Engager votre audience avec le STORYTELLING

Présenté parJosée Klus
Adapté/Inpiré de Brand Trust & Duarte Group
www.brandtrust.com
www.duarte.com

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.









Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

“Stories make it easier to understand the world. …IT IS THE WAY to spread an idea.”

Seth Godin

Auteur à succès, don’t le livre “Le story-telling en marketing”; ancient responsable marketing chez Yahoo

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.



VS



Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

« Si on ne raconte pas notre histoire, quelqu'un d'autre va le faire»

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

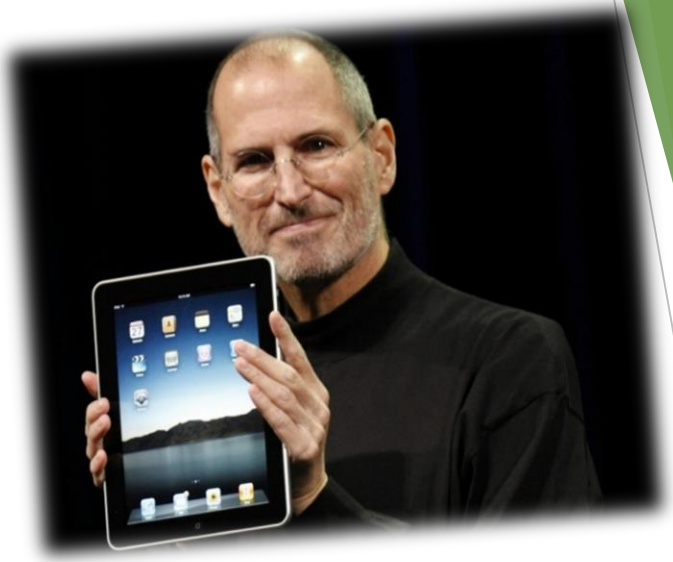
STORYTELLING



Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

De grands orateurs….









Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

PASSION

ENERGIE

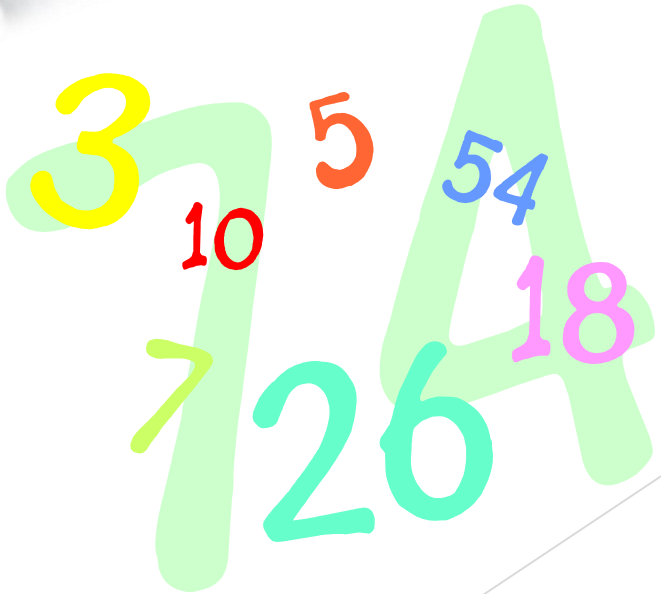
CONNECTION

UNE HISTOIRE…

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.







Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

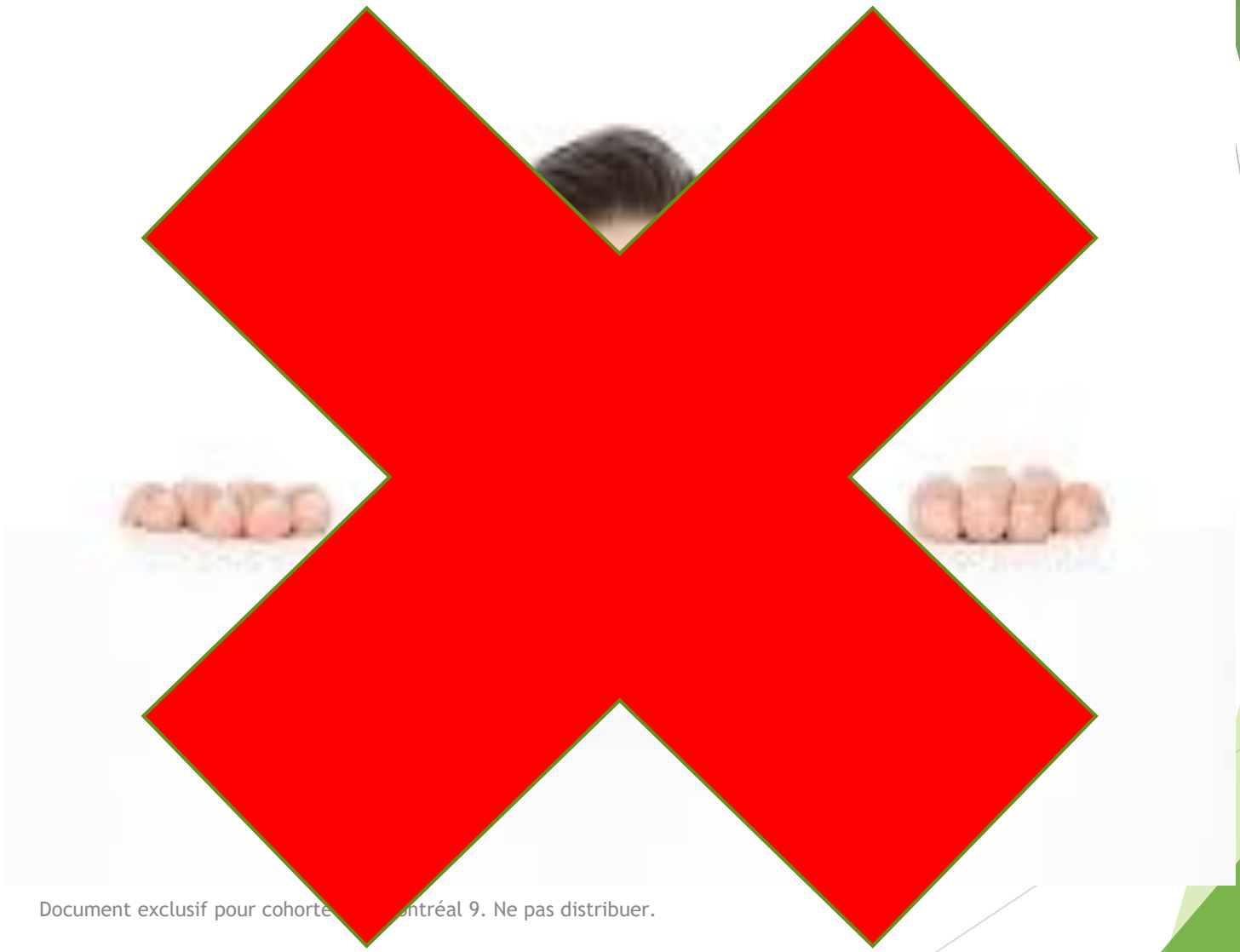
BÂTIR VOTRE PRÉSENTATION EN UNE HISTOIRE

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

Créer une présentation mémorable:

- **Créer votre storyboard:**
  - **UN concept par diapo**
  - **Truc: utilisez les post-it**
- **Créer les diapos APRÈS avoir préparé votre discours/storyboard**
- **Design des diapos – la règle: 3 sec. d'attention**
- **Utiliser les diapos de façon sélective**

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.



Document exclusif pour cohorte ntréal 9. Ne pas distribuer.

2 outils pour créer votre storyboard:

- ***Story Arc***
- ***Topic Sentence Approach***

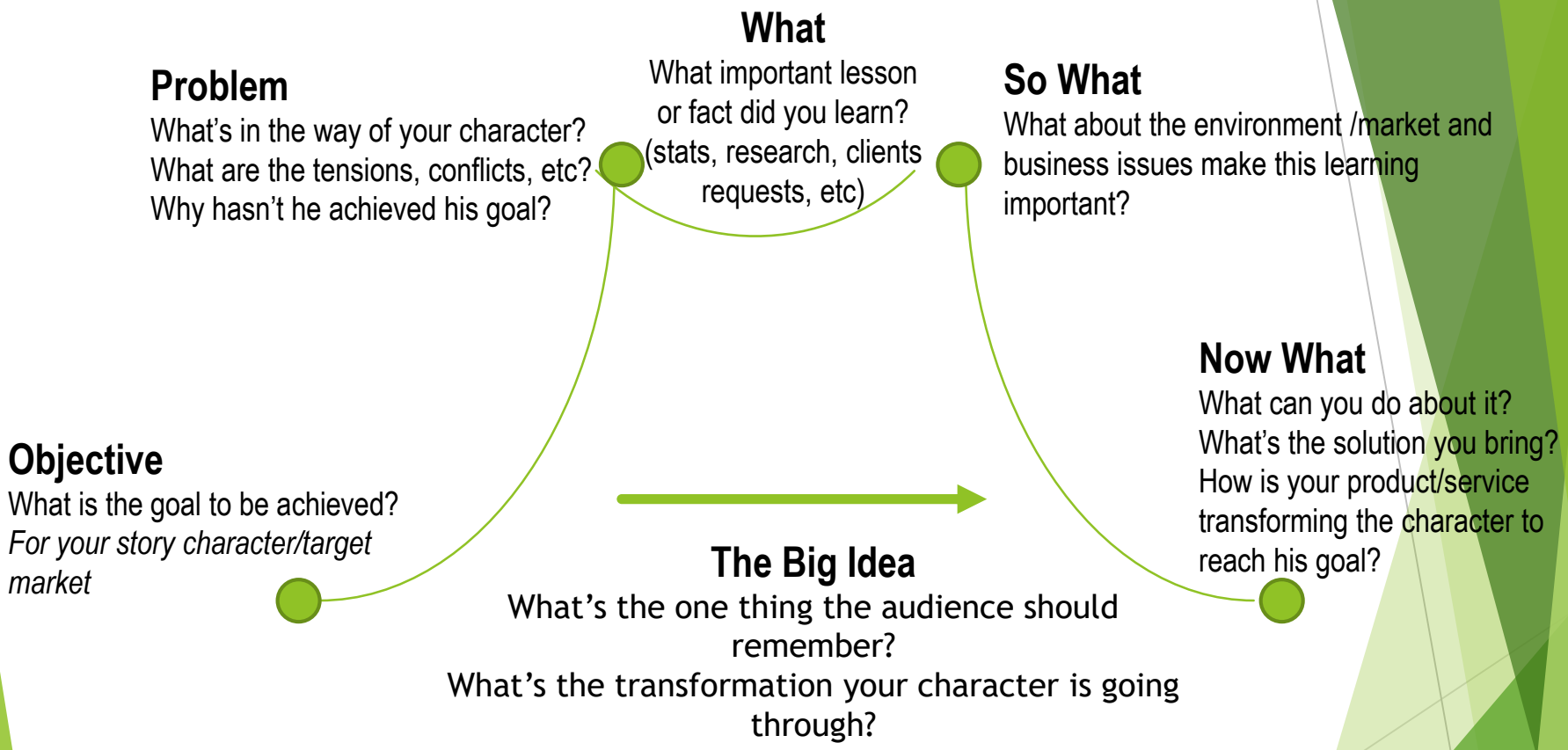
Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

THE STORY ARC: La fondation

- ✓ **Qui est le personnage de votre histoire i.e. votre client/marché cible?**
  - ➢ Description démographique
  - ➢ Ses désirs, ses besoins, ses motivations
- ✓ **Qui est votre audience?**
  - ➢ Leur expérience? Motivations? Implications? *What's in it for them?*
- ✓ **Quel est l'objectif de votre présentation?**
- ✓ **Adapter votre histoire selon l'audience**
- ✓ **Pratique, pratique, pratique**

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

THE STORY ARC



Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

Adapted from Brand Trust. All rights reserved

Topic Sentence Approach (TSA)

Une méthode simple pour developer des communications claires, concises et facile à suivre.

Comment l'utiliser

1. Une idée majeure par page: la phrase-sujet/*topic sentence* va exprimer cette idée
2. Vues ensemble, les phrases-sujet de chaque page devraient raconter toute l'histoire de la présentation
3. Le corps de la page contient la preuve qui supporte la phrase-sujet

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

Mise en pratique

Utilisant le TSA et le Story Arc :

15 minutes – Créer votre message/storyboard (avec les post-it)

15 minutes – Partage d'exemples en groupe

5 questions pour une phrase-sujet puissante
• La phrase fontionne-t-elle hors contexte? • Est-elle convaincante? Voulez-vous en savoir plus? • Est-elle facile à comprendre? Éviter le jargon ou acronyme • Tous les mots sont-ils nécessaires? • Est-ce une nouvelle ou une explication? Un fait ou une implication?



D. Pink

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.

Ref. Brand Trust

Inspiring videos

- **Stats story:**
  http://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever_seen

- **Nancy duarte**: Report document vs Presentation with a story…

https://www.youtube.com/watch?v=GY3u6QuZXEs

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal. Ne pas distribuer.


obrigado
Dank U
Merci
mahalo
Köszi
спасибо
Grazie
Thank you
mauruuru
Takk
Gracias
Dziękuję
Děkuju
danke
Kiitos

Additional slides

STORYTELLING

The Elevator Speech

The Elevator Speech approach is a tool for summarizing an idea in 30 seconds or less, and is particularly valuable for successfully delivering a quick and concise explanation of a project.

The following recommendations should be considered when developing an elevator speech:

1. Start with the project summary (i.e. storyboard) and then further refine it.
2. Literally write the entire speech on a 3x5 card; guarantee you stick to the “30 seconds or less” rule
3. Consider the point of view of your audience when crafting
4. Organize the flow
5. Refine, refine, refine!

Document exclusif pour cohorte Défi Montréal 9. Ne pas distribuer.

Ref. Brand Trust. All rights reser