

STORYTELLING À DESTINATION DES COMMERCIAUX

2 jours en présentiel (7 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet de connaître les différents usages du storytelling, de préparer une présentation avec le storytelling, d'adapter le schéma narratif à l'usage professionnel (actions commerciales), de transmettre ses émotions pour convaincre et de prendre la parole et présenter son histoire à un auditoire.

Population visée

Responsables grands comptes, commerciaux, toute personne régulièrement amenée à prendre la parole en public avec la nécessité de convaincre.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations, de réflexions, de mise en pratiques méthodologiques et d'analyses de cas concrets.

Formateur

Formateur expert en communication narrative et interactive, spécialiste des nouvelles tendances médias.

Modalités de validation des acquis

Evaluation des acquis via un questionnaire.
Attestation de fin de stage.

Contenu

Le storytelling et ses usages

- Qu'est-ce que le storytelling ?
- Connaître les différents usages du storytelling sur les différents domaines (politique, marketing, communication)
- Identifier les communicants utilisant le storytelling
- Comprendre les apports fondamentaux du storytelling
 - donner du sens
 - partager de l'émotion

Orienter sa présentation avec le storytelling

- Comprendre la complémentarité des deux dimensions d'une présentation réussie : la dimension rationnelle et émotionnelle
- Être concis en sélectionnant de l'information pour éviter l'exhaustivité
- Présenter son propos selon un angle de vue précis et prendre des risques
- Cerner son auditoire et identifier les éléments pour le convaincre

Concevoir sa présentation avec le storytelling

- Rédiger le pitch de sa présentation
- Découvrir le schéma narratif
- Adapter le schéma narratif pour structurer sa présentation
- Identifier les personnages principaux de sa présentation et leurs caractéristiques

Présenter son histoire et susciter de l'émotion

- Gérer sa communication
 - para-verbale
 - non-verbale
- Moduler sa voix : volume, rythme, articulation, tonalité et débit
- Insérer des pauses et des silences (poids sémantique)
- Impliquer physiquement son auditoire : gestes, postures, sourires, regards, déplacements
- Créer un lien avec l'auditoire : transmettre ses émotions pour convaincre