

Sommaire

1	LE POUVOIR DES HISTOIRES 2	
	Histoires visuelles	4
	La faute aux outils?	6
	Trouver l'outil adapté	6
	Pour influencer, il faut toucher	7
	Des preuves concluantes	10
	La méthode de l'histoire visuelle	11
2	CAST ET LA MATRICE DE L'HISTOIRE VISUELLE 12	
	La matrice	12
3	UTILISER CAST POUR RACONTER DES HISTOIRES 22	
	Utiliser la matrice d'histoire visuelle	23
	Apprenez de notre expérience	24
	Exemples d'utilisation de CAST	25
	Créez votre exemple	25
	Exemple 1 : la coach	26
	Exemple 2 : l'hôpital universitaire	27
	Raconter la bonne histoire	29
	Bien raconter l'histoire	29
4	POURQUOI 34	
	Les trois catégories de « Pourquoi »	35
	Commencer par le « Pourquoi »	36
	À chacun ses motivations	37
	Techniques pour découvrir les « Pourquoi »	37
	Les cinq pourquoi	38
	La chaîne de douleur	40
	Cartographie des incidences	41
5	QUOI 48	
	Ce qui va changer	50
	Explorer les changements	52
	Filterer et cibler	56
6	COMMENT 62	
	Traçabilité et jalons	64
	Trouver le « Comment »	66
	Comprendre les liens de dépendance	68
	Cum hoc ergo propter hoc	70
7	ET SI? 76	
	Parcourir l'histoire à rebours	78
	Autres scénarios	80
	Un dernier mot sur le contenu de l'histoire	89
8	QUI 92	
	Trouver un terrain commun	96
	Créer une carte du pouvoir	98
9	MODES D'APPRENTISSAGE ET DE PRISE DE DÉCISION 108	
	Classer votre public par catégories	109
	Des préférences	109
	Modes d'apprentissage	110
	Styles décisionnels	112

10	STRUCTURE	122
	Structure de l'intrigue	124
	Emboîter et enchâsser	139
	Du bon usage de la réalité et de la fiction	140
	L'histoire de Hope.....	141
	Rassembler les éléments	142
	Pressé?	143

11	PERSONNAGES	148
	Le héros et l'agresseur	150
	Ce qu'évoquent les personnages	152
	Vraisemblance	153
	Le choix des personnages	154
	Personnification.....	156

12	SENTIMENT D'URGENCE	164
	Les ennemis du changement : autosatisfaction et distraction.....	165
	Créer un sentiment d'urgence	166
	La réussite est une décision	168
	La réussite est un engagement	168

13	PLAN DE COMMUNICATION	174
	Les décisions demandent du temps	176
	Quelle communication pour quel public?	178
	Hameçon, ligne et plomb	179
	L'hôpital universitaire	180
	Astuces pour communiquer efficacement.....	186

14	DESIGN	192
	Le design intentionnel.....	193
	Une racine, plusieurs formats.....	196
	L'infographie	197
	Génération d'idées.....	198
	Composition	200
	Codage du contenu.....	209
	Rédaction.....	214

15	TESTER	222
	Tests et galops d'essai	223
	Introduction, conclusion et rythme	224
	Répétition	225
	Mémorisation.....	225
	Les six tests clés.....	226

16	EXEMPLE CAST : UNE JOURNÉE PEUT TOUT CHANGER	232
-----------	---	------------

17	PROLOGUE : CE N'EST QU'UN DÉBUT	242
	Perfectionner par la pratique.....	242
	Utilisez vos outils	243

POUR ALLER PLUS LOIN 246

INDEX 252