

Storytelling au travail : raconter pour transmettre

Module adaptatif

~20 min

Dix minutes après une série d'exposés, 5 % des auditeurs se souviennent d'une statistique — 63 % se souviennent d'une histoire (étude de Stanford). Ici, le storytelling est un outil de travail, pas un numéro d'orateur : le module donne cinq usages, de l'histoire qui illustre une idée abstraite à celle qui transmet une conviction, une structure en quatre temps et des règles qui évitent la morale plaquée — avec une éthique : la posture du passeur, jamais celle du vendeur.

— OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- 01 Choisir le bon type d'histoire selon l'usage : illustrer, changer une perception, bousculer une croyance, montrer une pratique, transmettre une conviction.
- 02 Construire une histoire courte en quatre temps — situation, tension, retournement, sens — portée par un personnage incarné.
- 03 Appliquer les règles qui font mouche : deux à trois minutes, détails concrets, ni message annoncé ni morale finale.
- 04 S'appuyer sur l'IA pour générer, enrichir ou resserrer une histoire, en y gardant de vrais détails vécus.

— PUBLIC CONCERNÉ

Managers, experts et formateurs : tous ceux qui veulent faire passer leurs messages par des histoires qui restent.

- **Prérequis** : aucun

— DÉROULÉ DU MODULE

En autonomie, avec un entraînement adapté à l'apprenant.

- 1 **Autodiagnostic** : sur 9 dimensions pour situer ses pratiques et orienter l'entraînement.
- 2 **Vidéo d'expert** : de 10 minutes, ponctuée de 3 pauses de réflexion.
- 3 **Mises en situation** : 2 premières situations sélectionnées à partir de l'autodiagnostic, puis 16 autres facultatives. Chaque réponse reçoit un retour pédagogique : ses effets et une piste pour progresser.
- 4 **Engagement daté** : une action à essayer, rédigée par l'apprenant ou choisie parmi les propositions.
- 5 **Fiche mémo à télécharger** : repères clés, questions, engagement, notes personnelles et check-lists.

— ÉVALUATION ET VALIDATION

Seuil : 80 %

Le score prend en compte les réponses aux mises en situation, l'engagement formulé et, le cas échéant, les activités d'apprentissage complémentaires. La validation requiert un engagement et un score d'au moins 80 %.

MÉTHODES & MODÈLES

- Histoire tremplin (springboard story) — inspiré de Stephen Denning
- Storytelling, structure en quatre temps (situation, tension, retournement, sens) — méthode Afthonios
- Histoire du pourquoi — méthode Afthonios

SOURCES & RÉFÉRENCES

- Chip Heath (Stanford), « Made to Stick » — environ 63% des auditeurs se souviennent d'une histoire, contre environ 5% d'une statistique précise
- Paul Zak, neuro-économiste, « Why Your Brain Loves Good Storytelling », Harvard Business Review, 2014 — production d'ocytocine renforçant mémorisation et engagement
- Uri Hasson, neuroscientifique (Princeton, PNAS) — « couplage neuronal » : l'activité cérébrale de l'auditeur se synchronise avec celle du conteur
- Stephen Denning, ancien cadre de la Banque mondiale, « The Springboard », 2001 — l'histoire tremplin comme levier de changement de perspective