

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DES COMPÉTENCES :

Concevoir des présentations convaincantes avec le storytelling (stratégie narrative)

La certification « Concevoir des présentations convaincantes avec le storytelling (stratégie narrative) » évalue l'ensemble des compétences que l'on doit maîtriser et ordonner afin de raconter un projet sous la forme d'une histoire. Il ne s'agit pas ici de « raconter des histoires » mais de concevoir des présentations qui racontent le changement que l'on veut provoquer pour soi et pour les autres.

Prérequis : avoir un an d'expérience professionnel et connaître les fonctionnalités de base d'un logiciel de présentation (Powerpoint, Keynote, Google Slide, etc.).

Code(s) NSF :

- 320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information
- 310 : Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion
- 312 : Commerce, vente

Situation de handicap : l'épreuve peut être aménagée afin répondre à certaines situations de handicap tout en garantissant l'égalité des chances. Les aménagements peuvent prendre différentes formes : une assistance lors de l'épreuve, l'adaptation des consignes ou un délai supplémentaire. Pour toute question, contactez notre référent handicap à l'adresse academy@zerepresenters.com

COMPETENCES EVALUEES	CRITÈRES D'ÉVALUATION	MODALITE D'EVALUATION
1 - CAPTER L'INTÉRÊT Capter durablement l'intérêt de l'auditoire avec une introduction en trois temps, afin de l'amener à se sentir concerné et à lui donner envie de changer les choses.		Après sa formation, le candidat a 4 semaines pour choisir une thématique issue de son environnement professionnel et concevoir une présentation en appliquant la méthode HUBSTORY®. La présentation attendue doit correspondre à un temps d'intervention de 5 à 10 min. Elle doit respecter les ingrédients du StoryCanvas®(vu en formation) et contenir 2 à 4 boucles d'argumentation. À titre d'exemple, cela peut être une proposition commerciale, une présentation d'entreprise ou de projet. Toute information, nominative ou chiffrée, revêtant un caractère confidentiel doit être modifiée afin d'être rendue anonyme et/ou inutilisable. Le candidat pourra demander l'aide de son formateur afin de choisir le sujet le plus approprié. Le document final fourni par le candidat doit permettre d'évaluer en parallèle la structuration du propos (ce que l'orateur a prévu de dire) et le support de présentation (ce qui sera affiché à l'écran). Ce document peut prendre trois formes, au choix :
Démarrer la présentation avec une connexion claire afin de capter l'écoute de l'auditoire.	Un démarrage de la présentation nette via une des trois techniques de connexion : interpeller, embarquer ou surprendre.	
Formuler une problématique à l'aide d'un questionnement itératif afin que l'auditoire se sente concerné.	Le ou les problèmes ne se limitent pas à des problématiques de surface. Ils représentent un diagnostic original et pertinent vis à vis du public visé et du projet proposé par la suite.	
Poser les enjeux en prolongeant le problème et ses conséquences afin d'activer la nécessité de changer.	Le problème est complété par des enjeux formulés sous la forme d'un risque, d'une opportunité (ou d'un mélange des deux) qui implique l'auditoire.	
2 - CRÉER LE DÉSIR Formuler l'idée/le projet sous la forme d'une promesse de changement en 4 temps qui déclenchent l'envie d'en savoir plus.		
Partager une vision fédératrice en formulant un idéal à suivre afin de donner du sens à une idée.	La promesse de changement est inspirante via la formulation d'une conviction, d'une cause à défendre, ou d'une source d'inspiration.	

Identifier les partis pris distinctifs du projet en formulant des critères de succès simples qui rendent le projet atteignable.	La promesse de changement est réalisable via la formulation d'un savoir-faire distinctif, d'un ou plusieurs partis pris structurants ou des facteurs clés de succès.	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Un fichier vidéo de 5 à 10 min où l'on voit à la fois le candidat et son support de présentation. Le son doit permettre d'entendre distinctement ce que dit le candidat. ☐ Un fichier vidéo de 5 à 10 min n'affichant que le support de présentation (où l'orateur n'apparaît pas à l'image). De la même manière, la prise de son doit permettre d'entendre distinctement ce que dit le candidat. ☐ Un fichier Powerpoint, Keynote ou un lien Google Slide permettant de voir les slides et de lire les commentaires de l'orateur. Le propos de l'orateur doit être suffisamment détaillé pour évaluer clairement ce que le candidat a prévu de dire.
Présenter l'idée sous la forme d'une solution concrète afin de se représenter le changement qu'elle va provoquer.	La promesse de changement est concrète en prenant la forme d'un projet, d'une offre, d'un plan d'action, d'un outil, etc.	
Synthétiser la promesse de changement en formulant un slogan afin de marquer les esprits.	La promesse de changement est condensée en une phrase courte, concrète et compréhensible : un slogan, un cri de ralliement, une phrase courte et impactante.	
LEVER LES RÉSISTANCES Structurer les arguments du projet grâce à un plan des actions pertinent et à une argumentation optimisée afin de lever les résistances au changement.		
Structurer le plan des actions à mener sous la forme d'une progression cohérente afin d'adresser toutes les résistances.	Le plan des actions est structuré en 2 à 4 étapes maximum. Il s'appuie sur une identification en amont des objections de l'auditoire. Le plan met en cohérence l'argumentation du candidat sous la forme des défis à relever, des actions à mettre en avant ou des objectifs à atteindre	<p>Le jury d'évaluation est composé d'un professionnel externe en fonction (consultant en communication, chargé de communication, responsable d'agence de communication) et d'un formateur interne certifié, aucun des deux n'ayant participé à la formation du candidat.</p> <p>Le candidat envoie son document dans un délai de 4 semaines après le dernier jour de formation, soit via le module de certification disponible sur la plateforme digitale, soit par mail à une boîte de messagerie dédiée certification@zrepresenters.com.</p>
Formuler les étapes du plan avec des titres simples et homogènes afin de favoriser l'appropriation du raisonnement.	Tous les titres sont formulés de manière homogène (par exemple : démarrer par un verbe d'action ou un nom commun, sous la forme d'une question, etc.).	
<u>Pour chaque étape du plan :</u> Démarrer l'argumentation en formulant les enjeux spécifiques afin de maintenir la tension du récit.	L'étape commence par la présentation de l'obstacle, de la résistance à lever, du risque ou de l'opportunité à laquelle on fait spécifiquement face à cette étape.	
<u>Pour chaque étape du plan :</u> Valoriser les arguments sous la forme d'actions à mener afin de répondre aux enjeux.	Les actions à mener sont concrètes (on se représente clairement ce qui sera mis en œuvre) et sont cohérentes vis à vis des résistances à lever.	
<u>Pour chaque étape du plan :</u> Finir l'étape en insistant sur les conséquences/avantages afin de faciliter l'adhésion.	L'étape se termine par un bénéfice immédiat, attendu ou obtenu, par un enseignement ou un ensemble de KPI (indicateurs de performance) concrets.	

ANCRES LES BÉNÉFICES Conclure la présentation avec les bénéfices rationnels et émotionnels du changement en appliquant 3 temps qui favorisent le passage à l'action.		
Marquer la fin du récit avec une transition claire afin de mobiliser l'attention de l'auditoire sur les derniers mètres.	Une transition nette (« en conclusion », « pour finir », etc.) qui met en perspective la promesse de changement initiale : objectif, statut à obtenir, nouveau défi, etc.	
Structurer une conclusion en synthétisant l'ensemble des bénéfices afin de proposer un futur désirable.	Une liste claire des grands bénéficiaires du projet et, pour chacun d'entre eux, les grands bénéfices liés à la mise en œuvre du projet.	
Préparer le mot de la fin sous la forme d'un appel à l'action qui favorise l'engagement.	Une fin du récit nette qui engage à l'action : prendre date, annoncer la prochaine étape, proposer un échange, répondre aux questions, etc.	
METTRE EN SCÈNE LA PRÉSENTATION Concevoir un support de présentation en mettant en œuvre les 3 compétences liées au Storydesign afin de servir la narration et d'augmenter la mémorisation et l'impact		
Structurer le support en associant les slides à chaque temps fort afin d'accompagner le récit.	Le support de présentation applique le principe du « une idée par slide ». Il est séquencé de manière à accompagner l'évolution du récit avec au moins une slide par temps fort du récit (soit une slide par ingrédient de la méthode).	
Composer chaque slide en utilisant une hiérarchisation afin d'amplifier l'impact visuel du propos.	Chaque slide applique le principe du « favoriser le vu ». Elle est composée (hiérarchisation des blocs et formulations des titres) pour être captée d'un coup d'œil grâce à des formulations synthétiques hiérarchisées sur trois niveaux maximums.	
Designer les slides en appliquant un style qui renforce le sens du propos afin d'activer l'émotion et la mémorisation.	<p>Le design de chaque slide (illustration, application de la charte graphique, aplats de couleurs et effets de style) applique le principe du « style qui fait sens ».</p> <p>Les éléments purement décoratifs sont éliminés afin de simplifier le message et d'amplifier l'impact de l'idée centrale.</p> <p>Chaque slide sert un usage clairement défini : l'impact d'un message, la compréhension d'un mécanisme ou l'émotion des parties prenantes.</p>	