

Storytelling initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	QCM en début de stage
 Pré-requis	Aucun	 Date	Voir convention
 Public	Toute personne régulièrement amenée à prendre la parole en public et/ou devant rédiger des contenus avec la nécessité de convaincre.	 Lieu	Voir convention
 Intervenants	Formateur spécialisé en storytelling avec une expérience de la communication institutionnelle, managériale et marketing et de la création-innovation digitale.	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Exemple concret et mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Connaître les différents usages du storytelling - Concevoir une histoire au service de ses objectifs en adaptant le schéma narratif à l'usage professionnel - Savoir faire appel aux émotions pour convaincre - Prendre la parole et raconter son histoire à un auditoire - Utiliser les techniques de storytelling dans l'univers du digital

PROGRAMME

JOUR 1 :

Découvrir le storytelling et ses usages possibles dans l'entreprise

Découvrir le storytelling

- Découvrir les principes et l'histoire du storytelling
- Comprendre le pouvoir des histoires
- Se situer par rapport aux principes fondateurs
- Découvrir les 10 règles d'efficacité du storytelling

Identifier les usages du storytelling (marketing, communication)

- Connaître les différents usages du storytelling (politique, marketing, communication)
- Identifier les exemples communicants utilisant le storytelling
- Comprendre les apports fondamentaux du storytelling (donner du sens, partager de l'émotion)
- Identifier les potentiels narratifs dans son organisation
- Identifier les champs d'application du storytelling

Exemples de storytelling qui ont marqués l'histoire

JOUR 2 :

Préparer sa présentation avec le storytelling

S'approprier les techniques du storytelling

- Savoir se poser les bonnes questions génératrices d'histoires
- Comprendre la complémentarité des deux dimensions d'une présentation réussie (dimension rationnelle et émotionnelle)
- Connaître les 7 points essentiels qui forment un récit

Construire une histoire

- Sélectionner l'information pour éviter l'exhaustivité
- Accepter de prendre un risque en présentant son propos selon un angle de vue défini
- Apprendre à cerner son auditoire et identifier les éléments clés pour convaincre

Concevoir sa présentation avec le storytelling

- Intégrer les règles de la narration : le schéma narratif, concept à la base de toute histoire
- Adapter le schéma narratif à l'usage professionnel pour construire le plan de sa présentation
- Structurer son histoire en intégrant l'introduction et la chute
- Identifier les personnages principaux de sa présentation et leurs

caractéristiques

- Accroître sa capacité d'imagination
- Créer une histoire qui appelle les émotions