



# ENRICHIR SES COMMUNICATIONS AVEC LE STORYTELLING

Comment créer son storytelling de marque et dynamiser ses communications ?

**Enrichir ses communications avec le storytelling** nécessite d'avoir en amont clarifier la vision, la mission et les valeurs de l'entreprise. Capable d'entraîner le lecteur dans un voyage émotionnel, le storytelling est une méthode d'écriture narrative permettant d'asseoir son **leadership** et de se distinguer de la concurrence. Le storytelling, c'est l'art de raconter une histoire et ainsi de créer des liens forts avec son public. Se lier avec l'audience, l'embarquer dans un récit pour créer loyauté et confiance — deux piliers nécessaires à la construction d'une marque - et injecter du sens dans votre relations avec le public.

**Cette formation CFPJ**, entre théorie et mises en pratique, vous permettra d'appliquer cette technique, de travailler  **votre prise de parole en public** et de rédiger votre premier storytelling de marque ou de produit.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

DIST.

Ref. : 3802819

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Code Dokelio : 024643

## LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

12 et 13 juil. 2023

- 12/07/2023 09:00 --> 13/07/2023 17:30 à À distance
  - 12/07/2023 09:00 --> 12/07/2023 17:30
  - 13/07/2023 09:00 --> 13/07/2023 17:30

## OBJECTIFS

Utiliser le storytelling pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative et médiatiser son histoire.

Identifier des thèmes porteurs et des angles narratifs dans la culture d'une entreprise.

Maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications.

## EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

## POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication/marketing.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

## COMPÉTENCES ACQUISES

Identifier des thèmes porteurs et des angles narratif dans la culture d'une entreprise, maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quiz amont  
Modules e-learning  
Présentiel  
E-ressource  
E-quiz aval

## PROGRAMME

Enrichir ses communications avec le storytelling

### Comprendre tout l'intérêt du storytelling

- Connaître les origines du storytelling : de l'anthropologie au marketing politique.



Organisme qualifié  
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération  
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com  
Siret 449 557 339 000 16



- Comprendre tous les avantages du storytelling et son pouvoir disruptif.
- Maîtriser les 7 principes à respecter pour fabriquer une bonne histoire.
- Identifier tous les champs d'application du storytelling : communication corporate, interne, managériale, recrutement, produits, marque.
- Connaître tous les ressorts d'une bonne histoire.

### Trouver une histoire à raconter

- Identifier des thèmes porteurs dans ses objectifs de communication.
- Utiliser les lois de proximité pour être en phase avec ses publics.
- Explorer le périmètre de son histoire avec le schéma heuristique.
- Choisir le héros et le décor de son histoire.
- Définir le genre et l'univers de référence de son histoire.

### Maîtriser les techniques de storytelling

- Utiliser les 5 étapes du schéma narratif pour scénariser son histoire
- Appliquer le modèle actanciel pour créer suspens et tensions narratives.
- Élaborer le pitch et le storyboard de son histoire.
- Rédiger son histoire : utiliser le VAKOG pour s'adresser aux 5 sens.
- Mobiliser les émotions : registre et intensité.
- Alterner les descriptions, les actions, les sentiments et les dialogues.
- Rédiger l'attaque et la chute, donner du détail, de l'anodin, du vécu, de la tension et du quotidien.

### Médiatiser son histoire

- Évaluer la pertinence de son histoire par rapport à sa cible et son objectif de communication.
- Choisir le média adapté : prise de parole, édition, presse, vidéo, réseaux sociaux.
- Adapter son récit aux spécificités du média choisi.
- Concevoir son plan d'action storytelling.

## INTERVENANTS

Marie MONTAIGU  
MONTAIGU Marie-Dominique

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Les participants conçoivent et rédigent une histoire complète.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Organisme qualifié  
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération  
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : [serviceclient@cfpj.com](mailto:serviceclient@cfpj.com)  
Siret 449 557 339 000 16