

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
- Identifier les outils et méthodes de conception et déploiement
- 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).

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

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 ?

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

- 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

- 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

- Apports théoriques, présentation de méthodologies et outils
- Etude de cas concrets, articles, vidéos, etc.

- Nombreux exercices pratiques
- Partage d'expériences et de bonnes pratiques
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires
- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel. La formation est séquencée en demi-journée

Public

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

Prérequis

Pas de prérequis

Matériel nécessaire

Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour les classes virtuelles. L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.

Informations complémentaires

Cette formation est dispensée par Cecilia VENDRAMINI, formatrice spécialiste du management de la prise de parole en public, en communications délicates et sur les questions d'éthique et de communication. Son expérience lui permet de plonger les apprenants en situation de raconter des histoires via divers outils pédagogiques ludiques.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- valuation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : études de cas
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Durée

4,00 jour(s)

14:00 heures