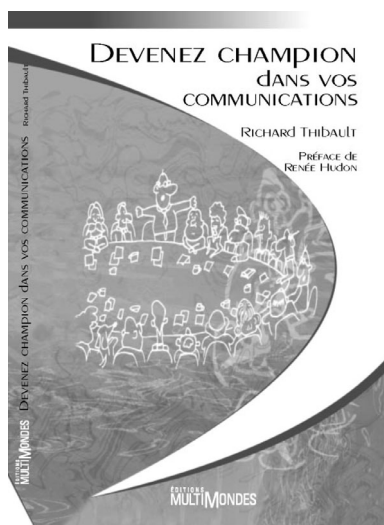


DEVENEZ CHAMPION DANS VOS COMMUNICATIONS

par RICHARD THIBAUT



« J'ai conçu ce livre comme un guide pratique, comme un livre de recettes, une référence à consulter lorsque vous devez vous exprimer en public. Les conseils qu'on y retrouve sont utiles en toutes circonstances, que vous vous adressiez à une seule ou à des centaines de personnes, que vous soyez devant un auditoire ou devant les médias. »

Richard Thibault, auteur

Avril 2003 – Un nouvel ouvrage sur l'art de la parole en public vient de voir le jour au Québec. Rédigé par Richard Thibault, cet ouvrage de référence indispensable, *Devenez champion dans vos communications*, publié aux Éditions MultiMondes, est maintenant disponible en librairie.

Parler en public est, dit-on, la plus grande peur de tout être humain normal et ce, devant la peur de mourir. En contrepartie, il faut savoir que notre habileté à communiquer est responsable de 85% de notre succès dans la vie. Formuler maladroitement son opinion et ne pas l'exprimer clairement est un peu comme être incapable de penser. C'est presque ne pas exister.

Au bureau ou dans votre vie de tous les jours, cet ouvrage de référence vous aidera à reconnaître les obstacles à la communication et vous indiquera comment les déjouer. Apprenez à préparer une présentation bien structurée, à élaborer et à utiliser efficacement les supports visuels, à gérer une période de questions et réponses et à dominer la nervosité et le trac. Découvrez comment réussir un entretien avec une personne, maîtriser l'expression de vos messages, susciter l'intérêt de votre auditoire et maintenir l'attention d'un groupe. Comprenez comment divertir votre public et transmettre vos messages, mieux contrôler vos relations avec les médias et frapper l'imagination de votre auditoire. Voyez comment améliorer les relations avec votre clientèle, vos collaborateurs et vos supérieurs.

«Je sais qu'on a beaucoup écrit sur le sujet. Toutefois, après 25 ans dans ce métier et des dizaines de milliers d'heures passées comme communicateur professionnel au cours desquelles j'ai pu aider des centaines de personnes à mieux s'exprimer en public, j'ai voulu ajouter ma pierre à l'édifice. J'ai rédigé ce livre sur les communications orales de la même façon que je les enseigne aux gens qui me font confiance. Je l'ai écrit à la manière dont j'en parle. J'ai volontairement adopté un style clair, facile de lecture et d'emploi, sur le ton du conseil pratique, en faisant intentionnellement abstraction des envolées et références académiques», de préciser Richard Thibault.

La table des matières nous révèle un contenu fort diversifié, où l'on a abordé tous les aspects de la parole en public. Après avoir exposé les grandes règles de base qui régissent les communications interpersonnelles, y compris le non-verbal, l'auteur nous fait découvrir la façon de rassembler ses idées, de préparer la structure de son intervention, de lancer et conclure son exposé avec force et de choisir les supports visuels qui vont nous aider dans la livraison de notre message. Ce faisant, il fait un détour par la technique de préparation des acétates électroniques auxquels on a régulièrement recours de nos jours. Il conclut cette première partie avec des informations utiles sur la logistique (la salle, l'équipement et l'environnement).

En deuxième partie de *Devenez champion dans vos communications*, poursuivant là où la plupart des ouvrages sur cette question s'arrêtent, Richard Thibault nous donne des conseils pratiques sur une foule de situations de communication que nous risquons de rencontrer à chaque jour de notre vie. C'est ainsi qu'il nous donne des conseils pratiques sur la façon de livrer des discours et des présentations efficaces, sur la manière de se tirer d'affaire élégamment dans des situations difficiles et sur les qualités qu'il faut posséder pour gérer efficacement une période des questions. L'auteur complète son exposé avec des conseils pratiques sur la façon d'améliorer l'efficacité de ses communications en affaires, autant par téléphone que lors d'un entretien ou d'une entrevue, notamment celles de sélection, sur l'art difficile des relations avec les médias et sur la façon d'optimiser ses relations avec ses clients.

«J'ai conçu ce livre comme un guide pratique, comme un livre de recettes, une référence à consulter lorsque vous devrez vous exprimer en public. Les conseils qu'on y retrouve sont utiles en toutes circonstances, que vous vous adressiez à une seule ou à des centaines de personnes, que vous soyez devant un auditoire ou devant les médias. Avec la série d'outils proposés dans cet ouvrage, je veux vous aider à livrer efficacement vos messages et à projeter de vous-même une meilleure image, quels que soient votre secteur d'activité, votre occupation ou votre région», a conclu Richard Thibault.

L'auteur

Bien qu'il ait choisi d'étudier le droit, c'est dans le secteur des communications que RICHARD THIBAUT a fait carrière. Après avoir été animateur, journaliste et chercheur à la télévision et à la radio pendant près de cinq ans, il a occupé le poste d'animateur des débats et de responsable des affaires publiques de l'Assemblée nationale du Québec, de 1979 à 1987.

Pendant les quatre années qui ont suivi, Richard Thibault a tour à tour assumé les fonctions d'attaché de presse du ministre du Revenu et du ministre du Travail du cabinet de Robert Bourassa, de conseiller spécial et directeur des communications à la Commission de la

santé et de la sécurité au travail, puis de conseiller senior chez BDDS, à l'époque l'un des plus importants cabinet-conseil en relations publiques au Canada. De 1991 à 1994, il a été directeur des communications pour le Club de hockey Les Nordiques de Québec, alors qu'il évoluait dans la Ligue nationale de hockey (LNH).

En 1994, il fonda Richard Thibault Communications inc. (RTCOMM), qui repose sur deux activités distinctes: le conseil en communication et la formation à la parole en public. À l'aube de 2003, RTCOMM, par sa filiale Parolepublique.com (www.parolepublique.com), est devenue la première entreprise en Amérique du Nord à offrir la formation à distance assistée. Cette méthode permet aux étudiants de suivre les modules vidéo théoriques sur le site Internet de l'entreprise, tout en étant soutenus dans leur apprentissage par un formateur professionnel qui les dirige dans le cadre de classes virtuelles téléphoniques.

Richard Thibault compte plus de 15 000 heures de parole en public, que ce soit au théâtre, à la radio, à la télévision, comme conférencier ou à titre de formateur. Expert en communication stratégique, formateur à la parole en public et auteur, Richard Thibault a aidé des centaines de personnes à devenir de meilleurs communicateurs. Il ambitionne de poursuivre en ce sens avec un public toujours plus large, quel que soit le niveau hiérarchique, l'occupation, le secteur d'activités ou la région de celles et ceux qui lui font confiance.

– 30 –

Référence:

Devenez champion dans vos communications, Richard Thibault, préface de Renée Hudon, Éditions MultiMondes, Québec, 2003, 226 pages, 15 x 23 cm, reliure souple, **24,95 \$**, ISBN 2-89544-036-0

Distribution en librairie au Canada : Diffusion Dimedia

Pour renseignements:

Service de presse: Ginette Beaulieu (514) 282-9962 ou ginette.beaulieu2@sympatico.ca
Éditions MultiMondes: 1 800 840-3029 ou multimondes@multim.com

Extraits de la table des matières

PREMIÈRE PARTIE:

APPRENDRE À SE PRÉPARER

Chapitre 1

TROIS RÈGLES DE TROIS

La première règle de trois: nous sommes perçus, vus et entendus

La deuxième règle de trois: vous, je, nous

La troisième règle de trois: informer, convaincre, émouvoir

Chapitre 2

LE FOND ET LA FORME

Le contenu

Les supports visuels

La forme

Chapitre 3

LA LOGISTIQUE

La salle

L'équipement

L'environnement

Chapitre 4

TRAVAILLER SUR SOI

Respiration, projection et pose de la voix

Le trac

La guerre des sexes

Pour dames seulement

Pour messieurs seulement

DEUXIÈME PARTIE:

LA PAROLE EN PUBLIC

Chapitre 5

COMMUNIQUER AVEC UN AUDITOIRE

Le discours

Le «plan B»

Présentation et remerciements

Chapitre 6

GÉRER LA PÉRIODE DE QUESTIONS

Ce qu'il faut faire

Ce qu'il ne faut pas faire

Chapitre 7

COMMUNIQUER AVEC UN INTERLOCUTEUR

L'entretien

L'entrevue

L'interview

Chapitre 8

COMMUNIQUER EN AFFAIRES

Des réunions efficaces

Le contact téléphonique

Les relations avec la clientèle

Les «dix commandements» des relations avec le client

Les clients difficiles

Chapitre 9

LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Trois secrets importants

Négocier et préparer une interview

Les «dix commandements» des relations avec les médias

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

Annexe 1

MES DIFFICULTÉS EN COMMUNICATION

Annexe 2

CRITÈRES DE COMMUNICATION ORALE

Annexe 3

DES EXERCICES D'ARTICULATION

Annexe 4

UNE EXPÉRIENCE À TITRE DE CLIENT

Annexe 5

UNE EXPÉRIENCE À TITRE DE PORTE-PAROLE

Annexe 6

LE GUIDE DES PIÈGES LORS D'UNE PÉRIODE DE QUESTIONS

Annexe 7

FORMULAIRE DE PRÉPARATION À L'INTERVIEW