



DÉCOUVRIR LE TRANSMÉDIA STORYTELLING

Débuter dans le transmédia storytelling.

De la prise en main des outils à la mise en place d'une stratégie de storytelling variée et surfant sur plusieurs profils de médias, en passant par l'analyse de vos cibles, cette formation complète vise à vous permettre de débiter sur de bons rails dans le storytelling transmédia. Le but premier de cette formation est donc bel et bien de vous sensibiliser à la fois aux nouvelles écritures, aux nouvelles manières de raconter des histoires (storytelling) et en même temps de vous sensibiliser à la diversité technique, technologique à votre disposition pour raconter ces histoires (récits interactifs, réalité virtuelle, réalité augmentée, jeux).

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : 3810019

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1350
€ HT

OBJECTIFS

- Comprendre le transmédia storytelling dans des contextes variés : éditorial, communication, marketing, institutionnel.
- Analyser une campagne transmédia.
- Reconnaître et identifier ses cibles, supports et les principaux réseaux sociaux.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication, journalistes, producteurs, réalisateurs audiovisuel, community managers, créatifs.

COMPÉTENCES ACQUISES

Analyser une campagne transmédia, reconnaître et identifier ses cibles, supports et les principaux réseaux sociaux.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Découvrir le transmédia storytelling

Appréhender le concept de storytelling, ses origines, ses finalités

- Définir le storytelling : l'évolution de la structure narrative au fil des millénaires.
- Panorama et définition des sous genres : interactif, virtual reality, réalité augmentée, jeux, ARG.
- Panorama des audiences et des supports.

Se repérer dans un univers global : l'univers transmédia

- Histoire du transmédia storytelling.
- Connaître les étapes et les membres d'une équipe, le vocabulaire d'un projet transmédia.
- Définir les objectifs de communication transmédia : de l'audience à l'advocacy dans un univers protéiforme et éclaté.
- Construire son univers, créer ses personnages et les enjeux : le cœur du récit multiplateforme.

Préparer sa stratégie : support et cible

- Connaître ses cibles, identifier les bons supports et le wording pour engager son audience.
- Appréhender les aires et les temporalités de déploiement d'une campagne.
- Appliquer les fonctionnements des réseaux sociaux à un projet transmédia.





- Appréhender les logiques de l'engagement : User Experience (UX).
- Évaluer les mises en œuvre organisationnelles et opérationnelles de l'UX.

Penser son projet de communication transmédia

- Maîtriser les outils de la conception transmédia en équipe.
- Utiliser les outils pour le déploiement des campagnes online.

INTERVENANTS

Alina VOICU
formatrice
ATHERIS CONSULTING

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Évaluation formative. Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

LIEUX ET DATES

À distance

11 et 12 mai 2023
23 et 24 nov. 2023

Paris

11 et 12 sept. 2023

