



La présentation des résultats



APERÇU

INTRODUCTION	3
EN AMONT DE LA PRÉSENTATION	4
5 CONSEILS POUR UNE PRESENTATION EFFICACE	5
1. FAIRE VIVRE LA PAROLE DU RÉPONDANT	5
2. PRÉFÉRER LES IMAGES AUX TABLEAU	5
3. ILLUSTRER DES DONNÉES À L'AIDE DE DESSIN	5
4. PRÉFÉRER LES HISTOIRES AUX DISCOURS	6
5. S'ADAPTER À SON AUDITOIRE	6

INTRODUCTION

- Tendances venues du digital où elle se distille chaque jour à coups de retweets et de « Like », **l'infographie** en dit long sur notre façon actuelle d'appréhender l'information. C'est le révélateur de notre époque : une volonté de **présenter de manière synthétique et esthétique une information**, le plus souvent chiffrée, en cherchant à attirer la curiosité du lecteur et lui donner envie de « Partager ».

Habités à présenter de l'information statistique à leurs clients, les instituts d'études marketing ont vu émerger cette réalité au fil du temps et ont dû s'adapter et se questionner sur la **manière optimale de restituer des résultats**.

Autrefois standards en terme de présentation, les tableaux complexes et débordant d'informations sont peu à peu remplacés par des **éléments moins chargés, plus visuels et personnalisés** en fonction du public cible.

EN AMONT DE LA PRÉSENTATION

- Lors de la phase de compréhension du besoin du client, il est important de **visualiser l'objectif** auquel l'étude doit répondre et en **comprendre son périmètre** (*les enjeux pour l'entreprise, les personnes impliquées, le timing des actions envisagées par l'entreprise et tout autre élément utile*).
- Il s'agit également **d'anticiper les attentes et les interrogations** du client en lui proposant des solutions adaptées : ainsi, telle question sera rajoutée et remaniée pour préparer telle partie de l'argumentaire.

5 CONSEILS POUR UNE PRÉSENTATION EFFICACE

1. FAIRE VIVRE LA PAROLE DU RÉPONDANT

- Les verbatims issus des études sont des mines d'or mais rien de plus soporifique qu'une lecture de ces derniers en présentation orale.
- Insérer des extraits audios et vidéos donnera vie aux résultats par la voix du client lui-même et renforcera le message.

2. PRÉFÉRER LES IMAGES AUX TABLEAU

- Avec l'explosion du big data (90% des données mondiales actuelles ont été créées au cours des 2 dernières années selon McKinsey), la data visualisation est au centre des débats.
- Face à cette overdose de chiffres, une image aura sans doutes plus d'impact qu'un tableau de chiffres.

3. ILLUSTRER DES DONNÉES À L'AIDE DE DESSIN

- L'insertion de dessins dans les livrables permet de personnaliser davantage l'expérience auprès des clients et de faire passer un message précis.

4. PRÉFÉRER LES HISTOIRES AUX DISCOURS

- Généralement, une présentation de résultats se contente de suivre de manière linéaire le plan du questionnaire ou du guide d'entretien. Pourquoi ne pas raconter une histoire ?
 - Vous pouvez, par exemple, partir des conclusions pour revenir au point de départ de votre argumentaire.
 - Utilisez des outils tels que Prezi qui permet au présentateur de choisir instantanément le sujet qu'il souhaite développer et de s'adapter aux demandes de son auditoire.

5. S'ADAPTER À SON AUDITOIRE

- Durant une présentation, il est préférable d'aller à l'essentiel et de se poser au préalable les bonnes questions : « Qui seront les personnes présentes ? », « Quel est leur rôle au sein de l'entreprise et du projet ? ». En fonction de l'interlocuteur, la manière de présenter les résultats varie, certaines données peuvent ne pas être pertinentes et le niveau de détail doit être adapté.
- Le timing doit être respecté afin de pouvoir dégager des temps pour l'échange et la discussion et ainsi identifier des points à approfondir le moment même ou ultérieurement.

Retrouvez des ressources
pédagogiques complémentaires sur :

www.surveymag.eu

et consultez notre site dédié
à Ethnos Campus:

www.soft-concept.com/ethnos-campus/accueil.html