

Utiliser le *storytelling* pour fédérer son auditoire

30 septembre et 1^{er} octobre 2021
Date limite d'inscription : 25 juin

Le « *storytelling* » ou *communication narrative* est l'art de raconter une histoire avec force et conviction afin de captiver son auditoire pour mieux le convaincre.

<p>Objectifs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Intégrer le « <i>storytelling</i> » à son discours pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative ; • Identifier des thèmes porteurs et des angles narratifs dans la culture d'une organisation ; • Maîtriser les techniques du « <i>storytelling</i> » et les appliquer.
<p>Public</p>	<p>Cette formation s'adresse aux agents travaillant en Ile-de-France, qui souhaitent concevoir des présentations plus claires, impactantes et inspirantes.</p>
<p>Programme</p>	<p>Jour 1 :</p> <p>Connaître les techniques du <i>storytelling</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Une histoire c'est un schéma narratif avec une problématique, un héros, une solution ▪ Mettre en récit sa marque, ses services avec le modèle actanciel. ▪ Elaborer le pitch et le <i>storyboard</i> de son histoire. ▪ Maîtriser la syntaxe narrative. ▪ Rédiger son histoire : utiliser le VAKOG. <p>Appliquer le <i>storytelling</i> pour donner du sens à son discours</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Communication <i>corporate</i> : construire un récit de marque entreprise. ▪ Communication interne : les récits d'expérience et les messages stratégiques. ▪ Communication managériale : résoudre collectivement les problèmes, faire passer des messages complexes. <p>Maîtriser le protocole d'adhésion pour faire adhérer</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se connecter à l'intention positive de ses interlocuteurs. ▪ Assumer son objectif de conviction. ▪ Evoluer dans une logique d'écoute et de reformulation. ▪ Traiter les objections en passant du « oui mais » au « et si ». ▪ Aller chercher les « oui » et points d'accord. ▪ Argumenter au bon moment et conclure dans la logique de l'autre. <p>Jour 2 :</p> <p>S'approprier la logique de l'adhésion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le langage verbal et non verbal : adapter sa communication au vocabulaire et au niveau de maturité de ses interlocuteurs. ▪ Convaincre sans contraindre : « qu'est-ce que je change chez moi pour changer l'autre sans lui demander de changer ? ». <p>Gérer les comportements et discours négatifs</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sortir des rapports de force : décrypter les jeux d'influence et adapter son comportement pour créer un climat de confiance. ▪ Traiter les objections avec bienveillance. ▪ Oser dire « non » et gérer son stress.

Informations pratiques	Lieu de la formation : Ena - 2, Avenue de l'Observatoire, 75006 Paris Horaires de la formation : 9h – 17h30
-------------------------------	--

Contact	Stéphanie CASSOU Assistante Formation Administration du Siège – Pôle Ressources Humaines 101, rue de Tolbiac 75654 Paris cedex 13 Tél. : 01 44 23 61 58 Mél. : formation.ads@inserm.fr
----------------	---