

Storytelling : acquérir les techniques pour pitcher, accrocher, engager et vendre

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Raconte-moi une histoire

- Connaître et comprendre le pouvoir unique des histoires sur notre cerveau
- Des histoires d'hier à celles d'aujourd'hui, qu'est ce qui a changé ? Héros, registres...
- Les ingrédients de la narration

2. La grille d'évaluation ethos-logos-pathos

- Qui est mon audience ? Quel changement de perception je souhaite opérer ?
- Quelle est mon message et comment le formuler ?
- Quel voyage émotionnel créer et avec quels éléments de langage ?

3. Atelier : elevator pitch, faites passer l'essentiel en 3 à 7 mn

JOUR 2

4. Les séquences-clés du récit

- Qu'est-ce qu'une bonne introduction : catch them if you can
- Les péripéties et le suspense : maintenir l'attention
- Qu'est-ce qu'une bonne conclusion : la mémorisation et l'ouverture finale

5. Les principes incontournables de l'impact

- Faire ressentir plutôt que dire
- Cultiver l'imagination de l'audience
- La valeur de l'exemple, du micro au macro
- La visualisation des idées et des faits
- L'utilisation de la data

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 150 euros HT

INTERVENANTE

Karen DERRIDA, fondatrice True Stories
Philippa LAUNAY, Fondatrice, en charge de la stratégie et du marketing - Zuma

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

6. Les principales figures de rhétorique

- L'effet papillon
- Le contraste
- L'anaphore
- La métaphore

7. Atelier final : construction d'un récit complet

- Travail en équipe et feedback, finalisation du pitch

Pour aller plus loin : possibilité de suivre ensuite un nouveau module sur-mesure : entraînement storytellers (répétitions, retour caméra, entraînement sur cas, coaching en mini groupe ou en individuel...)

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour booster son impact sur le fond et sur la forme dans ses pitches et auprès de son audience grâce au storytelling

COMPÉTENCES VISÉES

- Pitcher l'essentiel d'un sujet autour d'un message-clé
- Structurer une prise de parole ou un écrit avec un fil rouge
- Atterrir sur un message percutant et mémorable

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

Sur place ou à distance 

What's your story?



Photo par Ivelin sur Shutterstock