

MAÎTRISER L'ART DU STORYTELLING

Comment concevoir ses récits narratifs pour communiquer avec authenticité ?

PUBLIC VISÉ

FONDATEUR, DIRIGEANT DE TPE, PME
PRÉSIDENT DE FONDATION OU D'ASSOCIATION
RESPONSABLE COMMUNICATION
Pas de pré-requis

DURÉE

12 heures
2 jours (6h)

9h30 – 12h
14h – 17h30

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ✓ Concevoir et raconter une histoire à l'écrit et à l'oral, au service de ses objectifs
- ✓ Connaître les clés d'un storytelling efficace
- ✓ Savoir faire appel aux émotions pour captiver son public

CONTENU

- Les impacts du storytelling sur tous les services
- Les invariants : Logos Ethos Pathos / Copywriting / AIDA / Trame narrative
- Etude de cas de storytelling authentiques
- La méthodologie pour une conception efficiente

Voir le détail du programme au verso


APPROCHE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie participative alternant théorie et mises en pratique
- Etudes de cas
- Exercices individuels sur son entreprise

Supports

- Présentation PPT
- Accès aux modules Vidéos
- Ressources sur espace partagé (Slack, drive, groupe privé LinkedIn de la session)
- Cahier de route pratique

MODALITÉS

 Présentiel Toulouse
(Entre 4 et 8 participants)
Déplacements Occitanie possibles

 **A définir**

 **990 € / personne - repas non compris**

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ Exercices
- ✓ Bilan d'entrée et de sortie de formation
- ✓ Attestation de fin de formation

DOCUMENTS CONTRACTUELS

- Contrat ou Convention de formation
- Règlement intérieur
- Feuille d'émargement
- Bilan d'entrée et bilan des acquis
- Evaluation de l'action de formation

PROGRAMME

JOUR 1

COMPRENDRE L'UTILITÉ D'UN BON STORYTELLING

- Stratégie, Marketing, Communication corporate, Communication interne, Communication interpersonnelle
- D'Aristote au copywriting en passant par Quintilien, Lincoln et Steve Jobs

CONNAITRE LES ROUAGES DU STORYTELLING

- Identifier les ingrédients incontournables
- Faire d'une histoire une histoire captivante
- Etude de cas de storytelling efficaces

S'APPUYER SUR SON ADN DE MARQUE

- L'identité de l'entreprise, de l'association ou de la fondation
- Les singularités de ses fondateurs, dirigeants, collaborateurs
- Les particularités de son positionnement, produits ou services

JOUR 2

RÉCOLTER DU MATÉRIAU INTÉRESSANT : LA MÉTHODOLOGIE

- Arpenter l'univers de son secteur d'activités
- Utiliser les applications de prise de note de façon créative
- Transformer le quotidien en anecdotes
- Impulser une culture d'entreprise

PASSER À LA PRATIQUE

- Concevoir
- Rédiger
- Décliner sur différents supports
- L'importance de la congruence : le storydoing

INTERVENANTE



Fondatrice de Kalliope, agence conseil en contenus éditoriaux stratégiques créée en 2011 à Toulouse, Laure Durand accompagne les dirigeants de structures à impact positif dans le déploiement d'une communication porteuse de sens.

Diplômée de Sciences-Po Aix-en-Provence, titulaire d'un 3^{ème} cycle en commerce et marketing de l'IAE de Perpignan et coach certifiée en PNL, ses sujets de prédilection sont la rhétorique, le storytelling, la gestion de l'e-réputation et la communication interpersonnelle.

