

STORYTELLING



- Il s'agit de capter l'attention de son audience en racontant des histoires qui impactent émotionnellement la personne. Le storytelling (en français : la mise en récit ou l'accroche narrative) est une méthode de communication fondée sur une structure narrative du discours qui s'apparente à celle des contes et des récits.
- Ces histoires peuvent être personnelles, l'histoire de quelqu'un qu'on connaît ou une histoire inventée et imaginaire à travers on passe un message. Le point commun de l'ensemble des histoires est l'ancrage émotionnel produit.



Utilité, objectifs et champs d'utilisation

Le storytelling est une technique simple, familière et ludique qui permet de :

- Capturer l'attention.
- Susciter des émotions.

- Favoriser la mémorisation du concept/idée, sujet de l'histoire.
- Mettre en avant des valeurs communes entre les membres du groupe.



Mode d'emploi

1ère étape

Définir son histoire

- Déterminer les objectifs du storytelling.
- Identifier et comprendre la cible de l'histoire.
- Identifier les émotions à mettre en relief et à valoriser à travers le storytelling.

2ème étape

- Présenter les personnages du conte.

3ème étape

- Dresser le contexte de l'histoire.
- Le lieu, le temps, le moment, etc.

4ème étape

- Fixer un enjeu pour tenir son auditoire en haleine tout au long du récit.

5ème étape

- Agrémenter de rebondissements et de péripéties.

6ème étape

- Travailler la chute (la fin de l'histoire avec une surprise éventuelle).

7ème étape

- Garder des portes ouvertes si le taux d'engagement à l'histoire le justifie.

Ordre d'importance



Faible



Moyen



Elevé

Ordre de complexité



Faible



Moyen



Elevé

Notes personnelles :



Liens utiles :

<https://urlz.fr/fclK>

<https://urlz.fr/fclL>

<https://urlz.fr/fclN>



- Être attentif à susciter une émotion : sans le ressenti, l'histoire sera ennuyeuse et ne captera pas l'attention de l'auditoire.
- Éviter les histoires trop « linéaires », elles ne permettent pas de capter l'attention.
- Il est important d'être sincère et authentique pour pouvoir transmettre l'énergie de l'animateur, attirer l'attention de l'auditoire et solliciter leur intérêt.