

Sommaire

Ouverture	1
Quelque chose a changé... ..	1

Première partie Comprendre le storytelling

Chapitre 1

Le pouvoir de l'émotion, la force du récit	9
Dernières révélations sur l'émotion	9
Pourquoi les récits sur Guantanamo sont-ils si convaincants ?	11
Pourquoi Loïc, 16 ans, est-il fan de « World of Warcraft » ?	15
Pourquoi un joli récit agit-il sur notre monde intime ?	18
Pourquoi croyons-nous les rumeurs ?	20
Un récit peut-il devenir une drogue ?	23
Mémo des notions clés	26

Chapitre 2

Le plus puissant des outils de communication	27
Notre définition du storytelling	27
Désormais, le storytelling « manage » le monde	30
Le storytelling, là où on ne l'attend pas !	35
Le révélateur de notre époque	39
Cinq cas historiques qui témoignent de la force du récit	42
Cinq cas récents qui révèlent la puissance du storytelling	46
Mémo des notions clés	51

Deuxième partie Le storytelling en action

Chapitre 3

Les politiques nous racontent des histoires	55
Sans une bonne histoire, il n'y a ni pouvoir ni gloire	55
L'arme des présidents américains	58
George W. Bush, le vrai précurseur	60
La victoire d'Obama, c'est la victoire du storytelling	64
La fiction avait précédé la réalité	67
Tony Blair ou l'art de faire la météo	69
Le storytelling du dauphin	71
Le storytelling du laitier	73
La France à l'ère du récit	76
Mémo des notions clés	80

Chapitre 4

L'entreprise narrative	83
Un outil pour le marketing et le management	83
Le marketing mise sur le récit	87
Raconter pour conquérir les marchés encore inexplorés	93
Marketing relationnel et buzz marketing à l'heure du récit	95
Cinq cas de storytelling appliqués au marketing	99
Le storytelling au cœur de la gestion des connaissances	104
Cinq cas de storytelling appliqués au management	107
Mémo des notions clés	112

Troisième partie Et maintenant, à vous de raconter

Chapitre 5

Comment écrire une belle histoire	117
Les secrets de la mécanique du cerveau humain	117
Pour bâtir un storytelling, il faut... ..	120
Exemples à suivre et à ne pas suivre	127

Pour bien débiter votre histoire...	130
Adopter le bon scénario comportemental	132
Veiller à ce que tout soit en place dans l'histoire	135
Trois valeurs sûres	139
Quel langage pour mon histoire ?	143
Mémo des notions clés	146

Cas pratique L'élection présidentielle de 2012

Lundi 19 décembre 2011, la dépêche tombe...	149
Les storytellers en ordre de marche	151
Écrire « la » belle histoire	153
« We got it ! »	155
Un cas intéressant...	159
Un joli récit pour Nicolas Dupont-Aignan	162
Le fond émotionnel du récit	165
Les cibles générationnelles	168
« J'ai bien aimé votre histoire »	171
Avant de nous séparer...	173
Le storytelling est ancré dans la vie	173
Bibliographie	175
Index	179