

## Formation Le storytelling et ses usages

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ <b>Durée :</b>                                               | 2 jours (14 heures)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>                             | 1 475,00 CHF HT (standard)<br>1 180,00 CHF HT (remisé)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ■ <b>Public :</b>                                              | Commerciaux, chargés de relation client                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ■ <b>Pré-requis :</b>                                          | Aucun                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ■ <b>Objectifs :</b>                                           | 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                          |
| ■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>                                       |
| ■ <b>Modalités d'évaluation :</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul> |
| ■ <b>Sanction :</b>                                            | Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ■ <b>Référence :</b>                                           | COM101635-F                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>                | 4,65 / 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ■ <b>Contacts :</b>                                            | commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ <b>Modalités d'accès :</b> | Possibilité de faire un devis en ligne ( <a href="http://www.dawan.fr">www.dawan.fr</a> , <a href="http://moncompteformation.gouv.fr">moncompteformation.gouv.fr</a> , <a href="http://maformation.fr">maformation.fr</a> , etc.) ou en appelant au standard. |
| ■ <b>Délais d'accès :</b>    | Variable selon le type de financement.                                                                                                                                                                                                                        |
| ■ <b>Accessibilité :</b>     | Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à <a href="mailto:referenthandicap@dawan.fr">referenthandicap@dawan.fr</a> , 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**