

## Formation Le storytelling et ses usages (ACN Atlas)

■ <b>Durée :</b>	2 jours (14 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	1 475,00 € HT (standard) 1 180,00 € 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 - Maitriser 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>	5,00 / 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.

Incarner 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**