

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	INTRA
 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 et/ou numériques

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