

Formation Le storytelling et ses usages (ACN Atlas)

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 475,00 CHF HT (standard) 1 180,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Commerciaux, chargés de relation client
■ Pré-requis :	Aucun
■ Objectifs :	Créer une histoire captivante qui embarque le client en faisant appel aux émotions - Raconter son offre commerciale comme la réponse aux besoins des clients et au service de ses objectifs - Maîtriser les usages et les clés d'un storytelling efficace - Préparer une présentation avec le storytelling - Prendre la parole et présenter son histoire à un auditoire
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	COM101635-F
■ Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr , moncompteformation.gouv.fr , maformation.fr , etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr , nous étudierons ensemble vos besoins

Le storytelling et ses usages

Qu'est-ce que le storytelling ? Qu'est-ce que personal branding ? différences et champs d'application

La découverte des principes et de l'histoire du storytelling.

Les différents usages du storytelling sur les différents domaines (politique, marketing, communication, autres...)

Les apports fondamentaux du storytelling (donner du sens, partager de l'émotion, se différencier).

L'identification des communicants utilisant le storytelling

Atelier : Illustrations avec des exemples de storytelling en vidéos : leaders d'opinions et communicants

Les règles de la communication adaptées au storytelling

Gérer sa communication : verbale, para-verbale et non-verbale

Moduler sa voix : volume, rythme, articulation, tonalité et débit, mélodie

Insérer des pauses et des silences

Impliquer physiquement son auditoire : gestes, postures, sourires, regards, déplacements

Créer un lien avec l'auditoire : transmettre ses émotions pour convaincre

Comprendre la complémentarité des deux dimensions d'une présentation réussie : la dimension rationnelle et émotionnelle.

Sélectionner l'information pour éviter l'exhaustivité et se noyer dans les détails

Apprendre à cerner son auditoire et identifier les éléments pour le convaincre.

Atelier : réflexions sur les bonnes pratiques et erreurs à éviter

Maîtriser les techniques du storytelling

Donner du sens, créer de l'émotion.
Intégrer les règles de la narration : le schéma narratif.
Adapter le schéma narratif pour structurer sa présentation
Structurer son histoire en intégrant l'introduction et la chute.

Atelier : conception d'un schéma narratif par apprenant et soutenance devant le groupe

Convaincre avec les émotions

Accroître sa capacité d'imagination
Créer une histoire qui appelle les émotions
Fédérer les équipes et donner du sens aux projets

Mettre en pratique le storytelling à l'écrit et à l'oral

Utiliser le storytelling pour son personal branding.
Incarnar sa marque et la culture d'entreprise de son organisation.
Bâtir et renforcer sa marque employeur.

Concevoir sa présentation et celle de son entreprise avec le storytelling

Rédiger un pitch percutant de sa présentation et de celle de son entreprise
Appliquer le schéma narratif
Identifier les personnages principaux de sa présentation et leurs caractéristiques

Atelier : mises en situations dans des contextes variés et selon des études de cas proposées