

PROGRAMME DE FORMATION

Storytelling et communication d'influence : maîtriser l'art de convaincre par les récits.

Dans un monde où l'attention est de plus en plus difficile à capter, les histoires bien construites deviennent un levier puissant pour convaincre, inspirer et fédérer. Le storytelling n'est plus réservé aux grandes marques : il s'impose désormais dans le management, la vente, la communication interne et externe. Cette formation apporte des clés concrètes pour structurer un récit percutant et utiliser les leviers de l'influence de manière éthique et efficace.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les mécanismes psychologiques qui rendent une histoire persuasive
- Savoir structurer un récit impactant adapté à son public et à son objectif
- Maîtriser les techniques de communication d'influence (langage, posture, émotions)
- Créer et délivrer un pitch ou un message narratif efficace

Public

Tout professionnel amené à communiquer, présenter ou convaincre : managers, commerciaux, communicants, RH, dirigeants.

Prix

1200€HT/Jour

Durée

2 jours en présentiel

Un atelier collectif en visio quelques temps après la formation

Prérequis

Aucun

Une approche pragmatique :

Formation animée comme un atelier interactif : exercices, échanges, co-construction.

Travail sur des cas concrets issus des expériences des participants.

Appropriation des leviers narratifs et de persuasion par la pratique.

Suivi post-formation pour pérenniser les acquis et affiner les pratiques.

Déroulé pédagogique

Réunion de cadrage préalable

Analyse des besoins, des contextes professionnels et des objectifs attendus.

Temps 1 : Les bases du storytelling et de l'influence

Comprendre pourquoi les histoires impactent et comment les structurer.

Temps 2 : Construire un récit efficace

Définir le message clé, le héros, le conflit et la transformation.

Temps 3 : Atelier pratique de storytelling

Élaborer un pitch narratif sur un cas réel.

Modalités pédagogiques

Apports interactifs et illustrés

Exercices pratiques et mises en situation

Travail collaboratif et feedbacks personnalisés

Remise de templates et de fiches outils à la fin de la formation

Modalités de contrôle des acquis

Évaluation continue à travers les exercices et ateliers

Évaluation à chaud en fin de formation

Évaluation à froid après l'atelier de suivi

Sanction de la formation

Attestation de fin de formation

Exemple de programme détaillé

Jour 1 — Comprendre et construire une histoire persuasive

Matin : fondamentaux et psychologie de l'influence

9h00 - 9h30 : introduction et attentes des participants

9h30 - 10h30 : pourquoi le storytelling influence et comment il agit sur le cerveau

10h30 - 10h45 : pause

10h45 - 12h30 : les ingrédients d'une histoire impactante (héros, conflit, transformation)

Après-midi : structurer un récit percutant

14h00 - 15h30 : les modèles narratifs (parcours du héros, Golden Circle...)

15h30 - 15h45 : pause

15h45 - 17h00 : atelier de création de canevas de storytelling

Jour 2 — De l'histoire à l'influence et à la prise de parole

Matin : communication d'influence et techniques de persuasion

9h00 - 10h30 : les leviers de persuasion et leur usage éthique

10h30 - 10h45 : pause

10h45 - 12h30 : techniques de langage d'influence et mise en situation

Après-midi : pitch final et feedback collectif

14h00 - 15h30 : atelier de pitch narratif et entraînement à la prise de parole

15h30 - 15h45 : pause

15h45 - 17h00 : présentation des histoires, retours personnalisés, plan d'action individuel

Atelier de suivi en visio (1 mois après)

Retours d'expérience, partages de bonnes pratiques et coaching collectif sur les récits produits depuis la formation.