

digital learning
academy *by ildi*

Learning Happy Hours

Vidéo Expert

Saison 7 — Épisode S07E04

Story Telling et Formation

1.

• Qu'est-ce que le Story Telling ?

2.

• Story Telling et formation, pourquoi ça marche ?

3.

• Comment s'y prendre ?

4.

• La posture de l'animateur « story-telleur »

5.

• En résumé

1. Qu'est-ce que le Story Telling ?

- Le point de départ : une technique de communication qui s'appuie sur la narration.
- Aborder un sujet en « racontant une histoire »
- Un objectif qui lui est lié : provoquer une émotion
- De tout temps, raconter des histoires a été un moyen de transmettre et d'instruire les générations suivantes avant même de chercher à divertir.

De Lascaux à la communication de marque le storytelling est aujourd'hui largement utilisé dans nombre de secteurs :

- en marketing pour amener le consommateur à adhérer aux valeurs de la marque ;
- en management pour fédérer les équipes autour de valeurs d'entreprise et d'une stratégie « corporate » ;
- dans l'armée pour légitimer les actions ;
- et en politique pour convaincre le citoyen de la nécessité d'une politique donnée.

2. Story Telling et formation, pourquoi ça marche ?

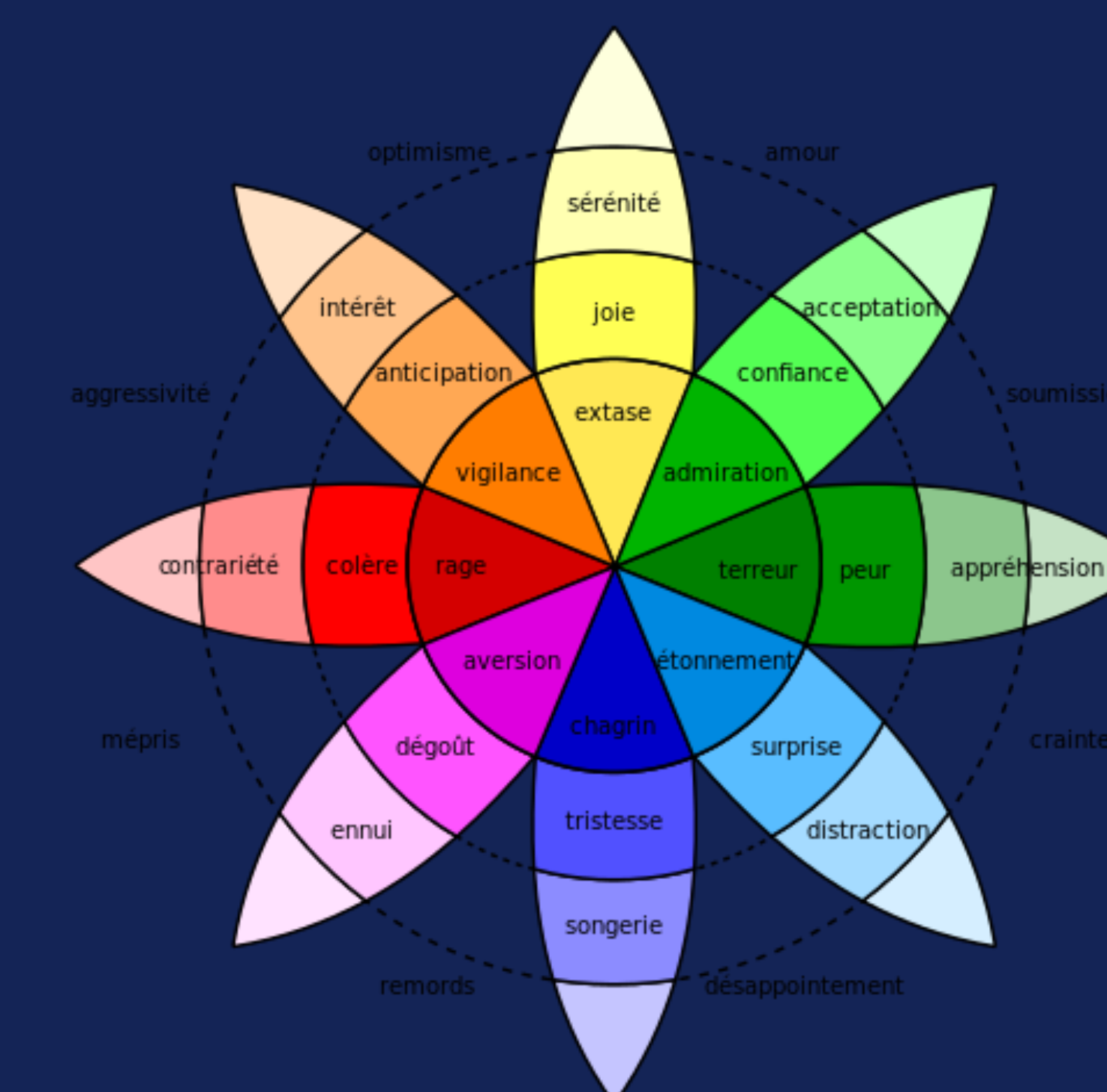
- Les neurosciences cognitives ont démontré que le cerveau est plus réceptif aux messages véhiculés par une histoire
- Le récit puise dans l'inconscient collectif de l'humain pour transmettre une information par des scènes imagées et des émotions
- Solliciter l'imaginaire de chacun, susciter des émotions, provoquer l'identification, autant de leviers pour renforcer l'attention, la mémorisation et mobiliser les capacités cognitives de l'apprenant

Story
Telling
formation

3. Comment s'y prendre ?

- Une histoire efficace est celle qui s'adresse à un public identifié. Définir sa cible est donc la première étape avant de se lancer. Quel est le profil des apprenants ?
 1. Groupe de professionnels exerçant la même activité dans des entreprises différentes qui sont liés par des problématiques communes ?
 2. Managers d'une même entreprise partageant des valeurs ou un vécu professionnel ?
- Un apprenant c'est : une rationalité, des valeurs, des croyances, des peurs, des sens, des aspirations... autant de leviers sur lesquels s'appuyer
- Une fois la cible définie, la définition de l'objectif (développer un sentiment d'appartenance, acquérir un savoir-faire, maîtriser les caractéristiques d'un nouveau produit...) permet d'identifier l'émotion sur laquelle bâtir son histoire (fierté, joie, envie, désir...)
- Lorsque la cible et l'objectif sont clairement identifiés, il est plus simple de choisir un levier narratif : histoire réelle (expérience, témoignage...) ou fiction, voire un mix des deux

La palette des émotions est large. Elle a notamment été formalisée en 1980 par le psychologue américain Robert Plutchik, dans une roue des émotions. Il y décrit les associations d'émotions et leurs résultats in fine sur le récepteur.



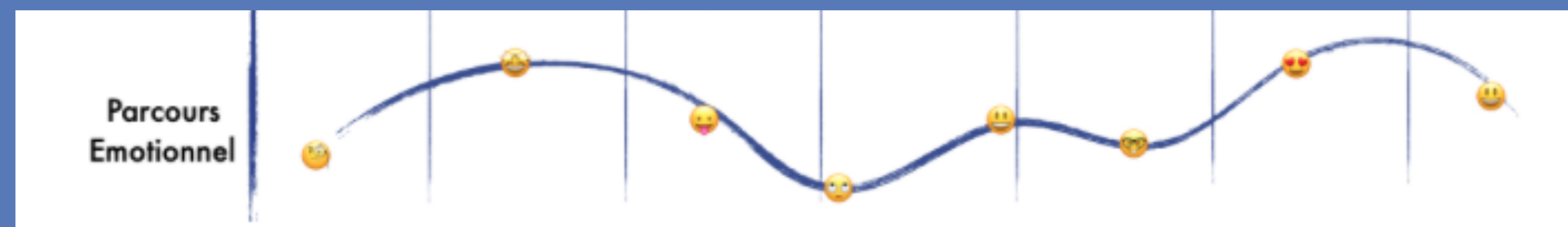
3'. Comment s'y prendre ?

- Dans tous les cas, l'histoire devra reposer sur un personnage central (le héros), confronté à une problématique (la quête), qui va dérouler un plan d'action (la méthode) pour parvenir à une leçon à retenir qu'il s'agisse par exemple de la résolution du problème ou du constat d'une absence de solution...
- Qui dit héros dit quête...
- ...Qui dit quête dit méthode : face au problème exposé dans son contexte, le héros élabore un plan d'action : sa méthode de résolution de problème
- ... Qui dit méthode dit résultat

*Le HÉROS,
la QUÊTE
et LA MÉTHODE*

3". Comment s'y prendre ?

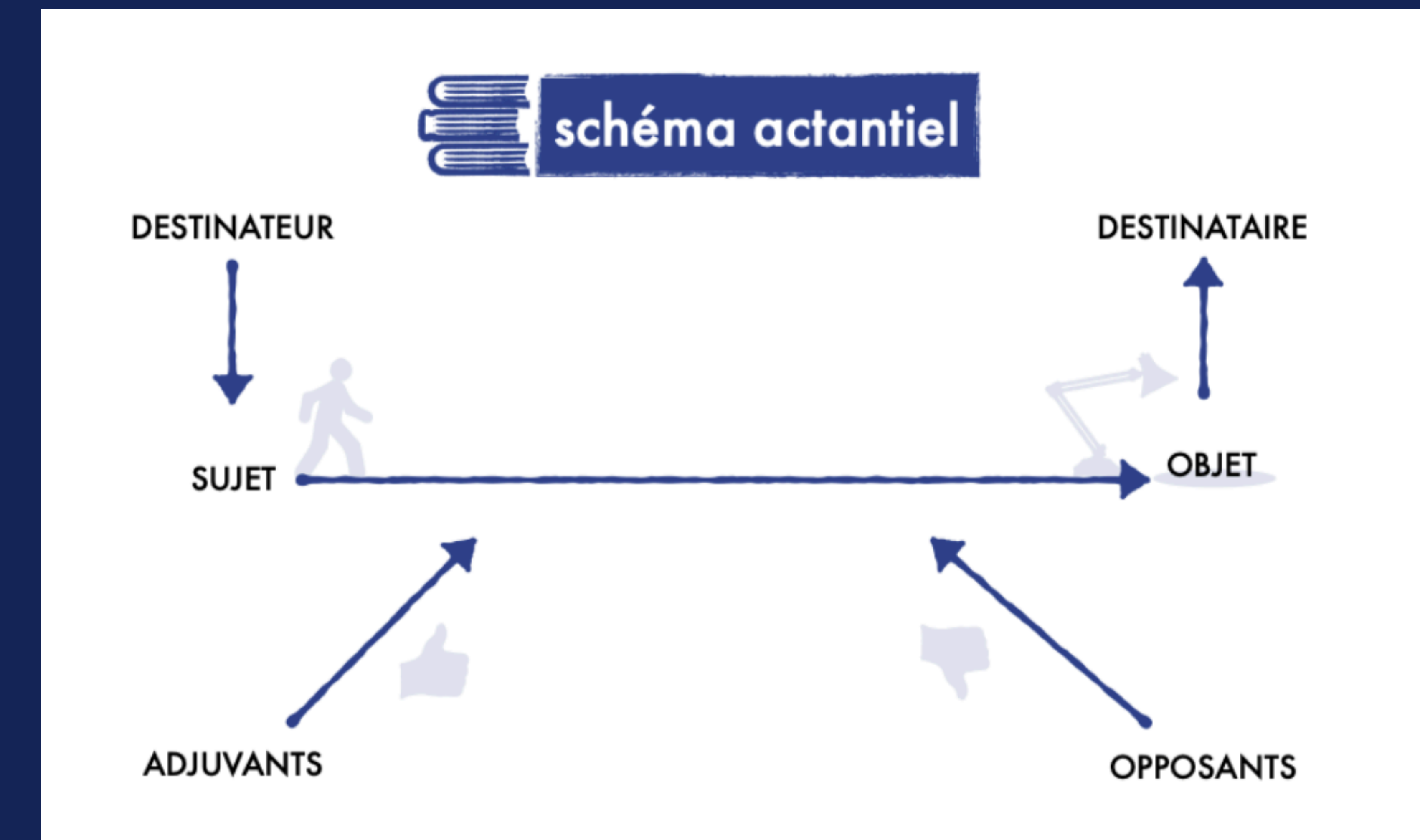
- Revisiter votre scénario pédagogique à la lumière de la vision apprenant et de son parcours émotionnel* ...
- Si vous raisonnez « user centric », l'apprenant est-il toujours engagé grâce à l'histoire que vous lui racontez ?



** Une approche développée par Flore Massoulié, CEO-fondatrice de [Such](#)*

4. La posture de l'animateur «storyteller»

- Je m'assume en storyteller : assumer de raconter des histoires pour illustrer un propos avec le schéma actantiel.
- Vous êtes votre propre outil :
 - Posture : regarder chaque personne
 - Corps : ne pas cacher ses mains, quitte à ce qu'elle ne bouge pas
 - Voix : respirer, inspirer avec le ventre avant de parler
 - Prendre le temps et apprécier les silences
- Storytelling dans ma présentation : le pitch Pixar



Pitch Pixar

Il était une fois _____
_____ Chaque jour _____

Mais un jour _____
_____ A cause de ça _____

_____ A cause de ça _____

Jusqu'à ce que finalement _____

5. Pour conclure

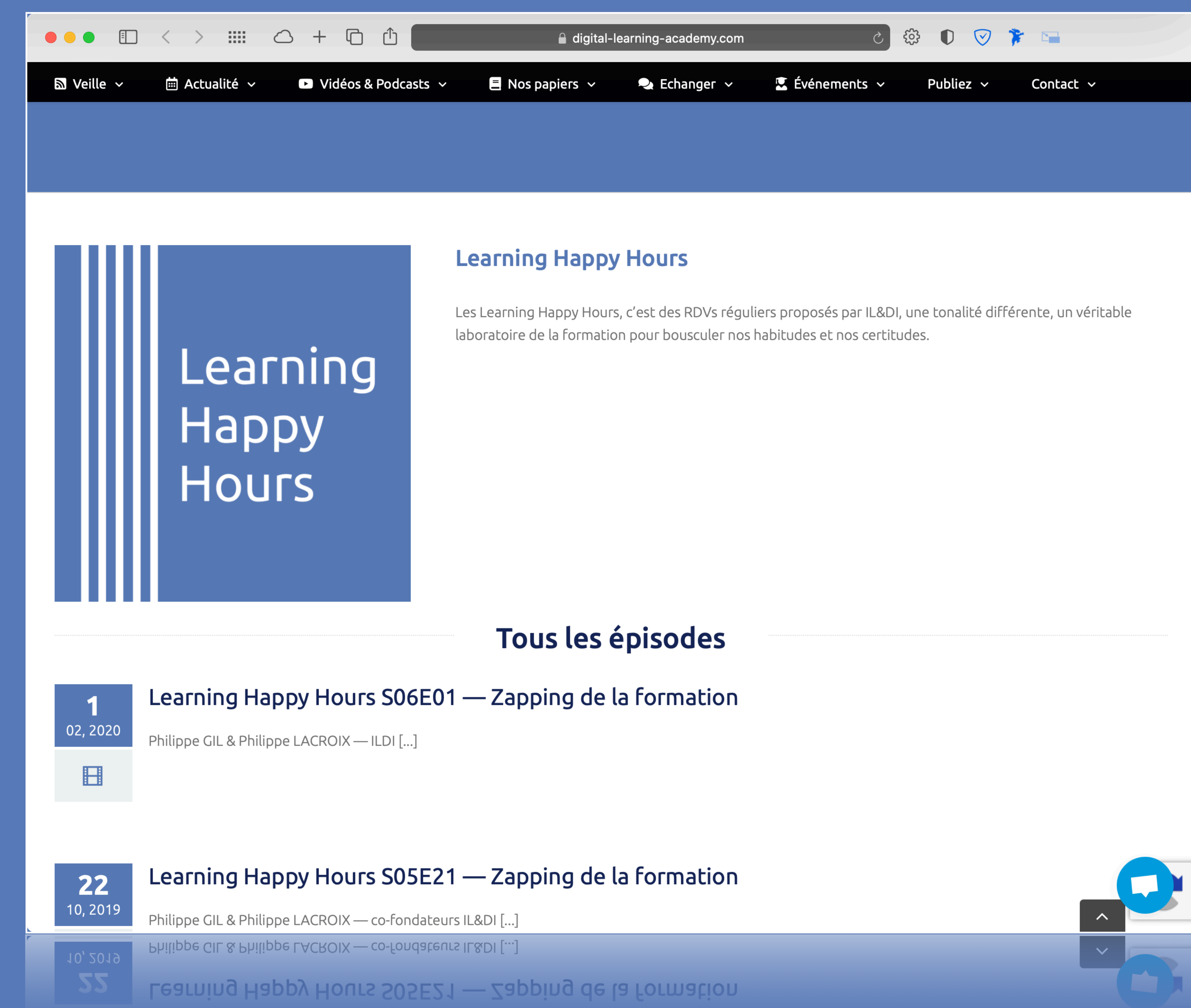
- Une approche qui fonctionne bien en formation
- Une obligation de bien réfléchir à sa cible, de bien la connaître pour trouver les bons ressorts
- Une approche valable tant pour des dispositifs en ligne que pour le présentiel
- Une posture particulière pour l'animateur en salle
- Bref une méthode... pédagogique ;-)

Le Story Telling est un bon levier pour renforcer l'ancrage

Il est utile lorsque l'on veut renforcer l'attention des apprenants

Il ne faut pas en abuser

Retrouvez
tous les épisodes
sur la DLA
Digital Learning Academy



[https://digital-learning-academy.com
/Learning-Happy-Hours](https://digital-learning-academy.com/Learning-Happy-Hours)

A bientôt !

pour un prochain épisode...

