STORYTELLING À DESTINATION DES COMMERCIAUX

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

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.

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, pouvant être complété d'un audit de niveau, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

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

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

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 convaincr

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