

Enseignement

Le storytelling, ou convaincre en racontant une histoire

La méthode de communication, très en vogue dans les pays anglophones, cherche à emporter l'adhésion de son auditoire à l'aide d'un récit

Formateur et coach en entreprise, Jean-Marc Guscetti recevait il y a quelque temps un vendeur d'espace publicitaire qui venait de perdre son emploi. Ce dernier lui demandait conseil avant un entretien d'embauche. Rapidement, le regard du coach fut attiré par le vieux stylo au bout rongé par les dents que son interlocuteur ne cessait de triturer tout en parlant. Se mettant dans la peau d'un recruteur, à qui cet objet ferait assurément mauvais effet, Jean-Marc Guscetti lui suggéra d'en acheter un neuf. «Ce stylo, monsieur, vaut des millions, tous les contrats que j'ai signés grâce à lui», répondit le vendeur, presque offusqué. «Eh bien, à l'entretien d'embauche, racontez cette histoire comme vous venez de me la dire», lui conseilla alors le coach, pour qui ce récit prouvait mieux que tous les diplômes les qualités professionnelles de cet homme. Ce dernier fut en fin de compte engagé, et on vous laisse deviner avec quel stylo il signa son nouveau contrat.

Entraîner l'adhésion

Cette anecdote résume bien le storytelling, qu'on peut définir comme la capacité de communiquer en racontant une histoire qui fasse de l'effet sur l'auditoire, qui entraîne son adhésion. Un récit qui doit s'inspirer du passé, s'appuyer sur le présent et se projeter vers le futur. L'histoire véhiculée n'a pas besoin d'être authentique. Elle peut être inventée. Il suffit que l'auditoire ne prenne pas l'un pour l'autre. Dans le storytelling, plus que l'authenticité, c'est la conviction et l'éthique qui comptent. En vogue depuis une vingtaine d'années dans les pays anglo-saxons, le storytelling fait peu à peu sa place dans nos contrées. Pourquoi cet intérêt maintenant? «On a atteint une limite dans la communication. On parle maintenant d'infobésité, un néologisme québécois qui signifie qu'on reçoit trop d'informations de toutes



Jean-Marc Guscetti croit en la force de la parole. VANESSA CARDOSO

parts, mais qu'on est en déficit de sens. Or le storytelling est un moyen de dire les choses plus simplement, une alternative aux chiffres ennuyeux, une façon de se différencier des autres», résume Jean-Marc Guscetti. A force d'utiliser ce média oral que l'on pratique depuis la nuit des temps

sans le savoir, ne risque-t-on pas une banalisation de ses effets? C'est un risque, reconnaît Jean-Marc Guscetti, pour qui certaines histoires sont meilleures que d'autres. «J'ai entendu récemment un beau récit sur le parcours d'Oscar Pistorius pour devenir un athlète handicapé parmi les

valides. Mais, après le meurtre de son amie, vous pouvez ranger ces histoires aux oubliettes, aucun public ne sera prêt à l'entendre.»

L'histoire est peut-être bonne, mais il faut savoir à quel moment la raconter, et comment. La méthode du teasing est souvent utilisée pour rendre les gens réceptifs. Est-on à la limite de la manipulation? «Le risque existe, en effet, reconnaît Jean-Marc Guscetti. Mais ce n'est pas l'outil qui est problématique, mais l'usage qu'on en fait.» Jean-Marc Guscetti voit-il des limites à la méthode? «La première, c'est notre capacité à entrer dans une histoire. La deuxième est notre capacité à y faire entrer l'autre. Et puis il faut un investissement en temps non négligeable nécessaire à trouver l'inspiration qui emportera l'adhésion, qui fera la différence.» Parfois, un simple stylo suffit. **Laurent Buschini**

www.rhetorique.ch
22 mars: atelier «Storytelling et Coaching» avec SR Coach, Hôtel Mirabeau, Lausanne. Inscriptions jusqu'au 12 mars.
Formation «Storytelling, l'art de convaincre par le récit», à Rolle, les 5 et 26 juin.

PUBLICITÉ



www.euruni.edu
 Business Education

BBA / MBA

ACCREDITED BACHELOR'S & MASTER'S DEGREES

- > Small classes
- > All courses taught in English
- > Onsite & online programs
- > Excellent mix of theory and practice
- > International environment
- > Global campus network in:

GENEVA & MONTREUX | MUNICH | BARCELONA

 **European University**
 Business School

Quai du Seujet 18
 1201 Geneva | Switzerland
 T +41 22 779 26 71
 info.gva@euruni.edu

