

Date	14/04/2022	Horaires	09h00 - 17h00
Durée	7.00 heures	Lieu de la formation	Sur site

Les objectifs de l'action sont les suivants :

- Comprendre pourquoi le récit est la meilleure arme stratégique de l'entreprise/de la marque/d'un projet
 - Comprendre ce qui dans le récit favorise la mobilisation et l'engagement du collectif
 - Apprendre à utiliser les outils et le langage du récit pour concevoir, communiquer, mobiliser et mettre en oeuvre une stratégie
-

Aperçu :

1. Le storytelling : quoi, comment, pourquoi ?

- Les origines du storytelling
- Les avantages d'une histoire (par rapport à une argumentation traditionnelle)
- Qu'est-ce qu'une « belle histoire » ?
- Grands schémas narratifs et ingrédients indispensables
- Les cinq sens
- La place des émotions
- Le piège du jargon
- Trouver l'équilibre entre « calme et tempête »
- Les champs d'application du storytelling
- Exemples de storytellings emblématiques

2. Construire son storytelling de marque

- Quels potentiels narratifs dans l'entreprise ? Quels thèmes porteurs ?
 - Définir l'objectif de son histoire
 - Choisir un angle
 - Définir un ton
 - Trouver un héros auquel l'audience peut s'identifier
 - Définir la quête du héros et les moments charnières
 - Appliquer le schéma narratif
-

Description :

Construire son storytelling : Jour 1 / Une formation pour comprendre les vertus d'un schéma narratif pour une marque; définir son histoire de marque, déterminer son application, les objectifs qu'elle sert.

Particularités :

Formation en 2 parties :



- Part 1 : construire son storytelling (1jour)
- Part 2 : raconter et diffuser son storytelling (1 jour)