

## LA COMMUNICATION ET L'IMPACT DU STORYTELLING

<b>Durée</b>	<b>2 jours</b>	<b>Référence Formation</b>	<b>5-NO-STOR</b>
--------------	----------------	----------------------------	------------------

### Objectifs

Maîtriser 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. Maîtriser les composantes de l'art oratoire : le mental, le visuel, le vocal, le verbal.

### Participants

Tout public

### Pré-requis

Avoir une maîtrise de base de la langue française

### Moyens pédagogiques

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.

Remise d'un support de cours.

### PROGRAMME

#### Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- 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

#### Méthodologie 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

#### Bâtir un récit 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 présentation du storytelling

- Adopter un style, des formules imagées, trouver un angle créatif au récit
- Utiliser le dialogue plutôt que le discours rapporté

#### CAP ÉLAN FORMATION

[www.capelanformation.fr](http://www.capelanformation.fr) - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : [contact@capelanformation.fr](mailto:contact@capelanformation.fr)

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2024

- 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 résolutifs, situation finale

#### **Présentation à 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

#### **Scénario pédagogique**

- 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