

PROGRAMME DE FORMATION

Storytelling : l'art et la manière de communiquer autrement

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

Un des enjeux de la communication consiste à favoriser le passage à l'acte et à engager. Concevoir un storytelling solide et sincère favorise cet engagement car il répond aux préoccupations que partagent tous les publics : y voir plus clair dans un contexte d'infobésité, comprendre les enjeux et finalité (quête de sens) que l'histoire offre par nature, se projeter pour pouvoir se positionner dans l'histoire (ce qu'on attend de moi).

Dans la mise en œuvre d'un storytelling, l'arrivée en force de l'IA en 2023 à une échelle grand public bouleverse la donne. Si l'on ne sait pas encore l'étendue des implications dans l'utilisation de l'intelligence artificielle, on doit (et non on peut) d'ores et déjà considérer son support (a minima) dans la génération d'histoires.

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

- Définitions et périmètre : storytelling, récit, communication narrative - clarification des concepts et mise en perspective
- Les enjeux en termes d'efficacité/ impact - contraintes et leviers associés ; production - rôle de l'IA et questions éthiques
- Les applications : storytelling en politique, en management, en marketing, en situation de crise, ...

Module 2 : Comment concevoir un storytelling efficace ?

- Les préalables : le storytelling au service d'une stratégie de communication, le storytelling, un outil au service d'une stratégie de contenu
- Du voyage du héros, aux 7 piliers de Miller : quels sont les ressorts storytelling ?
- Le personnage : pilier de l'histoire

Module 3 : Storytelling et médias

- Comprendre son public, ses besoins et attentes
- Le storytelling au cœur de la stratégie de contenus
 - Storytelling et newsletter : les règles journalistiques comme repère
 - Storytelling et RP : les conditions de réussite
 - Storytelling et expérience : du storytelling au storyliving
 - Storytelling et réseaux sociaux : les règles du storybuilding
 - Storytelling et prise de parole

Module 4 : Incarner un Storytelling

- Savoir démarrer et terminer une histoire : accroche et appel à l'action
- Quelques notions autour de l'oralité pour capter l'attention

Méthodes et supports



- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Etudes de cas concret
- Exercices, jeux de rôles
- Support et/ou ressources pédagogiques disponibles sur l'espace apprenant durant 20 jours après la formation (bibliographie, sitographie et blogographie + la vidéo de sa prestation en exercice de prise de parole)
- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel, pour cette formation, elle est séquencée en 4 demi-journées (réparties sur 2 jours différents)

Public

Chargé.e de projet marketing, chargé.e de communication, community manager...

Prérequis

Pas de pré-requis

Matériel nécessaire :

- Formation à distance, une assistance technique est prévue pour pallier aux problèmes de connexion. En fonction de l'outil de classe virtuelle (zoom, google meet, teams, ...) et selon le paramétrage de votre ordinateur, il est possible de devoir installer le widget associé à cet outil avant la 1ère connexion à la classe virtuelle pour pouvoir y participer. Il est donc conseillé de vous connecter 15 mn avant l'heure de début de formation.

De plus, pour garantir une session à distance de qualité, il est également indispensable de vous connecter à la formation depuis un **ordinateur disposant d'une bonne connexion Internet et équipé d'une Webcam et d'un micro et de vous isoler dans un bureau (le casque ou les écouteurs permettent un confort d'écoute optimum)**.

- Avoir ouvert un compte sur chat GPT (version gratuite) ou Bard (gratuit).

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Cecilia Vendramini, formatrice et consultante spécialisée dans la prise de parole en public, la communications délicate et sur les questions d'éthique et de communication.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés via un quizz et des exercices de production
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

4,00 jour(s)

14:00 heures