

# LA BOÎTE À OUTILS

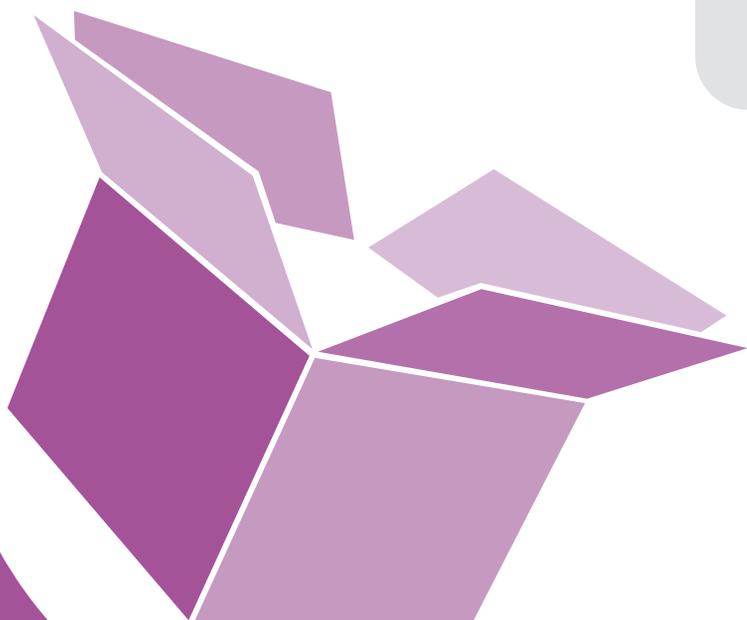
## DU MIND MAPPING

Xavier Delengaigne  
Marie-Rose Delengaigne

Illustrations de Marine Carron

**68** outils  
clés en main  
+ **4** cas de mise  
en situation

3<sup>e</sup> édition



DUNOD

Mise en page : Belle Page  
Conception de la couverture : mokmok.agency

**NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :**



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

# VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

## Boîte à outils

Des outils  
classés par  
dossiers  
thématiques

5  
DOSSIER

### IMAGE DE ET NOTORIÉTÉ

“  
Être le meilleur est bien,  
car tu es le premier.  
Être unique est encore mieux,  
car tu es le seul.”  
Wilson Kanadi

Une présentation  
visuelle de chaque outil

**Exercices**



**Exercice 1 Améliorer sa concentration**

- Formez les yeux, représentez-vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez-vous le chiffre 2. Continuez ainsi jusqu'à 10.

**Exercice 2 La méthode d'écoute avec le cœur**

La technique se résume en cinq questions

1. Qui suis-je ?

Quelle émotion avez-vous ressentie ?

Qu'est-ce qui est le plus difficile pour vous ?

**Outil 33 Le Personal Branding**

“  
Aujourd'hui,  
à l'ère de l'individu,  
vous devez  
être votre propre  
marque.”  
Tom Peters

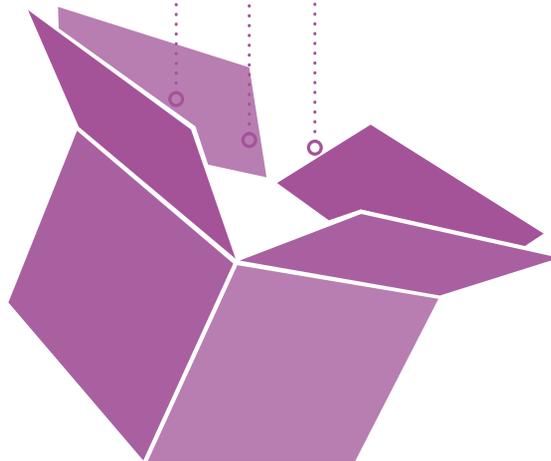
**En quelques mots**

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visant à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens, techniques et canaux que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entreprises qui créent des marques, les rendent visibles, développent leur notoriété et travaillent leur image, il est possible et utile de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

**LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPÉRIENCE POUR LE CLIENT**

Composants de la valeur perçue Avec l'expérience	Atouts apportés par l'expérience à l'usage de cette valeur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qualité</b> Seul économiser ou gagner de l'argent</li> <li>• <b>Fiabilité</b> Seul gagner du temps ou respecter l'écoulement souhaité par le client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Atouts spécifiques des services</b> (dans les domaines de l'énergie ou des dispositifs publics)</li> <li>• <b>Une expertise</b> (dans les domaines de l'énergie)</li> </ul>

Des exemples,  
cas ou exercices  
pour approfondir



# La Boîte à outils

## DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

### MANAGEMENT / LEADERSHIP

**Agilité**  
Dir. N. Van Laethem  
**Chef de projet, 3<sup>e</sup> éd.**  
J. Maes, F. Debois  
**Conduite du changement et de la transformation, 2<sup>e</sup> éd.**  
D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, *et al.*  
**Innovation managériale**  
D. Autissier, E. Métails-Wiersch, J.-M. Peretti  
**Intelligence collective, 2<sup>e</sup> éd.**  
B. Arnaud, S. Caruso Cahn  
**Leadership, 2<sup>e</sup> éd.**  
J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet  
**Management**  
V. Dicecca, P. Guillou  
**Management à distance**  
S. Levillain Desmarchelier  
**Management transversal, 2<sup>e</sup> éd.**  
J.-P. Testa, B. Déroutède  
**Manager de managers**  
A. Hamayon, J. Isoré, J.-P. Testa  
**Manager leader, 2<sup>e</sup> éd.**  
P. Bêlorgey, N. Van Laethem  
**Organisation, 3<sup>e</sup> éd.**  
B. Pommeret

### STRATÉGIE D'ENTREPRISE

**Acheteur, 3<sup>e</sup> éd.**  
S. Canonne, P. Petit  
**Analyse des données**  
C. Coron  
**Consultant, 2<sup>e</sup> éd.**  
P. Stern, J.-M. Schoettl  
**Design thinking, 2<sup>e</sup> éd.**  
E. Brunet  
**Développement durable et RSE**  
V. Maymo, G. Murat  
**Digital en entreprise**  
Dir. C. Lejealle  
**Gamification**  
A. Duarté, S. Bru  
**Lean, 3<sup>e</sup> éd.**  
R. Demetrescoux  
**Méthode OKR**  
L. Morisseau  
**Négociation, 2<sup>e</sup> éd.**  
P. Stern, J. Mouton  
**Preuve de concept (POC)**  
C. Corvasce, J.-C. Rolland  
**Stratégie, 4<sup>e</sup> éd.**  
B. Giboin  
**Supply chain, 2<sup>e</sup> éd.**  
A. Perrot, P. Villemus

### GESTION / FINANCE / COMPTABILITÉ

**Auditeur financier, 3<sup>e</sup> éd.**  
S. Boccon-Gibod, E. Vilmin  
**Comptabilité, 3<sup>e</sup> éd.**  
B. Bachy  
**Contrôle de gestion, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Selmer  
**Qualité, 5<sup>e</sup> éd.**  
F. Gillet-Goinard, B. Seno  
**Finance d'entreprise**  
C. Selmer  
**Investissement immobilier**  
T. Letriliart  
**Santé – Sécurité – Environnement, 4<sup>e</sup> éd.**  
F. Gillet-Goinard, C. Monar

### RESSOURCES HUMAINES / FORMATION

**Bilan de compétences**  
N. Van Laethem  
**Coaching, 3<sup>e</sup> éd.**  
B. Ammiar, O. Köhne-Chahri  
**CSE, 2<sup>e</sup> éd.**  
A.-L. Smaguine  
**Dialogue en entreprise**  
A. Stimec, A. Benitah  
**Facilitation**  
E. Brunet, A. Monot  
**Formateurs, 4<sup>e</sup> éd.**  
F. Bouchut, F. Cuisiniez, I. Cauden, *et al.*  
**Gestion des conflits, 2<sup>e</sup> éd.**  
J. Salzer, A. Stimec  
**Onboarding**  
S. Loureiro  
**QVCT**  
S. Boutet, S. Larabi, A. Motte  
**Ressources Humaines, 3<sup>e</sup> éd.**  
A. Haegel  
**Télétravail**  
G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

### MARKETING / COMMUNICATION

**Communication, 5<sup>e</sup> éd.**  
B. Jézéquel, P. Gérard  
**Community manager, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Pellerin  
**Conférencier, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Morlet, B. Deloupy  
**Développer son activité sur le Web**  
P. Gastaud, S. Truphème  
**Écrire pour le web, 2<sup>e</sup> éd.**  
M. Gani  
**Facebook Ads et Instagram Ads**  
C. Pellerin  
**Génération de Leads**  
P. Gastaud  
**Google Ads**  
C. Pellerin  
**IA génératives pour créer du contenu**  
J. Pibourret, S. Beaujault  
**Inbound marketing et growth hacking**  
S. Truphème, P. Gastaud  
**Instagram**  
C. Pellerin  
**LinkedIn, 2<sup>e</sup> éd.**  
J. Pibourret  
**Marketing, 4<sup>e</sup> éd.**  
N. Van Laethem, B. Durand-Mégret  
**Marketing digital, 2<sup>e</sup> éd.**  
S. Truphème, P. Gastaud  
**Marketing vidéo**  
T. Gasio  
**Podcast**  
V. Béjot  
**Réseaux sociaux**  
C. Pellerin  
**SEO**  
B. Thiers  
**Stratégie digitale, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Headley, C. Lejealle

### COMMERCIAL / RELATION CLIENT

**Commercial, 4<sup>e</sup> éd.**  
P. Bêlorgey, S. Mercier  
**E-commerce, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Delabre

### Expérience client, 3<sup>e</sup> éd.

L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan  
**Libraire, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Meneghetti, J.-C. Millois  
**Négociation commerciale**  
F. Vendeuvre, B. Lefèvre

### ENTREPRENEURIAT

**Business plan**  
M. Douchy  
**Création d'entreprise, éd. 2024**  
C. Léger-Jarniou, G. Kalouiss  
**Crowdfunding**  
N. Dehorter, F. Clodic-Tanguy, M. Dubois  
**Freelance**  
S. Moran  
**Levée de fonds**  
D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, *et al.*  
**Micro-entrepreneur, 3<sup>e</sup> éd.**  
C. Selmer, J. Hellart

### EFFICACITÉ / BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

**Améliorer sa mémoire et sa concentration**  
X. Delengaigne, C. Maitre  
**Animer vos réunions, 2<sup>e</sup> éd.**  
F. Gillet-Goinard, L. Maimi  
**Bien-être au travail, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Huet, G. Rohou, L. Thomas  
**Confiance en soi, 2<sup>e</sup> éd.**  
A. Leibovitz  
**Créativité, 3<sup>e</sup> éd.**  
F. Debois, A. Groff, E. Chenevier  
**Développement personnel**  
L. Lagarde  
**Écrits professionnels**  
V. Le Broussois  
**Efficacité professionnelle, 2<sup>e</sup> éd.**  
P. Bêlorgey  
**Gestion du stress, 2<sup>e</sup> éd.**  
G. du Penhoat  
**Gestion du temps, 2<sup>e</sup> éd.**  
P. Bêlorgey  
**Intelligence émotionnelle, 2<sup>e</sup> éd.**  
C. Peres-Court, M.-E. Launet  
**Mind mapping, 3<sup>e</sup> éd.**  
X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne  
**Orthographe**  
A. Ponsonnet  
**Pensée visuelle**  
C. Tsiang, B. Lhuillier  
**Personal Branding**  
S. Moran, N. Van Laethem  
**Prendre la parole en public**  
A. Leibovitz  
**Préparer sa retraite**  
Kleinbauer *et al.*  
**Process Communication Model®**  
P. Bêlorgey  
**Psychologie positive au travail**  
B. Arnaud, E. Mellet  
**Relaxation**  
L. Histel-Barontini  
**Résolution de problèmes complexes**  
A. Elviro  
**Santé au travail**  
C. Vasey  
**Soft skills**  
N. Van Laethem, J.-M. Jossot

# Remerciements

Un grand merci à tous ceux et celles qui m'ont aidé à donner naissance à cet ouvrage, en particulier à :

- Marie-Rose Delengaigne, ma sœur, pour ses illustrations informatiques ;
- Marine Carron, pour les illustrations à la main ;
- l'équipe Dunod, notamment :
  - Innocentia Agbe, éditrice d'acquisition pour le suivi assuré ;
  - Andréa Lawson, éditrice de réalisation.

# Avant-propos

“

Aujourd’hui est un jour merveilleux pour créer, imaginer, produire et visualiser ce que je désire.

Louise L. Hay

**E**n France, le terme « pensée visuelle » reste un peu abscons. Pourtant, aux États-Unis, le *visual thinking* est un courant de pensée à part entière.

Du point de vue biologique, les scientifiques continuent à être partagés : pensons-nous en images ou en mots ?

Depuis longtemps, l’Homme recourt à des outils visuels pour représenter sa pensée.

## Le retour de la pensée visuelle

Au Moyen Âge, les livres entremêlaient allègrement textes et images.

La prédominance du texte apparut avec l’invention de l’imprimerie. En effet, les caractères mobiles utilisés pour imprimer rendirent plus difficile la confection de dessins. Pendant des siècles, le texte domina ainsi la pensée occidentale.

De nos jours, les nouvelles technologies de l’information et de la communication (NTIC) et Internet redonnent une place de choix à l’image. Désormais, produire des images et du texte est peu coûteux. Sur Internet, nous retrouvons ainsi un mélange d’images, de vidéos et de textes enrichis grâce à des liens hypertextes.

## Au-delà du mind mapping

Cet ouvrage s’intitule *La boîte à outils du mind mapping*. Cette nouvelle édition contient des exemples d’applications supplémentaires : carte de connaissance, cartes des idées, etc.

Toutefois, cet ouvrage va au-delà des frontières du mind mapping. Grâce à lui, vous découvrirez d’autres outils visuels pour mieux structurer votre pensée. En effet, les adeptes du mind mapping face à son efficacité ont tendance à l’utiliser pour tout. Or, dans certains cas, il n’est pas toujours l’outil le mieux adapté. Si vous avez une tête en forme de marteau, vous verrez tout en forme de clou. Rester mono-outil offre une vision formatée de la réalité. Cet ouvrage vous aidera à vous constituer une véritable boîte à outils visuels pour mieux penser.

## Pourquoi utiliser des outils visuels ?

Les outils visuels sont multi-utilisations :

- Prendre des notes : le tableau de la méthode SPRI (Situation, Problème, Résolution, Informations) va, par exemple, servir de trame pour recueillir de l'information.
- Communiquer : les outils visuels sont de formidables vecteurs de communication.
- Apprendre : dans les pays anglo-saxons, les outils visuels pour apprendre sont regroupés sous le vocable « organisateurs graphiques ».
- Développer sa créativité : certains outils visuels comme la carte mentale stimulent la créativité.
- Résoudre des problèmes : identifier les interactions et percevoir les chaînes causales.
- Prendre une décision : souvent, le trop-plein d'informations à traiter empêche de prendre une décision rapidement. Les outils visuels permettent de prendre de la hauteur.
- Mieux gérer son temps : planifier et séquencer.
- Collaborer et partager : animer une réunion et collecter des idées.

## Quels bénéfices retirer des outils visuels ?

- **Apporter une immédiateté visuelle.**
- **Créer du lien.** L'outil visuel permet notamment un va-et-vient entre le connu et l'inconnu.
- **Mettre en forme sa pensée.**
- **Donner corps à sa pensée.** Les idées deviennent tangibles. On va pouvoir les manipuler pour les organiser.
- **Disposer d'une vue d'ensemble.** La plupart des outils visuels donnent une vision en une page (*one page*).
- **Dialoguer avec son inconscient.** Certains outils visuels comme la carte mentale s'apparentent à une image cachée, enfouie au fond de soi.
- **Développer une pensée en couches (en strates).** Les outils visuels permettent de varier les différents niveaux de pensée. Certains outils, grâce à une fonction *zoom in/zoom out*, permettent également de varier la « granularité » de la pensée.
- **Favoriser la mémorisation.** La mémoire humaine est spatialisée. La méthode des lieux de l'antiquité en apporte la preuve. Les outils visuels favorisent la mémorisation du contenu.

*Last but not least*, les outils visuels restent *low cost* (bas coût) et *low tech* (basse technologie). Un simple papier et un crayon permettent de visualiser sa pensée !

## Se fixer un objectif et une cible

Utiliser les outils visuels nécessite de s'interroger au préalable :

- Quel est mon objectif ?
- Quelle est ma cible ? L'outil visuel est-il pour moi, pour les autres ?
- Quel est l'outil visuel le plus adéquat ?

Cet ouvrage propose 68 outils pour vous aider à exprimer vos idées visuellement. Ces outils s'articulent autour de onze grands axes.

# Sommaire

	Remerciements	5
	Avant-propos	6
<b>DOSSIER 1</b>	<b>RECETTE ET INGRÉDIENTS DU MIND MAPPING</b>	10
	• <i>Outil 1</i> La carte mentale	12
	• <i>Outil 2</i> Les mots-clés	14
	• <i>Outil 3</i> Les pictogrammes	16
	• <i>Outil 4</i> Les images	18
	• <i>Outil 5</i> Les couleurs	20
	• <i>Outil 6</i> La carte manuelle	22
	• <i>Outil 7</i> La carte informatique	24
	• <i>Outil 8</i> Les liens hypertextes	26
	• <i>Outil 9</i> Les notes	28
	• <i>Outil 10</i> Les filtres	30
<b>DOSSIER 2</b>	<b>LE MIND MAPPING POUR APPRENDRE</b>	32
	• <i>Outil 11</i> La carte d'activation du cerveau	34
	• <i>Outil 12</i> La carte de prise de notes à partir d'un écrit	36
	• <i>Outil 13</i> La carte de prise de notes à partir d'un oral	40
	• <i>Outil 14</i> La carte de mémorisation	42
	• <i>Outil 15</i> La carte des connaissances	44
<b>DOSSIER 3</b>	<b>LE MIND MAPPING POUR CRÉER</b>	46
	• <i>Outil 16</i> La carte brainstorming	48
	• <i>Outil 17</i> La carte brainstorming inversé	50
	• <i>Outil 18</i> La carte d'inspiration	52
<b>DOSSIER 4</b>	<b>LE MIND MAPPING POUR ÉCRIRE</b>	54
	• <i>Outil 19</i> La carte d'angle	56
	• <i>Outil 20</i> La carte d'écriture	58
	• <i>Outil 21</i> La carte des ressources	60
<b>DOSSIER 5</b>	<b>LE MIND MAPPING POUR OPTIMISER SON TEMPS</b>	62
	• <i>Outil 22</i> La carte projet (🔗 <b>Mise en situation</b> )	64
	• <i>Outil 23</i> La carte des tâches	68
	• <i>Outil 24</i> La carte cockpit	70
	• <i>Outil 25</i> La carte check-list	72
	• <i>Outil 26</i> La carte du changement	74
	• <i>Outil 27</i> La carte de présentation	78
<b>DOSSIER 6</b>	<b>JONGLER AVEC LES CONCEPTS</b>	80
	• <i>Outil 28</i> L'analograffiti	82
	• <i>Outil 29</i> L'omega mapping	84
	• <i>Outil 30</i> Le croquinote (🔗 <b>Mise en situation</b> )	86
	• <i>Outil 31</i> Le crystal mapping	90
	• <i>Outil 32</i> Le cercle d'or	92
	• <i>Outil 33</i> La carte conceptuelle	94
	• <i>Outil 34</i> Le concept fan	96

<b>DOSSIER 7</b>	<b>HIÉRARCHISER, CLASSER ET COMPARER</b>	98
	• <i>Outil 35</i> La carte araignée (Q <b>Mise en situation</b> )	100
	• <i>Outil 36</i> La matrice Eisenhower	104
	• <i>Outil 37</i> Les listes de la méthode GTD	106
	• <i>Outil 38</i> Le tableau de la méthode OKR+	108
	• <i>Outil 39</i> L'arbre de décisions	110
	• <i>Outil 40</i> Le lean canvas	112
	• <i>Outil 41</i> Le mur de notes repositionnables	114
	• <i>Outil 42</i> Le diagramme de Venn	116
	• <i>Outil 43</i> La double carte à bulles	118
	• <i>Outil 44</i> La balance	120
<b>DOSSIER 8</b>	<b>DÉTERMINER LES CAUSES</b>	122
	• <i>Outil 45</i> La carte argumentaire	124
	• <i>Outil 46</i> Le dialogue mapping	126
	• <i>Outil 47</i> La pyramide de Minto	128
	• <i>Outil 48</i> Les cinq pourquoi	130
<b>DOSSIER 9</b>	<b>REPRÉSENTER LES SÉQUENCES</b>	132
	• <i>Outil 49</i> L'agenda	134
	• <i>Outil 50</i> Le Kanban	136
	• <i>Outil 51</i> Le flux de cartes mentales	138
	• <i>Outil 52</i> Le flowscape	140
	• <i>Outil 53</i> Le diagramme de Gantt	142
	• <i>Outil 54</i> Le diagramme de PERT	144
	• <i>Outil 55</i> Le planning circulaire	146
	• <i>Outil 56</i> Le storyboard	148
<b>DOSSIER 10</b>	<b>MONTREZ LES INTERACTIONS</b>	150
	• <i>Outil 57</i> La systémique	152
	• <i>Outil 58</i> La carte du réseau social personnel	156
	• <i>Outil 59</i> Le diagramme des intérêts	158
	• <i>Outil 60</i> Le triangle	160
	• <i>Outil 61</i> Le diagramme d'influences	162
<b>DOSSIER 11</b>	<b>INTERROGER ET PRÉSENTER UN SUJET</b>	164
	• <i>Outil 62</i> La méthode ISCC	166
	• <i>Outil 63</i> Le QQOQCCP	170
	• <i>Outil 64</i> Le SPRI (Q <b>Mise en situation</b> )	172
	• <i>Outil 65</i> La carte d'empathie	176
	• <i>Outil 66</i> La message map	178
	• <i>Outil 67</i> Le nuage de mots-clés	180
	• <i>Outil 68</i> La technique des personas	182
	Conclusion	184
	Bibliographie	186
	Webographie	188

# 1

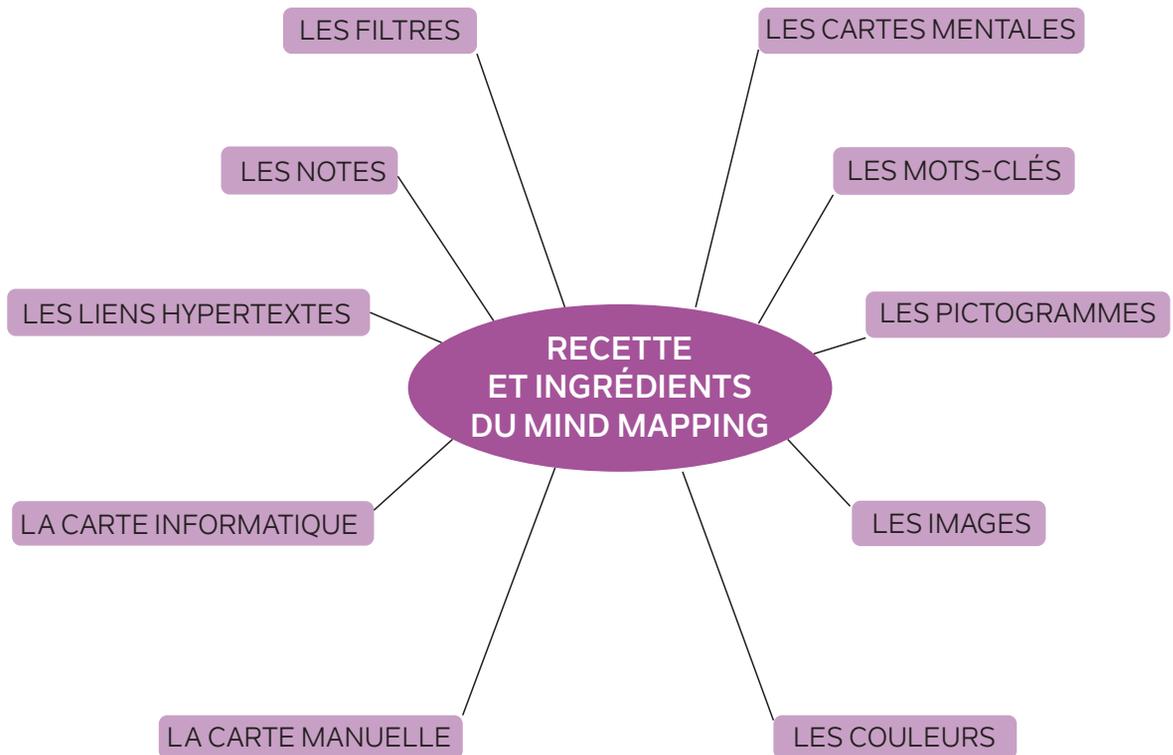
## DOSSIER

# RECETTE ET INGRÉDIENTS DU MIND MAPPING

“

Le mind mapping est le couteau suisse de l'intelligence.

Tony Buzan, l'inventeur du mind mapping



Le mind mapping est une méthode graphique pour organiser l'information. Elle a été développée par Tony Buzan. En français, on retrouve la mind map sous plusieurs appellations :

- carte mentale ;
- carte heuristique ;
- schéma heuristique ;
- arbre d'idées ;
- topogramme.

### **Certains domaines apprécient le mind mapping**

Le mind mapping est utilisé particulièrement dans certains domaines :

- La médecine : aux États-Unis, de nombreux livres traitent du mind mapping en médecine.
- L'éducation : de nombreux professeurs recourent au mind mapping pour aider les élèves à mieux structurer leurs idées.
- L'industrie : les industries automobile et aéronautique utilisent le mind mapping pour manipuler le

corpus de connaissances nécessaires à la bonne marche de leurs projets.

### **Le mind mapping : un outil multi-utilisation**

Le mind mapping est multi-utilisation, il s'adapte à la plupart des besoins :

- prendre des notes ;
- générer des idées ;
- communiquer ;
- collaborer ;
- mémoriser ;
- gérer des projets.

## *Les outils*

1	<b>La carte mentale</b>	12
2	<b>Les mots-clés</b>	14
3	<b>Les pictogrammes</b>	16
4	<b>Les images</b>	18
5	<b>Les couleurs</b>	20
6	<b>La carte manuelle</b>	22
7	<b>La carte informatique</b>	24
8	<b>Les liens hypertextes</b>	26
9	<b>Les notes</b>	28
10	<b>Les filtres</b>	30



# Outil

## 1

# La carte mentale

“

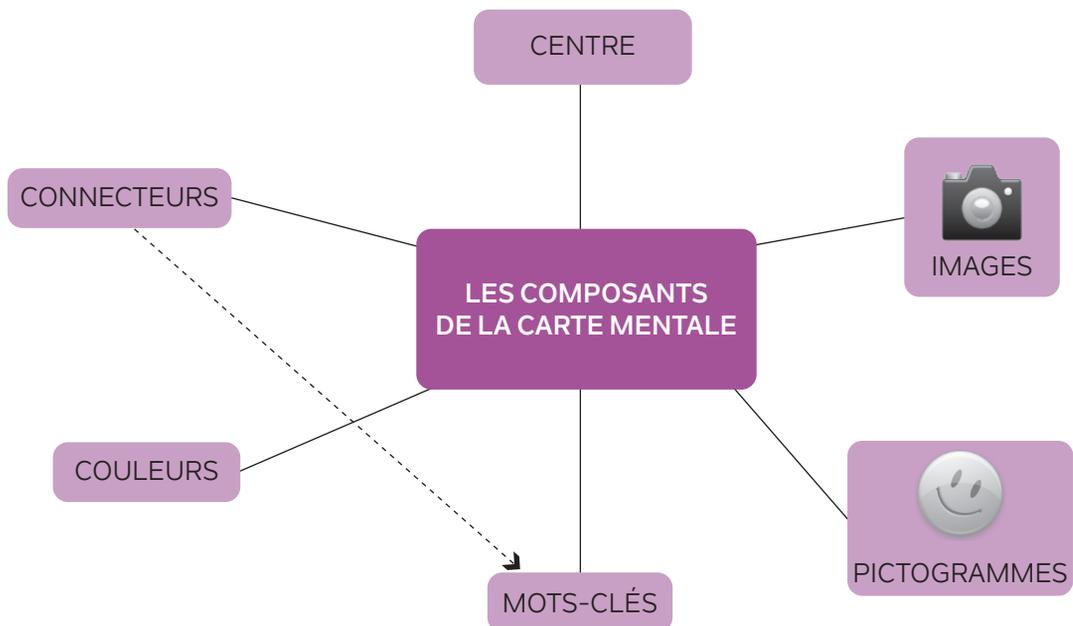
Les Mind Mappers amènent notre démocratie de l'information à la prochaine étape.

Bill Gates

### En quelques mots

Le **mind mapping** est une méthode visuelle pour **représenter** et **organiser** vos idées au sens large. Son inventeur, Tony Buzan, a voulu que cette technique soit biocompatible, notamment avec le fonctionnement du cerveau. Le mind mapping sollicite à la fois notre esprit « cartésien » et notre côté créatif. Grâce à sa souplesse, le mind mapping s'adapte à la plupart des situations. Vous pouvez l'utiliser non seulement dans votre vie professionnelle mais aussi personnelle. En français, le terme *mind map* peut se traduire par « carte mentale ».

### LES PRINCIPES DE LA CARTE MENTALE





## POURQUOI L'UTILISER ?

### Objectif

Comme le souligne son inventeur Tony Buzan, le mind mapping représente le véritable « couteau suisse de l'intelligence ». En effet, le mind mapping est multi-utilisation. Il couvre notamment les besoins suivants :

- prendre des notes (à l'écrit et à l'oral) ;
- mémoriser (un cours, une poésie, etc.) ;
- gérer des projets ;
- gérer son activité ;
- organiser ses idées.

### Contexte

Le mind mapping s'utilise à la fois dans la vie :

- **professionnelle** :
  - conduire une réunion ;
  - prendre des notes dans une conférence ;
  - réviser pour un examen ou un concours de la fonction publique ;
  - etc. ;
- **personnelle** :
  - préparer un voyage ;
  - dresser sa liste de courses ;
  - faire apprendre une leçon à son enfant ;
  - etc.



## COMMENT L'UTILISER ?

### Étapes

Bâtir une carte peut se découper en trois étapes :

- **Avant** :
  - a. Déterminez l'objectif de votre carte.
  - b. Préparez le matériel.
  - c. Demandez-vous si la carte est la bonne représentation.
- **Pendant** :
  - d. Déterminez le centre.
  - e. Suivez votre foisonnement d'idées.
  - f. Organisez la carte.
  - g. Connectez vos idées.
  - h. Enrichissez votre carte.
- **Après** :
  - i. Laissez reposer la carte.
  - j. Reprenez la carte pour y découvrir de nouvelles idées.
  - k. Réalisez des connexions avec d'autres cartes.
  - l. Le cas échéant recommencez votre carte.

## Méthodologie et conseils

Lorsque vous démarrez une carte mentale, prenez un peu de temps au début pour déterminer :

- **son objectif** : demandez-vous pourquoi vous réalisez cette carte. Déterminez la question centrale avec acuité qui permettra au final d'obtenir une carte avec les réponses adéquates ;
- **sa cible** : vous pouvez distinguer la carte :
  - pour vous ;
  - pour les autres ;
  - avec les autres.

Le mind mapping comporte de nombreux avantages :

- gagner du temps. Naturellement, vous devrez pratiquer un minimum pour devenir totalement à l'aise ;
- renforcer la mémorisation. La carte mentale est physiocompatible avec le fonctionnement de votre mémoire ;
- développer votre créativité. La carte mentale va permettre de libérer votre potentiel créatif.

### Avant de vous lancer...

- ✓ **N'essayez pas d'appliquer le mind mapping partout ! Recourir au mind mapping partout et pour tout risque de vite lasser votre entourage (personnel ou professionnel). Vous risquez de produire l'effet inverse de celui escompté. Au lieu d'intéresser votre entourage avec un outil innovant, vous risquez de l'ennuyer avec un outil passe-partout ! Vous trouverez un support de plus de cent pages consacré au mind mapping à l'adresse suivante : <https://fr.slideshare.net/JPCOTE/cartes-mentales-v20>**
- ✓ **Utilisez parfois un autre outil graphique qui sera mieux adapté à votre besoin. Le mind mapping est l'outil idéal pour explorer des idées. Par contre, il ne sera pas forcément adapté pour croiser de l'information. Dans ce cas, un tableau ou diagramme de Venn se révéleront plus adaptés.**



Voir aussi outil 37

# Outil

## 2

# Les mots-clés

“

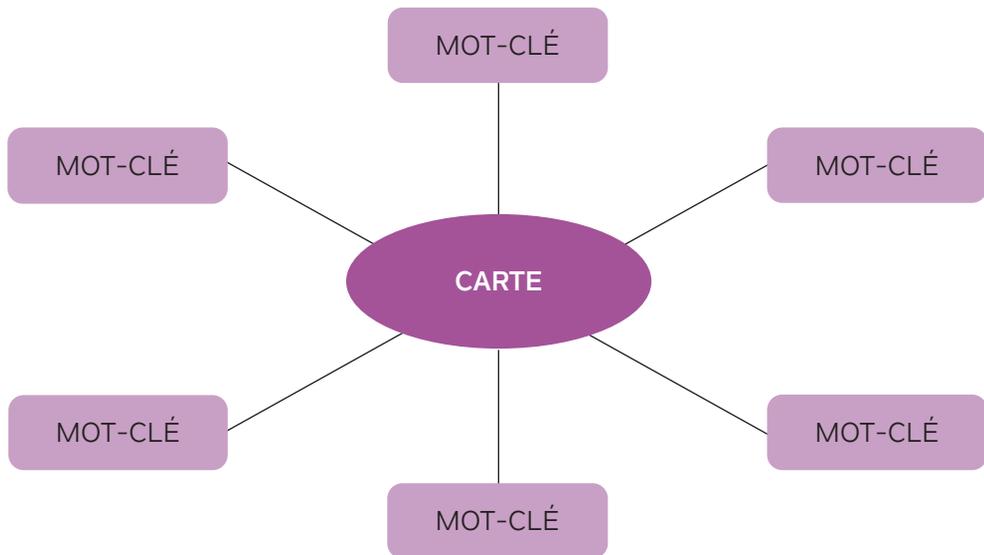
*La créativité, c'est  
l'intelligence qui s'amuse.*

Albert Einstein

### *En quelques mots*

Les **mots-clés** permettent de concentrer l'information. En effet, par exemple, il est souvent plus facile de **mémoriser un mot** qu'une phrase entière. La règle de « un mot-clé par branche » sera surtout utile pour la **créativité**. En effet, les mots-clés vont servir d'amorce à votre cerveau. Par exemple, si vous dressez une check-list pour ne rien oublier pour partir en voyage d'affaires, notez « carte » sur une branche, puis « bleue » sur une seconde donnera à votre cerveau l'occasion de générer d'autres idées. Dans une carte mentale, les **liens** entre les mots-clés restent implicites.

### SYNTHÉTISER L'INFORMATION À L'AIDE DE MOTS-CLÉS





## POURQUOI L'UTILISER ?

### Objectif

Les mots-clés offrent la possibilité de capter la quintessence de vos idées sous la forme d'un mot « dé clic ».

### Contexte

Les mots-clés s'utilisent dans quasiment toutes les cartes mentales.

D'ailleurs, de nombreux novices se cantonnent uniquement aux mots-clés lorsqu'ils confectionnent leurs cartes. Ils oublient les autres langages de la carte (les images, les couleurs, etc.).



## COMMENT L'UTILISER ?

### Étapes

- Synthétisez vos idées sous la forme de mots-clés.
- Positionnez les branches.
- Organisez vos branches pour obtenir une syntaxe.

### Méthodologie et conseils

La règle de « un mot par ligne » sera surtout utile en créativité.

Parfois, mieux vaut ne pas suivre ce conseil, par exemple lorsque :

- vous utilisez une expression (ex. : gestion de projets) ;
- vous prenez des notes. Vous pourrez coller des bouts de textes dans les sous-branches ;
- vous rédigez. Vous pourrez rédiger vos paragraphes dans les sous-branches avant de les copier-coller dans des notes.

Toutefois avec les informatiques, des moyens existent pour allier les mots-clés et le texte. Vous pouvez par exemple :

- ajouter un lien hypertexte vers un texte tiers ;
- ajouter une pièce jointe ;
- insérer une note.

Les mots-clés peuvent devenir des passerelles vers des images.

Pour de nombreuses personnes, les mots viennent en premier, puis viennent les images.

Ces mots-clés doivent devenir des « idées clic ». Ils doivent permettre de dérouler le fil de votre mémoire.

Au début, recourir uniquement à des mots-clés est particulièrement ardu. Dans un premier temps, vous pouvez noter des bouts de phrase. Dans un second temps, vous pouvez petit à petit réduire le contenu pour arriver à des mots-clés. Utiliser des mots-clés s'apparente à une recherche sur Internet. Les moteurs de recherche ne comprennent pas les phrases, vous devez recourir à des mots-clés pour lancer une requête sur Google par exemple.

Utiliser uniquement des mots-clés présente des avantages indéniables :

- Faciliter la mémorisation. Plus vous simplifiez l'information, mieux vous mémorisez. La mémoire de travail, c'est-à-dire la mémoire tampon, nous permet de retenir uniquement 5 à 9 éléments. Diminuer le nombre de mots favorisera la rétention de l'information dans la mémoire de travail, passage obligé vers la mémoire à long terme.
- Développer votre créativité. La règle « un mot-clé par branche » permet de favoriser le processus associatif du cerveau.

### *Avant de vous lancer...*

- ✓ **Si possible, utilisez des mots concrets afin de mieux les mémoriser.**
- ✓ **Si votre carte est destinée à être communiquée, adaptez vos mots-clés à votre cible.**
- ✓ **Si les mots-clés utilisés dans votre carte peuvent prêter à confusion, vous pouvez les doubler d'une image afin de préciser votre pensée.**

# Les pictogrammes

“

L'image nous donne le réel dans sa totalité et surtout son immédiateté : et la parole vient encore, de surcroît, s'ajouter au visuel et le renforcer.

François Dagonnet

## En quelques mots

Les **pictogrammes** représentent un élément essentiel de la **carte**. Ils permettent de poser des **balises** dans la carte pour servir de **repères** ou réaliser un **dialogue** avec son contenu. Vous pourrez par exemple utiliser des pictogrammes pour indiquer la progression d'une tâche. Les logiciels de mind mapping offrent par défaut une bibliothèque de pictogrammes. Le terme pictogramme est à prendre au sens large. En effet, nous devrions plutôt parler de **signes graphiques**. En effet, dans votre carte, vous pouvez à la fois utiliser des pictogrammes, des icônes, des symboles, des idéogrammes.

### BALISER SA PENSÉE À L'AIDE DE PICTOGRAMMES

