



L'Art du Story Telling

eLivre

L'Art du Story Telling

Les meilleurs leaders sont généralement de véritables maîtres de l'anecdote. Le story telling est un outil efficace pour impliquer votre équipe, stimuler vos clients et obtenir l'adhésion des investisseurs potentiels. Pour réussir dans le monde de l'entreprise, vous devez impérativement utiliser le storytelling d'une façon efficace, puis raconter votre histoire de façon convaincante.

Dale Carnegie a compris l'impact et l'art du story telling. Il a étudié les grands leaders de ce monde et a illustré, il y a déjà quelques années, ses conclusions dans *Comment se faire des amis* et *influencer les autres*. Aujourd'hui, Dale Carnegie Training aide les leaders et les particuliers à appliquer l'art du story telling pour augmenter leurs chances de succès en tant que membres ou responsables d'équipes.



À maintes reprises, le cours de l'Histoire a été bouleversé par ceux qui avaient le désir et le pouvoir de transmettre leurs convictions et leurs émotions à leur auditoire. »

– Dale Carnegie

Formule motivante pour une histoire convaincante

1

Evenement

Racontez une expérience personnelle réelle en rapport avec le sujet.

2

Action

Décrivez la mesure spécifique que vous avez prise (pour résoudre ou empêcher un problème).

3

Benefice

Précisez le bienfait, mettez clairement en avant les bénéfices apportés par l'action recommandée à l'auditoire.

Formule motivante

Dale Carnegie a imaginé une « formule motivante », depuis largement éprouvée, qui sert de structure de base pour asseoir la crédibilité, capter l'attention et inciter à agir.

Cette formule vous aidera à vous préparer pour des communications efficaces qui, en guise d'inspiration, pousseront les autres à agir!

Étapes d'une formule motivante

- Introduction qui provoque un impact sur l'auditoire
- **Événement:** preuve qu'un changement est nécessaire
- **Action:** exemple de changement
- **Bienfait:** bénéfices de l'action

Clés d'une histoire convaincante

- Établir «Qui», «Quoi», «Quand», «Où» et «Pourquoi»
- Inclure de l'animation et varier la voix.
- Préciser «l'action» et développer «le bienfait»

4 Techniques pour engager votre auditoire et maîtriser l'art du story telling

Commencez par un **événement** pour créer un **impact**.

Un événement personnel est un moyen infaillible pour capter l'attention favorable lorsque vous tentez de faire passer un message. Revivez une expérience personnelle réelle en rapport avec votre sujet. Ceci accroche votre auditoire et ouvre la voie à la persuasion. Ceux qui vous écoutent vous suivent parce qu'ils s'imaginent dans cette situation. Ils veulent savoir ce qui va se passer. En commençant directement par l'événement, il est plus facile de capter l'attention du public. L'orateur qui débute par une anecdote personnelle a la garantie de ne perdre ni ses mots ni ses idées.

Utilisez des **faits** et des **preuves**.

Les faits, les preuves, les exemples et les statistiques renforcent la nécessité du changement. Avant d'expliquer votre message, commencez par un fait. Souvent, l'auditoire se pose une multitude de questions : pourquoi devrais-je écouter ou pourquoi devrais-je le/la croire, qui me dit que c'est vrai? La preuve est l'un des principaux outils à utiliser pour convaincre l'auditoire de notre point de vue. Ceci nous permet de proposer une réponse logique, pas seulement émotionnelle. Précisez ce que signifient la preuve et le fait pour vous, et ce que vous croyez. Insistez sur les exemples réels, les analogies et les témoignages.

Illustrez l'**action**.

Effective persuasion requires us to simplify the message. Describe the story chronologically as it happened with all important clarifying details. Show that change was needed, and recommend a clear action for listeners to take in this situation.

Expliquez le **bienfait**.

Faites le lien entre l'action positive spécifique et ses bénéfices. Toutes les histoires et anecdotes doivent se terminer par les bénéfices de l'action réalisée ou de la résolution du problème. Cette approche est extrêmement efficace pour donner un sens à la discussion et minimiser les confrontations émotionnelles.



Votre objectif est que votre auditoire voie ce que vous avez vu, entende ce que vous avez entendu, ressente ce que vous avez ressenti. Des détails pertinents, un langage concret et coloré, voilà la meilleure façon de recréer l'événement de façon réaliste et de le décrire à votre auditoire. »