire le plus enthousiasmant et le plus complet créé à ce jour. Des expériences, des méthodes pratiques, des exercices. Rien que du concret. Lisez le programme. J'ai la certitude que des milliers de personnes aimeraient avoir la chance qui s'offre à vous:

- ce séminaire se déroule près de chez vous,*
- il fait le point des dernières recherches pratiques en relations humaines (beaucoup sont encore totalement inconnues en France),*
- je m'occuperai personnellement de vous.*
- vous disposerez d'une série d'outils pratiques de réussite, d'expérience et de recherche,*
- votre participation aux frais est minime.*

Voilà. Je sais qu'il sera difficile d'avoir une place dans ce séminaire, et j'ai tenu à vous prévenir en priorité. Profitez-en à temps. Ce week-end est unique, les places sont limitées et réservées à mes correspondants. Retenez votre place dès maintenant.

A bientôt, en toute amitié »

« Cher correspondant et ami,

En vérifiant la liste des participants, je m'aperçois que vous n'êtes pas encore inscrit au séminaire de relations humaines de Genève. Or

ce séminaire sera le dernier que j'anime moi-même.

Il est réservé à mes amis, à quelques personnalités et journalistes. Nous ne serons sans doute pas plus d'une vingtaine, ce qui nous permettra d'approfondir encore plus le sujet.

J'aurais plaisir à vous y voir, et à m'occuper de vous personnellement.

Un séminaire comme celui-ci permet souvent d'accomplir de véritables petits « miracles ». Je suis sûr que celui-ci vous apportera beaucoup plus que vous n'espérez. Il sera l'expérience la plus passionnante de votre vie, vous donnera la clef de votre potentiel. Il vous permettra de mieux communiquer avec les autres., et avec vous-même.

Marie-Claire Verton, écrivain et spécialiste de la communication organise cette réunion. Prenez contact avec elle aujourd'hui même à cette adresse:

Marie-Claire VERTON

13, rue E. Champrain

GENÈVE.

Au week-end prochain j'espère.

Dans l'attente d'avoir de vos nouvelles par Marie-Claire,

Bien amicalement. »

Participez au nouveau séminaire d' « auto-guérison »

« Cher correspondant,

A l'instant même où vous lisez cette lettre, il se passe des milliards d'événements en vous, dont vous n'avez aucune conscience.

Votre corps réagit aux agressions microbiennes incessantes, il brûle les toxines de votre dernier repas, il élimine les cellules défectueuses qui pourraient provoquer une tumeur.

Votre cerveau émet des milliers de messages, aussitôt captés par

vos organes, qui vous permettent de voir, de bouger, de comprendre, de Vivre.

Sans arrêt, 24 heures sur 24, une activité extraordinaire vous habite. Votre organisme lutte constamment pour atteindre l'équilibre que l'on appelle:

LA SANTE.

Et puis un jour - ou peu à peu -, c'est la panne, la maladie. Pourquoi ? Que faire ?

La Médecine Holistique est en train d'apporter des réponses complètement nouvelles à ces problèmes.

Elle vous offre, par exemple, de savoir ce qui ne va pas avant même qu'un malaise ne se manifeste ou qu'une radiographie ne le montre.

Elle vous montre l'étendue infinie des pouvoirs de votre cerveau, pouvoirs bien supérieurs aux médicaments de la médecine « classique ». Elle vous ouvre la connaissance des énergies qui gouvernent votre corps.

Pour faire le point de tout cela, découvrir le « pourquoi » et le « comment » et apprendre vous-même ces techniques, participez au séminaire:

« AUTOGUÉRISON »

animé les 19 et 20 mai prochains.

Pour vous et vos proches, voulez-vous connaître la vraie santé un état de force et de pleine possession de votre potentiel physique et mental ? Voulez-vous gagner des années, voire des dizaines d'années de Vie ?

Cela vaut-il 2 jours de votre temps ? ~ Je le crois sincèrement. Le programme du congrès, feu suis sûr, vous en apportera la preuve.

Espérant avoir le plaisir de vous voir les 19 et 20 mai, je demeure,

Votre dévoué.

P.S.: J'ai volontairement réduit le nombre de places disponibles par rapport à l'année dernière. Les inscriptions seront closes très à l'avance. Je vous conseille donc de renvoyer votre pré-inscription aujourd'hui même. »

Participez à un séminaire de Dynamique Mentale

« Quelques minutes d'alpha, et vous atteindrez déjà un état de détente physique inconnu jusqu' alors.

Quelques heures de Dynamique Mentale, et vous deviendrez maître de vos réflexes, maître de vos énergies.

C'est alors que vous parviendrez à la phase essentielle: l'entraînement psychique.

Vous avez, comme tout être humain, des objectifs qui vous sont chers: je vous enseignerai la technique pratique pour les atteindre. Vous deviendrez maître de vos émotions ~ maître de vos pensées. Vous posséderez un rayonnement intérieur, une sérénité que l'on vous enviera.

Vous projetterez sur la vie un regard nouveau: le regard de la réussite.

Vous vous dites peut-être: « Tout cela est bien beau, mais soyons raisonnables. Il ne faut pas prendre ses désirs pour des réalités. »

C'est vrai pour la plupart des gens.

Je le croyais moi aussi.

Pourtant, je le vérifie chaque jour, il est vraiment possible de transformer la plupart de nos désirs en réalité.

Le tout est de savoir comment, de connaître les MOYENS de cette transmutation. Ils existent, pour chacun d'entre nous ~ pour VOUS aussi.

Ces moyens, je les ai cherchés, découverts, vérifiés, et /'ai décidé de consacrer ma vie à les faire connaître. L'idée que vous puissiez en avoir besoin, que la vie vous échappe sans que vous en tiriez le meilleur alors que la solution est là, à votre portée., me tourmente. Je sais trop qu'il faut souvent si peu de choses pour que la vie soit belle, qu'on la respire à pleins poumons, avec la joie de la réussite et de l'amour au cœur !

Il serait vraiment dommage que, comme ce vieux mineur qui est mort dans la misère, à quelques mètres du filon aurifère le plus fabuleux d'Afrique du Sud, vous perdiez l'occasion de trouver le plus fantastique gisement d'idées, de réussite, de santé auquel vous puissiez rêver: Votre Subconscient.

Votre vie est peut-être bonne, mais, en utilisant pleinement votre potentiel, vous pouvez la rendre meilleure encore, pour Vous et pour vos proches. Cela n'est-il pas votre devoir d'Homme ?

Je pense souvent à tout cela.

Comment vous aider ? Comment vous initier à la Dynamique Mentale? Comment vous prouver ce que j'avance ?

Voici la solution:

Participez au séminaire exceptionnel et unique de Dynamique Mentale.

Vous y apprendrez l'essentiel du séminaire Alpha : La maîtrise du niveau alpha, la méthode de visualisation des couleurs, la programmation positive, la Psychocybernétique (Connaissance et transformation de l'image de soi, comment atteindre un objectif personnel, améliorer sa mémoire et sa créativité

Je vous guiderai au travers de ces 7 cycles d'exercices pratiques, qui sont, mot pour mot, ceux du séminaire Alpha.

Alors que la participation normale à un séminaire Alpha coûte plus de ... €, je vous invite à cette journée pour ... € seulement (en pré-paiement.

Je crois faire ainsi de mon mieux pour vous faciliter l'ouverture de la porte du succès. C'est à Vous maintenant de répondre: êtes-vous satisfait de votre sort actuel, ou pensez-vous valoir mieux ?

Répondez-moi assez vite, car la salle que j'ai prévue ne peut contenir que 70 personnes.

Votre dévoué.

P.S.: Peut-être pensez-vous tout connaître des lois de la maîtrise mentale et de la réussite. Mais la connaissance intellectuelle n'est pas suffisante: je vous propose de vivre l'expérience de la maîtrise mentale, d'apprendre et de pratiquer les lois de la réussite. »

Exercice:

Rédigez une lettre pour inviter vos amis et connaissances à une réunion d'information sur: « Les relations humaines, clefs de la réussite professionnelle. »

Un autre moyen: le téléphone

Je l'ai vu employé avec grand succès pour organiser un séminaire de sophrologie. Deux jeunes femmes se relayaient pour téléphoner aux personnes qui avaient demandé des renseignements.

Pendant que l'une téléphonait, l'autre cherchait dans l'annuaire les numéros de téléphone.

Le «Marketing téléphonique» est très efficace.

Le web

Prenez un moteur de recherche comme www.google.fr et cherchez des séminaires sur le sujet qui vous intéresse. Etudiez la stratégie adoptée par les autres animateurs pour recruter des participants.

Le web a un état d'esprit particulier. Ce qui est commercial n'y a pas très bonne presse. Il faut donc être vigilant.

Il est bon d'animer votre propre newsgroup, de participer à d'autres en donnant généreusement de l'information. Vous aurez ainsi des gens qui vous contacteront pour en savoir plus.

Vous pouvez aussi éditer un bulletin – une newsletter –, publier un eBook, créer un site et le faire référencer... Il y a quantité de moyens de se faire connaître sur le web, et les coûts sont peu élevés.

Vous faire engager par un organisme

Vous pouvez aussi vous faire engager par un organisateur de séminaire, une entreprise, ou un organisme de formation. Il vous suffit d'écrire ou de prendre contact avec eux (voir annexe en fin d'ouvrage pour les adresses).

Surveillez la presse spécialisée, ainsi que « Le Point », « Le Monde », « Le Figaro ». Il y a souvent des propositions de postes d'animateur de formation.

· Mais le mieux, bien sûr, est de trouver soi-même sa clientèle. La rémunération sera beaucoup plus importante.

De nouvelles solutions

J'ai énuméré jusqu'à présent les moyens les plus classiques, pour

recruter vos participants, ceux qui ont fait leurs preuves. Maintenant c'est à vous de mettre en oeuvre votre créativité personnelle. Vous pouvez essayer le bus-mailing, les annuaires, les expositions.

Il y a, certainement, des centaines d'autres solutions.

Suivant votre sujet prendre contact avec des médecins, des associations, des journalistes, le Rotary ou le Lyons, des groupes de recherche divers, organisations théâtrales, écoles supérieures, club de vacances, etc.

Exercice:

A vous maintenant d'avoir d'autres idées de sources de références, de lieux de conférence et de moyens de recruter vos participants.

Les références

Réfléchissez à cette question:

A part vous, qui sera le mieux placé pour parler de votre séminaire et y amener des participants ?

La réponse est simple: vos premiers étudiants.

D'abord, parce qu'ils pourront juger par eux-mêmes des bienfaits de votre enseignement et en parler en connaissance de cause.

Ensuite, parce qu'ils auront envie de partager leur expérience avec leur entourage, et voudront le convaincre de la réalité de ce qu'ils ont eux-mêmes vécu.

Le bouche à oreille est la meilleure des « Publicités ».

Comment faire pour obtenir le nom des personnes qui pourraient être intéressées par votre action ?

Demandez-le à vos participants, à la fin du séminaire ou en réunion de suivi.

Dans mes séminaires, j'utilise une simple feuille de papier ainsi imprimée:

Nom	Prénom
Adresse	
Code postal	Ville
Email	

Nom	Prénom
Adresse	
Code postal	Ville
Email	

Nom	Prénom
Adresse	
Code postal	Ville
Email	

Nom	Prénom
Adresse	
Code postal	Ville
Email	

Nom	Prénom
Adresse	
Code postal	Ville
Email	

Ne mettez pas plus de 5 possibilités. S'il y en a trop, la personne a l'impression qu'elle n'arrivera jamais à tout remplir. Par contre, une personne qui veut en mettre plus peut toujours utiliser le verso de la feuille.

Faites bien préciser « de la part de M... ». Si votre source de références veut garder l'anonymat, notez-le soigneusement et respectez son souhait.

Vous pourriez peut-être ajouter en haut de la feuille une phrase du genre:

« Si vous estimez que le séminaire auquel vous venez de participer est intéressant. Si vous pensez qu'une telle initiative doit être encouragée, je vous serais reconnaissant de bien vouloir remplir la liste ci-dessous:

« Veuillez faire parvenir, de ma part, une documentation gratuite sur votre séminaire à ... »

Vos entretiens téléphoniques

Vous aurez des personnes qui vous contacteront par téléphone pour en savoir plus long sur vos activités. D'autres voudront s'inscrire par téléphone. Bref, vous devez savoir quoi faire dans ce genre de situations.

A -- La personne vous téléphone le plus souvent pour être rassurée. Sur quoi? Laissez-la parler, elle vous le dira d'elle-même.

Lorsque vous avez bien cerné les intérêts de votre interlocuteur, renforcez son attente. Expliquez-lui ce qu'il apprendra dans le domaine qui l'intéresse, montrez-lui l'intérêt et l'originalité de votre enseignement, etc.

B -- Obtenez toujours son nom et son adresse. Parlez-lui d'une documentation gratuite, des prochaines dates de séminaire que vous

lui enverrez: trouvez un moyen de le mettre dans votre fichier prospect. Il peut très bien être motivé, mais ne pas avoir vraiment le temps maintenant. Il faut pouvoir le tenir au courant.

C -- Ne « vendez » pas trop. Vous connaissez sans doute l'histoire de la jeune fille, très catholique, qui veut épouser un jeune homme qui est athée. Ses parents lui opposent un veto formel à moins que le jeune homme ait « de la religion ». Invitation de la mère et de la fille et savant travail de persuasion pour qu'il se convertisse.

Quelques semaines après, elles font tant et si bien..., qu'il rentre au séminaire et devient curé !

Morale de l'histoire: à trop vendre, on obtient souvent le contraire de ce que l'on recherchait.

N'essayez pas de « vendre », mais de voir et d'expliquer en quoi ce que vous faites aidera votre prospect à atteindre ses objectifs.

D -- Concluez. Point de bon entretien téléphonique sans conclusion. Celle que je préfère est: « Le nombre de participants est limité et il ne me reste plus de place. Au cas où j'aurais une défection de dernière minute, voulez-vous que je vous téléphone 9. » Il ne faut pas abuser de cette conclusion, mais elle permet de donner de la valeur à la participation.

On accorde toujours plus de valeur à ce qui est difficile à obtenir.

Une autre variante:

« Il ne me reste que deux places, voulez-vous que je vous en retienne une ? »

Mieux encore:

« Jusqu'à demain vous pouvez bénéficier du tarif préférentiel pour inscription à l'avance. Cela vous fait gagner ... €. Que préférez-vous ? Le tarif préférentiel ou l'inscription sur place ? »

Vous n'êtes pas là pour bavarder (seulement). Gardez présent à l'esprit la CONCLUSION. Vous devez aider un peu cette personne à laquelle votre séminaire ferait tant de bien, mais qui a du mal à se décider.

Cependant, si ce que vous proposez ne correspond pas à ce qu'elle souhaite, dirigez-la sur un séminaire qui lui conviendrait mieux. Soyez correct et honnête, vous vous en trouverez toujours bien.



4. Le montant de la participation

Quels sont les montants de participation classiques pour les séminaires ?

Les prix sont très variés. Suivant les cas cela peut aller jusqu'à 1000 € par jour (prix couramment pratiqué en entreprise).

Je vous conseille de ne pas descendre en dessous de 200 € par jour (dans le cas de cours).

Vous trouverez toujours moins cher. Certaines personnes sont prêtes à animer gratuitement des séminaires, rien que parce que cette activité flatte leur ego. D'autres sont passionnées par ce qu'elles enseignent et ont des revenus confortables par ailleurs.

Vous, vous devez pouvoir en vivre. Et même si ce n'est pas le cas, demandez un prix normal, quitte à offrir une meilleure prestation, en achetant des appareils, en offrant des boissons, des documents, des CD ou des livres.

Pensez que plus votre participant investit financièrement, plus il est motivé, intéressé et plus il en retirera. Le séminaire auquel j'ai vu les personnes les plus attentives -- j'y assistais comme participant -- coûtait 5000 € la semaine !

Dépassez les éventuels blocages que vous pourriez avoir vis-à-vis du prix, non pour vous, mais pour vos participants.

Bien sûr, si un étudiant ou un chômeur voulait suivre votre séminaire sans pouvoir le faire pour des raisons financières, accordez-lui une réduction, ou mieux, échangez sa participation gratuite ou réduite contre un « coup de main » pour recevoir les participants, aider au repas, etc.

J'ai pour règle que personne ne soit obligé de renoncer à sa participation pour des raisons financières. Il y a toujours des solutions.

Les formulaires d'inscription

Si quelqu'un désire participer à un séminaire, il doit avoir sous la main, un formulaire, un document à remplir qui lui permette de matérialiser son désir. Sinon, il remettra à plus tard et oubliera -- ou renoncera m.

Concevez donc des formulaires à retourner. En voici quelques exemples:

BON DE RESERVATION

☐ Je désire participer à la 1^{re} journée (repas compris)

☐ Je désire participer à la 2^e journée (repas compris)

☐ Je préfère ne rien manquer (Forfait:XX€ pour les 2 jours)

Veuillez trouver ci-joint mon règlement par:

☐ C.C.P. ☐ chèque ☐ mandat-lettre ☐ mandat international

Nom:
Prénom:
Adresse: rue
N°: Ville:
Code Postal:

BON à retourner à

☐ Je désire réserver une place au séminaire de

des (dates)

à (ville)

☐ Ci-joint € de participation aux frais pour les 2 jours.

☐ Ci-joint € de réservation --je réglerai le solde sur place.

☐ Je ne pourrai pas assister à ce séminaire, ci-joint F pour

la série des exposés et exercices enregistrés en direct sur

cassettes.

par ☐ chèque ☐ C.C.P. ☐ Mandat-lettre.

☐ Je désire seulement une documentation plus complète.

Nom:
Prénom:
Adresse: rue
N°: Ville:
Code Postal:

BON DE RÉSERVATION

(à retourner à _____)

☐ Je désire participer à la première journée de

sur _____, le
de 9 h 30 à 18 h 30 (participation: €).

☐ Je désire participer à la deuxième journée du congrès, le dimanche,
de 9 h 30 à 18 h 30 (participation: €).

☐ Je préfère ne rien manquer, en participant aux deux jours.
(Participation forfaitaire: €.)

Réservez-moi une chambre (facultatif) ☐ modeste

☐ deux étoiles ☐ trois étoiles ☐ quatre étoiles

(l'hébergement n'est pas compris).

Veuillez trouver ci-joint mon règlement par: ☐ C.C.P.

☐ Chèque ☐ Mandat-lettre ☐ Mandat international

Nom:
Prénom:
Adresse: rue
N°: Ville:
Code Postal:

☐ Je serais accompagné de: (dans ce cas, doubler le montant du règlement)

Nom: _____ Prénom: _____

Le congrès se déroulera au centre des congrès

Une convocation vous sera adressée vers le 5 mai.

Les meilleurs résultats sont obtenus avec un simple bon sans montant de réservation à joindre. Mais s'il n'y a pas d'engagement financier, aussi minime soit-il, vous aurez un taux de défection extraordinaire.

Je demande habituellement 25 à 30 % de réservation. Si la personne annule, en prévenant au moins 5 jours à l'avance, je lui rembourse en réservant des frais de secrétariat, si elle ne prévient pas, je conserve les 25 ou 30 %, quitte à les reporter sur un autre séminaire.

Même si ce n'est pas le cas, j'aurais pu refuser des participants, à cause de cette personne qui ne prévient pas, et j'ai dû, de toutes façons, louer sa place, payer son repas, etc., même si elle ne vient pas.

Pensez aux formules à paiements partiels, et aux compléments. Les paiements échelonnés ont un désavantage: 15 % des gens ne les payent jamais. Augmentez donc le prix de 15 % et divisez-le par le nombre de fractions qui vous semble raisonnable.

Les compléments sont destinés à ceux qui veulent tout et n'ont pas de difficultés financières -- leurs exercices ne sont pas indispensables -- mais utiles -- et cela vous permet d'augmenter sensiblement votre séminaire.

5. Comment développer votre clientèle

Une fois votre activité commencée, vous aurez certainement à cœur d'entretenir votre clientèle et de la développer.

La première précaution à prendre à cet effet, est de constituer la liste des nom et adresse de vos participants, pour les tenir au courant de vos activités. Vous pourriez aussi organiser de temps en temps une réunion ci'« anciens » ou créer un club ou une association qui continuera à progresser à la suite des séminaires et à laquelle vous pourriez apporter votre concours ou vos conseils.

Que vous le souhaitiez ou non, vous allez avoir une « image de marque ».

Une image de marque est une association d'idées et d'images positives à votre sujet. Vous pouvez concentrer symboliquement cet ensemble sous la force de ce que l'on appelle un logotype ou un sigle.

Le logotype est une représentation originale de vos initiales -- ou de celles de votre organisme de formation --. Le sigle est un symbole, une image qui le représente.

Voici par exemple le logo du Club-Positif :



Cette focalisation sur un symbole qui représente votre action, aidera vos correspondants à vous différencier de la masse des informations qui l'assailent chaque jour et à vous lire plus attentivement, par exemple.

Vos rapports pendant et après le séminaire avec vos étudiants

continueront à contribuer à votre image de marque.

Là encore, nous retrouvons deux extrêmes à éviter.

1 -- Celui de l'animateur de formation qui passe son temps à servir de soutien et de confesseur -- (Pensez à une voiture dont la boîte de vitesse serait au point mort. Vous pouvez la pousser de toutes vos forces, elle bougera, certes, roulera même, mais s'arrêtera quelques mètres plus loin ou en bas de la descente) --.

2 -- Celui de l'animateur de formation qui se désintéresse de ses étudiants après qu'ils aient suivi son séminaire -- (Quelquefois, il suffit de pousser un peu une voiture, pour que le moteur démarre et qu'elle avance ensuite sans aide extérieure) --.

L'idéal serait, lorsque quelqu'un s'adresse à vous, de lui donner toute l'aide possible en lui fournissant les moyens d'atteindre son objectif. Si, par la suite, il ne les met pas en action, par inertie, manque de courage, laissez-le tomber.

Il vaut mieux que vous consacriez votre temps à ceux qui en ont vraiment besoin et qui seront capables, après une aide de départ, de se suffire à eux-mêmes, ensuite.

Bien sûr, il y a les cas particuliers, où vous sentirez qu'il faut aider à plusieurs reprises, mais que le potentiel est là m (Lorsque le moteur est noyé, il faut quelquefois pousser à plusieurs reprises, pour qu'il démarre) --.

Mais si un participant vous demande de l'aide, que vous sentez qu'il est motivé, soyez prêt à faire n'importe quoi pour lui, surtout s'il vous montre par son action qu'il en « veut ».

Vos rapports avec la presse

Votre « image de marque » dépend aussi de vos rapports avec la presse.

Il y a quelques idées toutes faites dont vous devez commencer par vous débarrasser:

1 -- LA PRESSE EST OBJECTIVE: La presse objective n'existe pas. Elle dépend de la subjectivité du journaliste, du rédacteur en chef, du metteur en page.

2 -- LA PRESSE VOIT D'UN OEIL FAVORABLE CE QUI EST NOUVEAU: Cela peut arriver, mais c'est rare. Les journalistes sont souvent hyper-critiques et cherchent ce qui est négatif - (le négatif se

vend beaucoup mieux. Un journal augmentera son tirage, en titrant de mauvaises nouvelles).

La presse, comme la plupart des individus, a peur de la nouveauté

3 -- CE QUI EST DIT SUR VOUS, PAR LA PRESSE, PEUT FAIRE VOTRE RÉUSSITE, OU COULER DÉFINITIVEMENT VOTRE ENTREPRISE: Il est bien rare que la presse suffise à faire la réussite d'une entreprise de formation. Mais elle peut y contribuer grandement, inversement, si un article négatif ou critique paraît sur vous, un pourcentage ridicule de votre clientèle potentielle le lira, et fort peu le retiendront. Par contre, vos « bons amis » se feront un malin plaisir de vous annoncer la bonne nouvelle.

Vous me répondez: - Quel est donc l'avantage de la presse, si elle a si peu d'impact ?

Regardez comment les distributeurs cinématographiques utilisent les articles et critiques de leurs films. Ils en photographient des passages, les agrandissent et les placardent à l'entrée des cinémas. Ils en tirent des citations pour leurs annonces publicitaires.

C'est la meilleure utilisation. Si vous avez de bons articles, faites-en des « tirés à part » ou imprimez les meilleurs passages sur le document de présentation de votre séminaire. Le pouvoir de la chose imprimée est tel qu'il apporte une preuve quasi-indiscutable aux yeux de la plupart des gens. S'ils savaient que souvent le journaliste ne fait que recopier un texte tout prêt que lui propose une séduisante attachée de presse !

Résumons-nous. Il est intéressant d'avoir des articles sur votre activité dans la presse. Je vous déconseille néanmoins fortement d'inviter un journaliste, gratuitement à votre séminaire dans ce but, à moins qu'il ne soit réellement intéressé par ce sujet.

Dans les autres cas, vous pouvez consentir une réduction, vous n'invitez pas gratuitement. Ne croyez pas qu'en invitant un journaliste, vous l'obligez à votre égard.

Les journalistes ont l'habitude d'être invités. Pour eux c'est normal et ils ne seront absolument pas reconnaissants.

Bien souvent c'est même le contraire.

Avoir une personne critique dans un séminaire, un observateur qui ne participe pas, sont des handicaps sérieux pour la réussite de l'ambiance.

N'hésitez pas à proposer aux rédactions de rédiger vous-même un

article. Si vous écrivez mal, demandez à l'un de vos amis de le faire. Et surtout, PENSEZ A LA PERSONNE QUI VA LIRE CET ARTICLE.

Écrivez simplement et mettez en avant les avantages réels que peuvent tirer les participants.

Un dernier point important: N'ACCEPTEZ DE JOURNALISTES QU'A LA CONDITION EXPRESSE QU'ILS VOUS FASSENT LIRE LEUR « PAPIER » AVANT DE LE REMETTRE A LEUR RÉDACTION.

Trop souvent ils comprennent de travers, écrivent n'importe quoi en toute bonne foi ou omettent les points les plus importants.

Exercice:

Rédigez votre témoignage sur un séminaire auquel vous avez participé (6 pages manuscrites maximum).

Faites-le lire à votre entourage et proposez-le à une revue, à un journal local ou à la revue d'une association à laquelle vous participez. N'oubliez pas comme pour les articles dont vous avez des exemples, de mettre des « chapeaux » en-tête des paragraphes.



6. Le matériel

La sonorisation

Si un groupe dépasse les 50 personnes, le micro est indispensable. Pour l'installation et le réglage du micro, à moins d'être vous-même un spécialiste, vous devez faire appel à un technicien. La question des micros est si importante qu'un séminaire peut être complètement raté pour la seule cause d'un mauvais réglage.

Pensez aussi à la musique d'ambiance pendant les pauses.

Peu de participants se rendent compte de l'effet de la musique sur eux, mais tous y sont sensibles.

Utilisez la musique classique pendant les pauses et à l'accueil des participants.

-- La musique de rythmes sera pour réveiller l'assistance (et vous) lorsque vous sentez que l'attention baisse. Fin de matinée, début d'après-midi et fin d'après-midi en général.

Et enfin un « leitmotiv » ou un « indicatif »: --L'indicatif annoncera la reprise des séances après les pauses; à la façon des émissions radio et T.V. qui sont toujours précédées d'un morceau musical. Cela permet de se remettre dans l'ambiance, cela prévient les retardataires, cela fait un souvenir qui symbolise le séminaire.

Le choix de l'indicatif est important. Prenez quelque chose que vous aimez bien, et qui correspond à ce que vous faites. Si possible quelque chose d'original.

Une astuce en passant: vous pouvez tout simplement brancher un petit magnétophone à cassette sur l'équipement sonore déjà existant dans la salle, ou même mettre un haut-parleur en face du micro pendant les pauses. Pour les grandes salles, le « rendu » n'en souffre presque pas. Si vous louez, faites attention au prix de location du matériel.

Les aides visuelles:

Après l'écoute, passons à la vision.

Le minimum est une série de gros markers de différentes couleurs et un ou deux tableaux de papier (paperboards).

Pourquoi des tableaux de papier plutôt que le classique tableau noir ? D'abord parce qu'il ne rappelle pas les mauvais souvenirs de l'école et ensuite parce que vous pouvez retrouver ce que vous avez écrit précédemment, détacher et afficher ce qui est le plus important.

La plupart des hôtels et des salles sont équipés de tableaux de papier. Si je vous ai conseillé de vous procurer des markers, c'est parce que ceux que l'on mettra à votre disposition sont toujours trop petits, marchent mal ou sont d'une couleur qui ne se voit pas au loin.

Si vous aimez la photographie, vous pouvez agrémenter vos présentations de diapositives ou de présentations Powerpoint sur vidéoprojecteur.

Le rétroprojecteur

A l'aide d'une photocopieuse électrostatique couleur vous pouvez réaliser d'excellents documents sur film transparent. Vous les projetterez ensuite sur un « rétroprojecteur ». C'est un appareil qui vous permet, tout en faisant face à votre groupe, de montrer les documents.

Faites si possible de grands documents que vous réduirez ensuite au format 21 X 29,7 cm. Ils seront ainsi plus fidèles une fois agrandis.

Le caméscope

En séminaire, le caméscope peut être un outil extrêmement utile.

Sauf pour des présentations que vous auriez enregistrées à l'avance, utilisez toujours des séquences très courtes, sinon vous risqueriez de lasser votre auditoire.

Si vous utilisez le caméscope en formation n'oubliez jamais que la découverte de son image n'est pas toujours facile à vivre pour les participants. Allez-y avec prudence et ce sera un outil formidable.

Le tableau de carton

Une aide audio-visuelle peu connue: le tableau de carton. De même format qu'une feuille de tableau de papier, il a l'avantage de l'instantanéité (comme la diapo) et peut être présenté en pleine lumière.

Il est idéal pour les schémas, dessins, histogrammes. Vous l'aurez préparé à l'avance avec soin et rangé dans un grand carton à dessin (c'est un peu encombrant mais quasi-indestructible). A noter un moyen rare mais intéressant: la toile de peintre ou de calicot. Elle a l'avantage du carton (pleine lumière-préparée à l'avance) et peut être pliée et rangée facilement.

J'ai même vu dans un séminaire aux États-Unis de la toile cirée blanche utilisée de cette façon !



7. Choix de la salle

Choisir une salle est une opération presque aussi délicate que choisir votre appartement, quoique fort différente.

1 -- Du standing ou pas ?

Beaucoup de séminaires sont réalisés dans des conditions à la limite de l'inconfortable. Est-ce de l'indifférence ? Est-ce le manque de prévoyance ? Est-ce un manque de moyen ? Peut-être les trois.

A -- De l'indifférence. Vos participants investissent émotionnellement et mentalement beaucoup dans le séminaire qu'ils vont suivre, les conditions matérielles de confort, d'agrément influenceront leurs attitudes, et donc leurs résultats

Il n'est pas indispensable d'être dans un « Hilton » mais il faut respecter vos participants et leur offrir un lieu dans lequel ils se sentent bien. Il vaut mieux les étonner en bien qu'en mal.

B -- Le manque de prévoyance. Les bonnes salles sont retenues très longtemps à l'avance. Les entreprises sont souvent gagnées par des accès de « séminarite aiguë.

Il n'est pas rare que de grandes salles soient retenues un an et demi à l'avance. Donc prévoyez votre planning. Prendre une option sur une salle ne coûte rien; si vous annulez votre séminaire, il suffit de prévenir l'hôtel ou l'organisme loueur. Prenez plutôt trop d'options que pas assez (et vous aurez de meilleures conditions).

C -- Un manque de moyens. Il vaut mieux demander une participation un peu plus élevée à vos étudiants (répartie sur tous, le montant sera faible) que louer une salle médiocre.

Rogner sur la salle est une économie de bouts de chandelle, même si c'est votre poste de dépenses le plus important.

Dernier point: vous vous sentirez vous-même mieux dans un environnement agréable et votre prestation sera meilleure.

Nous allons voir tous les détails auxquels il faut songer dans le choix d'une salle. Souvent ce sont les lieux de standing qui cumulent

tous les avantages.

2 -- Facilité d'accès et parking

Métro, autobus, train, à la rigueur car ou taxi, vos participants doivent pouvoir se rendre facilement à votre séminaire (et s'en retourner).

Obtenez un prix préférentiel de parking (ils vont être là 1 ou 2 jours, faites en sorte qu'ils ne payent pas comme s'ils restaient plusieurs fois 1/4 d'heure, mais bénéficient d'un forfait).

3 -- Forme et taille de la salle

L'expérience m'a enseigné qu'il est bon d'avoir 2 m² par participants. A la rigueur (mais vous aurez des mécontentements) 1 m² 1/2 peuvent suffire.

Bien sûr, dans le cas des conférences, c'est différent. Vous pouvez enseigner des postures de relaxation assise.

Par rapport aux inscriptions, enlevez toujours au moins 10 % pour obtenir le nombre de participants exact (malades, empêchements de dernière heure, etc.).

En ce qui concerne la forme, pensez surtout à éviter les salles trop en longueur. Est-ce une réminiscence des bancs de l'école ou du lycée ? Les derniers rangs, loin de l'animateur, en profitent pour bavarder... Alors qu'avec les salles carrées, ovales ou même rectangulaires, en les disposant, vous n'aurez aucun souci et un contact optimum avec votre auditoire.

4 -- Les autres points importants

- Les fenêtres. S'il y en a, sur quoi donnent-elles ? Dans un de mes derniers séminaires, au moment d'aérer, je me suis aperçu que les fenêtres donnaient... sur la décharge ! Évitez les rues bruyantes, les voies ferrées, les aéroports.

L'idéal est une série de fenêtres qui donnent sur la verdure, la campagne ou un jardin intérieur.

S'il n'y a pas d'ouverture, c'est un inconvénient, mais il a ses avantages. Il déconcentre et peut favoriser l'acquisition de nouvelles connaissances et de nouveaux comportements de temps, de lieu et

d'espace. A vous de compenser l'éventuelle claustrophobie de vos participants par une ambiance musicale adéquate.

- La hauteur des plafonds. Recherchez les plafonds hauts, leur seul inconvénient est leur manque d'intimité, mais ils sont une bonne réserve d'oxygène et évitent l'impression de confinement.

L'air conditionné. Il est difficile d'y échapper. Évitez-le pourtant chaque fois que vous le pouvez. Il déclenche rhinites, laryngites, amygdalites voire bronchites chez beaucoup de gens et indispose les autres. Malheureusement, toutes les bâtisses modernes en sont équipées.

Pour limiter les inconvénients: ouvrir les fenêtres pendant les pauses et brancher un générateur d'ions négatifs dans la salle.

- Le Bruit. Renseignez-vous sérieusement: y aura-t-il une manifestation dans la salle d'à-côté pendant votre séminaire ? Communion, mariage, fête, séminaire, etc... Testez l'insonorisation. Les loueurs de salle sont toujours, à propos de l'insonorisation, d'un optimisme qui se révèle sans fondement à l'expérience.

Renseignez-vous aussi sur la possibilité de couper le téléphone (et la musique « d'ambiance ») dans la salle.

- Les repas. Buffet « campagnard » et genre Club méditerranée (salades, plats froids prêts à l'avance).

· Évitez les menus « spéciaux » prévus par les hôtels. · Souvent trop lourds.

· Évitez le vin au déjeuner.

La règle à retenir, concernant le repas, est la suivante: c'est un service rendu en plus de votre prestation. Il doit contribuer à améliorer l'atmosphère du groupe.

S'il provoque le moindre mécontentement, renoncez-y et laissez les participants libres d'aller se restaurer où ils veulent.

- L'hôtel. Devez-vous vous préoccuper des réservations d'hôtel de vos participants ?

A moins que vous n'organisiez un séminaire spécial aux Baléares, la réponse est non.

Donnez-leur la liste des hôtels proches, ainsi que leurs numéros de téléphone, dites-leur de s'y prendre tôt. Obtenez des conditions

spéciales pour eux, mais laissez-les traiter directement leur hébergement. Si vous vous en occupez, ils auront l'impression que le prix qu'ils payent en plus pour leur chambre va dans votre poche, et, loin de vous être reconnaissant, diront que tout cela est très cher.

Il y a beaucoup de personnes qui rentreront chez elles, et d'autres qui se débrouilleront avec des amis sur place.

En louant une salle, pour obtenir une bonne réduction, mettez tous les hôtels de la ville en compétition. J'ai vu certains hôtels donner gratuitement la salle pour obtenir des commandes de repas et de chambres.

Je vous ai souvent parlé d'hôtel. C'est la formule la plus facile. Mais en cherchant bien, vous trouverez de nombreuses salles de spectacle, d'associations, de patronage qui vous offriront de meilleurs prix. A vous de vous renseigner et de juger.



8. Juste avant votre séminaire

Les lettres de confirmation

Cela ne pose généralement pas de problème, le seul risque, en confirmant trop tôt, est de s'apercevoir que vos participants ont jeté votre lettre en pensant qu'ils recevraient un billet d'entrée plus tard.

Pour éviter ce genre d'inconvénient, et les pertes de lettres par les P.T.T., j'en suis arrivé à envoyer:

1-- La lettre de confirmation immédiatement après la réception du règlement.

2 -- 8 jours avant le séminaire, une carte rappelant le lieu et les horaires, à présenter à l'entrée.

3 – Quand c'est possible, un email.

Votre premier séminaire

Je vous ai parlé du séminaire idéal. Pour limiter les frais, vous pouvez commencer chez vous ou chez un ami, en pensant au maximum de détails.

Organisation, disposition, accueil

C'est la veille du jour « J ». Vous vous êtes arrangé avec l'organisme loueur de votre salle pour en disposer dès ce soir et tout mettre en place. A quoi devez-vous veiller ?

Pensez à un participant qui arrive, et réglez au fur et à mesure les différents problèmes qu'il risque de rencontrer.

A -- Parking. Prévenez le parking de l'heure d'arrivée de vos participants (les premières personnes arriveront 45 à 60 minutes avant l'heure).

B -- Fléchage. Du parking au-delà de la porte d'entrée, il doit être facile de trouver la salle en suivant les flèches. Découpez vos flèches dans du carton coloré et n'oubliez pas de les récupérer pour la prochaine fois.

C -- Réception et accueil. C'est un moment psychologique très important. L'impression qui en découle influencera certainement tout votre séminaire. De l'organisation et de la gentillesse donc.

Je ne sais pas si vous aimez ou non le Club Méditerranée. Peut-être n'y êtes-vous jamais allé et en avez-vous une image déformée. Peu importe. Ce qu'il est intéressant d'analyser ici, ce sont les raisons de son succès.

Les animateurs s'y intitulent « gentils organisateurs » et les accueils y sont particulièrement soignés.

« Gentils. » La gentillesse est devenue chose rare. Et c'est fréquent d'être bousculé et agressé par les personnes qui sont censées vous rendre service, commerçants, fonctionnaires, etc.

Même dans les relations professionnelles, familiales et sociales, les contacts humains sont souvent caractérisés par un grand manque de chaleur.

Or l'homme est un être social, qui a besoin de cette gentillesse, de cette huile dans les rouages de la vie qui facilite tout.

Si vous voulez avoir de bonnes relations avec vos étudiants. Soyez gentil.

« Gentil: qui plaît par sa délicatesse morale, sa douceur, sa bienveillance... Être gentil avec quelqu'un: avoir pour lui des égards, des attentions. » Petit Robert.

La gentillesse désamorce l'agressivité. Vous me direz: « Mais l'agressivité est souvent la seule voie d'expression de soi qui reste à l'individu dans le monde moderne. » C'est vrai. Au club, les sports, la danse aident cette expression d'agressivité naturelle.

Même en étant « gentil », vous aurez au bout de quelques heures un « taux » d'agressivité élevé parmi vos participants.

« Organismateurs. » Les participants apprécient la bonne organisation. Ils y sont sensibles, car c'est une marque de l'attention que vous leur portez. Le mode de penser qui se développe de plus en plus dans notre société est celui « d'assistés ». La société doit nous prendre en charge, penser pour nous, etc.

Bien sûr, ceci n'est pas la philosophie qui gouverne votre action, mais au moins au début, vous éviterez de heurter de front le conformisme afin de faciliter une prise de conscience progressive.

Vous devez organiser:

« Organiser (XIV: « rendre apte à la vie »). Préparer une action pour qu'elle se déroule dans les conditions les meilleures, les plus efficaces. » Petit Robert.

C'est justement le phénomène de groupe qui facilitera la progression de vos participants et pour qu'il y ait corps, il doit y avoir organes, donc organisateur.

Cela se traduira dès le premier contact après avoir vérifié le nom du participant sur la liste (rangée préalablement par ordre alphabétique) vous lui remettrez stylo, papier ou dossier et carton-badge.

D -- Ambiance. Créez une ambiance autour du thème que vous développez. La musique, nous l'avons vu, va vous aider. Mais pensez aussi aux affiches, fleurs, (parfums ?), accessoires qui peuvent contribuer à créer l'ambiance recherchée.

Évitez les éclairages trop violents.

Vous pouvez écrire sur le tableau de papier quelque chose comme: « Bienvenue au séminaire »...

J'ai l'habitude d'ajouter, où que je sois, « par mesure de sécurité, il est interdit de fumer dans la salle ». Vous le verrez, la grande majorité de vos participants est constituée de non-fumeurs qui pourraient être incommodés.

E -- Disposition. J'ai oublié de vous dire pourquoi les allées latérales sont préférables à une allée frontale. Pour bien « sentir » son groupe, il est nécessaire d'être en contact avec lui. Ce contact est aussi visuel. Si face à vous, il y a... du vide, vous sentirez plus difficilement votre salle.

Que vous ayez un grand auditoire ou une dizaine de participants, empilez au moins 25 % de chaises dans un coin, près de l'entrée. Je m'explique.

Si vous mettez autant de chaises que de participants attendus, vous aurez déjà au moins 10 % de sièges vides, ce qui nuit à la cohésion du groupe.

Il faut compter en plus les retardataires.

Au contraire, en mettant moins de sièges, vos participants forment tout de suite un groupe, les rangs et les places ordinairement délaissés -- les premiers --, seront remplis.

Parlons maintenant de vous. Aurez-vous un podium, une table et une chaise ? Non. Certainement pas de bureau, de table ou de chaise. Vous n'êtes pas un maître d'école, et vos participants ne sont plus des élèves. Vous serez mieux debout pour vous exprimer.

En ce qui concerne le podium, à partir de 200 personnes, cela peut s'avérer nécessaire, pour que vous soyez en vue de tout le monde.



9. Les difficultés de base à vaincre

« Se perfectionner dans la conduite des réunions et dans la participation est plus qu'une exigence du travail quotidien, c'est potentialiser votre personnalité, c'est-à-dire augmenter le dynamisme et l'efficacité de votre propre personne, mais ceci exige de dépasser certaines difficultés et certaines habitudes. »

Roger MUCHIELLI.

A -- La peur du groupe -- Le trac

Quel formateur refusera d'avouer les nuits blanches que lui ont fait passer ses premiers séminaires ! Même après des années d'expérience, le trac peut être toujours présent.

Un autre mot pour trac pourrait être peur. En fait, il y a peu de différence entre peur et courage. A la base de tout courage, il y a la peur transformée en action.

Le mécanisme est grosso-modo le suivant: la crainte secrète des hormones qui se déversent dans le sang, l'adrénaline et les autres « hormones du stress ». Ce sont des substances qui préparent le corps à l'action, le stimulent, etc., que l'on n'agisse pas à ce moment, et c'est l'angoisse.

Tout cela est très bien, me direz-vous, mais que puis-je faire si j'ai peur la veille d'un séminaire, si ma gorge se serre, si mes cordes vocales sont amoindries de trac ?

Criez.

Oui, vous avez bien lu : CRIEZ. Dans votre voiture, dans la circulation, seul dans la campagne ou à un endroit qui le permet, rassemblez toutes vos forces et mettez dans ces cris toutes vos peurs. La seule façon de transformer votre peur, c'est de l'exprimer.

Par l'action (votre séminaire) ou par le cri, le sport, l'amour, peut-être même la peinture ou le piano. Mais le cri est très efficace et immédiat. ESSAYEZ.

Mieux vaut prévenir que guérir, dit-on, aussi une bonne visualisation positive vous aidera grandement pour ne pas avoir cette peur.

Reste le meilleur moyen, qui dépasse la notion de « trac » et touche à l'essence de l'être: l'amour. Aimez Ç~vos participants. Pensez à ce qu'ils ont de positif, admirez la recherche qui les mène à ce séminaire. Acceptez-les, comprenez-les et aimez-les.

On n'a pas peur de ceux que l'on aime. La peur vient de l'inconnu. En aimant, vous transgressez les barrières de la peur.

B -- Le doute

Une autre forme de peur: le doute, le manque de confiance en soi. « Serai-je assez bien ? » « Vais-je réussir ? ». Et le cortège d'images négatives qui peut sortir de là: vous vous voyez chahuté par vos participants, ils se mettent à parler de leurs voisins de-ci de-là. Certains s'en vont en plein milieu d'une présentation. Vous avez brusquement « le trou » et vous ne savez plus quoi dire. Certains restent, les yeux ouverts et s'ennuient à mourir pendant vos exercices... Un psychologue vous attaque violemment et vous ne savez plus quoi répondre! Un vrai cauchemar...

Que faire ?... Vous devez vous féliciter pour chaque étape positive, former des contre-images pour éliminer les images négatives. Lire un chapitre particulièrement motivant d'un livre de développement personnel juste avant.

Voici un exemple:

« Respirez profondément pendant 30 secondes avant de faire face à votre auditoire. La réserve accrue d'oxygène vous remontera et vous donnera courage. Le grand ténor Jean de Reszlé disait qu'en aspirant à fond sa nervosité disparaissait.

Tenez-vous bien droit et regardez vos auditeurs, commencez à parler comme si chacun d'eux vous devait de l'argent. Pensez que c'est le cas. Dites-vous qu'ils ne sont pas là que pour vous demander une extension de crédit. L'effet psychologique vous en sera bénéfique (...).

Surmonter la peur de parler en public a une énorme répercussion sur tout ce que nous faisons. Ceux qui y parviennent s'aperçoivent qu'ils s'améliorent sur bien des points, et ils constatent que leur victoire les a fait sortir d'eux-mêmes pour les lancer dans une vie plus riche et plus remplie. »

D. CARNÉGIE (Comment parler en public).

Ceci me rappelle le rôle vital que joue la respiration dans la maîtrise de soi.

Si vous êtes inquiet, votre respiration va se raccourcir jusqu'à devenir très courte et superficielle. Votre cerveau manquera d'oxygène et vos idées deviendront confuses. Vous aurez encore plus d'inquiétudes, donc moins d'oxygène, etc. Heureusement, on peut prendre le contrôle volontaire de sa respiration.

Je ne veux pas dire par là que vous devez vous transformer en soufflet de forge, bombant le torse à la façon d'un professeur de gymnastique, non. Amplifiez simplement votre respiration automatique qui est abdominale. Respirez avec votre ventre.

En lisant ces conseils vous vous dites peut-être « Comment penser à tout cela à la fois ? Déjà tant de choses à avoir à l'esprit alors que la matière elle-même n'a pas encore été abordée ! » C'est vrai.

Vous ne devez pas vous transformer en chien savant qui applique un certain nombre de recettes apprises. Au contraire, tout cela doit être intégré à votre comportement, assimilé.

Pensez à la fameuse phrase: « la culture, c'est ce qui reste quand on a tout oublié. »

Voici ce que je vous conseille de faire: lisez cet eBook. Relisez-le encore et encore, pour qu'il soit bien gravé en vous. Ensuite, laissez-vous aller. Soyez vous-même.

Le grand reproche que l'on peut faire à l'enseignement de cours d'expression orale de Dale Carnegie, par exemple, c'est justement le manque de spontanéité, le côté « appris » de la prestation des élèves.

On sent le moule dans lequel a été coulé leur comportement.

Ce n'est pas mon objectif en écrivant ce guide. Bien au contraire, j'aimerais que vous trouviez votre véritable dimension personnelle, votre « style » propre.

Pour cela, ne passez à la révision de votre comportement qu'après votre séminaire, notez ce qui n'a pas été, pensez à ce que vous auriez pu ou dû faire, et représentez-le mentalement, pour le futur. Devenez votre propre professeur. En attendant, continuons.

William James, le grand psychologue américain remarquait:

« L'action semble suivre la pensée, mais en fait action et pensée se produisent simultanément. En réglant l'action qui est sous le contrôle

de la volonté, nous pourrions gouverner indirectement les sentiments qui lui échappent.

Ainsi donc, si nous avons perdu la joie, le moyen le meilleur pour la retrouver est de nous comporter comme si nous la possédions déjà.
»

Réfléchissons ensemble aux signes extérieurs de trac, de doute: nous avons déjà parlé de la respiration. Quels sont les autres points ?

Les avez-vous trouvés ? Si non, réfléchissez encore.

a) Il y a tout d'abord les gestes et l'attitude corporelle.

S'il y a inhibition, cela se traduit par un grand statisme corporel ou des mouvements étriés et répétitifs. Donc, en libérant volontairement vos gestes, vous vous sentirez mieux au bout de quelque temps.

b) L'équilibre lui-même est atteint. En cours d'expression orale, j'ai souvent été frappé du manque de stabilité de mes étudiants. Il suffisait de les pousser légèrement pour qu'ils tombent.

Pensez à l'impression que peut donner un orateur qui exprime une telle fragilité par son corps !

Une image-cible que vous pourriez vous fixer pour le départ est celle de l'arbre. Vous êtes un arbre, un chêne, par exemple, les pieds bien plantés dans le sol, comme si vous y aviez pris racine. En contact étroit avec la terre. Indéracinable.

c) La voix. Une voix forte et claire est signe de confiance. Au contraire, dès que l'assurance s'affaiblit, le débit sonore diminue. Un timide est incapable de parler fort, et lorsqu'il croit crier, il émet un nombre de décibels ridicule.

Entraînez-vous à parler un peu plus fort que d'habitude.

d) Les yeux. Au lieu d'éviter le regard de vos participants, REGARDEZ-LES en face et respirez calmement et profondément.

C -- La préoccupation de soi

Plus encore que la peur et le doute -- et en relation avec ces derniers --, la préoccupation de soi est un des obstacles majeurs au métier de formateur.

La clef de la réussite en formation, c'est la PARTICIPATION. Nous y reviendrons dans le chapitre suivant.

Mais pour être capable de susciter la participation de vos étudiants, il faut développer une empathie, une faculté de se brancher sur autrui, de la comprendre et de la laisser s'exprimer, ce qui est rare.

Cet état d'esprit, qui doit se dépouiller de toute préoccupation de soi, sera la clef de voûte de votre formation. Comment y parvenir ?

I -- La présence

Un juste milieu entre Sherlock Holmes, l'abbé Pierre et Carl Rogers doit être votre objectif.

De Carl Rogers, vous devez apprendre l'écoute active, de l'abbé Pierre vous pouvez apprendre l'altruisme et la compréhension d'autrui, de Sherlock Holmes vous devez avoir la concentration, l'intuition, la volonté de découvrir le ressort secret qui anime ce héros célèbre. En bref, être extraordinairement PRÉSENT.

II -- L'écoute active

Un sage remarqua un jour: nous avons deux oreilles, deux yeux, une seule bouche.

Nous devons donc nous en servir à proportion: Écouter, regarder, deux fois plus que parler.

Comment écouter et regarder plus qu'on ne parle lorsqu'on est orateur ? me demandez-vous. Justement, tout est là.

Si vous êtes préoccupé par ce que vous dites, par la façon dont vous vous tenez, par ce que l'on pense de vous, votre regard, au lieu d'être branché sur vos participants et de briller du feu de la

communication, sera terne, transparent. En fait, vous ne verrez rien. Vous ne remarquerez rien.

Si, au contraire, vous centrez votre intérêt sur vos interlocuteurs, sur ce qu'ils vous disent par leurs gestes, sur leurs toussotements, etc.

Si, lorsqu'ils s'expriment vous ne perdez pas un soupir de ce qu'ils disent, si vous les encouragez à parler, alors vous verrez qu'il est facile et possible d'écouter et de regarder deux fois plus que vous ne parlez.

Il ne faut pas non plus tomber dans l'excès contraire de ce pianiste qui, ayant pour habitude de jouer seulement pour un de ses auditeurs, et d'être attentif à ses réactions, choisit ce soir-là un vieux monsieur à cheveux blancs.

Il commence à jouer, attentif aux réactions du vieux monsieur. Brusquement, au moment le plus pathétique, le vieux monsieur tourne la tête. Et il ne cesse de tourner la tête à droite pendant toute la première partie du récital.

N'y tenant plus, le pianiste le rejoint à l'entracte et lui demande ce qui ne va pas.

« Est-ce le doigté, la rigueur » ? « Mais non: c'est tout simplement parce que je suis sourd d'une oreille ! »

La clef de la réussite en formation, c'est la PARTICIPATION. Nous y reviendrons dans le chapitre suivant.

Mais pour être capable de susciter la participation de vos étudiants, il faut développer une empathie, une faculté de se brancher sur autrui, de la comprendre et de la laisser s'exprimer, ce qui est rare.

Cet état d'esprit, qui doit se dépouiller de toute préoccupation de soi, sera la clef de voûte de votre formation. Comment y parvenir ?

III - Le « Moi-je »

Comme pour tout équilibre, il y a deux attitudes opposées à éviter: la trop grande pudeur à parler de soi et le « moi-je ».

Vos participants s'intéressent à vous et à votre expérience personnelle, certes, et il ne faut pas hésiter à en parler.

Rappelez-vous l'ennui de ces livres d'où le « je » était banni, où l'auteur se cachait toujours derrière un « nous » pudique.

Mais pensez aussi à l'ennui mortel que provoquent ceux qui ne

parlent que d'eux, de ce qu'ils ont fait et de ce qu'ils font. On les appelle les « moi-je ». Êtes-vous un « moi-je » ?

Un moyen infallible de le savoir: lorsque l'on vous donne un temps de parole à respecter, le tenez-vous ? Ou êtes-vous très en retard ?

Les « Moi-je » s'étalent dans les horaires comme si le temps n'avait aucune importance.

IV - Pour en finir avec la préoccupation de soi, intéressez-vous aux autres, tout le temps

C'est une nouvelle habitude mentale à développer. Vous trouvez que cette personne s'habille d'une façon horrible. Essayez de comprendre pourquoi et ou -- de l'accepter. Telle personne dit telle chose, pratiquez le même exercice.

En vous branchant sur autrui, vous établirez de plus le fameux « contact » humain qui manque tellement de nos jours.

Exercice:

Relisez « Comment se faire des amis », de Dale Carnegie (livre de poche).

- Lisez au moins 1/4 d'heure par jour à haute voix et fortement.
- Dans les autobus, dans les trains, mettez-vous debout, sans vous tenir, et essayez de ne pas perdre votre équilibre, en abaissant votre centre de gravité et en agrandissant la surface portante de votre corps.
- Parlez de plus en plus en vous aidant de gestes.

10. Comment faire participer votre auditoire

Comment transformer une personne qui assiste, en un participant actif.

A -- Pourquoi ne participent-ils pas ?

Il y a tout d'abord la peur du groupe (et son mépris, une contre-réaction).

Votre participant se méfie « des autres » qu'il ressent comme un corps étranger et hostile qui le juge. Il se sous-estime et s'attribue un droit ou un non-droit à la parole, directement proportionnel à l'image sociale qu'il a de lui-même.

Ensuite, le conformisme joue un rôle d'étouffoir. L'individualité de chacun se fond dans le groupe et les opinions personnelles laissent place aux « mouvements d'opinions ». La spontanéité se perd car chacun joue un rôle d'élève, a peur d'être rejeté par le groupe.

B -- Méthodes de participation éprouvées

Entendons-nous d'abord sur le verbe participer: « de particeps, "qui prend part" »

Prendre part à (quelque chose) V. collaborer, coopérer. V. assister, être (de), figurer... »

Petit Robert.

Ici je parlerai de participation au sens large. Il ne s'agit pas de passer votre temps à écouter vos participants et à les comprendre.

Votre démarche est avant tout directive, ou semi-directive.

Mais il y a directif et directif. La direction que vous donnerez,

pour qu'elle soit valable, doit entraîner l'adhésion de chacun. Par participation j'entends aussi bien compréhension, adhésion, acquiescement intérieur de la part de vos participants qu'intervention effective au sein du groupe pour manifester tout cela et faire progresser le séminaire.

1 -- Motiver votre auditoire

Pour bien comprendre le mot motivation, pensez à MOTIF-ACTION. La motivation, c'est donner m ou faire prendre conscience d'un motif à l'action que l'on entreprend.

Pour cela vous présenterez l'intérêt des exercices que vous proposerez, vous l'expliquerez en termes simples et images qui susciteront à leur tour des images et des flashs de compréhension dans l'esprit de vos participants.

L'image est la clef de la motivation.

Tous les grands leaders maîtrisaient l'art de parler en images. Relisez les discours d'hommes politiques qui sont passés à la postérité. Partout l'image emporte l'adhésion.

Pour mieux comprendre, imaginez-vous un enfant, dans la rue. Il refuse d'avancer. Que faire ? Le pousser ? il n'avancera guère. Le porter ? il est bien lourd. Le haranguer ? peut-être. Mais l'image d'une récompense (sucette) ou d'une punition l'influencera certainement plus.

Parler par image, c'est avoir une action de l'intérieur de l'être au lieu d'essayer de l'influencer de l'extérieur.

A ce propos, il y des mots-images et d'autres qui ne le sont pas. Prenez un livre d'universitaire et lisez-en quelques lignes, un de ces livres sérieux qui ennuiant. Pourquoi ne porte-t-il pas le message ? parce que ses mots sont vides d'images. Ce sont des concepts abstraits.

« Le style abstrait, nous dit le philosophe Alain, est toujours mauvais. Vos phrases doivent être pleines de pierres, de métaux, de chaises, de tables, d'hommes et de femmes. »

« Une image vaut 10 000 mots » dit un proverbe chinois. Pensée profonde sur laquelle vous pourriez méditer...

2 -- L'ENTHOUSIASME

« Rien de grand n'a été créé sur cette terre sans enthousiasme. »
Emerson.

L'enthousiasme est très communicatif. Il peut être intérieur et l'image déformée de certaines caricatures ne doit pas vous en donner une opinion négative.

La plupart des gens croient ne se laisser convaincre que par la raison. En fait, leur adhésion est influencée par des facteurs émotionnels dont ils n'ont pas conscience. L'enthousiasme est de ceux-ci.

Comment développer en vous ce feu intérieur ? Rappelez-vous la phrase de William James: c'est en prenant volontairement une attitude enthousiaste que vous le deviendrez effectivement.

J'appelle cela « appuyer sur le bouton rouge ». C'est certainement une des leçons les plus importantes de ce métier: la réussite d'un séminaire NE DÉPEND QUE DE VOUS, de votre attitude à appuyer à temps sur le bouton rouge.

C'est une idée qu'il est difficile d'admettre.

On pense tout de suite aux participants lymphatiques ou agressifs. Si quelque chose ne va pas pendant un séminaire, pensez toujours qu'IL Y A UNE SOLUTION. Ne vous laissez pas abattre.

Une partie de ce que vous dites est contenue dans vos phrases. L'autre, la plus importante, dans votre attitude. Même si ce que vous dites devient un peu confus de temps en temps, vos participants comprendront que « vous croyez à ce que vous dites » ils se diront « je ne suis pas sûr de bien le comprendre, mais il a certainement raison, son attitude le prouve ».

L'enthousiasme est comme une braise que vous rapprochez de quelques allumettes.

Avant même d'être entré en contact avec la braise, les allumettes s'embrasent d'elles-mêmes. Avec la braise de l'enthousiasme, vous enthousiasmez vos participants, ils participent réellement.

3 -- La sincérité

Point d'enthousiasme réel sans sincérité.

La sincérité c'est le langage du cœur. Elle touche. Si vous ne croyez

pas à quelque chose, n'en parlez pas, ou informez-vous suffisamment pour y croire profondément, sincèrement.

4 -- Faire des micro-exercices

Si vous avez participé à l'un de mes séminaires, ou à l'une des conférences que je donne, vous avez certainement noté l'utilisation de micro-exercices ou d'expériences. En voici quelques exemples:

1 -- « Fermez tous les yeux maintenant, et imaginez un citron vert. Saisissez un couteau et tranchez ce citron en deux. Vous voyez les gouttes de jus qui perlent, vous pensez à l'acidité de ce citron. Maintenant, vous prenez une moitié du citron et vous mordez à pleines dents dans ce citron vert acide..., que ressentez-vous ? »

(Beaucoup de participants auront salivé. Montre l'effet psychologique des images mentales.)

2 -- « Choisissez quelqu'un que vous ne connaissez pas. Mettez-vous deux à deux et présentez-vous l'un à l'autre. Dites-vous qui vous êtes, nom, âge, profession, etc., ce que vous aimez dans la vie, pourquoi vous êtes ici. Posez des questions et, si vous le souhaitez, c'est la personne à laquelle vous vous êtes présenté qui vous présentera à tout le monde et vice et versa.

Vous avez 15 minutes pour cela. »

(Permet des présentations plus en profondeur: il est plus facile de parler de soi à une personne qu'à 15 ou 40. Cet exercice crée des intercommunications dans le groupe. Excellent pour le départ.)

Variante: Même exercice sans feed-back devant le groupe -- à utiliser pour les grands groupes, 40 à 1 000 personnes.

3 -- « Fermez les yeux, et faites mentalement le chemin de chez vous à votre bureau ou votre travail. Regardez bien chaque étape, chaque détail du parcours et lorsque vous êtes arrivé, levez la main. »

(Vous demandez ensuite combien de temps ils mettent effectivement, vous comparez aux quelques dizaines de secondes qu'ils ont mis à lever la main. Fait prendre conscience de la vitesse de la pensée.)

4 -- « Fermez les yeux et imaginez une marguerite, elle est devant vous. Mettez maintenant effectivement votre index dans le centre de cette fleur, un peu de pollen s'y dépose. Je dis bien bougez effectivement réellement votre bras et votre index pour mettre ce

dernier au centre de la fleur... Laissez votre index en place, ouvrez les yeux et regardez où se trouve votre index. C'est là que vous constituerez votre écran mental. »

(Fait prendre conscience du fait que l'on ne visualise pas sur les paupières, mais à une certaine distance de soi.)

5 -- « Mémorisez cette image, puis, lorsque vous avez fini, tournez-vous vers votre voisin et dites-vous chacun votre tour ce que vous avez retenu. »

6 -- « Qui a pris la parole devant un groupe dans les 6 derniers mois ? » « Qui ne l'a pas fait ? » Mettez-vous par groupe de 3 et échangez les raisons pour lesquelles vous avez parlé -- ou non -- et comment cela s'est passé.

(Un rapporteur peut faire ensuite une synthèse devant le groupe.)

7 -- « Donnez-moi une liste d'objets. Qui a une idée ?

- un lit
- bien, j'écris lit
- un coupe-ongle
- d'accord
- une maison
- c'est un gros objet, écrivons-le quand même
- etc., etc.

Lorsque vous avez une vingtaine de mots, vous enchaînez.

« Qui veut nous réciter par cœur dans l'ordre cette liste après l'avoir regardée 2 minutes ? Qui s'en sent capable ? »

(Quelques mains se lèvent, peut-être aucune.)

Qui s'en sent incapable ? (la majorité des mains se lève).

« Bon commencez par fermer les yeux, et représentez-vous un lit de poupée en fer, peint en violet et le couvre-lit est rouge taché d'orange. Vous le voyez? bien. Maintenant voyez un ÉNORME coupe-ongle ouvert, un peu rouillé, à cheval sur le lit. Vous y êtes ? Continuons. Ce coupe-ongle est en train de couper la cheminée d'une maison, la tête en bas. La maison n'aime pas cela du tout. Elle bat des volets pour s'échapper de son emprise. » Etc., etc.

Les règles de cet exercice sont:

« 1 -- Représentez les objets disproportionnés, démesurément grandis...

2 - Essayez, lorsque c'est possible, de voir les objets en mouvement.

3 - Exagérez le nombre d'objets...

4 - Bouleversez les rôles: (ex.: fumer un clou au lieu d'une cigarette).

1 disproportion -- 2 action -- 3 exagération

4 bouleversement. » H. Lorayne.

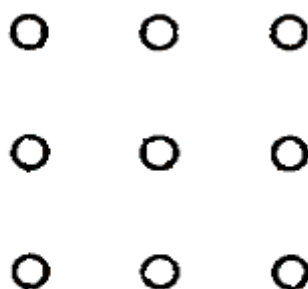
5 - Faites jouer tous les sens. »

(Montre l'importance de l'image mentale dans le processus de mémorisation.)

8 -- « Fermez les yeux et représentez-vous la porte de votre appartement ou de votre maison. Regardez la poignée, sa forme, la texture de la porte. Est-elle en bois, en métal ? Y a-t-il un judas, un panneau ? Ouvrez la porte maintenant, et entrez. Regardez au sol le parquet, la moquette, le carrelage ou le tapis. Puis les murs, leur couleur, les tableaux, les objets, le plafond. Prenez la première porte à droite, etc., etc. »

(Exercice de visualisation très facile qui fait prendre conscience de la possibilité de se représenter mentalement quelque chose.)

9 -- « Voici 9 points:



avec une ligne droite brisée de 4 segments continus, essayez de passer par tous les points. »

10 -- Le travail chez soi

Tirez aussi parti des moments où vos étudiants vous quittent

A votre avis, quel est le meilleur moyen pour faire réfléchir votre

Qu'est-ce qui vous permettra de faire surgir les idées nouvelles des

Un moyen vivant, intéressant, qui stimule la créativité ?

La réponse est: poser des questions.

Il y a plusieurs types de questions:

1 -- La fausse question

Qui dit question dit réponse. Pourtant, certains orateurs posent des questions..., et donnent la réponse.

« Quel est... à l'heure actuelle personne ne le sait, etc. » Si vous utilisez les questions de cette manière, ménagez un certain temps entre votre question et votre réponse; le temps de faire réfléchir votre auditoire.

2 -- La question fermée

C'est une question à laquelle il y a une réponse. « Quelle est la capitale de la Finlande ? » est une question fermée.

Il y a des questions fermées qui font mieux participer l'auditoire que d'autres':

« A votre avis, combien de temps a duré cet exercice ? » ou « Quel est le pourcentage de nos capacités cérébrales que nous utilisons en moyenne ? » susciteront plus de réponses que la question précédente.

Dans les grands groupes, pour éviter le temps perdu par les réponses -- tout en faisant participer tout le monde -- Utilisez la bonne vieille méthode du bras levé.

Qui se souvient de la première règle ?

Qui peut répondre ?

Si vous posez simplement la question, vous aurez la surprise de constater que presque personne ne lève la main. Pour motiver la participation de vos étudiants, IL EST INDISPENSABLE QUE VOUS LEVIEZ HAUT LE BRAS VOUS-MÊME pendant que vous posez la question.

3 -- Les questions ouvertes

« Comment s'est passé cet exercice pour vous ? », « Dans quelles circonstances? » sont des questions ouvertes. Elles peuvent susciter de

nombreuses et longues réponses.

Lorsqu'un point vous semble vague, pour l'éclaircir, vous commencerez par une question ouverte: «Pour m'éclairer, pouvez-vous me préciser pourquoi... ? »

Si la question est un excellent moyen pour faire participer votre auditoire, elle doit être maniée avec précaution pour ne pas mettre en péril la bonne gestion de votre temps.

Contrôle du temps

Un de vos rôles d'« organisateur », va être le contrôle du temps. Rien de plus désagréable que le laissez-aller d'un séminaire où les pauses sont trop longues, ou pas assez fréquentes, où le formateur n'équilibre pas bien périodes d'exercices, exposés et discussions.

Les règles générales sont:

- Ne jamais laisser passer 2 h sans donner 10 minutes de pause. L'idéal est une pause de 10- 15 minutes toutes les heures et demie.
- Si vous dépassez un peu, ça n'est pas grave, mais les longs exposés (plus d'une demi-heure), à moins qu'ils ne comprennent des micro-exercices, sont à bannir. Ilsaturent l'auditoire.
- Les périodes de discussion ne devront pas excéder 20 à 35 minutes.
- Pour les repas donnez au moins 1 h 1/2, à moins qu'ils ne soient organisés sur place, auquel cas 1 h 1/4 peuvent suffire.
- Lorsque l'on parle, il est très difficile de percevoir le temps qui s'écoule. L'idéal est d'être à deux, de demander à un ami de vous faire un signe 5 minutes avant la fin et un second signe lorsque vous dépassez l'horaire.
- Jeter un coup d'œil sur sa montre n'est pas du meilleur effet: si vous êtes seul, détachez-la de votre poignet et posez-la sur une table.
- Ayez toujours un plan précis de l'organisation de votre temps. Cela vous aidera à tenir votre horaire, et vous donnera un sentiment de sécurité (voir exemple ci-après).
- Pendant votre séminaire, vous serez le seul à penser au temps:

soyez vigilant, la tenue de votre séminaire en dépend.

Assurez-vous

Je vous conseille de prendre une assurance pendant vos séminaires.

Une assurance qui vous garantisse contre tout dégât matériel provoqué par vos participants, et tout incident imprévu. Les lois sont telles que quelquefois il peut arriver quelque chose qui mette votre situation financière en jeu et vous ruine, même si vous n'y êtes, aux yeux du bon sens, pour rien.

« Prévenir vaut mieux que guérir » dit-on. C'est la raison pour laquelle je vous conseille fortement de vous renseigner auprès de votre assureur. Il vous proposera un contrat à l'année ou manifestation par manifestation. Pour ma part, c'est l'U.A.P. qui m'assure, au titre du contrat prévu pour les fêtes communales, bals et manifestations publiques !

Prenez rendez-vous avec votre assureur pour vous renseigner sur ce qu'il peut vous proposer comme contrat.



11. La préparation de vos exposés

« Pour être "paré ", pré-parez-vous. Pour bien ex-poser, commencez par poser des jalons. » C.H.G.

1 - Vous fixer un objectif

Commencez par déterminer et mettre noir sur blanc ce que vous voulez dire. Fixez-vous un objectif précis, un titre, un sujet, un exercice et écrivez-le.

2 - Accumulez les données

Ensuite, accumulez les données sur ce sujet. Trouvez tous les livres, revues, qui traitent ce sujet et survolez-les pour retrouver des idées, des images, qui vous aideront à structurer votre exposé.

Gardez près de vous une fiche bristol et notez en vrac toutes les idées qui vous viennent sur le sujet.

3 - N'y pensez plus

Laissez une période de temps « mort » entre cette période d'accumulation de données et la structuration réelle de votre exposé. Cela doit être au minimum une nuit, peut-être un jour ou deux. Dites-vous mentalement pendant ce temps que « ça se prépare ». « Ça va se faire », etc.

4 - Faites un plan

Maintenant, détendez-vous et projetez-vous mentalement à la place de vos participants: voyez l'animateur de loin, pensez aux questions qui vous viennent à l'esprit, à vos préoccupations, à vos motivations de participants, et demandez-vous ce qui vous intéressera le plus et comment le dire.

Prenez une feuille blanche, écrivez les titres de votre développement et les idées que vous aviez notées, sous chaque titre. Rayez à chaque fois que vous l'avez utilisé le titre ou l'idée que vous venez de recopier.

5 - Lisez-le à haute voix

N'écrivez pas complètement le développement, notez surtout les idées principales et les LIAISONS. Résumez les exemples, les images, les micro-exercices et questions par un mot ou un dessin. Testez le tout sur un auditoire bénévole.

Relisez votre préparation le soir avant de vous endormir.

6 - Recopiez

Lorsque cela vous semble au point, recopiez le tout sur un carton fort.

Il y a deux systèmes pour garder ses notes:

- Le grand carton $21 \times 29,7$ posé sur la table, sur lequel vous avez écrit assez gros pour voir de loin.
- La petite fiche ou le petit carton que vous tenez en main, sur lequel vous jetez un coup d'œil lorsque le besoin s'en fait sentir.

Les trous de mémoire (comment les remplir)

Vous voilà parti dans une envolée magnifique, une jolie fille vous fait un sourire (ou quitte la salle en claquant la porte) et vlan! Le trou de mémoire. Vous ne savez plus quoi dire.

1 -- Le papier

Si vous avez une feuille ou un carton résumant votre exposé, pas de panique ! Dirigez-vous calmement vers votre bouée de sauvetage en respirant bien.

Il est important de toujours respirer calmement et avec ampleur. En groupe, les participants ont une tendance inconsciente à calquer

leur respiration sur la vôtre. Un peu d'angoisse, votre respiration se raccourcit., et le groupe en fait autant: un vrai cercle vicieux !

2 -- La question

Vous avez le «trou », vous ne savez pas quoi répondre ou vous perdez la référence que vous vouliez donner: poser la question à votre auditoire.

Deux cas de figure: ou quelqu'un connaît la réponse (vous êtes sauvé) ou personne ne la connaît, mais cela vous donne du temps pour y réfléchir.

3 -- La révision

Vous avez le trou. Dites simplement: « Avant de poursuivre, nous allons faire une petite révision des points importants. J'ai commencé par parler de ?... » et vous écrivez au fur et à mesure. Cela vous donne le temps de remplir votre trou, ou de le contourner.

4 – Le silence

Le meilleur moyen de remplir un trou, c'est sans doute de prendre une attitude de réflexion, très sérieux, et de rester en silence le temps qu'il faut pour retrouver le fil de vos pensées.

Tout est dans l'attitude. Vous ne devez exprimer aucune crainte, aucune gêne, et vos participants ne s'étonneront pas de ce temps de réflexion. Ils seront même flattés de la concentration avec laquelle vous pensez à ce que vous allez leur dire.



12. Comment animer votre groupe

Animer vient de animus, l'âme. Vous êtes l'âme de votre groupe.

Nous avons déjà vu les moyens de susciter l'intérêt de votre auditoire, et d'appuyer sur le bouton rouge. Restent les problèmes d'animation.

Que faire lorsqu'un de vos participants, hostile, forme une ligue contre l'animateur ?

Que faire si tout le groupe ne vous suit plus et que vous avez cette désagréable impression de « perte de contrôle de la situation » ?

Il y a un premier phénomène dont vous devez prendre conscience: le groupe agit comme une personne. Si, par exemple, un participant vous agace et que vous l'attaquez ou le mettez en difficulté d'une manière quelconque, le groupe tout entier le soutiendra dans sa riposte.

Si quelqu'un pose une question et que vous l'ignorez ou répondez mal à sa question, l'agressivité montera dans le groupe. Conclusion: respecter chacun des participants, essayer de bien les comprendre et leur apporter la meilleure aide possible.

Cependant, certains cas presque « pathologiques » vous retarderont dans votre travail, et il faut savoir comment s'y prendre avec eux. Nous examinerons tour à tour « je sais tout » « je ne m'arrête jamais de parler » « je suis un problème particulier » « je suis là pour observer » « pourquoi je veux tout comprendre » « je bavarde dans mon coin » « j'ai payé, alors il est scandaleux que... ».

« Je sais tout »

Il sait tout mieux que vous, et entend le montrer. Soit qu'il ait l'habitude de diriger des groupes, et qu'il essaye par ce moyen de récupérer le « leadership » dont il a l'habitude, soit que ce soit sa façon à lui de montrer qu'il existe et d'obtenir l'attention d'autrui.

Considérez-le comme une « cocotte-minute ». Si vous voulez

qu'elle n'explose pas, lâchez de la vapeur de temps en temps.

Plutôt que le laisser prendre la direction du groupe, utilisez positivement ses connaissances en les intégrant dans votre schéma à vous. Laissez-le parler quelques instants, approuvez-le et surenchérissez « X a parfaitement raison. C'est tellement vrai que... ».

Faites-le participer: distribuer des feuilles, répondre à une question, s'occuper de telle ou telle chose...

Puisqu'il sait tout, qu'il le montre en vous aidant. S'il exagère, dites-lui votre sentiment.

« Je ne m'arrête jamais de parler »

C'est la diarrhée verbale. Le plus difficile: savoir ce qu'il -- ou elle -- veut. Répondez: « Je comprends bien votre point de vue, mais en quoi puis-je vous aider ? Quelle est votre question? » N'hésitez pas à reposer cette question si la réponse n'est pas claire.

En fait ce participant trouve une forme d'équilibre en parlant. Habituellement, de façon: 1) à ce qu'il ne soit pas traumatisé, 2) à ce que le groupe lui-même commence à en avoir assez, je laisse au début parler la personne pendant 4 à 5 minutes.

A un moment où elle reprend sa respiration, je résume ce qu'elle vient de dire et je réponds. Je m'excuse de ne pouvoir lui consacrer plus de temps (l'horaire !) et je lui propose éventuellement de continuer cette conversation pendant une pause.

Si le bavardage sort du cadre du sujet, je propose que le participant, et tous ceux que ce sujet intéressent, se retrouvent pendant la pause.

Il faut aider le bavard à discerner ses motivations réelles. Souvent ce déluge verbal est un moyen d'exprimer une tension intérieure qui n'est pas claire pour l'intéressé.

« Je suis un problème particulier »

Cette personne est persuadée d'être un cas unique et rare. C'est sa façon de se prouver et de prouver aux autres qu'elle existe.

Deux choses à lui montrer: 1) Tout le monde est un cas particulier. 2) Il y a ou il y eut des personnes dans son cas.

Il est bon d'impliquer l'auditoire dans ce type de démonstration. «

Qui a ressenti un phénomène approchant ? » « Qui s'est déjà trouvé dans ce cas ? »

Vous pouvez aussi lui proposer d'expliquer son cas pendant une pause:

« Qui d'autre a rencontré la même difficulté ? »

« Personne ? » « Alors je vous propose d'en parler ensemble pendant la pause, car c'est un cas vraiment particulier. »

Lorsque cette personne vous aura tout dit sur elle (ce qu'elle voulait) elle se sentira mieux et sera prête à vous écouter et à participer.

« Je suis là pour observer »

C'est au moment des présentations que vous devez aider chacun à trouver ce qui l'amène dans votre cours. Une question du genre « Quelle est la raison principale qui vous amène ici ? Qu'attendez-vous de ce cours ? » fera l'affaire. Vous aiderez ainsi chacun à se rendre compte qu'il a une raison de venir et un but à poursuivre.

Si par la suite un participant montre une attitude « d'observateur », c'est dommage pour lui. Il risque de vivre votre séminaire de l'extérieur, sur un plan purement intellectuel, et de n'en rien tirer.

Développez toujours le thème suivant: En créativité, par exemple, on s'est rendu compte que la base d'analyse et de critique devait toujours être réservée pour la fin. Sinon, elle bloque le processus mental de création. Il en va de même pour la formation. Il faut d'abord vivre les expériences, en essayant d'avoir le moins d'à-priori et de réticences possible, et ensuite d'en faire l'analyse et le bilan. D'où le problème de l'observateur. C'est comme si en regardant quelqu'un dormir on essayait d'en apprendre plus sur ses rêves. Il faut rêver soi-même pour apprendre.

« Pourquoi ? Je veux tout comprendre »

Nous revenons en partie au problème précédent.

Ne rentrez surtout pas dans ce genre de pièges qui consiste à répondre sans arrêt à ces questions et à ralentir les expériences au profit du « bla-bla ».

Certains participants sont maîtres dans l'art de pié-ger le formateur

et de l'amener à se justifier.

Dans quelques cas, la question est judicieuse, et vous y répondrez rapidement. Le plus souvent 1) vous noterez la question au tableau en disant que vous y reviendrez après les exercices.

2) vous interrogerez la personne elle-même qui pose la question, car c'est sans doute pour exprimer son opinion sur la réponse qu'elle pose la question.

« Je bavarde dans mon coin »

Taisez-vous en regardant dans sa direction et attendez que cette personne arrête. Cela peut durer 2-3 minutes qui vous paraîtront des heures, mais restez calme. Dès qu'elle arrête vous pouvez lui dire « merci ».

Si beaucoup de personnes bavardent en même temps et couvrent en partie votre voix, baissez le ton et prononcez des paroles incompréhensibles ponctuées de « C'est une des phases les plus importantes » « Mais ce qui est surtout intéressant... » « Donc il faut bien retenir ces points principaux: », etc.

« J'ai payé, alors il est scandaleux que... »

Certaines personnes se servent du fait qu'elles ont payé pour transformer les autres en domestiques ou en esclaves.

Remboursez-les. Demandez-leur de noter leur nom et leur adresse sur une feuille de papier de façon à ce qu'ils soient remboursés, et proposez-leur de quitter le cours.

Il y a de grandes chances pour que leur attitude change brusquement. Ce qu'ils veulent, c'est s'attirer de la considération grâce à leur argent. Proposez-leur de les rembourser, et vous inversez le processus.

Si quelqu'un n'est pas satisfait -- c'est son droit il est mieux pour vous et pour lui qu'il soit effectivement remboursé.

La Projection

Un des phénomènes les plus importants et les plus intéressants qu'il vous sera donné de découvrir et de connaître dans vos groupes est la PROJECTION.

Soit vous prêtez à autrui des sentiments, des pensées qui vous sont propres.

Soit un participant vous prête, ou prête à l'auditoire tout entier des sentiments, des pensées qui sont en fait ses propres pensées et sentiments.

C'est particulièrement vrai lorsque quelqu'un vous agresse.

Si on vous agresse, CE N'EST PAS VOTRE FAUTE, CE N'EST PAS A CAUSE DE VOUS: C'EST PARCE QUE VOTRE INTERLOCUTEUR A, LUI, UN PROBLÈME A CE SUJET.

Il est difficile de progresser et de bien faire son métier de formateur tant que l'on n'a pas compris et senti l'importance de ce phénomène: vous risquez de donner des réponses à des questions, que personne n'a posé, de voir en d'autres des problèmes qui n'y sont pas, et surtout de vous sentir en difficulté là où c'est votre interlocuteur qui a un problème.

Prenons un exemple:

« En vous écoutant depuis 3 heures, vraiment, monsieur, on ne voit pas très bien à quoi vous voulez en venir, le système de ce Jean Dupont est de l'enfantillage. »

Que répondez-vous ?

Réponse:

Vous pouvez demander qui dans l'audience partage l'opinion de ce participant. 'C'est la meilleure façon de ramener le subjectif à l'objectif. Enchaînez « qu'est-ce qui vous donne à penser que c'est de l'enfantillage ? » Lorsque vous avez les raisons, enchaînez: « C'est votre opinion, je la respecte et si j'étais à votre place je pense-rai certainement la même chose. Cependant l'étude de... a démontré que... est d'une remarquable efficacité, comme vous vous en rendez compte au cours de ce séminaire. »

« Finalement, vous n'enseignez rien de plus que ce que l'on peut trouver dans les livres. C'est d'un niveau lamentable. »

Que répondez-vous ?

Réponse:

Respirez profondément et compatissez à son problème. S'il pense de cette façon c'est qu'il a certainement de bonnes raisons de le penser. Ce n'est cependant pas votre opinion, ni celle des dizaines de personnes qui ont déjà participé à votre cours. Toute l'information imprimée de la terre ne remplacera jamais la dynamique d'un groupe et l'expérience personnelle.

Vous devez essayer de ne jamais prendre une remarque à titre personnel, surtout si elle est exprimée avec émotion. La grande différence à percevoir est entre SUBJECTIF et OBJECTIF.

Si une remarque faite par un participant recueille l'approbation de l'ensemble du groupe, si chacun a ressenti la même chose, vous pouvez penser que la remarque était OBJECTIVE.

Si au contraire un seul participant le note, surtout s'il vous en parle d'une manière désagréable, il y a de grandes chances pour que ce soit SUBJECTIF.

Dans ce cas, surtout retenez bien la règle:

NE LE PRENEZ PAS PERSONNELLEMENT

Nous avons chacun suffisamment souffert de l'influence de nos parents dans notre enfance, en prenant des remarques injustifiées ou incompréhensibles de leur part, à titre personnel -- créant ainsi inhibitions et complexes -- sans laisser notre vie d'adulte continuer à être ainsi malmenée par notre faute.

Prendre une remarque à titre personnel, la laisser nous blesser, dès qu'on y porte attention, devient un acte volontaire et non automatique.

Notez toutes les objections que vous rencontrez et écrivez des réponses détaillées. Tenez un « cahier d'objections » -- et de réponses.

Ces remarques sur le phénomène de la projection sont certainement la leçon la plus importante que m'a appris le métier de formateur.

Attention: le mécanisme va dans les 2 sens. Si vos participants « projettent » sur vous des fantasmes, des émotions, des idées qui leur sont personnelles, VOUS EN FAITES DE MÊME.

Pour éviter d'être vous aussi auteur de projections, apprenez à reconnaître les armes verbales dont se sert le « projecteur »:

I) ON - NOUS

Au lieu de dire « je », le projecteur dira « on » ou « nous ». Au lieu de dire « je n'arrive pas à bien me relaxer avec votre voix », il dit « On n'arrive pas à bien se relaxer avec votre voix ».

Du coup, il implique l'ensemble des participants par cette remarque et ces derniers risquent de le suivre et de le soutenir s'ils ne se rendent pas compte de cette astuce verbale.

Avec le nous, cela donne « Nous n'arrivons pas... », etc.

Même dans la vie courante, apprenez à débusquer les « on » ou « nous ». Dans 90 % des cas, ce sont des astuces verbales qui permettent de masquer une opinion personnelle et de lui donner l'apparence d'une concertation.

2) être -- avoir

Vous avez sans doute appris à l'école qu'il faut éviter d'employer les verbes « ETRE » ou « AVOIR ». La langue française comporte suffisamment de nuances pour le permettre.

Partez en chasse contre Être et Avoir. Si nous reprenons la remarque précédente « C'est d'un niveau lamentable », il serait plus exact de la remplacer par « Je trouve cela d'un niveau lamentable ». Là encore le verbe être est un moyen de masquer une opinion personnelle.

La vie est un phénomène mouvant. Tout change autour de nous, sans cesse. Nous-mêmes, nous nous transformons sans arrêt. Vos cellules se reproduisent et votre corps est quasiment 100 % différent du corps que vous aviez il y a 7 ans. Dès lors, le verbe être ou avoir est une limite grave que vous vous donnez à vous-même « Je suis incapable de... » « J'ai du mal à... » sont des mauvais sorts que vous vous jetez à vous-même. Vous engagez de la sorte un futur qui vous appartient !

En effet, il est possible que vous ayez été « incapable de... » par le

passé. Il est même possible qu'à la seconde présente vous « soyez incapable de » mais généralement lorsqu'on emploie le verbe être, il y a un définitif, un irréversible qui sont négatifs. Vous pouvez changer, si vous le voulez, ou trouver une solution qui vous rendra « capable de... »

Un de mes amis se disait ainsi « être incapable de comprendre et d'apprendre les langues étrangères ». Je lui ris remarquer combien ce mauvais sort qu'il se jetait le mettait de toutes façons dans l'incapacité totale de faire des progrès dans ce domaine. Cette simple remarque amorça une réflexion qui lui montra d'où venait le blocage (l'occupation allemande) et il se perfectionna ensuite sans difficulté.

Tout cela nous éloigne un peu de l'animation de groupe, mais vous devez y être très attentif quand même, pour vous et vos étudiants. Ces limites verbales définiront l'étendue et le succès de vos résultats parapsychologiques.

Vous noterez combien les jours de doute sur soi, ces expressions, ces « mauvais sorts » vous échappent et influencent négativement le groupe.

Le transfert

Dans l'introduction de ce Guide, je vous ai mis en garde contre l'attitude du « Gourou » qui asservit ses émules au lieu de les rendre plus libres. En fait, il est très difficile d'éviter le phénomène de « transfert » qui s'opère dans un groupe de formation. Certaines techniques de dynamique de groupe ou de sémantique générale y parviennent, mais ce n'est pas dans le cadre de votre objectif.

Partons du principe que le transfert est nécessaire, du moins dans un premier temps. En suggestopédie, il est même sciemment cultivé. Le Dr Lozanov pense que remettre les participants dans un état « d'infantilisation » accélère le processus d'apprentissage.

Un enfant, entre 4 et 7 ans apprend beaucoup plus vite qu'un adulte (les « mauvais sorts » que nous nous jetons ensuite, appelés par Lozanov « barrières anti-suggestives » y sont pour beaucoup).

Tout cela est très bien, mais cela se traduit par quoi dans votre animation de groupe ?

En suggestopédie, par exemple, le professeur entre le dernier, ne serre pas la main aux étudiants, reste assez distant et est valorisé au maximum.

Pour nous, ce pourrait être donné par une attitude pas trop familière, de la compétence, cela ajouté à la disposition de la salle, tous ces éléments suffisent.

Maintenant, vous risquez d'avoir des participants qui s'adressent à vous comme à Dieu le Père, et vous demandent de résoudre leurs problèmes. Des phrases du genre « Et toi qu'en penses-tu ?- « Qu'as-tu envie de faire? » « Toi seul peut répondre à cette question » résumant assez bien l'attitude que vous pourrez avoir pour ne pas encourager le transfert.

Arrangez-vous aussi pour créer beaucoup d'exercices où les participants se prennent en charge ou prennent en charge quelqu'un d'autre par petits groupes.

Ne cultivez pas le transfert, mais acceptez-le comme une des phases de l'apprentissage.



13. La préparation mentale

C'est une phase importante de votre cours ou de votre séminaire. Elle est indispensable pour que tout se déroule bien.

A -- La veille commencez par vider votre peur. Si vous êtes angoissé, criez un bon coup dans votre voiture ou chez vous. Employez n'importe quelle méthode de décharge émotionnelle qui vous convienne (à condition que votre entourage n'en soit pas victime).

B -- Détendez-vous et visualisez toutes les étapes de votre séminaire. Vous vous réveillez à l'heure..., vous êtes sur place sans encombres..., tout est là... vous terminez d'aménager..., vos premiers participants arrivent... accueil amical et détendu..., tout le monde est là... atmosphère musicale... Vous êtes bien, vous aimez vos participants et vous les aidez du mieux que vous pouvez.

Visualisez chaque étape dans le détail. Voyez les têtes des participants, écoutez leurs questions, regardez les couleurs de la moquette, les décorations, visualisez aussi bien votre attitude physique que mentale.

Si vous visualisez une difficulté, recommencez jusqu'à ce que tout se déroule à la perfection.

C -- Couchez-vous tôt, après un repas léger, sans excitants, et un bon bain. Avant de vous endormir, jetez-vous quelques « bons sorts » pour le lendemain.

D -- Refaites de même chaque soirée du séminaire pour le lendemain. Il est très tentant, pour se changer les idées ou pour fêter le bon déroulement d'un séminaire, de sortir un soir. Ne le faites pas. La qualité de votre prestation en serait affectée le matin suivant.

Rien n'est plus terrible pour un formateur qu'une invincible envie de s'endormir..., qui gagne bientôt l'assistance !

14. Le jour « J »

Dormez bien avant et pendant votre séminaire. Pas de fête le soir avec les participants ou de révision de vos exposés tard dans la soirée.

Prenez un petit déjeuner nourrissant, mais pas trop copieux. Il ne faut pas que la digestion vous endorme.

Prévoyez largement votre emploi du temps. Soyez sur place 1 h 1/2 à 2 h avant l'horaire:

1 -- Les participants de province seront là quelquefois jusqu'à une heure avant.

2 -- Il y a toujours des problèmes de dernière minute.

3 -- Cela vous laissera le temps de mettre une dernière main à votre présentation.

Arrivé dans la salle, mettez votre bande musicale pour vous mettre « en train ». Chantonnez, mettez la touche finale à l'organisation de votre salle.

Je me répète peut-être, mais faites tout, ce jour-là, pour être bien dans votre peau. Onassis avait besoin d'au moins 10.000 € sur lui pour se sentir bien, mettez de gros billets de banque dans votre poche si cela vous aide.

Habillez-vous le premier jour d'une façon conformiste (cravate-veston) du moins, pendant les premiers séminaires. Vous aurez moins de difficultés à franchir le cap du premier contact avec vos participants.

Si par contre votre tenue de sport vous donne un bien-être étonnant, mettez-vous en tenue de sport.

Soignez votre apparence. Vos étudiants ne vous connaissent pas, ils vont donc commencer par se faire une opinion sur la seule chose que vous leur offrirez de prime abord: votre aspect extérieur (l'habit ne fait pas le moine.., mais il y contribue !).

Le début du séminaire

Tout le monde est là (à 10 % près). Vous avez accueilli chacun et

leur avez conseillé de se mettre devant, aux premiers rangs (là où personne n'ose se mettre). L'heure de début de cours est bientôt passée de 5-10 minutes.

Ça y est, le cours -- le séminaire -- va commencer. Mettez le leitmotiv et quand il se termine, souhaitez la bienvenue aux participants et dites-leur.

- 1) Qui vous êtes, ce que vous faites, et pourquoi vous êtes là.
- 2) Comment s'appelle ce cours, de quoi il va s'agir et de quelle façon cela va se passer.
- 3) Annoncez les horaires, les détails pratiques, où sont les W.C., etc.
- 4) Faites faire des présentations de chacun des participants.

ÉCRIVEZ AU TABLEAU les renseignements minimum à fournir: Nom, prénom, activité, hobbies, pourquoi vous êtes là.

Sinon vous aurez droit à un « Dupont, architecte ». A chaque fois qu'un participant a expliqué ce qui l'amène, renforcez ce qu'il dit en l'étayant de renseignements complémentaires sur le cours ou en l'assurant simplement qu'il y trouvera ce qu'il vient y chercher.

- 5) Dites ce qui est nécessaire pour tirer le meilleur parti du cours. Vous pouvez à cette occasion donner un exemple personnel: dites comment vous avez vécu votre premier séminaire.

J'ai pour habitude de conseiller: une tenue confortable, des repas légers, une A.M.P. -- attitude mentale positive.

Pour « casser » une attente trop idéaliste de ce qui va se passer dans le cours, j'explique que ce que chacun va apprendre ici, dans l'ensemble, n'est pas bien nouveau, qu'on peut le trouver dans les livres, mais qu'ici NOUS ALLONS EFFECTIVEMENT LE FAIRE. Il ne faut pas être impatient. (Ici vous pouvez raconter une histoire ou donner une image pour illustrer la progressivité des résultats.)

Enfin, et c'est le plus important, j'insiste sur l'ouverture d'esprit qu'il faut avoir pour tirer pleinement profit du cours. Il faut participer et on ne peut pas participer à moitié. (Les Américains ont une image très claire: « participer, c'est comme être enceinte, on ne peut pas l'être à moitié ».)

Exercice 14:

Étudiez vos conversations avec votre entourage en analysant les phénomènes de « projection » et l'utilisation du verbe « être ».



15. La réponse aux questions

C'est une phase délicate de l'animation et de la formation: comment répondre aux questions ? Le premier point, nous l'avons vu, est de ne pas avoir peur des questions. Ce sont uniquement des demandes de vos participants et non des traquenards ou des manœuvres pour vous critiquer, ce que craignent souvent les formateurs débutants.

Les conseils que je peux vous donner dans ce domaine sont simples, ils vous sembleront peut-être trop simples, pourtant ils contiennent l'essentiel de l'art de répondre aux questions.

1 -- Bien comprendre la question

Un des obstacles à la communication est l'anticipation. Lorsque quelqu'un pose une question, son interlocuteur cherche à deviner à l'avance la question, et à préparer sa réponse. Bien sûr, pendant qu'il se livre à cet exercice, le premier n'écoute plus, attend avec impatience de pouvoir répondre..., et répond à côté. Tout au contraire, ouvrez grandes vos oreilles et ÉCOUTEZ. Regardez aussi, et ressentez.

Vous devez comprendre le mécanisme d'une question. Quelqu'un ressent une tension intérieure. Quelque chose lui manque. Il pose une question. Très souvent, la formulation de cette question sera floue, CAR VOTRE INTERLOCUTEUR NE SERA PAS SÛR DE CE QU'IL VEUT DEMANDER. Si lui-même n'y voit pas clair, comment pouvez-vous répondre à sa question? Dans ce-cas, et si vous avez le moindre doute, demandez « Je n'ai pas complètement saisi. Pouvez-vous préciser votre question ? » A ce moment, il fera lui-même un effort de clarté dans sa formulation..., et il vous sera plus facile de répondre.

Très souvent, le formateur hésite à faire répéter la question de peur de se rendre ridicule, ou d'énervé celui qui la pose: En fait, votre interlocuteur appréciera toujours votre effort de compréhension.

En lui disant que vous n'avez pas bien compris, en lui demandant de préciser sa pensée, vous lui montrez de la considération, vous le mettez en valeur. Il sent qu'il existe, et que ce qu'il dit a de

l'importance à vos yeux.

Vous noterez que souvent la seconde formulation va à l'essentiel. Quelquefois, en reformulant, la personne vous livrera d'elle-même la réponse ! De surcroît, cela vous donne du temps pour réfléchir à ce que vous allez répondre.

Beaucoup d'échanges questions-réponses ressemblent à un match de ping-pong. Celui qui va recevoir la balle est tendu, nerveux, sur la défensive et prêt à renvoyer la balle. Au contraire, votre attitude sera celle du confesseur, de l'ami qui cherche à aider.

2 -- Acceptez votre interlocuteur

Comme ce règlement de l'ancienne Égypte qui recommandait aux fonctionnaires d'écouter avec grande attention les plaintes des sujets, « Car il est plus important pour eux d'être entendu et compris que d'obtenir ce qu'ils demandent », vous devez, par votre attitude, montrer combien vous comprenez leur point de vue.

D'ailleurs, bien sûr, si vous aviez leur passé, leur éducation, leur culture et leur expérience, vous penseriez comme eux, vous vous poseriez la même question. Même si celle-ci vous semble stupide, même si vous l'avez déjà entendue mille fois, écoutez-la avec attention. Je connais même un formateur qui hoche (positivement) la tête lorsqu'il écoute la question !

Lorsque vous ouvrez la bouche pour répondre, commencez par exprimer cela par un « oui », un « je comprends » ou mieux « je vous comprends bien » ou mieux encore : trouvez ce que cette question a de positif et appréciez-le.

Voici quelques débuts de réponse :

« Votre question est particulièrement intéressante

« C'est une bonne question... »

« Oui, la question des..., est très importante »

« - Vous avez raison de parler de... »

« Je comprends ce que vous ressentez: ... »

« Bien sûr..., oui..., d'accord..., etc. »

N'hésitez pas à reformuler la question et à demander l'acquiescement de votre interlocuteur :

« En d'autres termes, vous aimeriez savoir comment faire pour..., n'est-ce pas ? »

Vous avez remarqué qu'à propos de la « réponse » aux questions, nous passons beaucoup de temps sur les préliminaires, et non sur la réponse elle-même. C'est parce que cette phase est la plus importante. Plus importante que la réponse elle-même. VOUS DEVEZ ÊTRE SÛR, CERTAIN MÊME D'AVOIR PARFAITEMENT COMPRIS CE QUE DÉSIRE VOTRE PARTICIPANT.

3 -- La réponse

Lorsque vous avez bien compris la question, plusieurs cas peuvent se présenter:

A -- Vous connaissez la réponse avec certitude.

B -- Vous n'êtes pas sûr.

C -- Vous ne savez pas.

Commençons par C, c'est le plus facile. Si vous ne connaissez pas la réponse, DITES-LE. Après tout, vous n'êtes pas obligé de tout savoir, et vos participants, apprécieront votre honnêteté. Il est toujours mieux d'être sincère plutôt que de « noyer le poisson ».

Donc dites quelques chose comme: « Je comprends bien votre question, et voici la réponse: Je n'en sais rien ! (Je peux vous adresser à une personne qui le sait ou me renseigner.)

Ou encore: « Votre question est importante, mais honnêtement je ne me la suis jamais posée. Si vous le souhaitez, je me renseignerai et je vous répondrai demain. »

Ou encore, si vous deviez normalement connaître la réponse: (à utiliser aussi si la réponse vient naturellement dans la suite du cours): « C'est en effet une question importante, si vous le voulez bien, nous allons la noter (et vous l'écrivez au tableau) et nous y reviendrons tout à l'heure. »

Venons-en à B.

Si vous n'êtes pas sûr, dites-le: « Il me semble que... »

Bien sûr, il ne faut pas que vos réponses donnent l'impression de l'incompétence. Faites-vous un « carnet de question », et notez chaque nouvelle question qui vous est posée. Cherchez la réponse à tête reposée. Si vous ne trouvez pas, écrivez-moi.

A -- Répondez, en employant si possible des images, des exemples. Rendez cette réponse intéressante pour tout le monde en la généralisant.

Votre réponse doit être courte et aller à l'essentiel. Le bla-bla endort l'assistance et énerve celui qui a posé la question.

4 -- Le Feed-back

Assurez-vous que votre interlocuteur a bien compris et qu'il ne garde pas de réserves sur un détail dans son esprit: « Est-ce que cela répond à votre question ? » « Cela vous semble-t-il plus clair ? », etc.

Exercice:

Téléphonez à l'un de vos amis pour l'inviter -- à une réunion d'information -- à participer à votre séminaire. Notez ses objections, et répondez-lui en appliquant les conseils de ce chapitre.



16. Les problèmes que vous rencontrerez (Comment les résoudre)

Ce qu'il y a de bien dans le métier de formateur, ce sont les problèmes que l'on rencontre: notre créativité est particulièrement stimulée en face de problèmes, et c'est là que l'on apprend le plus.

Réjouissez-vous donc d'avoir des problèmes et accueillez-les les bras ouverts (sans toutefois les rechercher).

A -- Problèmes matériels

Il y en a toujours, et au moment où l'on s'y attend le moins. La prise de courant est introuvable, les markers n'écrivent plus rien, et (le pire !) vous avez perdu vos textes... Que faire ?

Il y a toujours dans l'assistance la personne « prête à tout pour vous rendre service ». Envoyez-la discrètement régler le problème.

En ce qui concerne les textes de vos présentations, s'ils sont introuvables et que vous êtes trop loin, RÉÉCRIVEZ-LES. Vous en ferez peut-être de meilleurs que ceux de base. Cela m'est arrivé plusieurs fois.

D'une façon générale, face à un problème, au lieu de vous laisser hypnotiser par ce qui vous manque ou ce qui ne va pas, dites que la solution existe. Elle est là, vous avez juste à la trouver. C'est comme dans une partie de cache-tampon.

Cette faculté de résolution de problèmes s'entraîne véritablement comme un muscle. Plus vous l'exercerez plus ce sera facile.

B -- Problèmes d'animation

Même en faisant tout ce qu'il faut pour que « ça » marche, vous sentirez des moments où le rythme n'y est pas, où les tensions montent, où l'agressivité s'exprime au détriment des progrès du groupe. Le chapitre suivant sur les exercices physiques, vous aidera à aménager des « respirations » équilibrantes.

Lorsque ça ne va toujours pas, je vous conseille d'utiliser la purge.

La purge

1) Purge simple. Demandez à tous les participants de prendre une feuille blanche, de tirer un trait au milieu et d'écrire PLUS et MOINS. Le PLUS à droite et le MOINS à gauche.

Ensuite, consacrez 15-20 minutes à faire le « bilan » du séminaire à ce stage.

Expliquez que dans toute traversée en bateau, il faut à certains moments « faire le point » par rapport à la destination. Ces bilans vous aideront à rectifier la trajectoire de façon à arriver à bon port.

Profitez de ce moment pour faire vous aussi votre bilan. Par exemple:

MOINS

- Encore un peu de trac avant de commencer,
- Difficultés à respecter l'horaire,
- Quelques sceptiques qui alourdissent l'animation,
- Air conditionné,

PLUS

- Ambiance et participants sympathiques.
- Bons résultats aux premières expériences.
- J'ai réussi à retenir les noms de tous les participants.
- Bonne humeur et grande forme. Peu de trac.
- Motivation forte de réussir de tt le monde

Vous avez noté que les remarques sont aussi bien d'ordre général et

extérieur que d'ordre personnel.

Dites ensuite d'écrire (ou pas) son nom, comme on le souhaite, et faites ramasser tous les bilans. Lors de la prochaine pause dépouillez-les et faites ensuite un bilan des bilans, en vous félicitant de ce qui va bien, en répondant aux objections et en prenant des dispositions pour changer ce qui ne va pas.

On appelle cet exercice « purge » parce qu'il permet, même aux timides, d'exprimer le non-dit (surtout le non-dit négatif) et de ne pas le ressasser en silence.

2) Purge orale. Sous forme de discussion ouverte. Vous pouvez commencer en disant carrément ce que vous ressentez au sujet de la progression du cours et en demandant ce qui ne va pas. Faites bien attention à laisser s'exprimer tout le monde (en tour de table, par exemple).

C'est un exercice difficile où il faut une bonne maîtrise de soi, mais très enrichissant.

3) En sous-groupes. Même principe, mais 3 par 3, un secrétaire prend note, tous les secrétaires se rassemblent et élisent un secrétaire général qui résume pour le groupe entier et l'animateur.

Dans toutes les purges, ON DOIT EXPRIMER LE POSITIF autant que le négatif. Sinon ce n'est plus une purge, mais un enterrement de 1^{re} classe, et vous risquez de ne pas vous en remettre.

Une phase importante: le « feedback »

A la fin de chaque cours ou séminaire faites remplir un formulaire de « feedback » à chaque participant. Vous en trouverez un exemple en page suivante. A partir de ce feedback, tirez des conclusions pour les séminaires suivants et prenez les remarques les plus positives comme aides publicitaires (ou comme confortation personnelle).

Faites remplir le formulaire sur place, « à chaud ». Vous pouvez en demander un second par courrier plus tard, mais « Un "tiens" vaut mieux que deux "tu l'auras" ». Les étudiants promettent toujours de le renvoyer, mais n'en trouvent pas le temps.

Exemple de feedback:

Nom	
Adresse	
Téléphone	Email
Profession	

- 1 -- Quelle est votre évaluation globale de ce séminaire ? ☐ Excellent
☐ Très bon ☐ Bon ☐ Moyen ☐ Très moyen ☐ Insuffisant
☐ Médiocre
- 2 -- Quelle était votre motivation principale à participer à ce séminaire?
- 3 -- Avez-vous pu la satisfaire grâce à ce séminaire ?
- 4 -- Qu'est-ce que vous a apporté personnellement ce séminaire ?
- 5 -- Quels sont les points que vous avez ressentis négativement et qui devraient être, à votre avis, améliorés ?
- 6 -- Qu'avez-vous apprécié dans le comportement de l'animateur de formation, et que pensez-vous qu'il devrait modifier ?
- 7 -- Autres commentaires:
- ☐ Je souhaite que ce témoignage reste rigoureusement anonyme.
- ☐ J'accepte que tout ou partie de ce témoignage puisse être utilisé auprès de futurs participants qui le demanderaient pour prendre leur décision.

Autres questions possibles: Y a-t-il eu suffisamment de contacts entre les participants ? Pensez-vous qu'il y a eu des tensions et blocages dans le groupe ? Comment a réagi l'animateur de formation en cas de conflit ? A-t-il quelquefois donné l'impression de chercher à défendre son statut de leader ?, etc.

Les témoignages

Vous en avez obtenu par les feedback, vous les avez collationnés pour aider vos prospects à prendre leur décision.

N'oubliez pas, dans vos réunions d'information, de demander à des « anciens » de venir témoigner de ce que leur a apporté votre séminaire.

Le témoignage est une des forces de persuasion les plus importantes qui existent -- même s'il vous semble enfantin ou dépassé --, parce qu'il repose sur le contact humain.

Livres, revues, cassettes, CD, liens

Vos participants souhaitent certainement compléter leur information.

Mettez à leur disposition: livres, revues, cassettes, CD et liens internet qui complètent votre formation. Par exemple: des cassettes ou des livres qui leur permettront de refaire les exercices seuls et de continuer à progresser chez eux.

Comment progresser

- En participant à d'autres séminaires et en observant comment s'y prennent les formateurs.
- En lisant et en prenant des notes.
- En réfléchissant sur votre travail.
- En vous développant vous-même personnellement. Ce métier met en oeuvre toute votre personnalité, et mieux vous serez dans votre peau, meilleur sera votre travail.
- En relisant ce guide.

- En échangeant votre expérience avec d'autres formateurs.

De la même façon que vous avez « fait le point en cours de traversée », il est bon de tenir un journal de bord de vos traversées afin de vous améliorer.

Prenez un cahier et continuez ce guide pour vous.



17. Comment structurer votre séminaire pour qu'il réussisse

Comme Stéphanie Barrat et moi-même l'avons expliqué dans l'E.L.S. (la Méthode des Communicateurs Efficaces), l'introduction et la conclusion de chacune des sessions sont très importantes. Construisez donc votre séminaire en gardant les points forts pour le début et la fin de chaque demi-journée, et trouvez une expérience particulièrement saisissante -- ou gratifiante -- pour conclure le séminaire tout entier.

Il y a un dosage à trouver entre la théorie et la pratique. Tout dépend de votre auditoire, de son niveau intellectuel et de son comportement, ainsi que du sujet choisi. Ceci dit, d'une façon générale, les expériences sont toujours très appréciées, à condition que vous les exploitiez bien ensuite.

Interrogez vos participants: qu'en ont-ils retiré? Qu'est-ce qui les a frappés? Qu'ont-ils découvert? Impliquez-les et étonnez-les à chaque instant.

Quelques questions a vous poser:

1 -- Quel sera le sujet ?

Voici une liste d'idées de séminaires. Il y en a des milliers d'autres. A vous de trouver le vôtre !

- Organisation du travail gestion de temps
- gestion financière
- la négociation
- l'argumentation
- l'animation d'un groupe (conduite de réunion)

- la mémoire
- expression écrite
- expression orale
- la lecture rapide
- comment mener une interview
- l'entretien à deux
- la formation à la vente
- organiser sa pensée (le raisonnement)
- comment trouver un emploi
- rédaction de C.-V.
- savoir persuader
- le téléphone
- santé
- diététique
- maigrir
- musique
- langues étrangères
- expression corporelle (langage du corps)
- le look
- comment se sortir de ses dettes
- devenir riche
- la réussite
- mieux se connaître
- la pensée positive
- la confiance en soi
- faire face au stress

- développez votre créativité
- créer son site web
- écrire son premier livre
- cuisine
- guérison
- etc.

2 -- Semaine ou week-end ?

S'il s'agit de séminaires destinés aux entreprises, la semaine est préférable. Surtout les mardi, mercredi, jeudi, qui laissent lundi et vendredi pour expédier les affaires courantes.

Pour les particuliers, les week-ends sont plus faciles. Vous pouvez, pour des séminaires de 3 jours ou plus, utiliser les ponts et les vacances.

3 -- Quels horaires ?

Si votre séminaire est résidentiel, l'horaire peut être plus chargé: pas de transports, déjeuner sur place...

Si chacun rentre chez soi le soir, vous pouvez finir à 18 h -- à moins que vous n'alliez jusqu'à 23 h mais attention aux derniers transports en commun !

4 -- Comment adapter votre séminaire ?

Selon votre clientèle, trouvez des exemples qui les touchent, des cas qui les intéressent. Pensez à construire votre séminaire de façon progressive.

5 -- Inspirez-vous de bons livres. Lesquels ?

Vous trouverez en librairie des livres qui vous guideront. Certains comprennent même des programmes-types que vous pouvez adopter.

Comment présenter chaque exercice

L'expérience m'a montré que rien ne vaut un travail personnel de préparation pour:

- bien comprendre ce que l'on dit,
- bien le faire « passer » auprès de son auditoire.

De plus, vous aurez une meilleure mémorisation de ces présentations en les préparant vous-même.

- Ne dépassez pas 20 minutes de présentation pour chaque exercice.
- Pensez en termes très simples.
- N'oubliez pas d'utiliser des images, anecdotes, aides visuelles, histoires et micro-exercices pour agrémenter votre présentation.



En conclusion

Le métier d'animateur de formation, que vous l'exerciez à temps plein ou à temps partiel, en indépendant ou comme salarié, est une merveilleuse école d'humanisme.

Il vous réserve de grands joies, des moments difficiles aussi, et la certitude de progresser, vous aussi, sur la voie de l'épanouissement personnel.

C'est ce que je vous souhaite.



Christian H. Godefroy

Table des Matières

Sommaire	2
Introduction	3
1. Cours, conférences ou séminaires ?	7
1. Les cours:	7
2. Le séminaire:	7
3. Les conférences:	8
2. Comment recruter les participants ?	9
Vos participants:	9
Où les trouver ?	9
Quelle participation leur demander ?	31
3. D'autres moyens de recrutement	33
Les affichettes:	33
Exercice:	34
La presse locale	35
La presse nationale	35
Comment rédiger votre annonce	35
Le « 2 temps »	36
Les lettres:	36
Exercice:	42
Un autre moyen: le téléphone	43
Le web	43
Vous faire engager par un organisme	43
De nouvelles solutions	43
Exercice:	44
Les références:	44
Le bouche à oreille est la meilleure des « Publicités »	44
Vos entretiens téléphoniques	46

4. Le montant de la participation	49
<i>Quels sont les montants de participation classiques pour les séminaires ?.....</i>	<i>49</i>
<i>Les formulaires d'inscription.....</i>	<i>50</i>
5. Comment développer votre clientèle	53
<i>Vos rapports avec la presse.....</i>	<i>54</i>
<i>Exercice:.....</i>	<i>56</i>
6. Le matériel	57
<i>La sonorisation.....</i>	<i>57</i>
<i>Les aides visuelles:.....</i>	<i>58</i>
<i>Le rétroprojecteur</i>	<i>58</i>
<i>Le caméscope.....</i>	<i>58</i>
<i>Le tableau de carton.....</i>	<i>59</i>
7. Choix de la salle	60
<i>1 -- Du standing ou pas ?.....</i>	<i>60</i>
<i>2 -- Facilité d'accès et parking</i>	<i>61</i>
<i>3 -- Forme et taille de la salle</i>	<i>61</i>
<i>4 -- Les autres points importants</i>	<i>61</i>
8. Juste avant votre séminaire	64
<i>Les lettres de confirmation</i>	<i>64</i>
<i>Votre premier séminaire</i>	<i>64</i>
<i>Organisation, disposition, accueil</i>	<i>64</i>
9. Les difficultés de base à vaincre	68
<i>A -- La peur du groupe -- Le trac.....</i>	<i>68</i>
<i>B -- Le doute.....</i>	<i>69</i>
<i>C -- La préoccupation de soi.....</i>	<i>72</i>
<i>I -- La présence</i>	<i>72</i>
<i>II -- L'écoute active.....</i>	<i>72</i>
<i>III - Le « Moi-je »</i>	<i>73</i>
<i>IV - Pour en finir avec la préoccupation de soi, intéressez-vous aux autres, tout le temps</i>	<i>74</i>
<i>Exercice:.....</i>	<i>74</i>

10. Comment faire participer votre auditoire	75
<i>A -- Pourquoi ne participent-ils pas ?</i>	75
<i>B -- Méthodes de participation éprouvées</i>	75
<i>1 -- Motiver votre auditoire</i>	76
<i>2 -- L'ENTHOUSIASME</i>	77
<i>3 -- La sincérité</i>	77
<i>4 -- Faire des micro-exercices</i>	78
<i>5 -- Les questions</i>	81
<i>1 -- La fausse question</i>	82
<i>2 -- La question fermée</i>	82
<i>3 -- Les questions ouvertes</i>	82
<i>Contrôle du temps</i>	83
<i>Assurez-vous</i>	84
11. La préparation de vos exposés	85
<i>1 - Vous fixer un objectif</i>	85
<i>2 - Accumulez les données</i>	85
<i>3 - N'y pensez plus</i>	85
<i>4 - Faites un plan</i>	85
<i>5 - Lisez-le à haute voix</i>	86
<i>6 - Recopiez</i>	86
<i>Les trous de mémoire (comment les remplir)</i>	86
<i>1 -- Le papier</i>	86
<i>2 -- La question</i>	87
<i>3 -- La révision</i>	87
<i>4 -- Le silence</i>	87
12. Comment animer votre groupe	88
<i>« Je sais tout »</i>	88
<i>« Je ne m'arrête jamais de parler »</i>	89
<i>« Je suis un problème particulier »</i>	89
<i>« Je suis là pour observer »</i>	90
<i>« Pourquoi ? Je veux tout comprendre »</i>	90
<i>« Je bavarde dans mon coin »</i>	91

« J'ai payé, alors il est scandaleux que... »	91
La Projection.....	91
1) ON - NOUS.....	94
2) être -- avoir.....	94
Le transfert.....	95
13. La préparation mentale	97
14. Le jour « J »	98
Le début du séminaire.....	98
Exercice 14:.....	100
15. La réponse aux questions	101
1 -- Bien comprendre la question	101
2 -- Acceptez votre interlocuteur.....	102
3 -- La réponse.....	103
4 -- Le Feed-back	104
Exercice:.....	104
16. Les problèmes que vous rencontrerez (Comment les résoudre)	105
A -- Problèmes matériels.....	105
B -- Problèmes d'animation.....	106
La purge.....	106
Une phase importante: le « feedback »	107
Les témoignages	109
Livres, revues, cassettes, CD, liens	109
Comment progresser	109
17. Comment structurer votre séminaire pour qu'il réussisse _	111
Quelques questions a vous poser:.....	111
2 -- Semaine ou week-end ?.....	113
3 -- Quels horaires ?.....	113
4 -- Comment adapter votre séminaire ?	113
5 -- Inspirez-vous de bons livres. Lesquels ?.....	113
Comment présenter chaque exercice.....	114
En conclusion.....	115



Cet eBook fait partie de la collection de livres gratuits de développement personnel que vous pouvez télécharger à <http://www.livres-gratuits.com>

Il est fortement conseillé de le passer gratuitement à vos amis intéressés. Si vous voulez le vendre, le mettre sur votre site ou le donner en cadeau avec un de vos produits, écrivez-vous pour obtenir une autorisation.

Pour toute question, écrivez à :

<mailto:webmaster@livres-gratuits.com>

© Christian H. Godefroy, 2001