

Transformer sa communication marketing avec le storytelling

Date et durée
Code formation : COM05FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 12 heures
Description
Dans le domaine de la communication marketing, le storytelling (l'art de raconter des histoires) est un outil puissant qui permet de créer un lien émotionnel avec le client. Face à la saturation de l'information, les entreprises ont besoin de se démarquer en proposant des contenus authentiques et engageants. Grâce à la structuration d'un message sous forme de récit, elles captent l'attention, véhiculent des valeurs et créent un lien d'attachement avec leurs consommateurs. Le storytelling rend ainsi la marque plus humaine, plus accessible et favorise l'engagement et la fidélisation en invitant le public à vivre une expérience immersive. Cette formation, dédiée principalement aux professionnels du marketing et de la communication, est divisée en 6 modules. Elle couvre les fondamentaux du storytelling, son adaptation aux canaux digitaux (avec la méthode StoryBrand), les techniques narratives pour susciter l'émotion, la diffusion sur les bons canaux, la mesure de l'impact (avec les KPI) et la mise en pratique avec des feedbacks constructifs. Le but de ces cours est de vous fournir les outils nécessaires pour créer et diffuser des messages captivants et efficaces. Tout au long de ce programme sur 2 jours, des travaux pratiques et des études de cas concrets vous permettront d'appliquer les concepts abordés et d'analyser des exemples de réussite. Ils favoriseront ainsi votre apprentissage tout au long de la formation.
Objectifs
À la fin de cette formation en storytelling, vous validerez les objectifs de compétences suivants : • maîtriser les principes fondamentaux du storytelling et les appliquer efficacement dans divers contextes de communication ; • identifier et intégrer les éléments clés d'une histoire captivante, tels que les personnages, le conflit, l'arc narratif et les émotions, pour créer des récits engageants ; • adapter le storytelling aux spécificités des différents canaux digitaux (sites web, réseaux sociaux, e-mails, etc.) et explorer divers formats de contenu (vidéos, articles, podcasts, etc.) ; • appliquer concrètement les connaissances acquises à travers des exercices pratiques et des études de cas ; • mesurer l'efficacité des récits créés en identifiant les indicateurs clés de performance (KPI) et en utilisant des outils d'analyse pertinents.
Points forts
• Une amélioration significative de vos compétences en communication : vous apprendrez à structurer vos messages de manière plus convaincante, à captiver votre public et à créer un lien émotionnel. • L'acquisition d'une compétence très prisée : savoir raconter une histoire est une compétence de plus en plus appréciée dans le monde professionnel, ce qui rend cette formation très pertinente pour l'évolution de votre carrière. • Une capacité à créer un contenu plus engageant et percutant : vous serez en mesure de créer des histoires qui laissent une impression durable et atteignent vos objectifs de communication.

- **Une maîtrise des outils et des techniques de storytelling digital** : vous apprendraient à adapter vos histoires sur différents formats et canaux numériques, ce qui est essentiel dans ce secteur d'activité.

Modalités d'évaluation

Travaux Pratiques
Etude de cas

Pré-requis

Suivre cette formation ne nécessite aucune compétence ou expérience spécifique.

Public

Cette formation s'adresse aux publics suivants :

- **les professionnels du marketing et de la communication**, comme les chefs de projet marketing, les community managers, les responsables de contenu, les chargés de communication ou encore les responsables de marque qui souhaitent créer des campagnes plus engageantes, renforcer l'identité de leur marque et fidéliser leurs clients ;
- **les commerciaux et négociateurs** qui souhaitent utiliser le storytelling pour créer du lien avec les clients, présenter les avantages d'un produit ou service de manière plus convaincante et conclure des ventes ;
- **toute personne souhaitant améliorer ses compétences en communication** : le storytelling est une compétence utile dans la vie personnelle et professionnelle pour communiquer des idées, partager des expériences et créer du lien avec les autres.

Programme

Module 1 : comprendre les fondements du storytelling

- Les principes du storytelling et son importance dans la communication et le marketing.
- L'identification et l'analyse des éléments clés qui composent une histoire captivante (personnages, conflit, arc narratif, émotions, etc.).

Étude de cas :

- Analyser des exemples concrets de marques ayant réussi à créer un lien émotionnel fort avec leur public grâce au storytelling.

Module 2 : adapter le storytelling aux canaux digitaux

- Les enjeux du storytelling en ligne et son importance dans le marketing digital.
- Les différents formats de contenu digitaux (vidéos, articles de blog, publications sur les réseaux sociaux, podcasts, etc.) et leurs spécificités en matière de storytelling.
- L'application de la technique du StoryBrand de Donald Miller pour clarifier le message et centrer le récit sur le client.

Étude de cas :

- Analyser des exemples concrets d'utilisation du storytelling sur différents canaux digitaux.

Module 3 : maîtriser l'art de raconter une histoire captivante

- L'application des techniques avancées de narration pour susciter l'intérêt, l'émotion et l'engagement du public.

- L'utilisation d'une structure narrative classique (schéma narratif) et des éléments visuels (images, vidéos et graphiques) pour renforcer l'impact du récit.
- L'utilisation des émotions dans le storytelling pour créer une connexion profonde avec l'audience.

Travaux pratiques :

- Créer des histoires courtes en utilisant différentes techniques narratives.

Module 4 : diffuser efficacement votre histoire sur les bons canaux

- L'identification des canaux de communication les plus pertinents en fonction du public cible et des objectifs de communication (réseaux sociaux, site web, e-mail marketing, etc.).
- L'adaptation du message et du format de l'histoire aux spécificités de chaque canal pour optimiser sa portée et son impact.
- La question du ciblage et de l'adaptation du message en fonction du public.

Étude de cas :

- Analyse de stratégies de diffusion de storytelling sur différents canaux.

Module 5 : mesurer l'impact et optimiser votre storytelling

- L'importance de la mesure des résultats pour évaluer l'efficacité des campagnes de storytelling.
- L'identification des indicateurs clés de performance (KPI) pertinents pour mesurer l'impact du storytelling (engagement, portée, conversions, etc.).
- L'utilisation des outils d'analyse (Google Analytics, outils d'analyse des réseaux sociaux, etc.) pour suivre et améliorer l'efficacité des actions de storytelling.
- La mise en place d'un tableau de bord de suivi des performances.

Module 6 : mettre en pratique et perfectionner vos compétences

- Travail en groupe pour concevoir et créer des histoires captivantes en appliquant les techniques apprises.
- Présentation des résultats devant le groupe et feedbacks constructifs de l'animateur et des autres participants.
- Session de questions/réponses et discussion sur les défis et les opportunités du storytelling dans différents contextes.