

# LE PETIT GUIDE DE SURVIE POUR RENDRE VOS IDÉES DÉSI RABLES

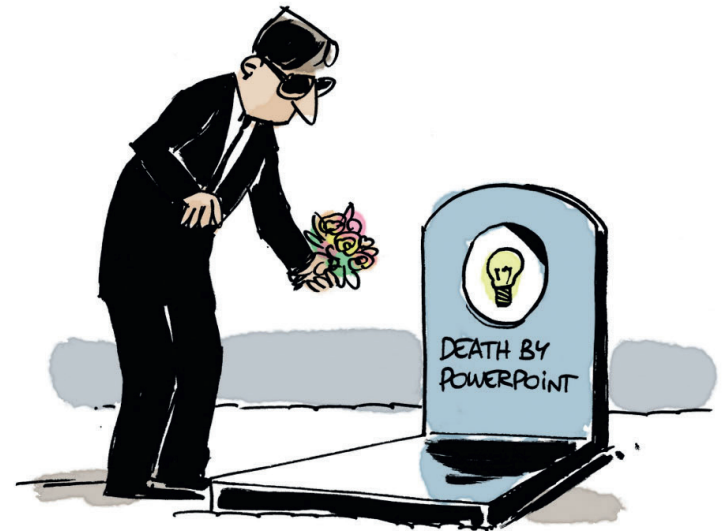


NOUVELLE ÉDITION

ENRICHIE AVEC DES  
CONSEILS VISIO !

**ZEPRESENTERS**  
RENDRE VOS IDÉES DÉSI RABLES

À la mémoire de toutes les  
bonnes idées mal présentées.





Bruno CLEMENT & Sébastien BERNARD  
Co-fondateurs de ZEPRENTERS

# DÉFENDRE LA CAUSE DE VOS IDÉES !

ZEPRENTERS est un cabinet de conseil en stratégie narrative né en 2013 de la rencontre d'un publicitaire et d'un metteur en scène qui partagent la même conviction : les idées et les projets ont besoin d'être bien présentés pour aboutir !

Ensemble, ils ont mis en commun leur savoir-faire pour créer la méthode HUBSTORY® : un process robuste et agile, éprouvé par des centaines de missions qui permet de vous accompagner pas à pas de la clarification de vos idées... à votre présentation.

Conseil, coaching, formations, ateliers ou conférences, quelque soit la nature de notre intervention, notre mission est toujours la même : défendre la cause de vos idées en les rendant désirables !

Alors si vous avez un projet à défendre, ce petit guide de survie est fait pour vous. Vous y découvrirez des conseils utiles pour préparer votre prochaine intervention et présenter vos idées en pleine confiance !

Bonne lecture.

**ZEPRENTERS**  
RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES

# LE HUBSTORY®

## LE STORYTELLING AGILE

Après des centaines de missions de conseil, le HUBSTORY® agrège l'ensemble des ingrédients indispensables pour construire votre présentation.

La méthode repose sur un process agile qui permet, pas à pas, de valider la pertinence de votre stratégie narrative et de transformer votre idée en une histoire claire, inspirante et incarnée.

Le HUBSTORY® est composé de quatre étapes itératives qui correspondent chacune à un livrable lié à votre présentation :

- 1 LE PITCH**  
pour clarifier votre idée
- 2 LE STORYTELLING**  
pour structurer votre histoire
- 3 LE STORYDESIGN**  
pour mettre en scène votre présentation
- 4 LE LEADERSHIP**  
pour présenter en pleine confiance





SÉANCE DE CO-CRÉATION  
D'UNE STRATÉGIE NARRATIVE

## ET SI ON VOUS AIDAIT À RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES ?

Prendre la parole, c'est prendre le pouvoir ! Mais c'est un pouvoir éphémère et fragile que le public vous accorde le temps de votre intervention. À vous d'en faire une opportunité pour faire avancer vos projets et marquer les esprits.

ZEPRESENTERS est un cabinet de conseil en stratégie narrative et notre mission est de rendre vos idées désirables. Concrètement, notre savoir-faire consiste à comprendre vos stratégies, vos projets et vos offres puis, à les traduire en des histoires claires, inspirantes et incarnées.

Et pour vous y aider, nous proposons 4 grands types d'accompagnement :

### **Le Conseil en Stratégie Narrative**

pour préparer vos prises de paroles à enjeux

### **Le Coaching Pleine Confiance®**

pour muscler votre leadership d'opinion

### **Les Formations HUBSTORY®**

pour monter en compétence et pratiquer

### **Les Conférences ZEPRESENTERS**

pour sensibiliser et inspirer vos équipes.

Pour en savoir plus rendez-vous sur [www.zepresenters.com](http://www.zepresenters.com)

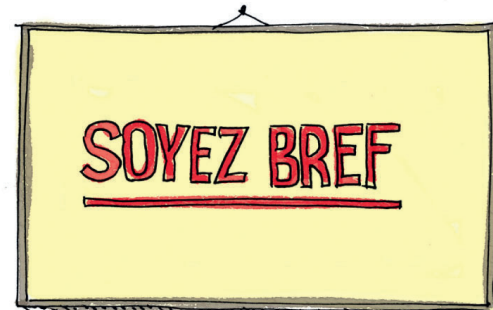


# PITCH

## CLARIFIER VOS IDÉES

Si vous ne pouvez pas  
expliquer quelque chose simplement,  
c'est que vous ne l'avez pas  
suffisamment compris.

Albert Einstein



## CONCEVOIR LA BANDE-ANNONCE DE VOTRE IDÉE

Vous rêvez d'interpeller votre patron dans un couloir ou de lever la main en réunion pour parler de votre projet... posez-vous juste une question : « **C'est quoi l'idée ?** »

Si votre réponse n'est pas claire, concise et inspirante, c'est que vous n'êtes pas prêt !

Le pitch, c'est la bande-annonce de votre idée : un message optimisé pour marquer votre crédibilité et créer le désir d'en savoir plus. En quelques minutes, vous pourrez vérifier l'intérêt que suscite votre idée sans avoir à en dire trop.

Cette première étape est indispensable pour la suite. Si vous n'êtes pas capable d'être clair et désirable en trois minutes, il n'y a aucune chance pour que vous soyez efficace quand on vous donnera plus longuement la parole.

Alors c'est ça un  
Pitch ? Je croyais que  
c'était plus petit.



## CAPTER L'INTÉRÊT DU PUBLIC

Pour capter l'écoute et l'intérêt de votre public, il est indispensable de bien comprendre ce qui le motive, les problèmes qu'il rencontre et comment votre idée peut les résoudre. Pour cela, posez-vous notre « question magique » : Qu'est-ce qui l'empêche de dormir la nuit ?

Creuser cette question va vous amener à découvrir un problème que votre public n'avait pas forcément identifié ou qu'il n'avait jamais formulé comme ça.

C'est un moyen puissant pour capter durablement l'intérêt de votre public et pour présenter votre idée comme une opportunité inédite de retrouver le sommeil.

## FORMULER VOTRE PROMESSE DE CHANGEMENT

Cela va peut-être vous surprendre : ceux qui vous écoutent ne s'intéressent pas à ce que vous dites, mais à ce que cela va changer pour eux. C'est la raison pour laquelle nous avons la conviction que toute idée est porteuse d'une « promesse de changement ».

Construire un pitch efficace consiste ainsi à formuler une promesse de changement à la fois inspirante et concrète. C'est ce qui rendra votre idée désirable en toute circonstance.

## ANCRER LES BÉNÉFICES ATTENDUS

Maintenant que le problème est clair et que votre promesse de changement est désirable, n'oubliez pas de garder quelques secondes pour conclure et ancrer les bénéfices attendus.

La fin de votre pitch n'est pas la fin de l'histoire, bien au contraire. Elle doit être perçue comme le début d'un nouveau chapitre dans lequel votre public a un rôle à jouer.







## RACCOURCISSEZ VOS INTERVENTIONS

En visio, encore plus qu'en présentiel, il faut aller à l'essentiel. N'oubliez pas que votre public est face à un écran et c'est fatiguant. Il peut vite être distrait par les choses qui l'entourent et vous ne le verrez pas facilement. Il est donc préférable de raccourcir le plus possible vos prises de parole.

Gardez en tête que le temps de concentration moyen du cerveau humain est de seulement 18 minutes et la visio n'arrange rien. Ainsi, nous vous conseillons de privilégier des interventions de maximum 20 minutes. En vous préparant bien, ce format est idéal pour présenter l'essentiel d'un projet tout en optimisant l'attention de votre public.

## SYSTÉMATISEZ LES MOMENTS DE SYNTHÈSE

À distance, il est moins évident d'être certain que personne n'a décroché à un moment ou un autre. Pour garantir que les points essentiels de votre intervention soient mémorisés, pensez à systématiser un moment de synthèse où vous résumez en quelques minutes ce qu'il ne faut pas oublier. Vous pouvez vous aider d'une slide qui regroupe l'ensemble des points évoqués, vous pourrez même l'envoyer par email par la suite.

## LE PITCH DE 5 MINUTES, LE FORMAT IDÉAL EN VISIO

Le pitch, c'est la bande-annonce de votre idée : une intervention courte de 5 minutes maximum, qui permet de partager l'essentiel et surtout qui donne envie d'en savoir plus !

Ce format peut faire peur quand on n'en a pas l'habitude, car il est exigeant, mais il est d'une efficacité redoutable en termes d'impact de par sa concision.

Grâce à ce format, vos réunions vont ainsi devenir plus dynamiques et plus interactives, car elles laissent la place à l'échange, tout en permettant à chacun d'être au clair sur les idées clés que vous êtes venus partager !





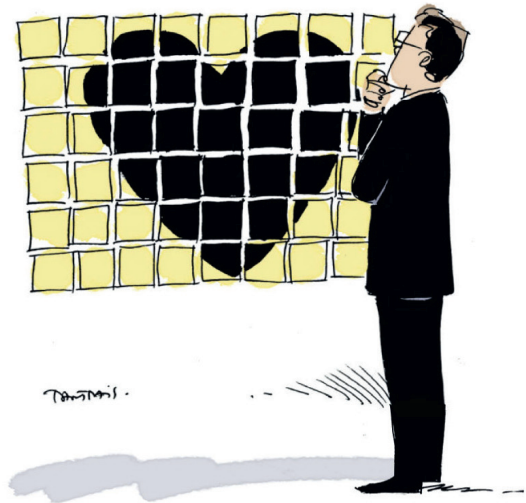
# STORYTELLING

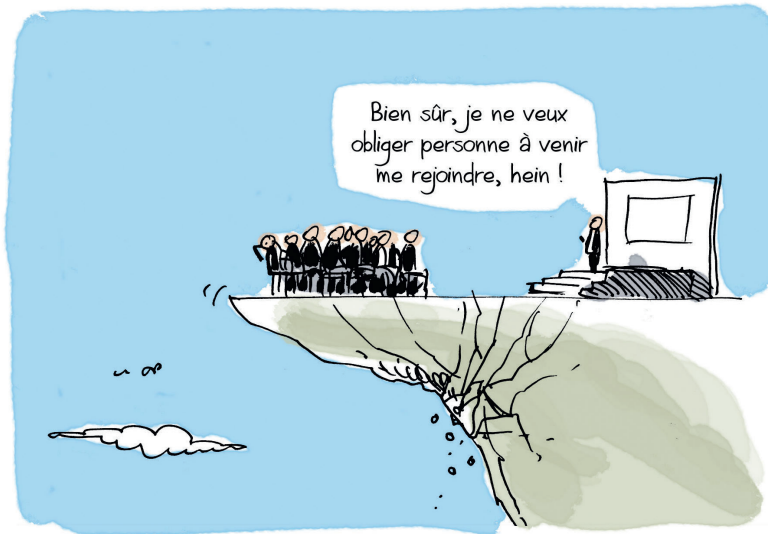
## STRUCTURER VOTRE HISTOIRE

L'univers est fait d'histoires,  
non d'atomes.

Muriel Rukeyser

Mmh... Je crois que je tiens  
une bonne histoire là !





## CRÉER UNE TENSION POUR CAPTER L'ATTENTION

Toute histoire est le récit d'un changement. C'est précisément ce qui rend les histoires aussi attractives. Elles nous invitent à découvrir la manière dont les héros se confrontent et s'adaptent aux changements qui s'imposent à eux. Pour capter et maintenir l'attention de votre public, vous devez faire la même chose : concevoir votre présentation comme le récit du changement provoqué par votre idée.

Grâce à l'étape du pitch, votre histoire a déjà une introduction qui donne envie d'en savoir plus. Nous l'avons construite à partir des problèmes que votre idée va résoudre. Mais une idée est comme un aimant : elle est attractive, car elle apporte des solutions, mais elle est aussi répulsive, car elle génère de la résistance au changement. Ces résistances vont être utiles pour concevoir le cœur de l'histoire.

**Les résistances sont le carburant du storytelling** : elles permettent de rendre l'histoire plus captivante. Chaque résistance est un cadeau pour votre idée, car elle permet de créer la tension nécessaire pour impliquer le public, favoriser l'écoute et mettre en valeur votre argumentation.

## CRÉER UN LIEN DE CAUSE À EFFET

Une histoire est une succession d'actions qui ont un lien de cause à effet. C'est bien parce que la planète est en danger (enjeu) qu'un héros va se mobiliser (action) et que le résultat de sa quête sauvera l'humanité... ou pas (conséquence).

Ces boucles narratives en trois temps sont très efficaces pour maintenir la tension et valoriser votre propos. Pour chaque argument clé, formulez l'enjeu auquel vous faites face, puis décrivez l'action à mettre en œuvre et enfin, exprimez la conséquence attendue.

## ANCER VOS IDÉES DANS LE VÉCU

Lorsque l'on raconte son week-end, on ne dit pas : « J'ai vécu une expérience de mobilité douce dans un écosystème durable ! » mais plutôt que l'on a fait une super balade à vélo en forêt de Fontainebleau ! Pour être compris, soyez concret !

Ne tombez pas dans le « syndrome de l'expert » qui s'exprime à coup de concepts et de modèles complexes. Les vrais experts rendent la complexité abordable en l'illustrant concrètement par des exemples ou des analogies évocatrices.

## ANTICIPER LES RÉSISTANCES ÉMOTIONNELLES

La plupart des résistances sont rationnelles et sont assez simples à lever dès que l'on a préparé une argumentation adaptée. En revanche, les résistances émotionnelles sont plus sensibles, car aucune argumentation ne fonctionne face à quelqu'un qui n'a pas envie, qui a peur ou qui se méfie.

Plus vos projets susciteront d'émotions négatives, plus vous devrez faire preuve d'empathie car votre public ne vous écoutera que s'il a le sentiment que vous l'avez compris.





## INTÉGREZ DES ÉLÉMENTS DE TENSION POUR CAPTER L'ATTENTION

En visio, les pratiques de storytelling sont d'autant plus puissantes qu'elles vous permettent de maintenir une attention mise à rude épreuve. Ainsi, vous pouvez intégrer des éléments de tension dans votre intervention. Pour cela :

**Démarrez fort** pour que votre auditoire oublie qu'il vous écoute et qu'il soit embarqué dans votre histoire dès les premières secondes.

**Dramatisez** car il est essentiel de mettre de l'enjeu en permanence en insistant sur les risques et les opportunités.

**Jouez sur la curiosité** en évitant de dévoiler le contenu de votre présentation dès le sommaire. Si l'auditoire sait où vous allez, il n'a plus beaucoup de raison de vous suivre.

**Citez les participants** dès que possible. « Comme l'a dit Nora... » ou « Entre temps, Simon m'a fait remarquer... » va vous permettre de mettre en valeur tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre, participent à votre projet. De plus, cela augmentera leur attention.

## INSPIREZ-VOUS DES SÉRIES TV

Lorsque vous multipliez les petites réunions, inutile de refaire systématiquement la même présentation qui va finir par ennuyer tout le monde. Mais comment choisir ce qu'il faut retirer ou ajouter ? Inspirez-vous des séries TV. Après les premiers épisodes où l'on pose les bases de l'histoire, on se contente, au début, d'un résumé des épisodes précédents et, à la fin, de quelques points clés qui donnent envie de voir la suite.





# STORYDESIGN

METTRE EN SCÈNE VOTRE PRÉSENTATION

There is no business  
without show business.

Henri M. Boettinger





## CRÉER UNE EXPÉRIENCE UTILE & AGRÉABLE

Soyons clairs, personne ne se lève le matin en se disant « chouette aujourd'hui j'ai une réunion Powerpoint ». Et pourtant c'est le quotidien de la plupart des gens en entreprise. Voilà pourquoi votre principale responsabilité en tant qu'orateur est de faire en sorte que votre présentation soit vécue par votre public comme un moment à la fois « Utile & Agréable ».

Les 2 mots comptent : « Utile mais Pénible », tout le monde sait faire, et « Agréable mais Futile », ça laisse toujours un arrière-goût à votre audience d'avoir perdu son temps.

Et c'est tout l'enjeu du Storydesign : prendre soin de votre public en ayant à cœur de lui faire vivre une expérience qui lui soit utile et agréable.

Cela passe bien entendu par le design de votre support qui doit être le plus épuré possible et contribuer à renforcer le sens et l'impact de vos idées.

Mais également par l'invitation que vous avez envoyée en amont, le casting des orateurs, la configuration de la salle et le support que vous mettez à disposition à la suite de votre intervention.

## AVANT LA PRÉSENTATION

### Créer le teasing de votre intervention

Pour favoriser l'impact de votre idée, nous vous conseillons de soigner la manière dont vous en parlez en amont de votre présentation.

Que ce soit un simple e-mail, un ordre du jour plus formel, ou un format plus créatif, vous devez être capable de susciter l'intérêt et la curiosité. C'est le moment idéal pour utiliser et mettre à l'épreuve le pitch que vous avez conçu dès la première étape.

## PENDANT LA PRÉSENTATION

### Préférer le design à la décoration

Le support que vous allez projeter joue un rôle particulier en matière de crédibilité, d'impact et de mémorisation. Un support trop chargé va vous transformer en commentateur de slides.

Si vous faites vos slides vous-même, voici trois règles à respecter :

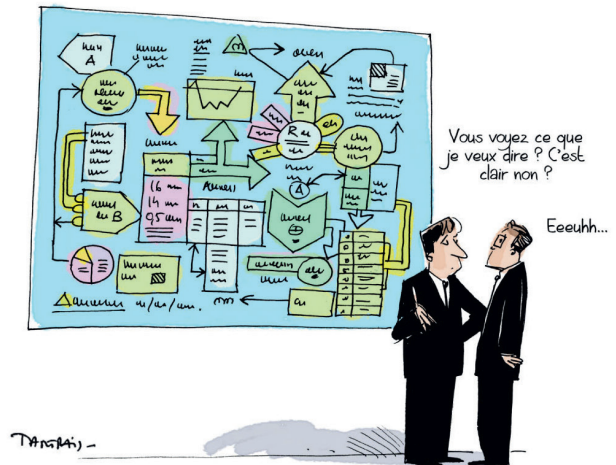
1. Une idée par slide : les slides sont là pour accompagner votre propos et impacter spécifiquement chaque idée clé.
2. Simplifier pour amplifier : moins vos slides seront chargées, plus on vous écoutera.
3. Favoriser le vu : un mot, une accroche, un chiffre, une image suffisent. Votre support est fait pour être vu, pas pour être lu !

## APRÈS LA PRÉSENTATION

### « Je peux avoir vos slides ? »

Si votre présentation marque les esprits, il y a de fortes chances pour que l'on vous demande vos slides. Il est toujours dommage de ne pas pouvoir satisfaire cette demande, d'autant qu'elle émane d'ambassadeurs potentiels.

Mais les présentations destinées à l'oral sont généralement trop épurées pour être envoyées en l'état. Rassurez-vous, cela peut être fait simplement en complétant les slides de votre support avec les points clés de votre discours.





## METTRE EN SCÈNE VOTRE INTERVENTION, MÊME À DISTANCE

L'une des grandes responsabilités d'un orateur est de prendre soin de son public. Cela commence par la création d'un cadre qui favorise l'écoute. Ceci est particulièrement vrai quand le décor se résume à un écran d'ordinateur. Pensez à « voir » et à « être vu ».

Faites en sorte d'accéder facilement aux vignettes des participants afin de les voir ou, et même, d'épingler ceux que vous voulez particulièrement suivre.

En tant qu'orateur, faites aussi en sorte d'être vu. Placez la caméra à hauteur de vos yeux afin de n'être filmé ni par en haut ni par en bas. Plus vous regarderez un point proche de la caméra, plus vos interlocuteurs auront le sentiment que vous les regardez.

## SIMPLIFIER VOS SUPPORTS DE PRÉSENTATION

Déjà important en présentiel, ce conseil devient essentiel en visio. Une slide trop chargée et trop complexe sera de toute façon illisible compte tenu de la qualité d'affichage des écrans, de la taille du partage d'écran et du débit internet plus ou moins capricieux. Plus que jamais, « simplifiez pour amplifier ». N'affichez que ce qui est essentiel sur vos supports. N'oubliez pas que moins il y en a sur vos slides, plus l'attention se reporte sur vous.

## POUR UNE EXPERIENCE À DISTANCE HALLUCINANTE, PENSEZ « L.S.D. »

Alors non ! Ne prenez pas de drogue, mais pensez aux 3 composants essentiels pour présenter efficacement vos idées à distance : L comme Lumière, S comme Son et D comme Décor.

**Lumière** : les webcams ont des capteurs plus ou moins efficaces. Il est donc indispensable de s'assurer que vous avez un bon éclairage sur votre visage ou que vous n'êtes pas en contre-jour.

**Son** : pour être audible à distance, un micro de bonne qualité et un bon environnement sonore sont essentiels. Plus la pièce est grande, plus il y a risque d'écho. Privilégiez alors un casque avec micro intégré, et surtout choisissez une pièce silencieuse.

**Décor** : ici, appliquez la même règle que pour vos slides : « simplifier pour amplifier ». Plus le décor est simple, plus vous amplifierez l'écoute de votre public. « D » aussi comme débit. Pensez à toujours tester votre connexion.





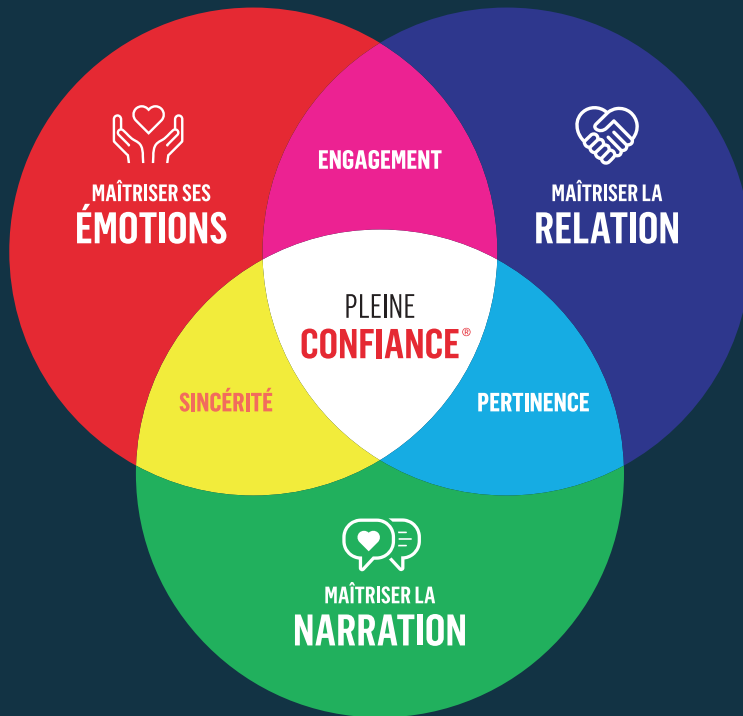
# LEADERSHIP

## PRÉSENTER EN PLEINE CONFIANCE

Soyez vous-même,  
les autres sont déjà pris.

Oscar Wilde





## PRÉSENTER VOS IDÉES EN PLEINE CONFIANCE

Lorsqu'une prise de parole se profile, c'est généralement l'occasion de se mettre beaucoup de pression : ne rien oublier, ne pas bafouiller, avoir l'air naturel... Comme si la performance ne reposait que sur le contrôle de l'image que l'on renvoie ! Penser cela, c'est oublier que pour être entendu et obtenir l'adhésion, il faut d'abord créer les conditions de « pleine confiance » entre vous, vos idées et votre public.

C'est pour répondre à cet enjeu que nous avons développé notre modèle de Leadership : **La Pleine Confiance®**.

Un outil opérationnel et concret que nous utilisons pour vous coacher afin de progresser le long de 3 axes de développement :

- **Maîtriser la narration de vos idées**
- **Maîtriser vos émotions**
- **Maîtriser la relation avec votre public**

Ainsi, vous musclez votre leadership d'opinion en exprimant, en toute circonstance, une parole pertinente, sincère et engagée.

## MAÎTRISER LA NARRATION

### Transmettre la confiance en vos idées

Votre premier objectif en tant qu'orateur est de transmettre la confiance en vos idées. Pour cela vous devez maîtriser parfaitement le plan de votre intervention et les étapes clés. Un bon orateur est comme un guide de haute montagne : c'est un premier de cordé qui connaît parfaitement son territoire et accompagne son public en toute sécurité sur le chemin de ses idées !

Prendre la parole ce n'est pas restituer un discours appris par cœur, c'est connaître les points d'étapes clés de votre parcours : Comment allez-vous capter l'intérêt de vos interlocuteurs ? Quelle est l'idée centrale que vous souhaitez qu'ils retiennent ? Quels sont les arguments principaux à partager ? Quelles bénéfices vont-il en tirer ?

## MAÎTRISER SES ÉMOTIONS

### Se faire confiance pour inspirer confiance

Pour transmettre la confiance en vos idées, il est indispensable d'être un orateur qui « inspire confiance ». Si le public ne vous fait pas confiance, vous ne pourrez jamais le faire adhérer à vos idées et encore moins l'embarquer dans vos projets.

Et pour cela, il faut d'abord apprendre à vous faire confiance en tant qu'orateur. Cela passe par la maîtrise de vos émotions : à commencer par apprivoiser votre trac, pour en faire un allié qui vous énergise plutôt qu'un ennemi qui vous paralyse.

Mais il vous faut également apprendre à transmettre vos émotions sur le chemin de vos idées, c'est à dire exprimer la bonne intention au bon moment sur chacun de vos propos.

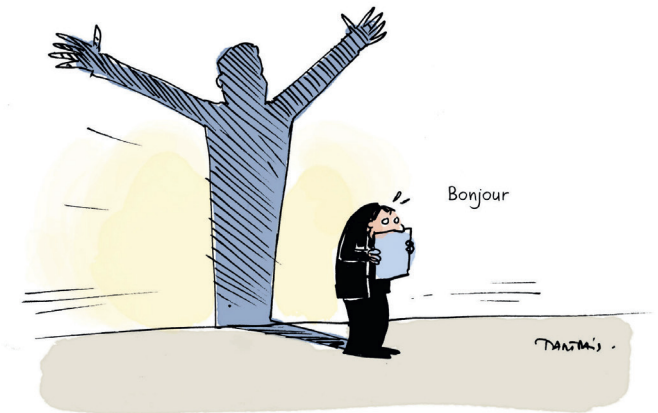
## MAÎTRISER LA RELATION

### Créer un lien de confiance avec votre public

Prendre la parole c'est prendre le pouvoir, mais c'est un pouvoir que le public vous accorde momentanément le temps de votre intervention.

À vous de décider de ce que vous allez faire de ce pouvoir : un moment riche de partage et d'échanges qui marquera fortement les esprits, ou un long monologue ennuyeux qui lui donne le sentiment d'être pris en otage.

Maîtriser la relation, c'est prendre soin de votre public. C'est avoir à cœur de lui faire vivre une expérience à la fois utile et agréable pour créer les conditions de pleine confiance en lui et vous.





## ADRESSEZ-VOUS À CHACUN

Quand on prend la parole, l'objectif n'est pas de parler à tous, mais de s'adresser à chacun. La visio est un moyen formidable pour le faire. Vous avez devant vous une mosaïque de visages associés à des noms. Il est donc beaucoup plus simple pour l'orateur d'accorder une attention particulière à chacun en l'appelant par son prénom par exemple. Et pour une audience plus large, n'oubliez pas que du point de vue du public, votre parole est adressée individuellement puisque chaque personne est seule face à son écran et ne voit que vous. Ainsi, paradoxalement la distance peut renforcer le sentiment de présence.

## INTROVERTIS VS EXTRAVERTIS : MÊME COMBAT

En présentiel, les introvertis sont souvent inhibés par la présence du public et ont besoin de plus de préparation. Et les extravertis prennent plus facilement la parole car la relation sociale les stimulent, même s'ils sont moins préparés.

La visio rebat les cartes. Les extravertis, face à une caméra, sont souvent moins à l'aise car ils ont du mal à alimenter la relation qu'ils aiment avoir avec l'auditoire. Inversement, les introvertis peuvent se sentir plus à l'aise car la visio leur offre un « cocon » rassurant.

## NE CONFONDEZ PAS DISTANCE ET PRÉSENCE !

Soyons clair, avant les contraintes de distanciation imposées par la crise sanitaire, l'idée de faire un séminaire à distance ou encore un webinaire n'a jamais généré l'enthousiasme des foules !

Et en même temps, il ne faut pas confondre distance et présence ! En effet, ce n'est pas parce que le public est physiquement présent face à vous dans une salle qu'il vous écoute et qu'il ne s'ennuie pas.

A contrario, ce même public peut totalement être captivé par vos propos derrière son écran !

Et cela ne dépend que d'une seule chose : votre capacité à être « pleinement présent » le temps de votre intervention ! Cela vous force à être concentré sur l'essentiel : la pertinence du propos et l'éloquence de l'orateur.



# ET SI ON VOUS AIDAIT ?

## À RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES ?



## NOS 4 MODES D'ACCOMPAGNEMENT

### **Conseil en Stratégie Narrative**

pour préparer vos prises de paroles à enjeux

### **Coaching Pleine Confiance®**

pour muscler votre leadership d'opinion

### **Formations HUBSTORY®**

pour monter en compétence et pratiquer

### **Conférences ZEPRESENTERS**

pour sensibiliser et inspirer vos équipes.

# CONSEIL EN STRATÉGIE NARRATIVE

PRÉPARER UNE PRISE DE PAROLE À ENJEUX



## Vous avez une prise de parole à forts enjeux à préparer ?

Une vision d'entreprise à partager avec vos équipes ? Un projet à défendre devant votre comité de direction ? Une soutenance pour un appel d'offre stratégique ? Une levée de fond auprès d'investisseurs ? Un pitch commercial à créer ? Un événement stratégique à préparer ?

## Nos ateliers conseil en stratégie narrative sont faits pour vous !

À l'aide du HUBSTORY®, nos StoryManagers® vous accompagnent pas à pas de la recherche de l'idée à votre « moment de vérité ».

VOIR L'OFFRE CONSEIL



Retrouvez les étapes de nos ateliers de conseil en stratégie narrative sur [www.zepresenters/ateliers](http://www.zepresenters/ateliers)

# COACHING PLEINE CONFIANCE®

MUSCLER VOTRE LEADERSHIP D'OPINION



## Vous souhaitez pousser les curseurs de votre prochaine intervention ?

Vous avez besoin d'essentialiser vos messages ? De structurer votre présentation ? D'optimiser le duo orateur/slide ? Ou de répéter devant un regard expert et bienveillant ?

## Notre offre de coaching est faite pour vous !

À l'aide de notre modèle de Leadership la Pleine Confiance®, nous vous aidons à : maîtriser la narration de vos idées, maîtriser vos émotions et maîtriser la relation avec votre public.

VOIR L'OFFRE COACHING



Retrouvez le détail de notre offre coaching sur [www.zepresenters/coaching](http://www.zepresenters/coaching)

## FORMATIONS HUBSTORY®

MONTER EN COMPÉTENCE ET PRATIQUER



**Vous souhaitez faire monter en compétence vos équipes dans leur capacité à présenter efficacement leurs idées en toute circonstance ?**

La HUBSTORY® ACADEMY vous accompagne dans la mise en place de parcours de formation certifiants et d'ateliers sur-mesure qui permettront à vos équipes de maîtriser la méthode et les outils développés par ZEPRESENTERS®.

VOIR NOS FORMATIONS



Retrouvez toute notre offre de formations Intra et Inter-entreprises en présentiel ou en visio sur [www.zepresenters.com/formations](http://www.zepresenters.com/formations)

## CONFÉRENCES ZEPRESENTERS

SENSIBILISER ET INSPIRER VOS ÉQUIPES



**Vous souhaitez sensibiliser votre comité de direction, vos managers ou vos équipes aux enjeux stratégiques d'une prise de parole efficace ?**

Les 5 conférences ZEPRESENTERS que nous avons développées sur la base des contenus de notre méthodologie, le HUBSTORY®, sont spécifiquement conçues pour engager vos équipes en présentiel ou en webinaire.

VOIR NOS CONFÉRENCES



Découvrez notre programme de conférences en présentiel ou en webinaire sur [www.zepresenters.com/conferences](http://www.zepresenters.com/conferences)



# ILS NOUS FONT CONFIANCE

Chaque année, nous réalisons environ 150 missions dans de multiples secteurs d'activités.

Vous vous posez des questions sur nos méthodes ou sur le déroulement de nos interventions en conseil, coaching, formation ou conférence ? Nous nous ferons un plaisir de vous mettre en relation avec ceux qui quotidiennement nous accordent leur confiance.

## **BANQUE/ASSURANCE**

ALLIANZ - AXA - BNP PARIBAS - CACIB - CREDIT AGRICOLE - CRÉDIT MUTUEL - CIC COFIDIS  
DIRECT ASSURANCE - MACIF

## **COMMERCE/DISTRIBUTION**

AFM - ADEO - AUCHAN - BRICOMAN - CHRONODRIVE - DECATHLON - FOREVERLIVING  
INVIVO RETAIL - KRYS GROUP - LEBONCOIN - LEROY MERLIN - METRO - MOBIVIA  
MIDAS - NORAUTO - WELDOM - ZODIO

## **INDUSTRIE**

BIO-RAD - BOUYGUES CONSTRUCTION - BOUYGUES ENERGIES & SERVICES - EDF  
FAURECIA FUJIFILM - GROUPE BEL - HUTCHINSON - LEGRAND - PERNOD RICARD RABOT  
DUTILLEUL SAMSUNG - SCHNEIDER ELECTRIC - STMICROELECTRONICS SANOFI - SUEZ  
TOTAL ENERGIE - VALRHONA - VELUX - VSL

## **DIGITAL-DATA/INNOVATION**

BIRDZ - DOCAPOSTE - GOOGLE- HUB INSTITUTE - KYNDRYL - MICROSOFT STORMSHIELD  
THE FIELD - VALIUZ - RELOADED - THE RING - WOOP - WORLDLINE ZEBOX - ZENDESK

## **MEDIA**

AMAURY MEDIA - CANALPLUS - GOOGLE ADS - JC DECAUX - M6 PUBLICITÉ  
NETMEDIA - NEXT REGIE - NRJ - TEADS - TF1 GROUPE - THEATRE DU CHÂTELET - VIVAKI  
YOUTUBE

## **TRANSPORT & MOBILITÉ**

CMA CGM - GROUPEMENT LACROIX SAVAC - PETIT FORESTIER - PEUGEOT - RATP  
RENAULT - SERVAIR - SKODA - SNCF CONNECT - TRANSDEV - VOLKSWAGEN

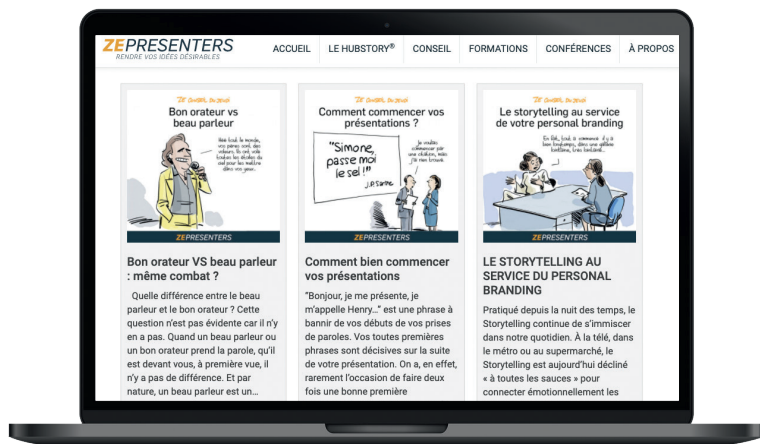
## **SERVICES AUX ENTREPRISES/ADMINISTRATION**

ALD - ARESIA - ARS MAYOTTE - CLESENCE - CNAV - CCI GRAND EST - DELOITTE  
DERICHEBOURG - ENGIE SOLUTIONS - EXEIS - EY - GOOGLE - GROUPE LA POSTE  
GROUPE HN - HARRIS INTERACTIVE - IRCE - NACARAT - OPINION WAY - ORANGE  
PVCP - TESSAN - THE ADECCO GROUP - URSSAF - VEOLIA

## **ET BIEN D'AUTRES...**

**ZEPRESENTERS**

# LISEZ NOS ZE CONSEILS DU JEUDI !



LIRE LES ZE CONSEILS



## Besoin de conseils ?

Un jeudi sur deux, nos Storymanagers® partagent leurs précieux conseils pour vous aider à mieux présenter vos idées ! Plus de 500 conseils sont déjà disponibles sur notre site !

[www.zepresenters.com/ze-conseils](http://www.zepresenters.com/ze-conseils)

# ÉCOUTEZ MOMENT DE VÉRITÉ !



ÉCOUTEZ LE PODCAST



## Vous avez 5 minutes ?

Et si vous en profitez pour avoir encore plus de conseils en écoutant Moment de Vérité : le podcast qui vous aide à mieux présenter vos idées ? Un contenu créé par Bruno CLEMENT, CEO de ZEPRESENTERS.

[www.zepresenters.com/podcasts](http://www.zepresenters.com/podcasts)



**ZEPRESENTERS**  
RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES

### Envie de réussir votre prochaine présentation ?

Contactez notre directrice du développement Claire BÉRONNEAU  
+33 6 62 72 87 44 • hello@zepresenters.com

[www.zepresenters.com](http://www.zepresenters.com)



Retrouvez-nous au  
1, boulevard Saint-Martin - 75003 PARIS

Illustrations : Erik Tartrais. Copyright 2022®. ZEPRESENTERS®, HUBSTORY®, PLEINE CONFIANCE®, STORYMANAGER® sont des marques déposées. Cette œuvre est protégée dans toutes ses composantes par les dispositions du Code de la Propriété Intellectuelle notamment celles relatives aux droits d'auteur. Ces droits sont la propriété exclusive de la société ZEPRESENTERS®. Toute reproduction totale ou partielle, par quelque moyen que ce soit, non autorisée par ZEPRESENTERS® est strictement interdite. 13<sup>e</sup> édition - Septembre 2022.