

LE PETIT GUIDE DE SURVIE POUR RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES

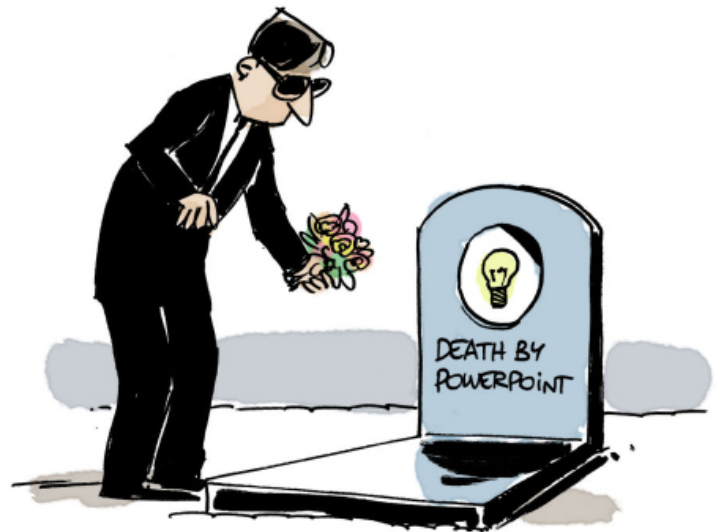


Hey Salut tous ! Vous me surprenez à l'improviste
dans mon intimité, là ! Ha ha !



ZEPRESENTERS
RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES

À la mémoire de toutes les
bonnes idées mal présentées.



DÉFENDRE !

LA CAUSE DE VOS IDÉES ■

Vous êtes nombreux à croire en vos projets, à vouloir faire bouger les lignes et à savoir à quel point il est indispensable de présenter efficacement ses idées pour les faire aboutir. Depuis la création de ZEPRESENTERS en 2013, la mission de notre cabinet de conseil en stratégie narrative n'a pas changé : vous permettre de défendre la cause de vos idées en vous aidant à mieux les présenter en toute circonstance, de la machine à café au palais des congrès... et même à distance en visioconférence !

Pour satisfaire cette exigence nous avons fait évoluer la méthode HUBSTORY®, dont nous dévoilons aujourd'hui une troisième génération plus simple et plus agile, qui vous aidera à traduire vos idées en histoires.

La visio est plus contraignante parce qu'elle nous oblige à faire ce qu'on aurait dû faire bien avant : être plus précis sur la structure, être plus clair sur les idées, être plus engagé dans la prise de parole en public. Finalement, la visio ne crée pas des contraintes supplémentaires mais des conditions pour vous permettre d'enfin changer ce que vous auriez dû changer bien avant.

Chez ZEPRESENTERS, nous pratiquons l'accompagnement à distance depuis longtemps. Nous avons la conviction que les normes imposées par la crise sanitaire sont une formidable opportunité pour inventer une nouvelle manière plus pertinente et efficace de se rencontrer et de mobiliser les équipes à distance.

Vous trouverez dans cette version du Petit Guide de Survie des conseils concrets pour vous aider à prendre la parole, en physique comme en visio.

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 boucles itératives qui correspondent chacune à un livrable lié à votre présentation :

- 1 LE PITCH**
pour clarifier vos idées
- 2 LE STORYTELLING**
pour structurer votre histoire
- 3 LE STORYDESIGN**
pour mettre en scène votre présentation
- 4 LE LEADERSHIP**
pour incarner votre projet





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.



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.

ANCER 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.



ET EN VISIO ?

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 fatigant. 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.

Pour une présentation, nous vous conseillons de privilégier des interventions de maximum 20 minutes. Bien préparé(e), vous pouvez dire énormément de choses tout en restant dans un format optimisé pour maintenir l'attention. Gardez en tête que le temps de concentration moyen du cerveau humain est de seulement 18 minutes.



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 terme d'impact de par sa concision.

Et en vision, 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 !



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

Muriel Rukeyser

STORYTELLING

STRUCTURER VOTRE HISTOIRE

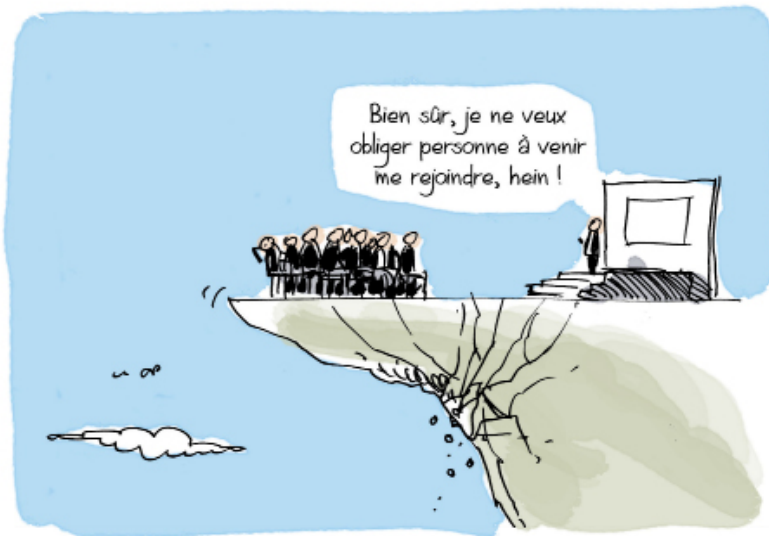


CRÉER UNE TENSION POUR CAPTER L'ATTENTION

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 au changement qu'ils vivent. 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.

ANCRER 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. 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 écouterait que s'il a le sentiment que vous l'avez compris.



INTÉGRER 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 les personnes oublient qu'ils vous écoutent et qu'il soit embarqués dans votre histoire dès les premières minutes.

Dramatisez car il est essentiel de mettre de l'enjeu en permanence.

Jouez sur la curiosité en évitant de tout dévoiler à travers un sommaire dès les premiers instants, mais dévoilez les sujets au fil de votre narration.

Citer les participants dès que possible. «Comme l'a dit Nora...» ou «Entre temps, Simon m'a fait remarqué...» 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.

SYSTÉMATISER 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 être certain que les points essentiels de votre intervention sont 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 rassemble l'ensemble des points évoqués que vous pourrez leur envoyer par la suite.

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.



There is no business
without show business.

Henri M. Boettinger

STORYDESIGN

METTRE EN SCÈNE VOTRE PRÉSENTATION



MARQUER DURABLEMENT LES ESPRITS

Nous vivons dans un monde « d'infobésité », de zapping et de snacking média permanent. Pour avoir une chance de marquer les esprits, vous avez besoin d'inscrire votre présentation dans le cadre d'une expérience globale - avant, pendant, après - qui favorise l'intérêt, l'impact et la mémorisation de votre idée.

Ainsi, vous devez « mettre en scène » votre présentation. Cela nécessite de prendre en compte à la fois l'invitation que vous allez envoyer, mais aussi le casting des orateurs, la configuration de la salle, le design des slides et le support que vous mettrez à leur disposition.

Évidemment, le design de vos slides nécessite un soin particulier. Commencez par la conception d'un storyboard pour séquencer votre histoire, slide après slide, afin de rythmer la narration. Puis, ouvrez PowerPoint afin de créer un design graphique qui amplifie l'impact de vos idées et valorise le duo orateur/slide.



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 :

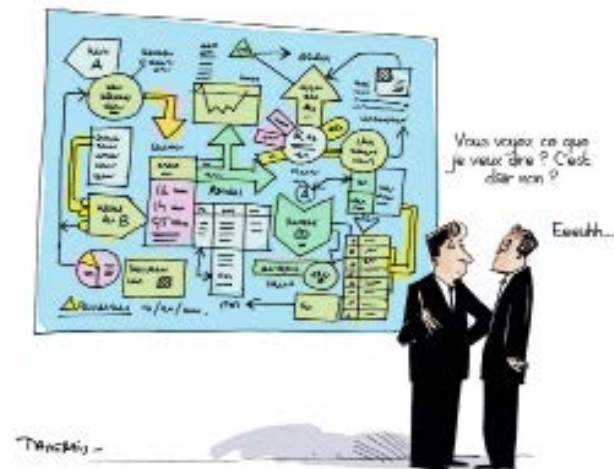
1. Une idée par slide : les slides sont là pour accompagner votre propos et impacter spécifiquement chaque idée clé.
2. Simplifier pour amplifier : moins vos slides seront chargées, plus on vous écoutera.
3. Favoriser le vu : un mot, une accroche, un chiffre, une image suffisent. Votre support est fait 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 passe par le fait de lui offrir une écoute qui soit la plus agréable possible. 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, « simplifier 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. »

Évidemment, nous ne vous incitons pas à prendre de la drogue, mais à vous souvenir des 3 composants essentiels pour créer les conditions d'une prise de parole optimale 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 : prendre la parole en public implique d'être audible, à distance cela passe par la qualité de votre micro et la taille de la pièce. Plus la pièce est grande, plus il y a de chance d'avoir un écho. Privilégiez alors un casque avec micro intégré. S également comme silence : favorisez un endroit silencieux.

Décor : ici, la même règle que pour les slides : « simplifier pour amplifier ». Plus le décor est simple, plus vous amplifierez l'écoute de votre public. D aussi comme débit. Pour que votre décor soit vu il vous faut un bon débit internet. Pensez à toujours tester votre connexion avant de vous lancer dans l'exercice.



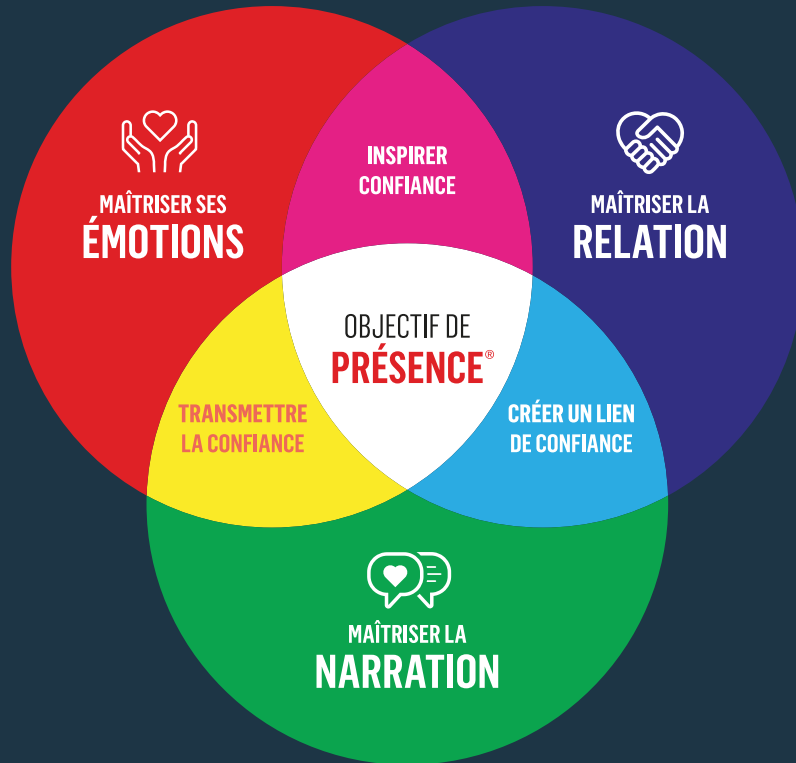
LEADERSHIP

INCARNER VOTRE PROJET

Soyez vous-même,
les autres sont déjà pris.

Oscar Wilde





MUSCLER VOTRE LEADERSHIP D'OPINION

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 ! C'est oublier que pour être entendu et obtenir l'adhésion, il faut d'abord **créer les conditions de la confiance**. On ne soutient pas le projet de quelqu'un dont on se méfie. Voilà pourquoi la vraie performance repose sur votre capacité à exprimer une parole sincère et engagée.

Ainsi, chaque prise de parole est l'occasion de muscler votre leadership d'opinion, en développant votre capacité à inspirer, guider et engager ceux qui vous écoutent.

C'est pour répondre à cet enjeu de confiance que nous avons développé notre modèle de leadership, « **L'Objectif de Présence®** », pour donner du sens à votre présence en apprenant à maîtriser la narration de vos idées, à maîtriser vos émotions et à maîtriser relation avec votre public.

MAÎTRISER LA NARRATION

Transmettre la confiance en vos idées

Votre premier « Objectif de Présence® » 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 de 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 », et c'est votre second « Objectif de Présence® ». 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 allié qui vous energise 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.

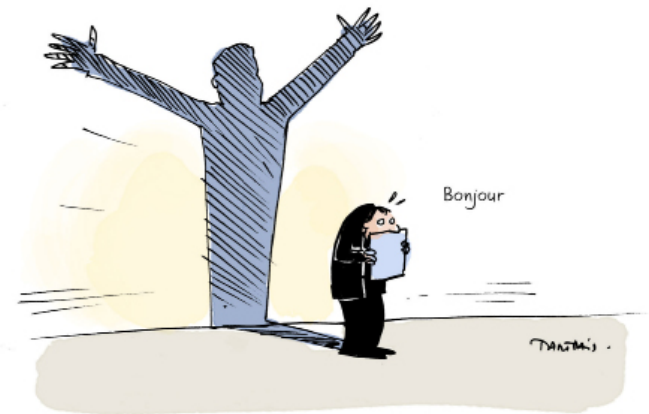
MAÎTRISER LA RELATION

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'échange qui marquera fortement les esprits, ou un long monologue ennuyeux qui lui donne le sentiment d'être pris en otage.

Et Il est là, l'enjeu de votre 3ème « Objectif de Présence® », Maîtriser la relation avec votre public. Quelle expérience allez-vous lui faire vivre ? Comment allez vous créer les conditions d'une relation de confiance entre lui et vous ? Maîtriser la relation, c'est prendre soin de votre public !



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. Pour l'orateur il est donc beaucoup plus simple 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 Covid19, l'idée de faire un séminaire à distance ou encore un webinar n'a jamais généré l'enthousiasme des foules !

Alors, il est vrai qu'à distance, on ne peut plus faire passer la pilule d'un orateur ennuyeux avec les à-côtés d'un séminaire présentiel: le cocktail, les petits fours, la pause-café, la soirée...

Face à un écran, il ne reste plus que vous, la pertinence de vos idées, votre engagement et votre éloquence !

Et en même temps, il ne faut pas confondre distance et présence ! En effet, ce n'est 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 ! Présent pour partager vos idées avec conviction et engagement, présent pour donner envie à votre public de vous écouter !

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



ET SI ON VOUS AIDAIT ?
À RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES



NOTRE TERRITOIRE D'EXPRESSION ! LA TRANSFORMATION !

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.

Parce que chaque prise de parole est l'occasion de mettre en mouvement les Hommes et les organisations, notre territoire d'expression est naturellement celui de la transformation stratégique, commerciale et humaine des entreprises.

C'est ce que nous appelons le **STORYMANAGEMENT®** : la mise en place de stratégies narratives qui accélèrent la transformation en favorisant l'émergence de leaders d'opinion dont la parole devient précieuse.

TRANSFORMATION STRATÉGIQUE

CRÉER LE DÉSIR DE S'ENGAGER

Vous souhaitez mobiliser vos équipes ou embarquer votre comité de direction autour d'un projet de transformation stratégique, digitale, managériale ? Vous préparez une prise de parole complexe ou à fort enjeu ?

Nos Storymanagers® vous aident à concevoir une présentation efficace et impactante pour remporter l'adhésion de l'ensemble de vos publics internes et externes.



- Prise de parole stratégique
- Storytelling d'entreprise
- Préparation/Répétition des intervenants
- Accompagnement de conférenciers
- Accompagnement de projets de transformation
- Création d'événements inspirationnels : ZETALKS®

TRANSFORMATION COMMERCIALE

CRÉER LE DÉSIR D'ACHETER

Vous préparez une réponse à un appel d'offre ? Vous souhaitez clarifier ou muscler le pitch de votre offre ? Vous devez lancer un nouveau produit ou service sur le marché ?

Nos Storymanagers® vous accompagnent pas à pas pour clarifier vos idées, structurer votre histoire, mettre en scène vos supports et incarner votre projet.



- Pilotage d'appel d'offres
- Pitch commercial
- Levée de fonds
- Lancement de produits, de services
- Pitch face caméra
- Préparation d'interviews



STARTUPS

ENVIE DE RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES ?

FAST PITCH c'est tout le meilleur du HUBSTORY® dans un accompagnement spécialement adapté aux besoins des startups, à travers 3 ateliers d'1h30 pour :

- Clarifier votre idée
- Structurer votre histoire
- Incarner votre projet

Bref, tout pour rendre votre idée désirable !

PRÊTS À DÉGAINER VOTRE IDÉE ? DÉCOUVREZ NOTRE OFFRE !



HUBSTORY® ACADEMY

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 création de parcours de formation certifiante et d'ateliers sur-mesure qui permettront à vos équipes de gagner en autonomie.

- Formations en stratégie narrative et leadership d'opinion
- Ateliers Pitch, Storytelling, Storydesign et Leadership
- Animation de séminaires
- Coaching individuel
- Média training



Retrouvez l'intégralité de nos offres de formations intra et inter entreprises et nos ateliers sur notre site Internet

www.hubstory.io/academie/



HUBSTORY® CONFÉRENCES

Vous souhaitez sensibiliser votre comité de direction, vos managers ou vos équipes aux enjeux stratégiques du pitch, du storytelling, du design des présentations et de la prise de parole en public ?

La HUBSTORY® ACADEMY a développé un programme de conférences personnalisables, de 1 à 2 h, animées par les fondateurs de ZEPRESENTERS.

**LE POINT SUR
LE PITCH !**

STORYTELLING
LE POUVOIR DES PETITES
ET GRANDES HISTOIRES !

STORYDESIGN
SIMPLIFIER POUR AMPLIFIER

**ENQUÊTE DE
LEADERSHIP**

Retrouver le programme de nos conférence
sur notre site Internet :

www.hubstory.io/academie/conferences/



BESOIN DE PLACE? POUR LIBÉRER VOS IDÉES ?

Parce que les idées ont besoin d'un espace de liberté pour s'exprimer pleinement, nous avons créé ZEPLACE, un espace dédié à la co-création et à la formation, au cœur de Paris, face à la place de la République.

Envie d'en savoir plus ?

Rendez-nous visite au **1 boulevard Saint-Martin, Paris 3^e**, nous serons heureux de vous accueillir pour échanger avec vous.

POUR ALLER ! PLUS LOIN !

Recevez tous les jeudis, un conseil concret pour présenter efficacement vos idées. Abonnez-vous **ici**, et retrouvez-nous chaque semaine sur nos réseaux sociaux.

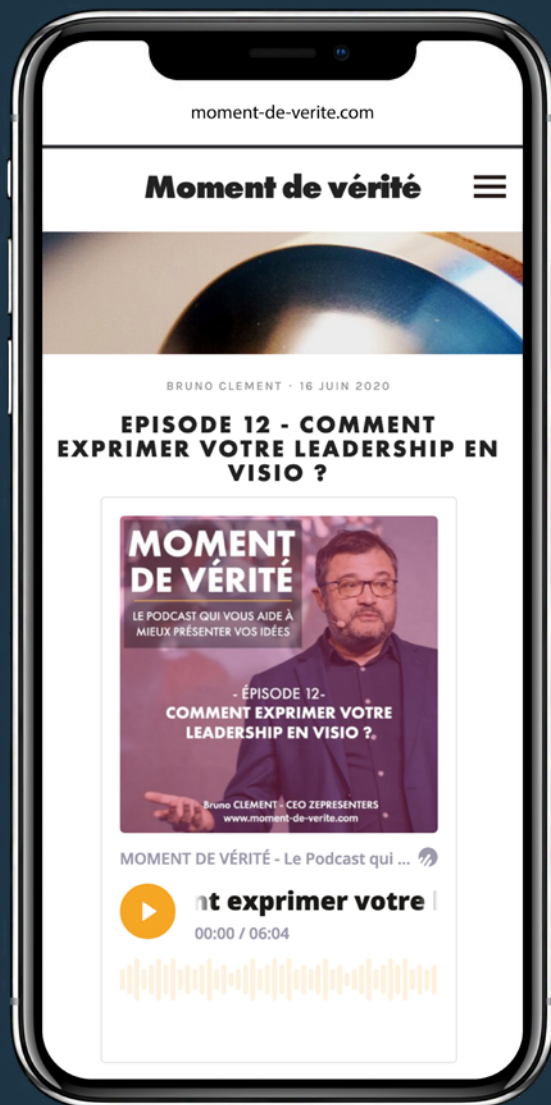
Abonnez-vous !



WWW.HUBSTORY.io
LE HUB DIGITAL DU STORYTELLING & DU LEADERSHIP

Pour retrouver toute l'actualité du Pitch, du Storytelling, du Storydesign et du Leadership.





Moment de vérité.

LE PODCAST QUI VOUS AIDE À MIEUX
PRÉSENTER VOS IDÉES !

Tous les mardis, Bruno CLÉMENT,
CEO ZEPRESENTERS, partage avec vous ses conseils
pour vous aider à mieux présenter vos idées !

À ÉCOUTER SUR

WWW.MOMENT-DE-VERITE.COM

ET SUR VOTRE PLATEFORME D'ÉCOUTE PRÉFÉRÉE



108 PAGES POUR FAIRE LE POINT SUR LE PITCH



Le terme Pitch est entré dans le langage courant. L'exercice renvoie généralement aux pratiques commerciales ou à l'univers des startups. Mais cette approche est extrêmement réductrice. Et lorsqu'il s'agit d'en avoir une définition claire, plus personne n'est d'accord.

Avec cet ouvrage d'une centaine de pages nous avons voulu apporter un regard stratégique sur le sujet. Articles de fond, interviews, étude OpinionWay et conseils pratiques, nous vous proposons de faire ensemble le point sur Pitch !

Téléchargez-le gratuitement
en cliquant ici !



ZETEM

ZEPRESENTERS est un cabinet de conseil en stratégie narrative. Né en 2013 de la rencontre d'un publicitaire, d'un metteur en scène et d'un directeur de création, ils ont mis en commun leur savoir-faire pour permettre à chacun de défendre la cause de ses idées.

Retrouvez notre histoire **ici**.



Sébastien BERNARD

Bruno CLÉMENT

Erik TARTRAIS

ILS NOUS FONT CONFIANCE !

Vous vous posez des questions sur nos méthodes ou sur le déroulement de nos accompagnements en matière de conseil ou de formation ?

Nous nous ferons un plaisir de vous mettre en relation avec ceux qui quotidiennement nous accordent leur confiance.

ACOSS - ADECCO - ADEO - ADISSEO - AGENCE BASTILLE - ALD
ALLIANZ - AUCHAN - AXA - BIO-RAD LABORATORIES - BOUYGUES
CONSTRUCTION - BOUYGUES ENERGIES & SERVICES - BRICOMAN
CANAL + - CIC - CMA CGM - CNAV - CREDIT AGRICOLE - CONVERTEO
DATAWORDS - DECATHLON - DELOITTE - DERICHEBOURG - DOCAPOST
DOUBLE 2 - EDF - ELAN - EPITECH - ESSILOR - FAURECIA - GLOBE
GROUP - GL EVENT - GROUPE BEL - GROUPE HN - GROUPE LA POSTE
GROUPEMENT LACROIX SAVAC - HARRIS INTERACTIVE - HEC - ICARE
TECHNOLOGIES - IMMOCHAN - KIABI - LEROY MERLIN - LIVERAMP
M6 - MACIF - MEDIAPERFORMANCES - METRO - MICROSOFT - MOBIDYS
MOBIVIA - NACARAT - NEXT REGIE - NRJ - NORAUTO - OPINION WAY
ORANGE - OUI SNCF - PERNOD RICARD - PETIT FORESTIER - PEUGEOT
PVCP - RABOT DUTILLEUL - RATP - RELOADED - RENAULT - ROCKET
SCHOOL - SAGARMATHA - S4M - SAMSUNG - SANOFI - SERVIAIR - SKODA
SNCF - SOLOCAL - SUEZ - STMICROELECTRONICS - STORMSHIELD
TF1 - THE ADECCO GROUP - TOTAL - TRANSDEV - VALRHONA - VEOLIA
VIVAKI - VOLKSWAGEN - VSL - WNP - ZEBOX - ZODIO...

PARTENAIRES



E F I A P

COMENT



TECH
rocks



ZEPRESENTERS
RENDRE VOS IDÉES DÉSIRABLES

Envie de réussir votre prochaine présentation ?

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

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

Illustrations : Erik Tartrais. Photos portraits : David Ken. Crédit photos : Virginie Rooses.
Copyright 2020®. ZEPRESENTERS®, HUBSTORY®, MPG®, 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. 11^e édition - Septembre 2020.