



STORYTELLING LE VOYAGE DU HÉROS

Plongez votre auditoire dans l'histoire d'un personnage qui, suite à un ensemble de péripéties, résout le problème rencontré et se hisse au rang de héros !

MÉTHODE D'UTILISATION

Le voyage du héros suit toujours une structure en trois temps :

I La séparation

Le personnage principal quitte sa communauté suite à un événement marquant.

II La quête initiatique

Le personnage s'aventure dans un voyage incertain, passant ainsi d'un environnement familier à un espace inconnu. Après avoir surmonté une série d'épreuves épiques et apprenantes, il se hisse au rang de héros.

III Le retour

Le héros retourne chez lui avec une connaissance nouvelle ou un trésor qu'il partage avec sa communauté.

EXEMPLE

Pensez à Simba dans le roi Lion, Aladin, la Petite Sirène : tous **les films de Walt Disney** suivent la structure du voyage du héros !

Côté Business, Nick Woodman a utilisé cette technique pour retracer l'histoire de la **création de Go Pro** :

La séparation est initiée par la faillite d'une première entreprise créée en Californie. Nick Woodman **lance sa quête** initiatique par un voyage en Australie et à Bali, où il s'adonne à

sa deuxième passion : le surf.

Il lui manquera dans un premier temps la possibilité de partager des moments exceptionnels vécus avec ses amis restés aux Etats-Unis, avant de faire la rencontre de surfeurs balinais ayant imaginé un moyen de prendre des photos en surfant sur la vague.

De retour en Californie et fort de cette découverte, il fondera l'entreprise Go Pro, qui à ce jour a vendu plus de 30 millions de caméras dans le monde.



IMPACT

Le voyage du héros génère des **émotions très fortes** chez votre public dès lors qu'**il s'identifie à l'histoire** de votre personnage principal : chacun, en son fort intérieur, poursuit son propre héros !

QUAND L'UTILISER ?

Lorsque vous souhaitez présenter les **résultats d'une expérimentation**, **d'une aventure** personnelle ou collective, avec ses succès et ses revers.

Lorsque vous présentez **votre parcours**, personnel et/ou professionnel, en expliquant ce que les expériences les plus marquantes vous ont apporté.

Si vous voulez utiliser cette technique de storytelling pour votre pitch, reproduisez ce schéma (sur le canevas Storytelling) pour y noter votre contenu avant de le rédiger au propre.

LE VOYAGE DU HÉROS

