

LE STORYTELLING : L'ART DE RACONTER DES HISTOIRES

Petits conseils pour un storytelling réussi

- **du rythme, de l'action et des faits clairs.** Ça doit bouger, intriguer, susciter l'intérêt, captiver votre assemblée pour un impact maximal.
- **de la simplicité et de l'authenticité.** Pour toucher au cœur, il faut être sincère et humble. Trop en dire ou trop en faire renverrait une image sectaire, hautaine, loin de ses clients.
- **un langage et une locution adaptée à votre cible/auditoire.**
- **du naturel et du spontané dans votre locution et votre gestuelle.** Ce sont les maîtres mots de l'authenticité. Plus vous paraitrez à l'aise, plus vous induirez un message de transparence et d'honnêteté.
- **3 étapes dans votre récit : état des lieux actuel - challenge/problème/conflit - solution et état final.** Comme toute histoire ou film qui se respecte, et pour captiver votre public, vous devez les embarquer dans votre récit. Ils doivent pouvoir s'identifier. Et donc il faut qu'il se passe des choses qui leur parlent !
- **une trame simple et cohérente.** Pas de récit complexe à comprendre, pas de brouillon. On ne saute pas d'une idée à une autre sans lien cohérent.
- **quelques anecdotes personnelles.** Humaniser votre discours avec des récits de vos propres expériences sans pour autant raconter toute votre vie.
- **illustrer vos propos.** Des images, de la musique, pourquoi pas des odeurs lorsque cela est possible !? Le but est de toucher vos interlocuteurs au-delà des mots.

Les clés d'un bon storytelling

Définissez votre cible, et pensez-y

N'oubliez jamais à qui vous parler et comment vous leur parler. Pour une portée optimale, racontez une histoire à laquelle votre cible sera sensible. Evitez le style trop corporate, mécanique, mais sans être non plus trop familier. Vous devez rendre votre histoire passionnante

Racontez une histoire qui vous ressemble

Vous devez adorer votre storytelling. Vous devez l'incarner. Votre histoire mérite d'être racontée, vous la défendez, vous êtes capable d'en parler pendant des heures si cela est nécessaire. Vous pouvez la décliner à l'oral, à l'écrit, en vidéo, en musique... Plus la cible vous sentira sincère et sûr de vous, plus elle accrochera.

Utilisez les bons mots

Certains mots trop répétitifs perdent de leur sens. Ils ne sont plus percutants. Pour redonner du sens aux mots, il faut permettre au public de visualiser des images à travers les mots. Faites leur découvrir ce dont vous leur parlez à l'aide des 5 sens : le toucher, l'auditif, le goût, le visuel, l'odorat. Tout cela à travers vos mots ou vos images. Limitez-vous à un adjectif associé à un nom. Utilisez des mots spécifiques, émotionnels, et évitez les mots trop banals.