

PROGRAMME DE FORMATION

Storytelling : se démarquer vraiment et faire agir ses clients

Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux de la communication, les ressorts et le potentiel du storytelling
- Découvrir des outils et méthodologies de conception et déploiement d'un storytelling
- Expérimenter le travail de conception d'un storytelling efficace et la narration en prise de parole en public

Programme

La formation se décline en 4 modules d'une demi-journée chacun.

Module 1 : Storytelling : de quoi parle-t-on ?

Objectif : Comprendre les enjeux, le potentiel et les limites du storytelling

- Définitions et périmètre du storytelling
- Ses applications
- La question éthique

Module 2 : Comment concevoir un storytelling efficace ?

Objectif : Comprendre les ressorts du storytelling, ses caractéristiques et conditions d'efficacité

- Le storytelling au service d'une stratégie de communication
- Quelle histoire raconter ?
- Débrider son imagination

A l'issue de ce module, les participants auront conçu la trame de leur storytelling

Module 3 : Storytelling et médias

Objectifs :

- savoir déployer l'histoire dans une vision globale
- Comprendre les attentes des publics compte tenu des médias utilisés
- Identifier les opportunités et contraintes liées à chaque media

A l'issue de ce module, les participants auront déterminé comment pourrait se décliner leur storytelling sur différents canaux

Module 4 : Incarner un Storytelling

Objectifs :

- S'appropriier le récit
- Le porter et l'incarner pour faire agir

A l'issue de ce module, les participants auront expérimenté le pitch de leur histoire.

Méthodes et supports

Méthode pédagogique repose sur 4 piliers :

Expliquer : apport de contenus théoriques, présentation de méthodologies et d'outils



Illustrer : cas concrets, chiffres, articles, vidéos, etc.,

Partager : partage d'expérience, partage de bonnes pratiques, partage de points de vue

Expérimenter : exercices, jeux ou jeux de rôle

Support de formation remis aux stagiaires :

Un support de formation en pdf reprenant toutes les slides de la formation.

Une bibliographie, sitographie et blogographie

La vidéo de sa prestation en exercice de prise de parole

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

Recueil des attentes et des pratiques en amont de la formation (questionnaire)

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

Evaluation pédagogique :

Validation des acquis tout au long de la session au travers de différentes études de cas

Évaluation de la satisfaction des stagiaires

Formation sanctionnée par une attestation de fin de stage

Public

chargé.e.s de Projet Marketing, chargé.e.s de Communication, community manager...

Prérequis

Pas de pré-requis

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures