



# GUIDE DU **CONFÉRENCIER**

Les éléments pour bien choisir son conférencier



## AVANT PROPOS

Le marché des conférenciers est en pleine expansion au Québec. La diversité implique une saine concurrence, mais amène aussi des gens qui se découvrent un intérêt pour le métier de conférencier, sans prendre conscience des responsabilités qui y sont associées.

Engager un conférencier de **QUALITÉ** demande d'avoir un certain budget. Il est donc d'autant plus important de trouver le bon. Vous devez chercher cette perle rare qui répond aux **BESOINS** et attentes de votre organisation, votre événement, et évidemment, votre clientèle.

Quels seraient alors les éléments les plus importants pour vous lors du « **MAGASINAGE** » de votre intervenant? L'image? La notoriété? Le prix? La performance?

Vous devrez faire une **COURTE** analyse pour l'embauche d'un conférencier. Cette analyse implique de s'attarder à quelques petits détails d'apparence banals qui peuvent faire toute une **DIFFÉRENCE**. Voici donc **12 ÉLÉMENTS** à valeur ajoutée à considérer, bien au-delà du budget, dans la recherche exploratoire de votre conférencier, afin de faire de votre activité une **RÉUSSITE**.



# RÉSUMÉ CHECK LIST

Mon conférencier :

1 – Offre une forme d'**ÉVALUATION** après l'activité;

---

2 – Offre une **GARANTIE** de satisfaction;

---

3 – Maîtrise plusieurs types d'**AUDITOIRES**;

---

4 – Adapte son **STYLE** de conférence/formation selon les **BESOINS**;

---

5 – Tient un **APPEL PRÉPARATOIRE** avant l'activité;

---

6 – Fournit le **MATÉRIEL** pédagogique;

---

7 – Permet la captation **VIDÉO** ou **PHOTO** de l'activité;

---

8 – Possède un « **BACKUP** » du matériel audiovisuel;

---

9 – **ARRIVE** sur les lieux **1 HEURE** avant l'événement;

---

10 – Se rend **DISPONIBLE** avant et/ou après l'activité;

---

11 – Offre du **SOUTIEN** pour l'organisation de l'événement;

---

12 – Offre une possibilité de **RÉDUIRE** le budget;

---



# 1 ÉVALUATION

Offrir une forme d'évaluation avec un **RAPPORT** des commentaires et suggestions des participants témoigne d'une préoccupation de livrer à son client un produit et un service de **QUALITÉ** qui répond aux **BESOINS** spécifiques du client. L'évaluation devrait être pondérée et être répondue par au moins 60% des participants. À cela peut se joindre l'envoi d'un **RÉSUMÉ** de l'activité.

# 2 GARANTIE

Informez-vous auprès de votre conférencier s'il est possible de **GARANTIR** un taux de satisfaction minimal pour l'activité. N'hésitez pas à préciser les **MODALITÉS** lors de la signature de l'entente. Ces modalités peuvent traiter d'un rabais, d'une annulation, de report ou, au besoin, d'un remboursement. Un taux de satisfaction pondéré entre 82% et 88% est généralement considéré comme excellent.

# 3 AUDITOIRE

Validez que votre intervenant a l'habitude de présenter devant **DIFFÉRENTS** types d'auditoires. Il faut évaluer son **EXPÉRIENCE** et sa capacité à interagir devant les participants qui constitueront votre salle. L'auditoire fait référence au nombre de personnes et à leur démographie, à la disposition de la salle, au contexte de l'événement, à l'heure de présentation, etc. C'est l'occasion de vérifier les **RÉFÉRENCES** de votre intervenant.

# 4 STYLE ET BESOINS

Recherchez un type, qu'il soit scientifique, conservateur, humoristique, vulgarisateur, percutant, mobilisant ou interactif afin qu'il soit **COHÉRENT** avec votre auditoire! Cet élément vous permettra de choisir quelqu'un qui répondra directement à vos besoins, sans froisser les participants. Précisez rapidement vos **ATTENTES** quant au **CODE VESTIMENTAIRE** et à l'utilisation de l'**HUMOUR**, deux aspects à ne pas négliger pour maintenir la crédibilité de votre conférencier face à son auditoire.

## 5 APPEL PRÉPARATOIRE

L'identification des besoins est évidemment prioritaire afin que le conférencier vous propose une activité en lien avec vos **ATTENTES** et objectifs. Au-delà de la vente, est-ce que votre intervenant prend contact avec vous pour **PERSONNALISER** son activité selon la **RÉALITÉ** de votre organisation? Une rencontre préalable permet de valider les aspects techniques ou logistique, en plus d'aider le conférencier à **MAÎTRISER** vos **ENJEUX**. Ce moment stratégique est souvent **LE** facteur de **RÉUSSITE** d'un événement.

## 6 MATÉRIEL

Certains conférenciers **APPORTENT** leur matériel pédagogique, alors que d'autres préfèrent **DÉLÉGUER** cette tâche à la personne qui l'engage pour faire une conférence. Il est préférable de valider si le matériel en question est **INCLUS** ou **EN SUS** de l'activité elle-même. Il convient donc de discuter de cet aspect avec votre conférencier pour arriver **PRÊT** à votre événement.

## 7 VIDÉO ET PHOTO

Certains conférenciers sont réticents face à cette pratique, puisqu'ils n'ont plus de contrôle sur la diffusion de leur produit. Dans certains cas, votre conférencier va vous **AUTORISER** à le photographier ou le filmer, moyennant des **FRAIS**, et/ou sous certaines **CONDITIONS** définies préalablement. Il est important de discuter de cet élément avant la réalisation de la conférence et même, **AVANT** la signature de l'offre de service.

## 8 BACKUP

Vérifiez si votre intervenant possède un « **BACKUP** », autrement dit « un plan B », en cas de **PROBLÈME** technique (ordinateur, projecteur, micro, internet). Un problème de la sorte peut gâcher ou réduire la **SATISFACTION** d'un événement. Le conférencier devrait vous aider à veiller à la **COORDINATION** des éléments technique qui éviteront les imprévus; vérifier la force du projecteur, le type de micro, les entrées audios, l'éclairage de la salle, la grandeur et le format des écrans, la compatibilité entre Windows et Mac, etc.

## 9 ARRIVÉE

Personne n'est à l'abri de la météo, du trafic, des travaux ou même d'un problème mécanique. L'engagement d'être **PRÉSENT** sur les lieux au minimum **1 HEURE AVANT** l'événement et d'être dans le secteur au minimum 2 heures avant ce même événement n'est qu'une **PRÉCAUTION** logique. Cette période « tampon » permet généralement d'effectuer les tests techniques et se familiariser avec la salle. Assurez-vous qu'un **CONTACT** sur place sera disponible pour accueillir votre intervenant.

## 10 DISPONIBLE

Une période de plus ou moins **30 MINUTES** de disponibilité avant et/ou après l'activité est habituellement acceptable pour répondre aux **QUESTIONS** et commentaires des participants. À cela s'ajoute un moment pour visualiser rapidement le taux de satisfaction global si une **ÉVALUATION** est fournie par votre conférencier. N'oubliez pas qu'au-delà de 90 minutes de prestation, il faut normalement prévoir un **TEMPS D'ARRÊT** pour les participants afin d'éviter de perdre leur attention et leur intérêt.

## 11 SOUTIEN

Certaines **RESSOURCES** sont à l'occasion dédiées au **SUPPORT** de la clientèle dans la coordination de vos événements. Assurez-vous donc que l'entreprise aura le **TEMPS** et les **MOYENS** de répondre à **TOUTES** vos questions et vous soutenir dans la préparation de votre événement.

## 12 BUDGET

Rappelez-vous que le **PRIX** est souvent **INFLUENCÉ** par la grandeur de la salle, mais aussi par la fiabilité, la qualité et l'expérience du conférencier. Cela dit, il est tout de même possible de réduire la facture selon les **RABAIS** lors d'achats multiples, d'ententes particulière, de référence ou de dates de réalisation flexibles. Une conférence se situe généralement entre **2 500\$ et 6 000\$** selon la thématique et l'auditoire. On réserve habituellement les budgets de plus de 6 000\$ aux événements de grandes envergures.