Formations storytelling
2024

Stéphane Dangel
consultant
Storytelling en France

Stéphane Dangel, directeur

Nous intervenons dans le storytelling appliqué au management, à la communication, au marketing, à la publicité, au développement personnel, que l'enjeu soit de transmettre des messages ou d'analyser des situations, y compris dans les contextes les plus tendus.
Nous sommes pionniers dans le storytelling en France : nous sommes parmi les premiers à avoir proposé des formations dans ce domaine, dès 2009. Nous intervenons en présentiel et en distanciel. Nous avons aussi publié "Storytelling, le guide", le premier guide pratico-pratique en français du storytelling et d'autres ouvrages qui ont fait et font toujours référence.
Nous sommes issus des sciences politiques, du journalisme et de la communication, avec une expérience dans la communication BtoB et BtoC dans des environnements industriels et institutionnels.
Organisme de formation déclaré : n° 42 67 04483 67

NOS RÉFÉRENCES

Industrie/services

SAFRAN, Ravago, Manutan, BtoB, BtoC, cuisinella, Ford, GROUPE SEB, Agroalimentaire, d'aucy, DANONE, La Brosse & Dupont, Equipements, orange, Continental, Distribution, NATURE & DECOUVERTES, Services, RATP DEV, casa tramway, البريد التونسي LA POSTE TUNISIENNE, Culture, hachette, Pharma/sciences, eurofins, gsk, Banque/assurance, BNP PARIBAS, ATB, Cofidis, MUTUALITÉ FRANÇAISE, Médias, l'express, MEDI1 TV, radiofrance

Institutions

Entrepreneuriat, YEC, Technopole de l'Aube en Champagne, AGENCE FRANCE ENTREPRENEUR, CCI PARIS ILE-DE-FRANCE, Fondation Vincent de Paul, ANGERS TECHNOPOLE, Organisations internationales, OCDE, Solidarité, abrapa, Associations, Communes forestières, LES TÊTES DE L'ART, Organismes publics, Inserm, agence de la biomédecine, Tourisme, Touraine Loire Valley, MEUSE TOURISME, FROTS LORRAINE

Enseignement supérieur / formation

Universités, Université de Strasbourg, CELSA SORBONNE UNIVERSITÉ, UNIVERSITÉ DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE, université angers, Business schools, ESCP EUROPE, HEC PARIS, EM Strasbourg BUSINESS SCHOOL, NEOMA BUSINESS SCHOOL, Organismes de formation, HOUSE OF TRAINING, a'sfored, Wolters Kluwer, IONISX, Les Echos FORMATION, CCM Benchmark GROUP

Storytelling France
storytellingfrance.com
06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

(Comme disait Voltaire)

Il faut cultiver son jardin...

de compétences

Ne pas les laisser en jachère

(oh, non !)

En voilà, une belle histoire !

(oh, oui !)

Formations présentielles
Formation à distance
Formations collectives
Coaching individuel

Toutes les formations sont aussi disponibles en vidéoconférence

Vidéoconférence en direct	Tarification attractive	p. 5

Les formations storytelling généralistes

S1	Initiation au storytelling	(1 j.)	p. 7
S2	Maîtrisez le storytelling	(2 j.)	p. 8
S3	Déclinez votre storytelling en mode digital	(2 j.)	p. 9
SP	Boostez votre storytelling avec l'IA	(1 j.)	p. 10

Les formations storytelling pour améliorer sa communication en public

S4	Réalisez des PowerPoint efficaces	(1 j.)	p. 12
S5	Réalisez des interventions orales impactantes	(1 j.)	p. 13
S6	Apprenez le storytelling en anglais	(1 j.)	p. 14

Les formations storytelling pour agir de manière ciblée

S7	Le storytelling pour votre personal branding	(2 j.)	p. 16
S8	Le storytelling pour le marketing et la publicité	(1 j.)	p. 17
S9	Le storytelling pour le knowledge management	(1 j.)	p. 18
S10	Le storytelling pour l'audit interne	(1 j.)	p. 19
S11	Storyjournalisme	(2 j.)	p. 20
S12	Utilisez la magie des métaphores	(1 j.)	p. 21
S13	Le storytelling pour l'engagement politique	(3 j.)	p. 22
S14	Le storytelling pour la vente et l'expérience client	(2 j.)	p. 23

Nous pouvons aussi créer votre formation sur mesure

Storytelling France
storytellingfrance.com
06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Stéphane Dangel
consultant
Storytelling en France

Pas le temps pour une formation complète ?
Optez pour la formule express !
24€ en e-learning !
(prix pour 1 personne)
En 3h chrono (temps moyen observé)
Sur plateforme dédiée, avec contenus audio, textes et vidéo
En semi-autonomie : avec exercices corrigés par un formateur

Initiation
au storytelling

Acquérir les bases pour concevoir et rédiger des histoires efficaces dans et pour l'entreprise ou tout autre type d'organisation

Compétences visées et évaluées :

Maîtriser les différents éléments qui font une bonne histoire

Construire des histoires à haut potentiel de connexion avec les cibles

Améliorer son style

• 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 débuter 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
-Prendre en compte la dimension Covid
-Apprendre à analyser l'histoire choisie à travers 43 points de contrôle

S1

Public

Managers, rédacteurs-auteurs, chargés de projets et de missions, chargés/responsables de communication, créateurs de contenus

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S2

Les + pédagogiques

- Apprentissage des concepts et méthodes clés
-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des contenus réellement utilisables
-Exercices de conception de rédaction de storytelling
-Mise à disposition d'outils complémentaires sur une plate-forme numérique

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, avec une expérience du journalisme et de la communication institutionnelle, managériale et marketing

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Maîtrisez
le storytelling

La grande soeur de la formation "Initiation au storytelling" pour porter vos compétences de storytelling à leur maximum en toutes circonstances

Compétences visées et évaluées :

Etre en capacité de concevoir et rédiger des récits riches et dynamiques

Savoir décliner ses récits sur différents supports, rédactionnels, visuels et numériques

Diffuser une culture storytelling dans l'organisation

• Comprendre le storytelling :

-Se situer par rapport aux principes fondateurs et les revisiter (Covid)
-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 débuter son histoire
- Faire entendre son histoire
-Diffuser le storytelling dans l'organisation - la storyabilité
-Mettre en oeuvre une narration tenant compte de la réalité Covid mais en maintenant un haut niveau créatif
- 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

S2

Public

Managers, rédacteurs-auteurs, chargés de projets et de missions, chargés/responsables de communication, créateurs de contenus

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

2 j. (14 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance :2980€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)
Egalement en inter avec nos partenaires Edinovo et Les Echos Formation

Pour aller plus loin

S3, S5

Les + pédagogiques

- Ancrage dans les fondamentaux
-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des contenus réellement utilisables
-Deux jours pour bien maîtriser le storytelling et faire pleinement avancer ses projets en étant coaché
-Mise à disposition d'outils complémentaires sur une plate-forme numérique

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, avec une expérience du journalisme et de la communication institutionnelle, managériale et marketing

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Contact pour les formations en intra,

et les formations en inter avec nos partenaires Les Echos Formation, Abilways, CCM Benchmark (Paris), AFIB (Sud Ouest)

Déclinez votre storytelling
en mode digital

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

Compétences visées et évaluées :

Maîtriser les ressorts du storytelling pour des messages plus efficaces

Savoir faire de l'auditoire un véritable acteur de l'histoire

Décliner le storytelling dans toutes ses présences online

• 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 débuter son histoire
- Faire entendre son histoire
-Savoir utiliser les 5 sens sur tous supports
- Apprendre à être authentique

• Maîtriser son storytelling :

-Les 4 garde-fous gages de continuité du storytelling
- Savoir maîtriser ses effets
- Se connecter à son public
- Se construire une grille de sélection
-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 et le mobile, les médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...), les podcasts, la réalité virtuelle, augmentée...

•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

S3

Public

Chargés de projets et de missions web, chargés/resp. de communication, créateurs de contenus, consultants, entrepreneurs

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

2 j. (14 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance :2980€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S4, S8

Les + pédagogiques

- Apprentissage des ressorts digitaux clés
-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des contenus réellement utilisables
-Exercices de conception de contenus de storytelling digital écrits et visuels
-Nombreux exemples variés et adaptés aux contextes des stagiaires

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, avec une expérience du journalisme, de la communication institutionnelle, managériale et marketing et de la création-innovation digitale

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling digital
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Boostez votre storytelling avec l'IA

Comment allier la puissance du storytelling et l'efficacité de l'IA (notamment ChatGPT), à la rapidité inégalée

Compétences visées et évaluées :

Etre en capacité de transporter des publics dans des histoires intenses

Etre rapide dans la création d'histoires sans verser dans la banalité

Surmonter les biais des IA pour un storytelling des plus pertinents

•Comprendre l'histoire vécue par vos publics :

- Cerner le persona réel de votre public en sachant vous raconter son histoire
- Soigner la formalisation pour contextualiser l'IA

•Mettre de l'intelligence artificiellee dans votre storytelling :

- Construire des invites IA efficaces (prompt engineering)
- ChatGPT et ses alternatives
- Apprendre à l'IA à mieux vous connaître

• Optimiser le storytelling :

- Etre factuel
- Etre également émotionnel
- Etre en plus sensoriel
- Maîtriser le niveau de détails
- Créer une temporalité adaptée
- Utiliser les métaphores pour clarifier ce qui est complexe
- Combiner différentes structures narratives avec des règles de prompts

• Aller plus loin dans le storytelling avec l'IA

- Utiliser des tehniques d'invites (prompts) avancées
- Utiliser l'IA pour raconter des histoires en images

SP

Public

Dirigeants d'entreprises, responsables développement, des relations et de l'expérience clients

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7h) - formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S2, S3

Les + pédagogiques

-Travail individuel ou en petit groupe (même entreprise, avec partenaires de l'entreprise)
-Mise en pratique directement sur les enjeux réels des participants pour produire un storytelling réellement utilisable
-Fourniture d'un mode d'emploi opérationnel pour une mise en oeuvre immédiate
- Travail conjoncturel et prospectif

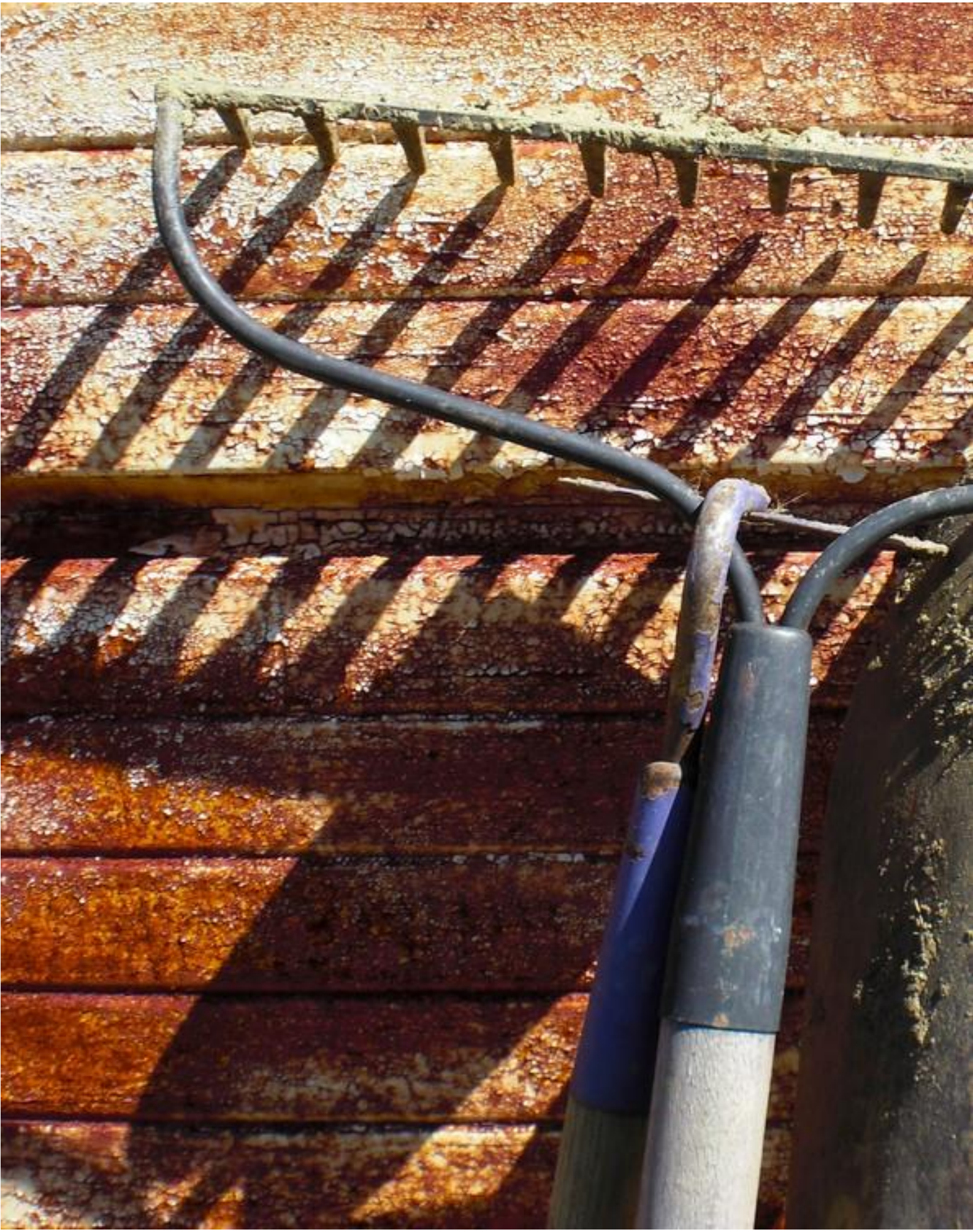
Profil du formateur

Spécialiste du développement d'entreprise et du storytelling. A travaillé en support d'équipes de vente, dans le marketing opérationnel, le marketing RH en environnement BtoB et BtoC

Suivi et évaluation

Exercices pratiques
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com



Réalisez des PowerPoint efficaces

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

Compétences visées et évaluées :

Transformer toute la présentation en histoire avec un vrai fil conducteur

Repenser les traditionnels chiffres, tableaux, courbes, faits... d'une façon différente, plus efficace

Faire les bons choix de maquette et de mise en scène

•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

S4

Public

Managers, chargés de projets et de missions, chargés et responsables de communication, consultants, entrepreneurs, dirigeants

Prérequis

1 ordinateur / stagiaire, avec PowerPoint installé

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S5

Les + pédagogiques

-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des présentations véritablement utilisables
-Exercices de conception de présentations impactantes, en travaillant sur l'écrit et le visuel
-Nombreux exemples variés et adaptés aux contextes des stagiaires

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, avec une expérience du journalisme, de la communication institutionnelle, managériale et marketing

Suivi et évaluation

Exercices de PowerPoint storytelling
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Réalisez des interventions orales impactantes

Vous détestez les présentations ennuyantes ? Faites en sorte que les vôtres ne le soient pas ! Avec le storytelling, garanti anti-ennui

Compétences visées et évaluées :

Décliner un message dans une présentation dynamique et rythmée

Maîtriser le langage verbal et non verbal

Maîtriser l'auditoire, en présentiel et à distance

Améliorer les supports visuels de ses présentations

•Autoanalyse 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
-Adaptation aux différences de contexte :présentiel / distanciel visio
-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
-Animation d'une présentation à distance :en direct, pré-enregistrée, mixte...
-Transformation des contraintes (distance, port du masque...) en atouts

•Construire sa feuille de route storytelling pour aller encore plus loin

S5

Public

Managers, chargés de projets et de missions, responsables communication, consultants, entrepreneurs, dirigeants

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S6, S12

Les + pédagogiques

-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires avec une grande interactivité
-Exercices vidéo de conception d'interventions impactantes, en travaillant sur la construction du message et son interprétation
- Travail sur le verbal, le non-verbal, le visuel

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, expérimenté en journalisme, communication managériale, marketing, conférencier, animateur de workshops

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling oral
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Storytelling
en anglais

Apprendre à utiliser le storytelling et travailler une langue étrangère avec une formation 100% en anglais

Compétences visées et évaluées :

Décliner un message dans une présentation dynamique et rythmée, narrative

Maîtriser le langage verbal et non verbal

Maîtriser votre auditoire

Anglais : style, intonation et impact, vocabulaire et grammaire

• What is storytelling ?

- How to craft your story ?
- Different kinds of stories
-Narrative structures and narrative rhythm

• Identifying your point of view

- What's your storyline, your bigger story?

•Your personal story is a key asset when it comes to personal branding & career development

- Basic principles
- Examples & text/video analysis

•Eliciting your personal narrative material

- Learning experiences
- Gifts and expertise
- Legend (backstory)
- Clustering the parts & levels

•Compacting your story and expanding your story

- Elevator speech style and more

• Is your story a top notch one?

- Believability
- Humanity
- Covid-compliance

• How to select a story?

S6

Public

Managers, chargés de projets et de missions, chargés/responsables de communication , toute personne

Prérequis

Anglais niveau professionnel

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S4, S5

Les + pédagogiques

- Des mises en situation
- Un focus sur le storytelling personnel

Profil du formateur

Expérimenté en storytelling, anime des cours en anglais

Communiquer en public

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour votre personal branding

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

Compétences visées et évaluées :

Identifier et formuler les récits qui apportent une valeur ajoutée à sa marque personnelle

Déployer ses récits, ses histoires dans son CV, dans une lettre de motivation, en entretien, dans des présentations...

Maîtriser l'expression de sa marque personnelle dans les médias sociaux

•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...

-Apprivoiser les spécificités du distanciel

- Réécrire ses histoires

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

•Construire sa feuille de route storytelling

S7

Public

Managers, chargés de projets et de missions, entrepreneurs, dirigeants, consultants, personnes en transition professionnelle

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

2 j. (14 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance :2980€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S8, S12

Les + pédagogiques

-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires avec une grande interactivité et des mises en situation très poussées :le stagiaire quitte la formation avec une feuille de route concrète et applicable

-Une approche à 360°, muti-supports d'expression de la marque personnelle

Profil du formateur

Consultant et formateur depuis 2008, expérimenté en journalisme, communication managériale, marketing ;a développé un leadership de pionnier du storytelling

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling personnel
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour le marketing et la publicité

Pour redynamiser votre communication marketing et lui donner plus de puissance émotionnelle et créative, avec le storytelling

Compétences visées et évaluées :

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

• Comprendre le storytelling

-Se situer par rapport aux principes fondateurs
-Les 10 règles d'efficacité du storytelling
- La disruption Covid

• 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

• Les combinaisons marketing / publicité / storytelling à investir

- Le brand content
- Le crowdsourcing
-Les technologies d'aujourd'hui à maîtriser (transmédia, RA, VR...)

S8

Public

Marketeurs, communicants, chargés de projets, de budgets et de missions relatifs à des marques, créatifs en agence

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S1 2

Les + pédagogiques

-Mise en pratique directement sur les projets et enjeux réels des stagiaires :le stagiaire quitte la formation en ayant réellement avancé sur ses projets en cours
-Un format compact concentré sur l'utile et l'opérationnel
- Une formation - transfert de savoir-faire

Profil du formateur

Consultant et formateur depuis 2008, expérimenté en communication et marketing BtoB et BtoC multi-secteurs et en innovation digitale

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling publicitaire
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour le knowledge management

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 de management des connaissances, le storytelling est un atout

Compétences visées et évaluées :

Utiliser des 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

• 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

- Adapter les outils aux normes du distanciel et du télétravail

S9

Public

Managers, chargés de projets et de missions, professionnels des ressources et relations humaines, dirigeants

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S10

Les + pédagogiques

-Un format compact concentré sur l'utile et l'opérationnel
- Une formation - transfert de savoir-faire
-Des techniques pensées simplicité d'application pour une efficacité maximale
-Une approche éprouvée, notamment par la NASA

Profil du formateur

Consultant et formateur depuis 2008, a développé un leadership de pionnier du storytelling

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling des connaissances
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour l'audit interne

Enrichissez la qualité des données de vos audits avec des récits recueillis dans l'organisation et traités pour en retirer du sens

Compétences visées et évaluées :

Définir les apports complémentaires que peuvent fournir des récits à ses audits

Maîtriser différentes techniques narratives d'audit

Exploiter les éléments narratifs collectés

•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

S10

Public

Managers, chargés de projets et de missions, entrepreneurs, dirigeants, professionnels de l'audit organisationnel

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S9

Les + pédagogiques

- Une formation pensée pratico-pratique
-Toutes les clés pour comprendre la logique et le fonctionnement des méthodes d'audit narratif -
-Des méthodes simples à utiliser dans l'organisation au quotidien
-Des explications - mode d'emploi et une expérimentation au cours de la formation

Profil du formateur

Consultant et formateur depuis 2008, a développé un leadership de pionnier du storytelling, spécialiste des audits storytelling et de la "chasse aux expériences vécues"

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling d'audit
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Story journalisme

Pour écrire des articles qui racontent une histoire tout en transmettant une information de qualité, en utilisant le storytelling

Compétences visées et évaluées :

Savoir trouver de manière efficiente 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 leur alliance dans des articles narratifs et efficaces

•Le storytelling : bien plus qu'un divertissement

-Se situer par rapport aux principes fondateurs

-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 mise en contexte

- Travailler les conflits dans le récit

-La progression et les grands moments de l'histoire

•Approfondir et libérer son récit

- Travailler les personnages

- 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

S11

Public

Rédacteurs, rédacteurs en chef, journalistes de presse écrite, radio, TV, web, concepteurs-réalisateurs de contenus

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

2 j. (14 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 2980€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S12

Les + pédagogiques

-Nombreux exercices de mise en pratique des techniques au cours de la formation : écriture, réécriture de contenus journalistiques

-Une formation complètement axée sur la pratique

-Toutes les clés pour comprendre la logique du storytelling appliqué au journalisme

Profil du formateur

Journaliste - rédacteur en chef de presse écrite primé à plusieurs reprises

Suivi et évaluation

Exercices de storyjournalisme
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Agir de manière ciblée

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Utilisez la magie
des métaphores

Avec des mots qui font naître des images et des histoires dans un objectif d'impact professionnel et de communication efficiente

Compétences visées et évaluées :

Cibler les différents contextes d'utilisation des métaphores (vente, adhésion à des valeurs, éclaircissement d'idées complexes...)
Bâtir des métaphores gagnantes, qui toucheront les cibles au coeur
Inclure des métaphores dans ses discours et ses présentations traditionnelles

• 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

S12

Public

Managers, rédacteurs-auteurs, chargés de communication et de marketing, créateurs de contenus

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

1jour (7 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance : 1 650€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S1

Les + pédagogiques

- Apprentissage des concepts et méthodes clés
-Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des métaphores réellement utilisables dans un contexte professionnel
-Nombreux exercices pratiques pour faire travailler le "muscle métaphore" et apprendre à l'utiliser de manière efficiente et rapide

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, avec une expérience du journalisme et de la communication institutionnelle, managériale et marketing, fan des métaphores

Suivi et évaluation

Exercices de métaphores narratives
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour l'engagement politique

Savoir se raconter pour déployer ses idées et sa vision, en cherchant à être authentique, avec le storytelling

Compétences visées et évaluées :

Identifier et formuler son message, ses valeurs, sa vision

Traduire ses atouts en récit engageant

Allier factuel, pour convaincre, et émotionnel, pour engager le public dans l'action

Déployer ses récits, ses histoires sur tous ses territoires de communication

Incarner son histoire par tous ses vecteurs, à 360°

• 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

-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 d'un récit
- Elaborer la matrice de ses récits
- Utiliser le format court et long
- Maîtriser la courbe d'action des récits
- Contrôler la qualité de ses histoires

• Cerner l'auditoire

- Connaître l'auditoire
- L'introduire dans ses histoires
- Réagir face à un auditeur hostile

•3ème étape : décliner ses histoires à l'écrit

•4ème étape : décliner ses histoires à l'oral

•5ème étape : réécrire ses histoires

•Construire sa feuille de route storytelling

S13

Public

Elus, responsables politiques, collaborateurs d'élus, candidats à un mandat, cadres de partis politiques

Prérequis

Avoir un engagement politique

Durée et tarif

3 jours (21 heures) - Présentiel ou distanciel
Coaching individuel : 3990€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S5, S6, S12

Les + pédagogiques

-Nombreux exercices de mise en pratique des techniques au cours de la formation
-Une démarche pas à pas orientée rapidité et efficacité
-Un travail sur les différents aspects de l'engament politique qui va bien plus loin qu'une campagne de communication

Profil du formateur

Consultant et formateur en storytelling depuis 2008, issu des sciences politiques, avec une expérience du journalisme et de la communication institutionnelle dans le secteur public ainsi que du travail avec des élus

Suivi et évaluation

Exercices de storytelling politique
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Le storytelling
pour la vente et l'expérience client

Savoir vendre, oui, mais surtout travailler sur l'expérience et le parcours client avant, pendant et après la vente, avec le storytelling

Compétences visées et évaluées :

Etre en capacité de formaliser des histoires efficaces et de les transposer dans le processus de vente

Savoir décliner ses histoires sous différents formats :court, long, à l'oral, sous forme d'études de cas, de présentations PowerPoint, en distanciel...

Construire des parcours clients efficaces et complets sources d'expériences riches

•Où introduire du storytelling dans le processus de vente ?

- La démarche traditionnelle de vente
-Quelle place pour le storytelling dans le processus ?
-Quelle stratégie adopter :quels storytellings doivent être mis en place ?
-Répondre aux objections avec le storytelling
-Les leçons Covid :être résilient et bienveillant

• Les différents types de storytelling pertinents dans le processus de vente :

-Expériences clients, expériences utilisateurs, études de cas...
-Bien questionner pour obtenir de bonnes histoires
- Sélectionner les meilleures histoires -
-Organiser sa base de données d'histoires commerciales

• Equilibrer le storytelling :

- Etre factuel, émotionnel et sensoriel
- Maîtriser le niveau de détails
-Utiliser les métaphores pour clarifier ce qui est complexe

•Focus sur le storytelling lors d'un entretien de vente :

-Maîtriser l'histoire :reformuler le besoin du client sous forme d'histoire, l'histoire qu'il a envie de vivre
- Maîtriser la voix
- Maîtriser le langage du corps
- Maîtriser les outils distanciels

•Focus sur l'utilisation de présentations PowerPoint narratives dans vente

•Utiliser le storytelling pour travailler l'expérience client :

- Construire le parcours client
-Aligner la marque, le marketing et les ventes
- Maîtriser les histoires du vécu client

S14

Public

Cadres et managers commerciaux, équipes de vente tous secteurs, cadres et équipes marketing

Prérequis

Aucun

Durée et tarif

2 j. (14 heures) - Formation de groupe en intra
En présentiel ou à distance :2980€ HT
(TVA non applicable - art. 293-B du CGI)

Pour aller plus loin

S8

Les + pédagogiques

-Mise en pratique directement sur les enjeux réels des participants pour produire des contenus réellement utilisables
-Deux jours pour bien appliquer les techniques dans ses projets
- Utilisation de jeux de rôles
- Fourniture d'un mode d'emploi

Profil du formateur

Travaille dans le storytelling depuis plus de 10 ans. Auparavant, il a travaillé dans des entreprises industrielles, commerciales et de services en support d'équipes de vente et dans le marketing opérationnel

Suivi et évaluation

Exercices axés client
Autoévaluation des acquis et feedback du formateur et des pairs
Attestation de présence et de fin de formation

Agir de manière ciblée

Renseignements : 06 83 54 22 78 - contact@storytellingfrance.com

Storytelling France
06 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com

Stéphane Dangel
consultant
Storytelling en France