

Philippe Gabilliet
Yves de Montbron

CONFÉRENCES, MODE D'EMPLOI...

*Bien choisir et préparer les conférences
et formations auxquelles vous participez*



© manager-positif.com pour cette édition.
Tous droits réservés pour tous pays

Philippe Gabilliet
Yves de Montbron

CONFÉRENCES, MODE D'EMPLOI...

*Bien choisir et préparer les conférences
et formations auxquelles vous participez*

CET EXTRAIT VOUS EST OFFERT PAR



SOMMAIRE

Cliquez sur le chapitre auquel vous souhaitez accéder

Introduction.....	4
Les cordonniers les plus mal chaussés... ..	4
Vous avez dit « intensif » ?	5
L'investissement-conférences	5
Conférences, mode d'emploi	6
I Comment choisir une conférence selon vos besoins ?	7
Vous avez dit « intensif » ?	7
L'intensif pour quoi faire ?	8
Qui parle et de quoi ?	9
Autres points de repère... ..	12
Et pourquoi pas l'auto-formation ?.....	14
II Comment vous préparer efficacement ?	16
Y aller seul ou à plusieurs ?.....	16
Clarifier votre objectif.....	17
Votre dossier-conférences.....	18
III Comment optimiser son temps pendant une conférence ? 20	
Au commencement... ..	20
Les notes : en prendre ou pas ?	21
Les notes : comment les prendre ?.....	22
Le débat : comment en tirer parti ?.....	28
Trois précautions logistiques pour éviter le stress.....	28
IV Comment démultiplier l'impact d'une conférence ?.....	31
Deux heures après... ..	31
Deux jours après.... ..	32
Deux semaines après... ..	33
Deux mois après... ..	34
Conclusion.....	35
PLAN D'ACTION Check-list du participant efficace.....	36
Bibliographie	40
À propos des auteurs.....	43

INTRODUCTION

« Comment vais-je trouver le temps de rattraper tout le retard que je suis en train de prendre dans mon travail pendant que je suis ici en train de suivre une formation à la gestion du temps ? »

Cette réflexion, sortie du fond du cœur, nous fut faite il y a quelques mois par un participant, à l'occasion d'un séminaire d'organisation personnelle pour cadres dirigeants que nous animions alors. Frappé par sa logique, sinon par sa justesse, nous l'avons conservée en mémoire et vous la livrons aujourd'hui car elle nous semble illustrer parfaitement l'ambiguïté de la position du décideur face à son propre développement professionnel.

Les cordonniers les plus mal chaussés...

Toujours à la poursuite de son propre temps, esclave de son agenda avant d'être son maître, le responsable d'aujourd'hui est de plus en plus conscient de l'enjeu que représente pour son entreprise et pour lui-même un processus rigoureux de culture professionnelle programmée.

Dans la plupart des cas, le manager reste prêt à faire tous les efforts nécessaires pour envoyer sa propre équipe en formation (dès lors que les budgets le lui permettent encore), et ce plusieurs fois dans l'année. Mais lui-même ne dispose que rarement de la disponibilité nécessaire pour accompagner ses collaborateurs dans des séminaires pourtant considérés comme essentiels au plus haut niveau.

Interrogés sur ce phénomène, la plupart des managers ne peuvent que reconnaître les faits, tout en continuant de réaffirmer la raison majeure de leurs limites en la matière : un manque global de temps. Absorbés au quotidien par les réunions, les déplacements, la gestion des e-mails, la rédaction des notes internes et le traitement des problèmes individuels au sein de leur unité, les décideurs n'ont plus guère le temps de lire, d'échanger, d'aller en formation, si ce n'est au prix de contorsions organisationnelles qui ont vite fait de décourager les plus motivés.

Vous avez dit « intensif » ?

Cet état de fait, renforcé par une demande évidente des intéressés, explique sans doute le succès croissant des sessions professionnelles intensives de toutes natures. Ce phénomène, né aux États-Unis dans les années 40 n'a cessé de se développer depuis cette époque, faisant aujourd'hui encore du marché américain l'Eldorado des organisateurs de *seminars, lectures, conferences, trade shows* et autres *professional meetings*.

En France, c'est souvent dans le cadre studieux et feutré des salons professionnels qu'est né et s'est développé le marché des séminaires intensifs, sous la forme de conférences, de mini-colloques ou de journées à thème. Aujourd'hui, au-delà des seuls salons, la session intensive est devenue le fait d'une multitude de structures organisatrices, du magazine spécialisé à la société de formation en passant par l'organisme professionnel ou l'établissement d'enseignement supérieur.

L'investissement-conférences

Quoi qu'il en soit, et les organisateurs en savent quelque chose, ce marché de la manifestation professionnelle demeure encore fragile, sensible plus que tout autre aux aléas de la conjoncture et aux variations de l'humeur économique.

En d'autres termes, si personne aujourd'hui ne conteste plus l'intérêt de ces manifestations, de multiples questions demeurent sur leur utilité effective au sein de l'entreprise, et donc sur le caractère judicieux de l'achat répété de telles prestations.

Envoyer des cadres à des conférences, oui, mais avec quelles retombées concrètes ? Lorsque l'on sait que les coûts de participation peuvent se révéler élevés surtout si la direction décide (à juste titre, nous le verrons) d'y envoyer plusieurs collaborateurs de l'entreprise, on ne peut que souscrire à cette légitime exigence de retour sur investissement.

Quoi qu'il en soit il est clair que s'il demeure un moment privilégié pour envoyer des cadres assister à des conférences ou des séminaires intensifs, c'est bien en temps de récession ou de difficultés économiques, ce type de manifestations représentant l'investissement « anti-crise » par excellence.

Car il s'agit bien d'un investissement, à la fois en termes de temps passé et d'argent dépensé. Mais qui dit « investissement » dit obligatoirement

« retour sur investissement ». Or, ce retour peut être aisément assuré, à condition bien sûr que la participation des uns et des autres soit correctement préparée et optimisée, garantissant ainsi une démultiplication et une mise en application rapide des enseignements de la conférence ou de la journée d'étude, seuls critères acceptables de validité pour ce genre de manifestation.

Conférences, mode d'emploi

Vous aider dans cette démarche d'optimisation en vous fournissant tous les points de repère nécessaires, tel est l'objet des pages qui suivent.

Vous appréciez les conférences professionnelles, les colloques, les journées d'étude ? Vous désirez en tirer le meilleur parti ? Dès lors, sachez que tout n'est qu'une question de méthode, méthode que nous vous proposons d'aborder maintenant à travers les 4 questions fondamentales que sont :

- 1 - Comment choisir un séminaire intensif ?
- 2 - Comment s'y préparer en un minimum de temps ?
- 3- Comment y participer de façon efficace ?
- 4 - Comment en exploiter rapidement les retombées ?

I

COMMENT CHOISIR UNE CONFÉRENCE SELON VOS BESOINS ?

Vous avez dit « intensif » ?

Qu'il s'agisse d'une conférence, d'un colloque ou d'une journée à thème, une session intensive doit toujours s'aborder différemment d'un séminaire de formation traditionnel. Ceci est dû, principalement, aux caractéristiques essentielles de ce genre de manifestation, à savoir :

- 1) Un thème spécifique pointu, très spécialisé
- 2) Une ou plusieurs interventions de courte durée, chacune n'excédant que rarement les deux heures
- 3) Une durée totale limitée, de 1h30 pour une conférence à une journée pour une session intensive
- 4) Une animation prise en charge par un orateur unique (« show ») ou par une succession d'intervenants (« plateau »)
- 5) Un style peu interactif, caractérisé par des interventions très magistrales (4/5e du temps), suivies si le temps disponible le permet de quelques questions (le 1/5e restant...), le tout maintenant la majorité des participants dans un rôle confortable (mais passif) de consommateur-spectateur.
- 6) Conséquence de ce qui précède, un véritable bombardement d'informations sur une durée minimum, donc un risque de déperdition élevé du fait des faibles capacités de mémorisation de n'importe quel individu mis dans ce genre de situation.

Ainsi, plus que pour d'autres événements professionnels (stage de formation, séminaire de direction, voyage d'études), il vous faut évaluer au mieux le caractère judicieux ou non de votre participation.

Pour ce faire, et avant de vous inscrire, nous vous conseillons de tenter d'apporter une réponse précise aux 3 questions suivantes :

- a) En quoi le sujet m'intéresse-t-il directement ?
- b) En quoi les intervenants sont-ils susceptibles de le traiter au mieux ?

- c) Quels autres éléments me permettent-ils de mesurer si cette manifestation tiendra ses promesses ?

L'intensif pour quoi faire ?

Quelle que soit la façon dont vous retournerez le problème, vous n'avez que deux raisons pour vous rendre à une conférence ou un séminaire intensif :

1) Soit vous désirez résoudre **un problème immédiat et spécifique** concernant votre activité professionnelle qu'il s'agisse de développement commercial, de management, de gestion ou de tout autre domaine de votre ressort.

Si tel est votre cas, vous recherchez donc des idées d'amélioration pragmatiques, des méthodes testées et éprouvées ailleurs, des pistes concrètes de solutions. Éventuellement, vous apprécierez de rencontrer d'autres responsables d'entreprises ayant actuellement ou ayant eu récemment à résoudre le même type de problème que vous, afin d'échanger ensemble de façon fructueuse sur ce sujet.

2) Soit vous recherchez avant tout à travers votre participation un bénéfice à moyen terme

Votre inscription à la conférence ou à la journée intensive s'inscrit dès lors dans une démarche générale de **développement professionnel**. Vous cherchez avant tout à nourrir votre réflexion stratégique, à vous tenir au courant des grandes tendances et innovations du moment, voire à prendre des contacts avec des confrères.

À ce propos, on constate actuellement une tendance très nette en la matière, celle d'un retour en force du pragmatisme. Pour des raisons d'efficacité maximale en période d'incertitude économique, réflexions théoriques et modèles conceptuels apparaissent en effet aujourd'hui comme des valeurs en net recul à la bourse des séminaires et conférences, recettes concrètes et boîtes à outils présentant en revanche un fort mouvement de progression, mouvement qui ne semble pas devoir s'arrêter de sitôt.

Aussi avez-vous tout intérêt, dans l'éventualité d'arbitrages (surtout budgétaires), à privilégier les « intensifs » promettant des outils, des

techniques, des recettes et des solutions concrètes, et d'une façon générale toutes manifestations s'appuyant sur des témoignages ou mettant l'accent sur l'action immédiate.

Mais dans tous les cas de figures, court ou moyen terme, pragmatique ou stratégique, il doit être bien entendu que la conférence ou la journée à laquelle vous allez assister ne vous fournira jamais qu'une matière brute. C'est à vous, et à vous seul, de la recueillir puis de la retraiter, de la retravailler, de la retailer en somme autour de vos besoins spécifiques.

D'où la nécessité d'être bien clair - avant même de vous inscrire - sur la capacité des intervenants annoncés à vous apporter le type d'information dont vous avez besoin.

Qui parle et de quoi ?

Qui ne s'est jamais interrogé, au moment de s'asseoir dans une salle de conférence, sur les compétences et la qualité de l'orateur entre les mains de qui il va se remettre - et remettre son précieux temps - pendant une heure, deux, parfois plus encore ? Et pourtant, à cet instant précis, il est déjà trop tard. Mais, me direz-vous, comment faire autrement ? Personne ne peut affirmer connaître personnellement tous les conférenciers de la place et, quand bien même cela serait, chacun de nous a en mémoire au moins un cas où l'orateur, apprécié par certains (qui l'avaient recommandé), a foncièrement déplu à d'autres (qui l'avaient, eux, payé...).

Certes, il demeure toujours une marge d'incertitude en la matière, ne serait-ce que celle qui tient à la plus ou moins bonne forme de l'intervenant au moment de sa prestation. Mais quoi qu'il en soit, un certain nombre de paramètres peuvent être aisément pris en compte pour évaluer l'adéquation de celui qui va parler aux besoins de ceux venus pour l'écouter. On distinguera ici la notoriété de l'intéressé de son profil professionnel.

La notoriété tout d'abord. Cet intervenant est-il connu ou inconnu dans le domaine qu'il affirme être le sien ? En outre, est-ce plutôt un généraliste ou un spécialiste ? Si ce domaine ou cette spécialité sont aussi les vôtres, vous aurez tôt fait de le déterminer.

Sinon, n'hésitez pas à prendre des renseignements auprès de collègues ou de confrères plus au fait que vous du sujet abordé, et à rechercher des

informations à son propos sur internet.

Est-il en outre annoncé comme l'auteur de livres ou d'articles sur le thème en question ? Si oui, efforcez-vous de vous en procurer un, ne serait-ce que pour évaluer le niveau de réflexion de l'intéressé. Inutile d'assister à la conférence de quelqu'un dont les idées - parce qu'il les a trouvées dans les bons manuels de référence - sont celles de tout le monde depuis cinq ou dix ans...

Cela dit, la notoriété n'est qu'un élément préalable d'appréciation, et qui ne saurait être déterminant que dans un cas et un seul : celui où elle est mauvaise. Hors de ce cas d'école, somme toute assez rare, le critère déterminant sera davantage celui du profil professionnel de l'intervenant.

Exception faite du conférencier professionnel - très américain mais assez rare en France - les intervenants que vous avez le plus de chances de rencontrer peuvent venir de trois horizons différents. Nous distinguerons donc ici :

- L'expert-praticien
- L'expert-consultant
- Le conférencier académique

Chacun présente ses spécificités, à la fois en termes d'avantages et d'inconvénients.

1) **L'expert-praticien** vient de l'entreprise, où il exerce actuellement un certain nombre de responsabilités exécutives. Directeur Commercial, des Ressources Humaines, Financier, Responsable de la Formation ou de toute autre chose, c'est avant tout un « grand témoin ». Il est généralement là pour présenter une ou plusieurs études de cas ainsi que les solutions qu'il a lui-même mises en œuvre.

L'intérêt d'un expert-praticien est évident : il ancre son discours dans le concret et offre la possibilité à ceux qui l'écoutent de savoir ce qui a effectivement réussi ou échoué dans la réalité, sur le terrain.

Mais la limite essentielle de son discours n'en demeure pas moins, parfois, un certain manque de conceptualisation, lui-même lié au manque de recul, ce qui rend parfois les solutions présentées difficilement transposables en l'état d'une entreprise à l'autre.

Quoi qu'il en soit, la motivation de l'expert-praticien étant souvent la

mise en avant médiatique - celle à l'intéressé ou celle de son entreprise - il est toujours possible de le faire réagir en direct à votre problème spécifique, que ce soit au moment des questions, pendant les pauses ou à l'heure du déjeuner...

2) **L'expert-consultant** de plus en plus répandu, est quant à lui un praticien de l'intervention en entreprises. Il fournit à la demande des prestations d'études, d'aide à la réflexion, d'ingénierie, d'assistance opérationnelle, de conseil ou de formation. Parfois généraliste, mais de plus en plus souvent spécialisé, il est à la fois un homme de terrain appelé à résoudre les problèmes concrets de ses clients et un homme de réflexion amené naturellement à modéliser son vécu professionnel.

L'intérêt de l'expert-consultant tient bien sûr dans sa capacité à illustrer son propos d'exemples très divers tirés de sa pratique quotidienne au sein d'entreprises elles-mêmes très diverses, exemples généralement soutenus par un bon niveau de conceptualisation et de modélisation. En outre, par rapport à un domaine d'activité donné, les cabinets de conseil spécialisés restent l'un des lieux essentiels de l'innovation et du développement sous toutes ses formes.

En revanche, le consultant est rarement en première ligne dans l'action et, à l'usage, le décalage peut se révéler important entre ses préconisations et la réalité vécue au sein des entreprises présentées comme ses clientes... Enfin, il faut savoir que la participation d'un consultant à une conférence est rarement neutre. Il vend ici sa compétence, son savoir-faire, son image personnelle et chaque participant représente un client en puissance. Cela garantit à la fois la motivation de l'orateur à passionner son public et la qualité de fond de son discours. Mais cela peut aussi l'amener à développer - dans la forme - une approche parfois trop « vendeuse », transformant malencontreusement une conférence d'intérêt général en séance de prospection commerciale pour lui-même, sa société ou son dernier livre (souvent vendu à la sortie) ce qui peut être inégalement apprécié des participants...

3) **Le conférencier académique** (professeur ou chercheur) enfin, vient le plus souvent d'une Grande Ecole ou de l'Université, où il professe brillamment une spécialité dans laquelle il fait autorité. Auteur d'un ou plusieurs ouvrages sur le sujet, il est « la » référence en la matière et sa

notoriété est généralement à la mesure de son niveau d'expertise.

Magistral dans l'âme, il présente l'intérêt de pouvoir faire rapidement et aisément le point sur une question donnée, et ce de façon très pédagogique, ce qui implique la plupart du temps un excellent niveau de modélisation.

En revanche, le discours universitaire étant ce qu'il est, le conférencier académique peut parfois donner le sentiment aux participants qu'ils sont revenus sur les bancs de la Faculté. Souvent très clair et parfaitement synthétique, le discours de l'enseignant reste cependant moins innovant que celui des consultants et peut présenter de très nets décalages avec le vécu quotidien de l'entreprise.

En bref, praticien, consultant ou enseignant, il est clair que ces trois grands types d'intervenants se complètent remarquablement et que, dans le cadre d'une session intensive, un équilibre entre les trois profils constituera toujours un gage supplémentaire d'intérêt et de richesse de réflexion pour les participants.

Autres points de repère...

Indépendamment des intervenants annoncés, d'autres éléments peuvent vous permettre d'évaluer a priori la qualité d'une session intensive. Citons en particulier :

1) La nature et la notoriété de l'organisme promoteur de l'événement.

Est-ce un magazine, une association, un cabinet de conseil, un organisateur de salons ? Est-il connu dans votre entourage professionnel immédiat, et en quels termes ? A-t-il déjà organisé ce type de manifestation ? Avec quel succès ?

2) Le mailing d'invitation et les supports de présentation.

Bien qu'il soit toujours hasardeux de postuler la qualité d'une prestation à partir des documents qui en font la promotion, il est clair que ces derniers reflètent au moins une chose : le niveau d'investissement que les organisateurs ont voulu mettre en œuvre dans l'événement en question.

Indépendamment de la mise en forme du mailing, c'est au contenu que

vous porterez une attention toute particulière, essentiellement à la clarté des messages ainsi qu'aux différents points logistiques que sont:

- Le lieu de la conférence (qualité, accessibilité)
- Les pauses et repas (est-ce prévu, est-ce pris en charge ?)
- La remise prévue de documents sur place
- L'envoi annoncé d'un compte-rendu ou la mise à disposition des supports de l'intervenant après l'événement (sur son site internet, par exemple).

3) La structure de la manifestation.

Ce critère-là devient important à partir du moment où la session intensive à laquelle vous avez l'intention d'assister s'étale sur une journée complète. Dans ce cas, il devient intéressant de se faire préciser si les deux demi-journées en question se présentent plutôt sous une forme magistrale, plutôt sous une forme interactive... ou les deux à la fois.

Il est clair qu'une conférence à laquelle sont attendues quelque 200 personnes en séance plénière impliquera obligatoirement attention et passivité de la majorité des participants.

En revanche, l'évocation de « sous-groupes » ou « d'ateliers » laisse présager une possibilité de dialogues, d'échanges, et donc la possibilité de résoudre des cas pratiques, voire d'obtenir des réponses individualisées.

Dans tous les cas, vous n'hésitez jamais à appeler l'organisateur de la manifestation pour vous faire préciser le nombre de personnes attendues (sachant que la tendance est toujours à la surestimation) et, le cas échéant, la forme que sont censés prendre les débats.

Cela dit, la logique économique d'une session intensive - conférence ou séminaire - tend à conduire à une interactivité minimale, l'intervenant étant d'abord là pour « remplir » le temps qui lui est imparti, c'est-à-dire donner de l'information, fournir des données, des recettes, etc... Qu'on le veuille ou non, le participant a d'abord payé pour recevoir, davantage que pour donner ou échanger avec les autres !

.../...

[À SUIVRE...](#)

Si vous avez apprécié cette lecture et souhaitez connaître la suite, procurez-vous l'ouvrage complet dont ce guide est un extrait :



« *Se former efficacement par les conférences. Maximisez le retour sur investissement des conférences-débats, journées à thème et colloques auxquels vous participez.* »

Livre-outil pdf, 44 pages format 21x29,7 cm

Disponible sur

manager-positif.com/Conferences.html



Ce livre numérique a été créé par Philippe Gabilliet et Yves de Montbron, et reste leur propriété exclusive.

Ce n'est pas un livre gratuit. Il est proposé ici : [Conférences](#)

Toutefois, vous êtes autorisé à le reproduire et l'envoyer à votre entourage, aux conditions suivantes :

- Ne pas le modifier,
- Ne pas faire d'envois non sollicités (SPAM) pour le distribuer.

Ce livre fait partie de la collection de livres et documents que vous pouvez vous procurer sur le site [Manager-Positif.com](#)

Sur ce site, vous pourrez télécharger d'autres ouvrages pratiques consacrés au management des équipes et à la motivation des hommes.

Si vous souhaitez faire connaître le site [Manager-Positif.com](#) et recevoir un autre livre en cadeau surprise, rendez-vous sur [cette page](#)

Pour toute question, écrivez à contact@manager-positif.com



© Philippe Gabilliet et Yves de Montbron 2015