

# Guide de lecture FR13.01

## Animation de réunion

### Réunion interne – Erreur

**Extrait – guide complet disponible sur abonnement**

#### Objectif pédagogique :

Prendre conscience des erreurs à éviter en introduction face à un auditoire professionnel.

#### Mots clés :

Equipe, présentation, introduction, cadrer.

#### Acteurs :

Pascal Dargent, stagiaire en administration des ventes chez Arts et Compositions, est chargé par son maître de stage, Thibaud Dagape, de faire la présentation des résultats mensuels à l'équipe commerciale.

Sont présents 3 commerciaux : Sandrine Gernath, Luc Mondon et Laetitia Carnotti.

---

**TD** (à l'équipe) : oui, j'ai demandé à Pascal de faire la présentation des résultats mensuels. Pascal, c'est à toi.

**PD** (reste assis, lit ses notes) : les résultats sont bons en moyenne, avec malgré tout des disparités entre les secteurs...

#### **Quelles sont les erreurs de Pascal sur le fond et sur la forme ?**

##### Sur la forme

- *Il ne s'est pas présenté (en fonction du contexte),*
- *Il reste le nez collé sur son texte,*
- *Il ne tient pas compte de son auditoire*
- *Il n'a pas demandé d'éteindre les mobiles*
- *Il est tassé sur sa chaise et reste assis : il ne prend pas la direction de la réunion*

##### Sur le fond

- *Il n'a pas introduit son intervention,*

- *Il n'a pas présenté son plan,*
- *Il n'a pas indiqué la durée de son intervention,*
- *Il commence d'emblée sur le fond*

**LC** (a remarqué les photocopies sur la table) : c'est la liste des ventes par produits ? je peux ? (joint le geste à la parole et s'empare d'un document, suivi par les autres)

#### **Comment gérez-vous les documents ? (Question ouverte au groupe)**

- *Il convient de les donner à mesure de son intervention*
- *Il est possible de les donner avant : dans ce cas, prévoir de travailler avec les participants*
- *Ou après : dans ce cas, prévenir les participants qu'ils auront les documents en fin d'intervention, et qu'ils n'auront à noter que les points clés ou des commentaires.*
- *Pour éviter tout risque de « pillage », ne pas laisser les documents sur la table : c'est trop tentant pour les participants...*

**SG** (en lisant le document) : Thibaud, tu m'as dit que nous avons référencé un nouveau produit. Il sera disponible ce mois-ci ?

**PD** (un peu débordé) : oui, Thibaud vous le présentera après les résultats du mois.

#### **Comment Pascal aurait-il dû réagir ?**

*Il a bien réagit en reportant le débat ultérieurement, en revanche, il a précisé le thème de l'intervention de Thibaud, son manager. Luc en a profité pour s'engouffrer*

*dans la brèche et changer de sujet, ce qui déstabilise encore la réunion.*

LM : nos résultats, on les connaît. Ce qui m'intéresserait, c'est ce qu'a fait la concurrence. Tu as quelque chose là-dessus ?

PD : alors oui, justement, c'est ce que nous devons voir ensuite.

### **Commentez l'attitude de Pascal.**

*Pascal reste en justification, et il n'assied pas son autorité, conférée par Thibaud en début d'intervention. Pour reprendre le contrôle de la réunion, il doit d'abord expliquer son rôle et ensuite détailler le plan de son intervention, en distinguant les thèmes qu'il abordera lui-même des thèmes qui seront ensuite abordés. Ca lui permettra d'éviter tout débordement et question hors sujet.*

...

# Guide de lecture FR13.03

## Animation de réunion

### Réunion client – Erreur

**Extrait – guide complet disponible sur abonnement**

#### Objectif pédagogique :

Connaître les erreurs à éviter en présentation client.

#### Mots clé : les 5 clés de la réussite

Préparation, présence, objectif, adaptation, écoute.

#### Acteurs :

Agence :

Thibault DAGAPE (TD) : directeur de clientèle de l'agence de pub BLLB

Pascal DARGENT (PD) : assistant chef de pub dans la même agence

Clients :

Jack TORNÉ (JT) : chef de produit Hairlight chez Novéal

Karima OUARDICHE (KO) : assistante chef de produit

#### Contexte :

Thibaud et Pascal présentent la création de la prochaine campagne Fruitos, shampoing à base d'extraits de fruits. La réunion est en cours.

---

#### Ouverture au noir

KO (s'adresse à JT en lui montrant le document) : ... et là, regardez... les investissements hors média sur le secteur sont en hausse... plus de 60% par rapport à l'année dernière

JT (dubitatif) : oui, mais bon... ça reste anecdotique... (feuillette les pages).

TD (prend les dernières notes, regarde ses clients et signifie du regard à Pascal qu'il est temps de sortir les maquettes. Pascal sort les

maquettes de son carton à dessin et commence à les sélectionner)

TD (sans attendre que Pascal ait fini, souriant) : ...bien... nous allons passer à la création, si vous le voulez bien...

JT & KO (relèvent la tête, rangent les documents. Ils sont impatients de découvrir les propositions de l'agence).

JT (referme son dossier ; il est enjoué) : très bien. Vous avez les maquettes ?

TD (à Pascal) : Pascal, tu peux présenter les visuels, s'il te plaît ?

PD (un peu émotif) : ...euh... oui bien sûr... (tend les maquettes à Thibaud).

TD (sourire confiant) : ...vas-y, vas-y...

PD : ... euh... tu... (acquiescement de Thibaud)... bon (regarde les clients, désespéré, puis pose les maquettes, sort deux chevalet de bureau qu'il met en place tant bien que mal, pose les maquettes dessus, puis colle le nez dessus pour les commenter)

Thibaud pense que Pascal a suffisamment travaillé sur le dossier pour lui laisser la présentation. Il lui a peut-être demandé de le faire avant la réunion, mais Pascal n'en a pas tenu compte apparemment. Il aurait dû se faire préciser les rôles de chacun avant la présentation et connaître le rôle bien précis qu'on lui a assigné pour qu'il puisse s'y préparer. A défaut d'instructions claires, Pascal risque d'être pris au dépourvu... c'est la première clé de la réussite :

**1<sup>ère</sup> clé : Fixez le « Kifékoï »**

Attribuer les rôles, c'est définir à l'avance qui présente quoi. Pour éviter de vous mettre dans une situation difficile, répartissez-vous les rôles. Si, comme Thibaud, votre manager omet de le faire, prenez les devants et faites-vous préciser clairement à quel moment vous devrez intervenir et pour dire quoi.

**? Question au groupe :**

- En quoi consiste une bonne préparation logistique ? Citez tous les points auxquels vous devez penser (mettez les idées en commun, consolidez-les, puis photocopiez la liste « pense-bête »)
- Quels sont tous les supports utilisables pour rendre une présentation vivante ? Citez tous les supports envisageables.

PD (hésitant, il se cache à moitié derrière les maquettes, évite le regard des clients, parle tout bas dans sa barbe) : ...bon euh... les visuels présentés ici correspondent à 2 possibilités différentes...

JT (Fronce les sourcils) : ... pardon ? Je vous entends mal... vous disiez ?...

Pascal commence mal sa présentation : il est brouillon et confus. Il occupe mal l'espace et ses paroles sont à peine audibles. Pour réussir son intervention, il doit apprendre à se mettre en scène : c'est la deuxième clé de la réussite...

**2<sup>ème</sup> clé : Soignez la mise en scène**

Toute présentation exige un minimum de mise en scène : occupez l'espace, osez vous déplacer pour capter l'attention, réveiller l'auditoire, varier votre intervention. De même pour votre voix : vous devez la placer. Ajustez la puissance au nombre de personnes qui vous écoutent, variez l'intonation et le débit en fonction de ce que vous voulez faire passer. Pour réussir une intervention en public, sachez vous imposer physiquement par le mouvement et par la voix.

# Guide de lecture FR13.04

## Animation de réunion

### Réunion client – Modèle

**Extrait – guide complet disponible sur abonnement**

**Objectif pédagogique :**  
savoir mener une intervention en public

**Mots clés :**  
Ecoute, relance, argumentation, projet

**Acteurs :**  
Agence :  
Thibault DAGAPE (TD) : directeur de clientèle de l'agence de pub BLLB  
Pascal DARGENT (PD) : assistant chef de pub dans la même agence  
Clients :  
Jack TORNÉ (JT) : chef de produit Hairlight chez Novéal  
Karima OUARDICHE (KO) : assistante chef de produit

**Contexte :**  
Thibault et Pascal ont RDV au siège de Novéal pour présenter la nouvelle campagne de publicité de la gamme Hairlight. Pascal est en charge de l'analyse publicitaire du secteur et doit présenter une synthèse à son client.

---

#### Ouverture au noir

Pascal commence la réunion détendu : il connaît parfaitement son dossier car il a pris soin de le relire la veille à haute voix. Il a choisi sa tenue de manière à être à son aise. Il l'a aussi choisie pour être en cohérence avec sa fonction et avec l'image de sa société.

#### ? Question au groupe :

Comment maîtriser son trac avant et pendant une réunion ? (citer des exemples concrets)

Pascal sort dossiers et maquettes, les pose sur un chevalet directement sur la table, et prépare un bloc de prises de notes.

**JT** (regarde sa montre) : bon, on est un peu court, là... vous avez jusqu'à 17 heures...

**TD** (sourire rassurant) : très bien, nous allons adapter notre présentation pour respecter votre emploi du temps (regard à Pascal qui confirme)

**JT**: allez-y.

**TD** (regarde alternativement JT et KO) : la réunion se fera donc en 2 parties : Pascal vous présentera d'abord une analyse concurrence sur les investissements publicitaires des 2 dernières années (pause)... et je vous présenterai ensuite la stratégie que nous avons imaginée pour la gamme Hairlight (pause pour valider que ses interlocuteurs ont bien suivi et sont d'accord) (puis, à Pascal) Pascal, à toi.

#### ? Question au groupe :

Listez toutes les informations à donner lorsque vous présentez le plan de votre réunion.

Pascal se lève posément sans se laisser déconcentrer par la pression de ses interlocuteurs : il les regarde tour à tour

lorsqu'il leur parle, le ton de sa voix est calme et posé.

**PD** : merci. Je vous propose d'analyser ensemble le contenu de la communication de la famille des shampoings et soins des cheveux. L'étude porte sur les deux dernières années, elle concerne la création publicitaire d'une part et l'achat d'espace d'autre part (il écrit son plan sur paper board : « création publicitaire » et « achat d'espace »).

Pascal cadre son, intervention : il énonce un objectif précis, rappelle le contexte et précise le champ d'action de l'étude.

**PD** (enchaine après une pause) : Sur les créations tout d'abord, on remarque que sur ce marché très encombré, 2 axes émergents se distinguent, d'une part...

**KO** (lui coupe la parole, en désaccord) : encombré... ! C'est plutôt l'inverse... avec Novéal et ses filiales, nous avons plus de 40% du marché. On a fait le ménage depuis 10 ans, tout s'est restructuré, entre les fusions et les rachats... je dirais plutôt que le marché

s'allège et que nous le dominons, point ! (recherche l'approbation de JT).

Pascal ne prend pas pour lui l'objection de la cliente ; il reste calme, souriant et évite ainsi de laisser s'installer stress et doute.

**PD** (hoche la tête en signe d'approbation puis reprend) :... alors, c'est juste, quand je parle d'encombrement, je m'appuie moins sur les marques que sur leurs références. Le nombre de références a augmenté cette année de 17% alors que les ventes en volume, elles, n'ont progressé que de 5%.

**KO** (elle acquiesce) : oui, effectivement, pour les références, c'est la pagaille...

Pascal a amorti l'objection agressive de KO : il précise sa pensée et replace l'idée dans son contexte, ce qui permet à sa cliente de comprendre ce qu'il a voulu dire. Il est ainsi en phase avec elle. Sur la forme, il ne l'a pas contredite, ce qui préserve leur relation.

...