

## La communication et l'impact du storytelling



### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Maîtrisez l'impact du storytelling dans votre communication pour faire comprendre, intéresser, mémoriser, déclencher des solutions, des idées à une équipe, un public et provoquer l'adhésion par une communication adaptée
- Maîtrisez les composantes de l'art oratoire : le mental, le visuel, le vocal, le verbal



### PUBLIC CONCERNE

- Tout public



### PREREQUIS

- Avoir une maîtrise de base de la langue française



### MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



### MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



### MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



### MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



### ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



### ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



### PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



### CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

# La communication et l'impact du storytelling

## PRESENTATION DE LA FORMATION, DES PARTICIPANTS ET DE LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

### PRESENTATION ET RAPPELS

- Présentation et rappels
- Point de vue opératoire : respiration, tempo de l'élocution, volume, rythme, silence, articulation, débit, intensité, congruence
- Construction mentale
- Vocabulaire adapté, clarté du discours, jeux des mots et des idées
- Le sujet, le thème, l'intérêt du sujet, son implication
- Le plan chronologique
- Le plan dialectique et ses variantes
- Les modèles SOSRA et LASWEL

### LE STORYTELLING DANS VOTRE COMMUNICATION

- Les différents usages du storytelling en entreprise, auprès des équipes pour informer, renforcer la cohésion interne et promouvoir le changement

### METHODOLOGIE DU STORYTELLING

- Repérer les éléments clés à retenir ou à écarter
- Comment déterminer les éléments incontournables ? Comment les sélectionner ?
- Analyser la complémentarité entre la dimension rationnelle et émotionnelle

### BATIR UN RECIT NARRATIF

- Concept de base du concept narratif et adaptation à l'usage professionnel
- S'inspirer des histoires, des rites, de personnages mythiques (de l'entreprise)
- Construire une histoire courte, simple, facile à comprendre, à mémoriser, à répéter
- Le rôle clé des émotions pour renforcer le sentiment d'appartenance et rassembler autour d'une même vision

### CONSTRUIRE SA PRESENTATION DU STORYTELLING

- Adopter un style, des formules imagées, trouver un angle créatif au récit
- Utiliser le dialogue plutôt que le discours rapporté
- Différencier les aspérités d'un événement
- Donner du sens à votre discours en intégrant les dimensions psychologiques et émotionnelles des personnes concernées

### STRUCTURE DE LA NARRATION

- Situation initiale, éléments perturbateurs, éléments résolutives, situation finale

### PRESENTATION A UN AUDITOIRE

- Insérer des pauses et des silences pour provoquer des émotions
- Rôle du champ lexical
- Relier l'histoire aux événements actuels ou à la situation
- Vivre son histoire

### SCENARIO PEDAGOGIQUE

- Exercice du champ lexical, illustrer un propos, l'art de poser des questions, utiliser des anecdotes, des paraboles, des symboles
- Exercices verbaux et non-verbaux
- Exercices pratiques de la gestion des silences en fonction des effets que vous voulez produire
- Exercices de respiration, sur la voix, l'intonation
- La formation est ponctuée de mise en situations et de pratiques

### BILAN, EVALUATION ET SYNTHESE DE LA FORMATION