

Notre sélection

Pour retrouver les meilleures idées sur ce sujet, nous vous recommandons les publications suivantes :

Le storytelling en action

Olivier Clodong, Georges Chetochine, Les Editions d'Organisation 2010



Olivier Clodong et Georges Chetochine décortiquent dans cet ouvrage les mécanismes qui font du storytelling un outil d'influence si efficace. S'appuyant sur de multiples exemples issus de la sphère politique (Barack Obama, George Bush, Abdoulaye Wade au Sénégal, Marc Ravalomanana à Madagascar), de l'univers des marques (Chanel, World of Warcraft, Twilight), du monde de l'entreprise (Danone, 3M, IBM, HSBC), des grandes causes humanitaires (défense des animaux, microcrédit, etc.), les auteurs identifient les leviers sur lesquels nous pouvons jouer pour influencer

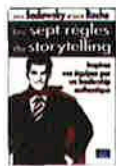
notre entourage grâce à des histoires habilement racontées.

Les deux premières parties, qui développent une longue série de cas réels très détaillés, font la preuve de l'efficacité incommensurable du storytelling tout en expliquant les phénomènes à l'œuvre. Les auteurs enchaînent dans une troisième partie sur une boîte à outils peu structurée, mais dans laquelle le dirigeant pourra piocher à volonté pour améliorer ses compétences de conteur d'histoires.

Un livre à lire plus pour ses exemples, extrêmement vivants et bien racontés, que pour ses conclusions explicites.

Les sept règles du storytelling

John Sadowsky, Lorick Roche, ed Pearson|Village|Mondial, 2009



Livre outil par excellence, issu de l'expérience de coaching de leaders de ses auteurs, ce livre part de la conviction que chacun, et en particulier chaque dirigeant, peut et doit développer ses compétences de conteur d'histoires. L'argument est bien posé en première partie, et "vendu" au travers d'histoires (Dell, Apple) qui ne manqueront pas de vous inspirer et d'éveiller en vous la curiosité de lire la suite. S'en suivent sept règles d'or - chacune faisant l'objet d'un chapitre - pour devenir un bon conteur d'histoires même lorsque l'on ne se sent pas un conteur. Ne

commencez par un travail d'introspection pour découvrir des histoires "qui vous ressemblent" et inspirent confiance en vous, apprenez à "lâcher prise" pour laisser votre interlocuteur s'approprier votre histoire et en tirer lui-même ses propres conclusions, personnalisez vos histoires et donnez suffisamment de détails pour les ancrer dans la réalité. Et surtout, faites simple !

Une fois lu cet ouvrage, il ne vous restera plus qu'à oser parfois renoncer à vos présentations PowerPoint structurées et vous lancer dans la narration.

The Story Factor

Annette Simmons ed Basic Books 2006 320 pages



Ce court ouvrage diffère de la littérature traditionnelle sur le management. L'auteur veut montrer comment une histoire est un outil d'influence bien plus efficace que l'argumentation logique. Elle applique donc ce principe à la lettre. Point ici de démonstration structurée ou de liste de conseils, c'est par des histoires qu'Annette Simmons nous fait part de son point de vue. A nous de conclure si nous voulons appliquer ses idées ! Un livre agréable à lire, et qui ouvre un nouveau regard sur le travail d'influence de tout manager ou leader.

Et aussi...

Nous nous sommes aussi appuyés sur les sources suivantes :

- **The Power of Storytelling** Brian Leggett, IESE Insight avr / juin 2005
Partager l'information et le savoir grâce au storytelling
- **Telling Tales** Stephen Denning, Harvard Business Review, mai 2004
Quelles histoires raconter et comment le faire pour faire évoluer les comportements de ses interlocuteurs ?
- **Real Leaders Don't Do PowerPoint: How to Sell Yourself and Your Ideas**, Christopher Witt, Dale Fetherling, ed Crown Business, 2009
Une évaluation humoristique des compétences d'expression en public des dirigeants
- **Storytelling that Moves People, A conversation with Screenwriting Coach Robert McKee** Bronwyn Fryer Harvard Business Review juin 2006
Comment faire d'une histoire un véritable outil d'influence ?
- **The Four Truths of the Storyteller** Peter Guber Harvard Business Review, dec 2007
Les quatre piliers de l'authenticité d'une histoire

Pour aller plus loin

Pour approfondir ce sujet

- **Exercer son influence** (Synthèse Manageris n° 124a)
Mieux comprendre les mécanismes de pouvoir et d'influence dans l'organisation
- **Les ressorts de la manipulation** (Livre et synthèse Manageris n° 128b)
Comprendre les mécanismes de la manipulation pour mieux en maîtriser les impacts
- **Les clés de la persuasion** (Synthèse Manageris n° 171b)
Adapter sa stratégie de persuasion au style de décision de son interlocuteur
- **Le leadership au-delà des mots** (Synthèse Manageris n° 176b)
Renforcer son effet d'entraînement sur les autres grâce au langage non verbal

MANAGERIS

28, rue des Petites Ecuries
75010 Paris
Tel 01 53 24 39 39
Fax 01 53 24 39 30
E-mail info@manageris.com
www.manageris.com

Abonnement à Manageris (1 an)

Classique (22 synthèses papier)	690 € HT
Executive (22 synthèses papier + web)	850 € HT
Gold (accès à la base complète des synthèses)	1850 € HT

Ventes au numéro

	Abonnés	Non abonnés
Synthèse	33 € HT	66 € HT
Numéro	66 € HT	132 € HT

Droits de diffusion et tarifs groupes nous consulter