

Maîtrisez le storytelling

5 ■

Des formations de 1 ou 2 jours pour apprendre à utiliser à son avantage la puissance du storytelling en management et en marketing

Réalisez des Powerpoint efficaces

7 ■

Apprenez à réaliser des présentations qui parlent à l'auditoire et racontent une histoire

Utilisez la magie des métaphores

9 ■

Avec des mots qui font naître des images et des histoires

Mettez le storytelling au service de votre marque personnelle

11 ■

Maîtrisez la storytelling attitude pour soigner votre marque personnelle et vous faire recruter

Donnez plus de résonance à votre engagement politique

13 ■

Savoir se raconter pour déployer ses idées et sa vision

Réalisez des interventions orales impactantes

16 ■

Vous détestez les présentations ennuyantes ? Faites en sorte que les vôtres ne le soient pas

Contact :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Storytelling et audit interne

18 ■

Enrichissez les données de vos audits avec des récits

Storytelling et management des connaissances

20 ■

Un pont entre le knowledge management et le storytelling, pour une gestion optimale des connaissances dans l'organisation

Le storytelling au service du marketing et de la créativité publicitaire

22 ■

Pour redynamiser votre communication marketing et lui donner plus de puissance émotionnelle

Le storytelling digital

24 ■

Maîtriser le storytelling et le décliner en mode digital (web, médias sociaux...) et transmédia

Média-training

26 ■

Pour être à l'aise avec les journalistes, en utilisant, aussi, le storytelling

Storyjournalisme

28 ■

Pour écrire des articles qui racontent une histoire



**Et aussi nos formations
en vidéoconférence** —▶ p. 30

Contact :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Une offre de formation au storytelling à la carte

Stéphane Dangel a été parmi les premiers à proposer et réaliser des formations en inter au storytelling, en France.

Aujourd'hui, il conserve sa stature de pionnier en proposant l'offre de formation au storytelling la plus large du marché, éligible aux dispositifs de financement de la formation professionnelle.

En inter :

La traditionnelle formation en inter conserve sa place dans la gamme (2 jours, en formation de base ou storytelling avancé). Elle s'appuie sur des concepts et outils spécifiquement conçus par les formateurs.

En intra :

Des formules de formation en intra sont également proposées, soit en formule découverte (1/2 journée), en initiation sur 2 jours, soit en formation avancée, pour un usage managérial. Des formations thématiques (storytelling pour force de vente...) et pour le storytelling marketing sont également proposées.

En vidéo-conférence :

Un timing à la carte, une souplesse inégalée avec des échanges et des exercices en direct avec le formateur.

En e-learning :

Sur plate-forme web dédiée. Une combinaison d'applications web est associée à une animation et une prestation en temps réel, assurée par les formateurs.

Et aussi notre boutique en ligne : <http://www.storytellingfrance.com/boutiqueuro.html>

Au cours d'une formation storytelling, vous apprendrez à :

- Trouver des récits à haut potentiel.
- Construire des récits adaptés à différents objectifs et contextes de la vie de l'entreprise.
- Maîtriser les différentes possibilités d'expression

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- L'offre la plus large
- L'expérience d'un pionnier
- Des outils exclusifs
- Une dimension e-learning

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION :**« Storytelling : raconter et se raconter l'entreprise »
Session d'1 jour****Comprendre le storytelling :**

Se situer par rapport aux principes fondateurs

Les 10 règles d'efficacité du storytelling

Déployer le storytelling : en management, communication, marketing et... pour les usages les plus inattendus

Les 12 usages majeurs du storytelling et les récits qui leur correspondent

Savoir compléter la structure narrative de base pour un usage marketing

Manager les mythes et les archétypes

Construire une histoire :

Savoir se poser les bonnes questions, génératrices d'histoires

Les 7 points essentiels qui forment un récit

Elaborer la matrice de ses récits

Maîtriser des éléments clés : les personnages et le niveau de détails

Maîtriser la courbe d'action de ses récits

Libérer le récit :

Bien débiter son histoire

Faire entendre son histoire

Savoir utiliser les 5 sens

Elargir son champ d'action

Explorer le storytelling digital et transmédia

Mettre en récit sa présence sur les médias sociaux

Maîtriser son storytelling :

Apprendre à être authentique pour éviter la manipulation

Les 4 garde-fous gages de continuité du storytelling

Savoir comment maîtriser les effets de son storytelling

Se connecter à son public

Apprendre à analyser l'histoire choisie à travers 43 points de contrôle

**Inter : 550 €/p.
Intra : 1650 €**

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Les points clés :

- Une formation axée pratique
- Une boîte à outils fournie
- Des fondements qui légitiment la discipline

Informations, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION:**« Storytelling : raconter et se raconter l'entreprise »
Session de 2 jours****Comprendre le storytelling :**

Se situer par rapport aux principes fondateurs

Les 10 règles d'efficacité du storytelling

Déployer le storytelling : en management, communication, marketing et... pour les usages les plus inattendus

Les 12 usages majeurs du storytelling et les récits qui leur correspondent

Savoir compléter la structure narrative de base pour un usage marketing

Manager les mythes et les archétypes

Construire une histoire :

Savoir se poser les bonnes questions, génératrices d'histoires

Les 7 points essentiels qui forment un récit

Elaborer la matrice de ses récits

Maîtriser des éléments clés : les personnages et le niveau de détails

Maîtriser la courbe d'action de ses récits

Libérer le récit :

Bien débiter son histoire

Faire entendre son histoire

Diffuser le storytelling dans l'organisation

La storyabilité

Mettre en oeuvre une narration à haut niveau de créativité

Le storytelling imaginal

Les storymaps

Savoir utiliser les 5 sens

Elargir son champ d'action

Explorer le storytelling digital et transmédia

Mettre en récit sa présence sur les médias sociaux

Maîtriser son storytelling :

Apprendre à être authentique pour éviter la manipulation

Les 4 garde-fous gages de continuité du storytelling

Savoir comment maîtriser les effets de son storytelling

Se connecter à son public

Se construire une grille de sélection des histoires à haut potentiel

Apprendre à analyser l'histoire choisie à travers 43 points de contrôle

Inter : 995 €/p.
Intra : 3150 €

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Les points clés :

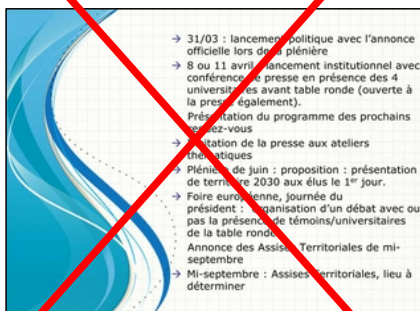
- Une formation axée pratique
- Une boîte à outils fournie
- Deux jours pour bien maîtriser le storytelling

Informations, conventions :

06 83 54 22 78

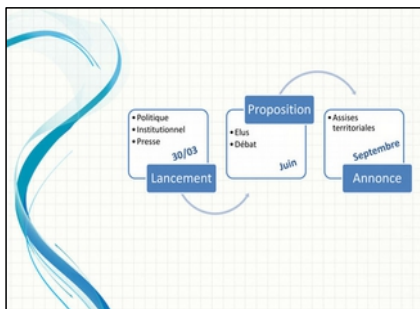
contact@storytellingfrance.com

Réalisez des Powerpoint efficaces, qui parlent à l'auditoire



Réaliser et présenter un Powerpoint, ce n'est pas vouloir informer son auditoire. Si c'était cela, réunir les participants serait inutile, et leur communiquer un dossier suffisant.

L'objectif est bien de convaincre et d'engager le public dans l'action : avec une présentation qui lui parle, formulée comme un récit, une histoire. Bref : avec un Powerpoint narratif.



Objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Utiliser les ressorts narratifs les plus impactants
- Transformer toute votre présentation en récit, en histoire avec un vrai fil conducteur
- Repenser vos traditionnels chiffres, tableaux, courbes... d'une façon différente, plus efficace
- Faire les bons choix de maquette et de mise en scène
- Vous adapter à l'auditoire et aux contextes spécifiques de chaque présentation



Modalités :

Durée & lieu : 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 8 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Matériel requis : 1 ordinateur/stagiaire, équipé d'une version récente du logiciel Powerpoint

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 € / p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Informations, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION: « Réalisez des Powerpoint efficaces qui parlent à l'auditoire »

Les mythes et les préjugés sur les présentations PowerPoint

Les 3 préjugés clés et leur vanité

Maîtriser les différents contextes des présentations

A chaque configuration sa présentation

Cerner l'auditoire

Adapter la présentation à l'auditoire

Les chemins de l'efficacité

L'architecture et la ligne narrative d'un PowerPoint efficace

Les atouts d'une bonne histoire-présentation

Construire une histoire en PowerPoint

Les secrets des maîtres des présentations narratives efficaces

A l'école de Steve Jobs

Organiser les flux d'information et narratifs

Les critères clés

La mise en scène visuelle du récit et de la présentation

Les principes de design

L'équilibre texte / image

Donner du mouvement, maîtriser les animations

Jouer avec les couleurs

Tester l'efficacité de la présentation

Les points clés :

- Une présentation est bien plus qu'une projection
- La star, c'est votre auditoire !
- Texte ne rime pas avec diapositive

Informations, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

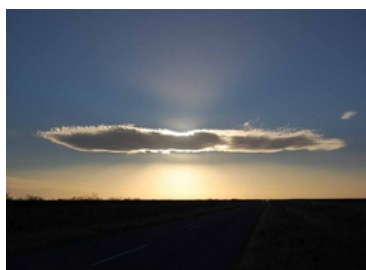
Utiliser la magie des métaphores pour vendre ses idées

Imager vos idées (managériales, marketing...) avec une métaphore, c'est les transformer en instantanés, comme des photos, quelle que soit leur complexité. C'est donc aussi les rendre simples, faciles à appréhender, parlantes. Des images qui parlent ? C'est la magie des métaphores.

**Les objectifs de la formation :****Au cours de cette formation, vous apprendrez à :**

- Utiliser les zones émotionnelles et rationnelles de l'intelligence de vos interlocuteurs pour leur faire visualiser vos idées avec un maximum d'impact,

- Cibler les différents contextes d'utilisation des métaphores (vente, adhésion à des valeurs, éclaircissement d'idées complexes...),



- Bâtir des métaphores gagnantes, qui toucheront vos cibles au coeur,

- Inclure des métaphores dans vos discours et présentations traditionnelles,

- Entretenir votre fibre métaphorique pour utilisation performante et durable.

Modalités :

Durée & lieu : 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Utiliser la magie des métaphores »

L'intérêt des métaphores

Les mots visuels fonctionnent mieux
Quand avons-nous besoin de métaphores ?

Muscler ses capacités à créer des métaphores

Une méthode en 4 points

Apprendre à éviter les mauvaises métaphores

La métaphore mélangée
La métaphore inexacte
La métaphore incomplète
Les clichés

Utiliser des métaphores dans des processus de vente et des présentations

Tenir l'auditoire en haleine
Expliquer, simplifier, renforcer son offre
Communiquer des concepts

Entretenir sa puissance métaphorique

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Les idées efficaces sont celles que l'on peut visualiser
- Les métaphores : un muscle à travailler

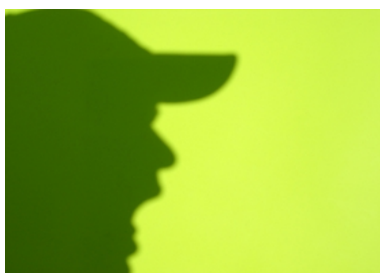
Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

***Savoir se raconter pour déployer sa marque personnelle,
se faire recruter et booster sa carrière***

Storytelling et personal branding ne font pas que rimer. Gérer sa "marque personnelle", c'est avant tout avoir une histoire à raconter pour soutenir cette marque personnelle. Un mélange à équilibrer, de réputation, de confiance, d'attention et de réalisations. Cette histoire s'exprimera à l'oral, dans le CV, dans des présentations... (**travail suivant attentes des stagiaires**).

**Les objectifs de la formation :****Au cours de cette formation, vous apprendrez à :**

- Identifier et formuler les récits qui apportent une valeur ajoutée à votre marque personnelle,
- Utiliser les récits adaptés dans toutes les circonstances de la vie professionnelle,
- Déployer vos récits, vos histoires dans votre CV, dans une lettre de motivation, en entretien, dans des présentations...
- Maîtriser l'expression de votre marque personnelle dans les médias sociaux,
- Faire évoluer votre marque et votre storytelling avec vos objectifs.

**Modalités :****Durée & lieu :** 2 jours ; intra : France entière, inter : Paris**Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi****Formateur :** Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 3000 €
Inter : 990 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Déployer sa marque personnelle »

Le storytelling : bien plus qu'un divertissement

Un ancrage historique et théorique fort
L'importance du storytelling personnel

Trouver sa matière première narrative

Explorer les 3 niveaux de ses histoires personnelles

Choisir parmi 12 possibilités le type d'histoires que l'on souhaite raconter

Les critères : un choix pertinent, authentique, durable

Définir sa ligne directrice narrative

Quelle intrigue faire vivre à son auditoire
Savoir planter sa bannière storytelling personnelle

Cerner l'auditoire

Connaître l'auditoire
L'introduire dans ses histoires
Adopter la bonne réaction face à un auditeur hostile

Avoir une histoire... et après

Que faire avec son histoire
Construire et structurer ses récits
Contrôler la qualité de ses histoires

Décliner ses histoires

En présentations PowerPoint, dans les médias sociaux, dans un CV, une lettre de motivation, en entretien...
Réécrire ses histoires
Apprendre à ne pas s'installer dans une zone de confort

Construire sa feuille de route storytelling

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Votre marque personnelle doit être racontée pour exister
- Une approche à 360°

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

Donnez plus de résonance à votre engagement politique

Avoir des ambitions en politique, ce n'est pas vouloir être élu : c'est formuler des idées, et partager une vision, et savoir faire preuve d'humilité en faisant des citoyens les vrais héros de cette histoire. Ensuite, oui, être élu peut devenir une ambition, avec l'aide du storytelling.

**Les objectifs de la formation :****Au cours de cette formation, vous apprendrez à :**

- Identifier et formuler votre message, vos valeurs, votre vision,
- Traduire vos atouts en récit engageant,
- Allier factuel, pour convaincre, et émotionnel, pour engager vos publics dans l'action,
- Déployer vos récits, vos histoires sur tous vos territoires de communication,
- Incarner votre histoire par tous ses vecteurs, à 360°.

**Modalités :****Durée & lieu :** 3 jours ; France entière en intra**Formation individuelle exclusivement****Formateur :** Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 3990 €

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :**06 83 54 22 78****contact@storytellingfrance.com**

PROGRAMME DE FORMATION « Storytelling politique »

Comprendre le storytelling :

Se situer par rapport aux principes fondateurs
Les règles d'efficacité du storytelling

Storytelling et politique : connecter les deux mondes

Les usages possibles du storytelling en communication
politique : contextualisation

Définition des objectifs du stagiaire

Le storytelling en politique : un outil puissant, à manier avec
dextérité

1ère étape : trouver ses histoires

Faire émerger ses histoires dans 3 territoires narratifs clés
Connecter les histoires entre elles pour identifier des lignes
directrices

Identifier ses valeurs

En déduire son profil et son identité narrative parmi 12
possibilités

2ème étape : construire ses histoires

Trouver son axe narratif

Les 7 points essentiels qui forment un récit

Elaborer la matrice de ses récits

Construire ses histoires en format court et long

Maîtriser la courbe d'action de ses récits

Contrôler la qualité de ses histoires

Cerner l'auditoire

Connaître l'auditoire

L'introduire dans ses histoires

Adopter la bonne réaction face à un auditeur hostile

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Le storytelling n'est pas réservé à Barack Obama
- Une démarche pas à pas

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

3ème étape : décliner ses histoires à l'écrit

Mise en situation du stagiaire

Apprendre les spécificités de l'adaptation de l'histoire écrite aux médias sociaux et au transmédia

4ème étape : décliner ses histoires à l'oral

Mise en situation du stagiaire

Analyse des qualités d'orateur du stagiaire : le contrôle de soi, le langage non verbal

Mettre en place sa stratégie de prise de parole

5ème étape : savoir réécrire ses histoires

Apprendre à ne pas s'installer dans une zone de confort

Maîtriser la méthode de révision de ses histoires

Construire sa feuille de route storytelling

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

● Une approche à 360°

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Réalisez des présentations orales impactantes

La différence entre une bonne intervention et une mauvaise se résume à une question : l'auditoire s'ennuie-t-il ? Le storytelling est la garantie anti-ennui. Une formation menée en partenariat avec Creating Tomorrow.

**Les objectifs de la formation :****Au cours de cette formation, vous apprendrez à :**

- Construire un message central,
- Décliner ce message dans une présentation dynamique et rythmée,
- Maîtriser le langage verbal et non verbal,
- Maîtriser votre auditoire,
- Améliorer les supports visuels de vos présentations.

Modalités :**Durée & lieu :** 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris**Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi****Formateur :** Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Réalisez des interventions orales impactantes »

Auto-analyse d'une production fictive enregistrée en vidéo

Réalisation d'une présentation

Analyse de la performance : nervosité, langage du corps

Structuration du discours : idée force, organisation de l'argumentation et mise en récit

Auto-observation et observation active de la part des autres stagiaires

Feedback

Travail sur une présentation réelle

Enregistrement vidéo de la présentation

Analyse

Feedback : comparaison avec la production fictive du précédent exercice

Conseils et techniques d'amélioration

Application des conseils et techniques d'amélioration

Utilisation de scénarios types

Connaissance de l'auditoire et adaptation

Construire sa feuille de route storytelling

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- La construction du message et son interprétation
- Le verbal, le non-verbal, le visuel

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Storytelling et audit interne

Au delà du débat entre études quantitatives et qualitatives, c'est la qualité des données d'un audit qui peut être enrichie. Le storytelling élargit le point de vue de l'auditeur et fournit des éléments d'analyse qui ont de la profondeur.



Les objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Définir les apports complémentaires que peuvent fournir des récits à vos audits,
- Maîtriser différentes techniques narratives d'audit,
- Exploiter les éléments narratifs collectés.

Modalités :

Durée & lieu : 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Storytelling et audit interne »

Les différents modes d'audit traditionnels des organisations

L'origine des pratiques d'audit

Les caractéristiques de l'audit

Les différents types d'audit

Les limites des formes d'audit traditionnelles

Les apports de l'audit storytelling

Un matériau plus riche en générant des histoires

Des biais évités

Un plus pour la production de sens

Les terrains d'application d'un audit basé sur des techniques de storytelling

Storytelling ?

Qu'est-ce qu'une histoire ?

Comment est construite et structurée une histoire ?

Comment fonctionnent les histoires ?

Collecter des histoires

Les questions qui génèrent des histoires

Des techniques spécifiques pour différentes situations : complexité, tensions...

L'exploitation des histoires issues de l'audit utilisant des techniques de storytelling

Questionner les histoires

Produire du sens à partir des histoires

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Un matériau d'analyse plus riche
- Des méthodes d'exploitation des éléments recueillis efficaces

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Storytelling et management des connaissances

Le knowledge management a longtemps été un serpent de mer : une nécessité repoussée sans cesse. Aujourd'hui, il n'est plus possible de repousser le moment de capter les connaissances dans l'entreprise, sous peine de les voir disparaître. Et dans cette tâche, le storytelling est un atout.



Les objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Utiliser de nouvelles méthodes, plus riches, de collecte des connaissances,
- Cibler la pointe de l'iceberg des connaissances mais aussi et surtout, la partie immergée, celle des connaissances tacites,
- Cerner les différents acteurs, détenteurs de la connaissance dans l'organisation,
- Organiser et exploiter les éléments narratifs collectés.

Modalités :

Durée & lieu : 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION « Storytelling et management des connaissances »

Storytelling ?

Qu'est-ce qu'une histoire ?

Comment est construite et structurée une histoire ?

Comment fonctionnent les histoires ?

Identifier les personnages : les détenteurs des connaissances dans l'organisation

Réaliser une analyse du réseau social de l'organisation

Cerner les « héros » opérationnels

Comment explorer les connaissances avec le storytelling

Apprendre à poser les bonnes questions

Explorer le registre des connaissances explicites et tacites

Mapper les connaissances recueillies

Maîtriser l'utilisation du mind-mapping associé au storytelling

Construire des outils de partage des connaissances dans l'organisation

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Une méthode éprouvée, notamment par la NASA
- Des techniques simples

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Storytelling pour le marketing et la créativité publicitaire

Des tests l'ont bien prouvé : les publicités qui racontent des histoires sont plus efficaces que les publicités traditionnelles, argumentatives. Mais cela va plus loin : du côté d'une connexion profonde avec les cibles, du rêve et de l'expérience client.

**Les objectifs de la formation :****Au cours de cette formation, vous apprendrez à :**

- Maîtriser les différents éléments qui font une bonne histoire marketing,
- Construire des histoires à haut potentiel de connexion avec les cibles,
- Explorer les différentes dimensions du storytelling marketing pour trouver des "big ideas",
- Etablir des connexions entre le storytelling et les tendances les plus actuelles du marketing.

Modalités :

Durée & lieu : 1 jour ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 1450 €
Inter : 540 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Storytelling pour le marketing et la créativité publicitaire »

Comprendre le storytelling :

Se situer par rapport aux principes fondateurs
Les 10 règles d'efficacité du storytelling

Construire une histoire :

Savoir se poser les bonnes questions, génératrices d'histoires
Les 7 points essentiels qui forment un récit
Elaborer la matrice de ses récits
Maîtriser des éléments clés : les personnages et le niveau de détails
Maîtriser la courbe d'action de ses récits

Construire son univers narratif de marque

Rêves et contes de fées
Un rôle pour les mythes
Des figures archétypales en action

Créer des expériences clients mémorables

Le storytelling des marques en action

Bonnes pratiques et astuces
Les pratiques à suivre de près :
Le brand content
Le crowdsourcing

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Les différents ressorts d'une histoire marketing sont abordés
- De nombreux exemples

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com



Le storytelling digital

C'est peut-être sur le web, les médias sociaux, le mobile... que le storytelling trouve le terrain d'action qui correspond le plus à ses fondamentaux : l'interaction, la co-construction d'une histoire...



Les objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Maîtriser les ressorts du storytelling pour rendre ses messages plus efficaces, savoir construire, formuler les histoires,
- Savoir trouver des histoires réelles ou fictives mais toujours authentiques, à haut potentiel,
- Savoir faire de l'auditoire un véritable acteur de l'histoire,
- Décliner le storytelling dans toutes ses présences online : médias sociaux et transmédia.

Modalités :

Durée & lieu : 2 jours ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 3150 €
Inter : 995 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION « Storytelling digital »

Comprendre le storytelling :

Les 10 règles d'efficacité du storytelling

Les 12 usages du storytelling et les récits qui leur correspondent

Construire une histoire :

Savoir se poser les bonnes questions, génératrices d'histoires

Les 7 points essentiels qui forment un récit

Elaborer la matrice de ses récits

Maîtriser des éléments clés : les personnages et le niveau de détails

Maîtriser la courbe d'action de ses récits

Libérer le récit :

Bien débiter son histoire

Faire entendre son histoire

Savoir utiliser les 5 sens

Maîtriser son storytelling :

Apprendre à être authentique

Les 4 garde-fous gages de continuité du storytelling

Savoir maîtriser les effets de son storytelling

Se connecter à son public

Se construire une grille de sélection des histoires

Apprendre à analyser l'histoire choisie à travers 43 points de contrôle

Adapter ses histoires aux exigences du digital :

Les bonnes tactiques sur le web, les médias sociaux (Facebook, Twitter...), le mobile...

Maîtriser le storytelling visuel :

Comment transformer des données (data) en histoire

Raconter une histoire visuelle (data visualization / visual storytelling)

Développer un storytelling transmédia :

Concevoir une plate-forme narrative transmédia

Faire vivre une histoire transmédia

Impliquer le public

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Les différents ressorts du storytelling digital sont abordés
- De nombreux exemples

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com



Média-training

Réussir ses prises de parole avec les médias ne s'improvise pas. Notre partenaire formateur spécialisé en média-training a 25 ans d'expérience dans la presse écrite, la radio et la télévision.



Les objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Donner des informations satisfaisantes au journaliste sans vous rendre vulnérable,
- Transmettre vos messages clés,
- Gérer les relations avec les journalistes de manière satisfaisante même en situation de crise,
- Utiliser le storytelling pour maximiser votre impact.

Modalités :

Durée & lieu : 2 jours ; intra : Paris

Formateur : Ancien journaliste de presse écrite, radio et télévision

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Tarifs sur demande

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION « Média-training »

Comprendre les médias, les attentes et les contraintes des journalistes :

Les fondements des médias
Les coulisses : la réalité du métier de journaliste
Les différents formats de l'écriture journalistique
Les contraintes des médias et des journalistes
L'oeil de la caméra : comment l'appivoiser

S'immerger dans l'entretien avec le journaliste :

Exercices pratiques en situation : trouver les bons mots, les bonnes formules pour marquer le coup dans le temps réduit que le journaliste vous accorde et retiendra dans son reportage
Visite de studios TV et radio
Débriefing en groupe
Conseils et coaching individualisé

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Toutes les clés pour comprendre les médias
- Des mises en situation poussées

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com



Storyjournalisme

Le lecteur d'aujourd'hui n'a pas besoin d'une overdose d'informations : il a besoin de sens. Et ce n'est qu'avec une alliance subtile entre les faits et l'émotion qu'il peut l'obtenir : avec du storytelling.



Les objectifs de la formation :

Au cours de cette formation, vous apprendrez à :

- Savoir trouver de manière efficace des éléments narratifs pour introduire du storytelling dans les sujets journalistiques traités
- Savoir construire et développer des articles suivant les principes du storyjournalisme
- Savoir articuler les techniques journalistiques traditionnelles et le storyjournalisme et maîtriser sa production

Modalités :

Durée & lieu : 2 jours ; intra : France entière, inter : Paris

Groupe de stagiaires de 12 personnes maxi

Formateur : Stéphane Dangel, spécialiste de la mise en récit

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Intra : 3000 €
Inter : 990 €/p.

Prix HT - TVA non applicable - art. 293-B du CGI

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

PROGRAMME DE FORMATION

« Storyjournalisme »

Le storytelling : bien plus qu'un divertissement

Se situer par rapport aux principes fondateurs : un ancrage historique et théorique fort

Les passerelles storytelling – journalisme

Trouver la matière première narrative

Enrichir sa pratique du questionnement journalistique avec des questions génératrices d'histoires, de récits

Explorer l'imaginaire pour en tirer un matériau concret, utilisable

Sélectionner les pistes narratives

Les différents types d'intrigues et de situations dramatiques utilisables

Construire des articles narratifs

Confronter la structure traditionnelle de l'article au storytelling

Utiliser l'écriture scénaristique, storyboardée et raisonner en scènes

Cadrer son récit en déclinant ce cadrage dans le titre et le chapo

Gérer la courbe d'action de ses récits

Pratiquer un storyjournalisme qui montre autant qu'il raconte

Travailler la backstory et la mise en contexte

Travailler les conflits dans le récit

La progression et les grands moments de l'histoire : le début, les tournants, les renversements, le point culminant, la résolution de l'histoire

Approfondir et libérer son récit

Travailler les personnages de son article-story

Travailler les détails du récit pour maximiser la narrativité

Etoffer l'univers narratif du récit

Entretenir sa fibre métaphorique, maîtriser l'utilisation d'archétypes

Travailler les points d'accroche, les pulsations et les transitions du récit

Evaluer son storyjournalisme

Se construire une grille d'analyse et sa feuille de route avec des critères pertinents

Recadrer son récit journalistique

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Toutes les clés pour être lu
- Une formation axée sur la pratique

Contact, conventions :

06 83 54 22 78

contact@storytellingfrance.com

Formations en vidéo-conférence

Toutes les formations du catalogue sont également disponibles en formule vidéoconférence à la carte :

Formation 1 jour : 430 € HT

Formation 2 jours : 860 € HT

Eligible aux dispositifs de prise en charge de la formation professionnelle

Stéphane Dangel Consultant
3, rue Pierre Auguste Renoir
67640 Fegersheim - France

<http://www.storytellingfrance.com>

Siret : 514 410 950 00018

Les points clés :

- Conférences en direct
- Avec partage d'écran et de fichiers

Contact, conventions :

06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com