Storyboarding & design à fort *impact*

Préparer, concevoir et délivrer des présentations visuelles percutantes.

NIVEAU	PUBLIC	FORMAT
Initiation	Étudiants Licence/Master	Cours magistral

AGENDA · 60 MIN

Feuille de route

Quatre temps pour transformer une idée en présentation mémorable.

~2 min par section + 10 min d'échanges

01 **Préparer**
Cartographier avant de créer (≈ 10 min)

02 **Le Storyboard**
Le cœur de la démarche (≈ 20 min)

03 **Concevoir**
Le design au service du sens (≈ 15 min)

04 **Délivrer**
Incarner le message (≈ 10 min)

CHAPITRE

01 Préparer

Cartographier avant de créer.

Avant d'ouvrir PowerPoint ou Keynote, on clarifie l'audience, le message unique et le fil narratif. C'est l'étape la plus négligée — et la plus déterminante.

Le triangle d'or

Trois temps, un seul objectif : faire passer un message.

01 ·

PRÉPARER

~30% DU TEMPS

- Clarifier l'audience et le contexte
- Définir le message unique (One Big Thing)
- Cadrer le fil narratif avant tout design

02 ·

CONCEVOIR

~50% DU TEMPS

- Storyboarder le déroulé slide par slide
- Designer selon les principes visuels
- Itérer, tester, simplifier

03 ·

DÉLIVRER

~20% DU TEMPS

- Répéter le timing et la voix
- Maîtriser le live et l'interaction
- Anticiper les imprévus techniques

La plupart des présentations ratées ont sauté la colonne 1.

AUDIENCE

Connaître son audience

Cinq questions à se poser avant la première slide.

Une présentation n'existe pas dans l'absolu. Elle existe pour des gens, dans un contexte, à un moment. Connaître ces gens est votre premier acte de design.

01 **Qui sont-ils ?**
Âge, fonction, niveau d'expertise, attentes implicites.

02 **Que savent-ils déjà ?**
Niveau de familiarité avec le sujet ; croyances à déconstruire.

03 **Que veulent-ils ?**
Leur intérêt personnel, leur problème à résoudre.

04 **Pourquoi vous ?**
Votre légitimité, votre angle, ce que vous apportez d'unique.

05 **Que doivent-ils faire après ?**
La décision ou l'action attendue à la fin de l'écoute.

Une présentation sans audience claire parle dans le vide.

LE MESSAGE UNIQUE

Si votre audience ne devait retenir qu'une seule phrase, laquelle serait-ce ?

LA RÈGLE DU ONE BIG THING

Écrivez cette phrase avant toute slide.

Toute la présentation doit servir à la démontrer.

Si une slide ne sert pas le One Big Thing, supprimez-la.

1

MESSAGE
À RETENIR

STRUCTURE

Du brainstorm au plan structuré

Trois supports, trois niveaux de finesse.

01 MIND MAP 10 min

Déposez toutes vos idées sans filtre. Centrez le One Big Thing et rayonnez autour. Outil : papier + stylo, ou Miro/Whimsical.

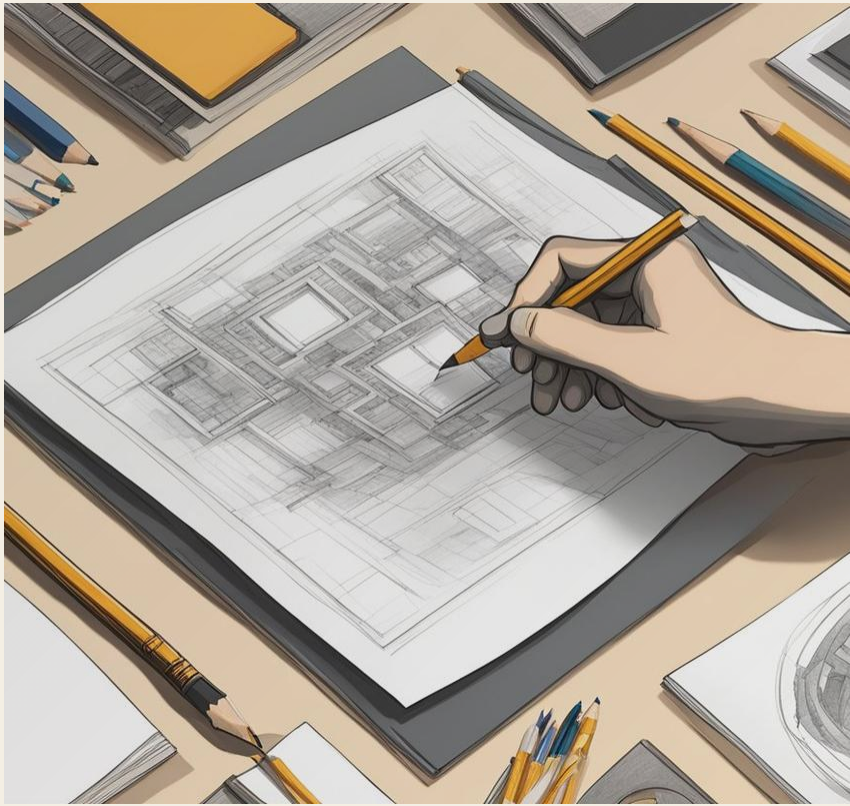
02 OUTLINE 15 min

Hiérarchisez. Regroupez en 3-4 sections, supprimez le superflu. Outil : document texte ou Notion.

03 SCRIPT 10 min

Rédigez l'amorce, la transition, la chute. Pas encore de design — seulement du récit.

Le meilleur design ne rattrapera jamais un plan flou.



Le geste avant l'outil.

CHAPITRE

02 Le Storyboard

Le cœur de la démarche.

Avant le pixel, le geste. Le storyboard, hérité du cinéma, est l'outil le plus puissant pour transformer un message en séquence visuelle. Nous y consacrons 20 minutes — c'est le savoir-faire distinctif de ce cours.

DÉFINITION

Qu'est-ce qu'un storyboard ?

Une séquence de vignettes qui pré-visualise le déroulé complet d'une présentation.

ORIGINE	Walt Disney Studios, 1930s. Webb Smith dessine les scènes d'un film sur des fiches épinglées au mur.
CINÉMA	Outil standard pour planifier plans, transitions et rythme avant la production coûteuse — cinéma & publicité.
PRÉSENTATIONS	Même logique — visualiser chaque slide comme une scène avant de la designer.

On ne design pas ce qu'on n'a pas imaginé.



Trois raisons de storyboarder avant de designer.

Le storyboard est un investissement, pas une étape de plus.

01

STRUCTURER

Le récit sans trous

Le storyboard révèle les trous dans le récit. Une idée par vignette : ce qui ne tient pas dans une case ne tiendra pas dans une slide.

02

GAGNER DU TEMPS

10 s vs 30 min

Modifier un croquis coûte 10 secondes. Refaire une slide designée, 30 minutes. Le storyboard amortit ce coût dès la 3e itération.

03

RÉPÉTER

Visualiser le geste

Le storyboard sert de support de répétition mentale. On visualise l'enchaînement avant de le dire, comme un sportif visualise son geste.

Le storyboard coûte 20 minutes. Son absence coûte 2 heures.

TECHNIQUE 01

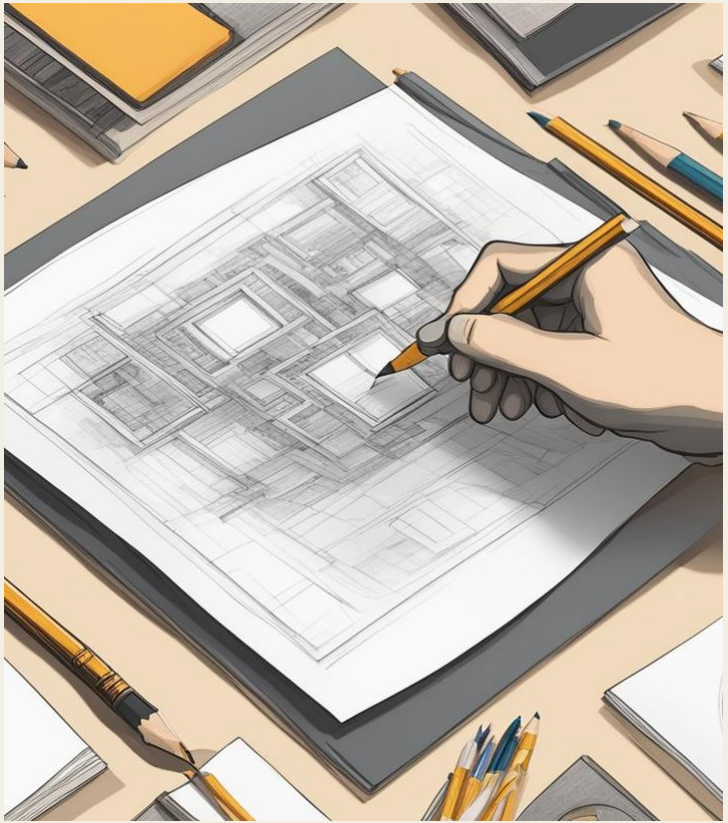
Le napkin sketch

Votre premier jet, à main levée, sur le support le plus humble possible.

Un napkin sketch est un storyboard ultra-rapide dessiné sur un coin de nappe, un carnet ou un Post-it. L'objectif n'est pas l'esthétique mais la vitesse : 10 vignettes en 5 minutes.

1. Choisissez un support petit (Post-it, nappe, carnet).
2. Une vignette = une slide = une idée.
3. Pas de polish : traits, flèches, mots-clés suffisent.

Règle d'or : si vous peignez votre napkin sketch, vous avez échoué. La laideur est une caractéristique recherchée — elle force à penser structure, pas décoration.



Le geste avant l'outil.

Le voyage du héros

Le cadre narratif de Joseph Campbell, simplifié pour vos présentations.

Un récit efficace suit une courbe. Présenter, c'est raconter — pas lister. Voici les 7 étapes que vous pouvez mapper sur chaque présentation.



Toute présentation persuasive suit cette courbe, consciemment ou non.

StoryBrand

Le cadre de Donald Miller — placez votre audience au centre du récit.

Dans *Building a StoryBrand* (2017), Donald Miller propose un cadre opérationnel pour toute communication persuasive. Le héros n'est pas vous — c'est votre audience. Votre présentation est le guide qui l'aide à réussir.

01 **Un héros**
votre audience, avec un problème

02 **Un problème**
externe, interne, philosophique

03 **Un guide**
vous, avec autorité et empathie

04 **Un plan**
les étapes que vous proposez

05 **Un appel à l'action**
clair et unique

06 **La peur de l'échec**
ce qu'ils perdent à ne pas agir

07 **La promesse de réussite**
ce qu'ils gagnent

> *L'audience est le héros. Vous êtes Yoda, pas Luke.*

Le bento board

Organiser ses idées en modules visuels — l'approche japonaise du storyboard.

Inspiré du bento box japonais, le bento board organise chaque slide comme un compartiment. Au lieu de lister linéairement, on pave un espace : chaque module est indépendant mais dialogue avec les autres. Parfait pour les présentations denses (roadmap, dashboard, synthèse).



Le bento parle à l'œil avant de parler à l'oreille.

Le rythme narratif

Beats, tension et relâchements — la respiration d'une présentation.

· Un beat est un moment-clé du récit — un changement de cap que l'audience doit ressentir.

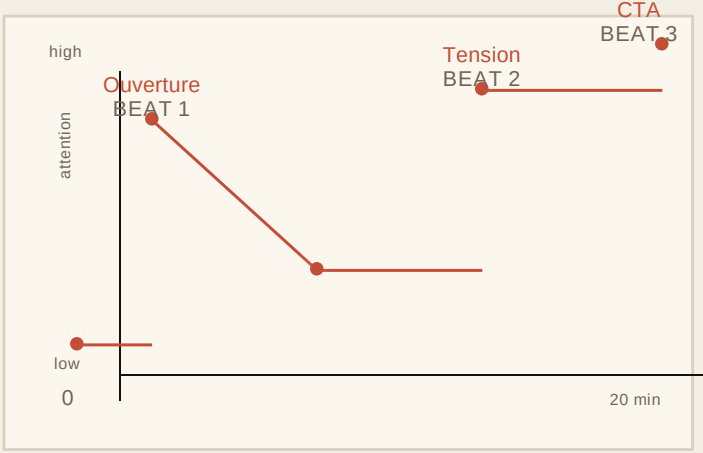
· Une présentation de 20 minutes supporte 5-7 beats. Au-delà, l'audience se noie ; en-deça, elle s'endort.

· Alternez tension (données, problème, enjeu) et relâchement (histoire, exemple, image). C'est la respiration qui retient l'attention.

01 **BEAT D'OUVERTURE** — accroche émotionnelle ou paradoxale

02 **BEAT DE TENSION** — le problème, la donnée choc

03 **BEAT DE RÉSOLUTION** — la solution, la preuve, le CTA



Une présentation sans beat est une liste. Une liste n'est pas un récit.

Cinq erreurs à éviter dans un storyboard

Les pièges les plus fréquents — et comment les éviter.

01	Storyboarder trop tôt	*FIXE clarifiez le One Big Thing et l'audience d'abord.*
02	Une vignette = plusieurs idées	*FIXE une slide, une idée, un mot-clé. Coupez le reste.*
03	Négliger les transitions	*FIXE storyboardez explicitement les passages entre sections.*
04	Soigner le visuel trop tôt	*FIXE croquis laid = bon storyboard. Polish viendra après.*
05	Sauter le CTA	*FIXE la dernière vignette doit appeler à une action concrète.*

Un storyboard honnête vaut mieux qu'un storyboard joli.

CHAPITRE

03

Concevoir

Le design au service du sens.

Le storyboard a fixé la structure. Le design la rend lisible. Dans cet ordre. Les 15 prochaines minutes couvrent les 6 principes visuels les plus rentables : hiérarchie, grille, couleur, typographie, espace négatif, et la règle d'or — une idée par slide.

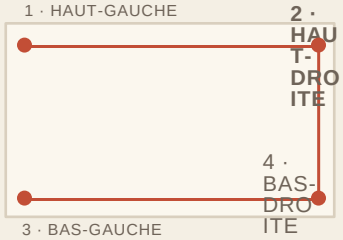
Hiérarchie visuelle

L'œil ne lit pas — il scanne. Concevez pour le scan.

Z-PATTERN

Lecture en Z

Pour les slides peu denses : titre, visuel, signature. L'œil parcourt un Z — haut-gauche → haut-droite → bas-gauche → bas-droite.



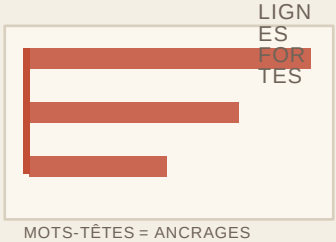
4 points d'ancrage — placez-y l'information critique.

Placez l'information critique sur les lignes de force du pattern choisi.

F-PATTERN

Lecture en F

Pour les slides denses (tableaux, listes, dashboard). L'œil descend verticalement en scandant les débuts de ligne — d'où l'importance des premiers mots de chaque ligne.



Les 2-3 premiers mots de chaque ligne sont décisifs.

COMPOSITION

Grilles de composition

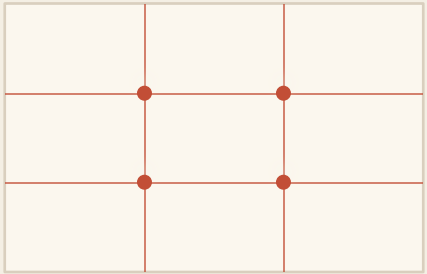
La structure invisible qui rend une slide lisible.

Une grille est un squelette invisible. Elle aligne, hiérarchise, rythme. Sans grille, une slide est une accumulation; avec grille, une composition.

01	RULE OF THIRDS	Divisez le canvas en 3×3. Placez les éléments forts sur les intersections ou lignes. *Effet : équilibre dynamique.*
02	GRILLE MODULAIRE	Colonnes et gouttières régulières (12 colonnes est standard). *Effet : densité maîtrisée.*
03	GRILLE ASSYMÉTRIQUE	Déséquilibre volontaire pour créer tension. *Effet : éditorial, magazine.*

DIAGRAMME 01

Rule of thirds



Rule of thirds — les 4 points forts.

DIAGRAMME 02

Grille 12 colonnes

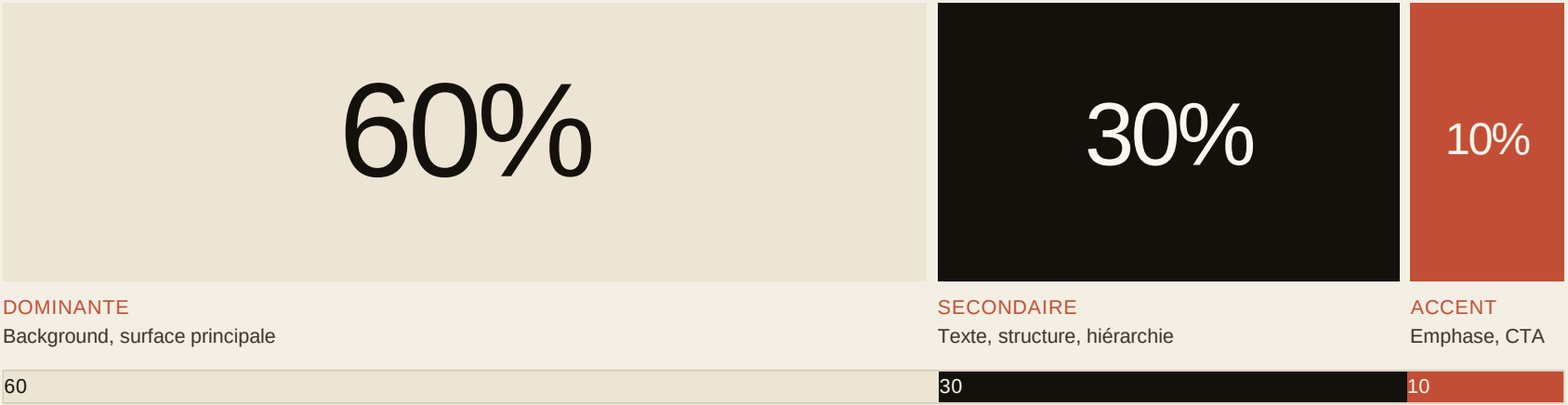


Grille 12 colonnes — standard du web et des présentations modernes.

Couleur : la règle 60-30-10

Trois couleurs, trois rôles. Jamais plus.

La règle d'or des designers intérieurs reprise par les graphistes : trois couleurs réparties en 60% / 30% / 10%. La troisième est l'accent — elle fait le travail émotionnel.



- Contraste AA minimum (4.5:1) entre texte et fond.
- Couleur = sens, pas décoration. Une couleur par émotion.
- Testez en niveaux de gris : si c'est illisible, la structure est mauvaise.

Typographie : 2 familles, 3 niveaux

La typographie n'est pas un détail — c'est 90% du design.

Aa

FRAUNCES

Titres, headlines, citations

—

moderne serif éditorial.

Aa

INTER

Corps de texte, sous-titres, légendes

—

sans-serif neutre.

HIÉRARCHIE · 3 NIVEAUX

01 DISPLAY

Le geste avant l'outil

02 BODY

Une idée par slide. Coupez le superflu.

03 CAPTION

SOURCE · ROAM, 2008

Variez la taille, pas la famille. Trois polices sur une slide, c'est déjà trop.

PRINCIPE 05

Le silence n'est pas un manque — c'est un choix.

L'espace négatif (whitespace) donne au contenu la place de respirer. C'est l'oxygène visuel qui transforme un empilement en composition. Les présentations les plus impactantes sont souvent les plus vides.

— Jan Tschichold, 1928

~50%

de blanc par slide minimum

PRINCIPE 06 · RÈGLE D'OR

« *Une slide. Une idée. Une décision.*

LA RÈGLE D'OR DU DESIGN DE PRÉSENTATION

· Si vous hésitez à couper, coupez.

· Une slide à 4 bullets = 4 slides déguisées en une.

· Le courage de soustraire est plus rare que celui d'ajouter.

1

idée par slide

CHAPITRE

04

Délivrer

Incarner le message.

Story-boardée, designée, la présentation arrive sur scène. Les 10 dernières minutes couvrent le timing, la courbe d'attention du public et la présence orale — ce qui transforme un bon support en moment mémorable.



La scène amplifie — ou trahit — le travail préparatoire.

Le timing : 1 min par slide + buffer

Le temps est votre budget le plus rare.

1 min

par slide en moyenne
(avec variations)

20%

de buffer pour questions
et imprévus

3 reps

répétitions chronométrées
minimum



0 min ■ 18 contenu ■ 4 buffer 20 min

01 · Chronométrez chaque repérétition. Notez les slides trop longues.

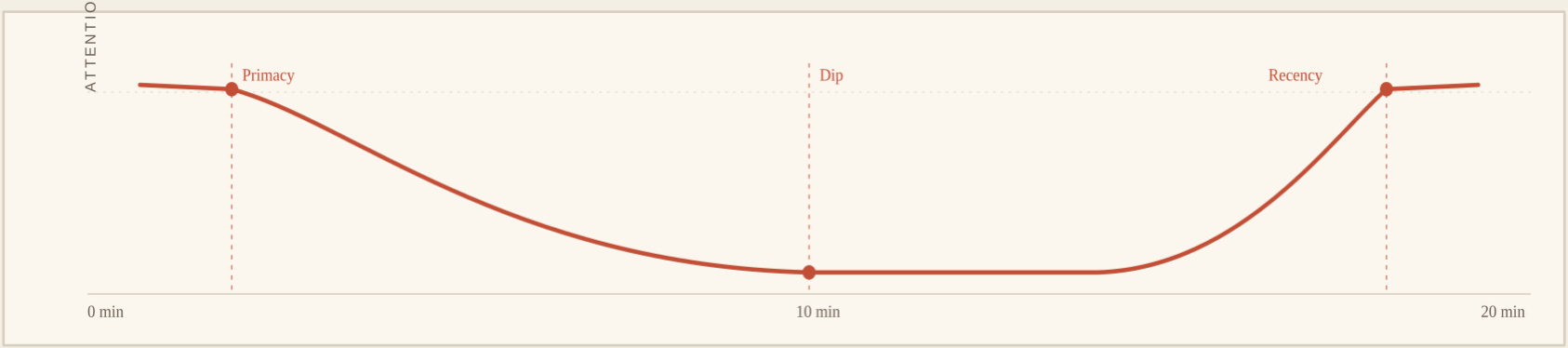
02 · Préparez une slide 'bonus' pour absorber les 2 min d'avance.

03 · Préparez une slide 'raccourcie' pour les 2 min de retard.

Un orateur qui respecte le temps respecte son public.

La courbe d'attention du public

L'attention n'est pas constante — elle a la forme d'un U.



DÉBUT · PRIMACY

Les 90 premières secondes

L'audience est attentive — ne la gaspillez pas sur des remerciements. Ouvrez fort : question, donnée choc, histoire courte.

MILIEU · DIP

La vallée de la 10e minute

L'attention chute. Insérez un beat (story, exemple visuel, question rhétorique) pour la réveiller.

FIN · RECENCY

Les 60 dernières secondes

L'audience se reconnecte. Placez-y votre CTA — pas un résumé fading.

PRÉSENCE

Posture, voix, silence

Votre corps et votre voix sont des outils de design.

Une présentation se voit autant qu'elle s'entend. La posture, la voix et le silence envoient des signaux que le public décode avant même le premier mot.

01 · POSTURE

Debout, ancré, épaules basses. Mains ouvertes — jamais dans les poches. Le corps dit 'je suis ici' avant la bouche.

02 · VOIX

Débit lent au début (calmer l'audience). Accélérer sur la tension. Marquer les mots-clés. Varier le volume plus que la vitesse.

03 · SILENCE

Le silence le plus puissant vient juste après une phrase clé. 2-3 secondes. Laissez l'idée atterrir. Les orateurs débutants ont peur du silence — les orateurs chevronnés le cultivent.



La présence précède la parole.

Les 5 commandements

À retenir de ce cours — et à appliquer dès votre prochaine présentation.

01	Préparez avant de designer	Audience, message unique, plan — dans cet ordre.
02	Storyboardez à main levée	Le geste avant l'outil. Une vignette = une idée.
03	Structurez en récit	Hero's Journey, StoryBrand, beats — l'audience est le héros.
04	Design pour le scan	Une idée par slide. Hiérarchie, grille, couleur 60-30-10, espace négatif.
05	Délivrez avec intention	Timing maîtrisé, beats placés, posture et silence cultivés.

La présentation percutante n'est pas un talent — c'est une discipline.

Pour aller plus loin

Une sélection minimale pour approfondir la pratique.

LIVRES

- Presentation Zen — Garr Reynolds (2008)
- Slide:ology — Nancy Duarte (2008)
- The Back of the Napkin — Dan Roam (2008)
- Building a StoryBrand — Donald Miller (2017)
- The Visual Display of Quantitative Information — Edward Tufte (1983)

TALKS

- 'The power of storytelling' — Pixar in a Box, Khan Academy
- 'Talk like TED' — Carmine Gallo (analyse des 500 talks TED les plus vus)
- Apple Keynotes (timelines post-2007 — référence en matière de mise en scène)
- Nancy Duarte : 'The secret structure of great talks' (TEDxEast, 2011)

OUTILS

- Papier + stylo (sérieux — c'est l'outil n°1)
- Miro / Whimsical — mind map & storyboard collaboratif
- Figma — design précis, systèmes de grille
- Pitch / Gamma — présentations modernes assistées
- Loom — pour répéter et se ré-enregistrer

Le meilleur apprentissage reste la pratique régulière.