

Mise à jour 1er septembre 2023

Stage pratique
2 jours – 14h00

«Maitriser l'art du storytelling peut s'avérer être un atout essentiel dans la mise en place d'une stratégie de communication peu importe le secteur d'activités.. Transmettre des émotions via un récit, fictif ou non, peut rapidement devenir un avantage concurrentiel non négligeable. C'est pourquoi, vous apprendrez ici à créer une histoire en la structurant du début à la fin afin de capter l'attention du public et stimuler votre attractivité. L'objectif est de mettre le récit au service de ses objectifs ».

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Connaitre les différentes situations propices à l'utilisation du storytelling
Comprendre les enjeux qui découlent d'un storytelling
Créer et structurer une histoire
Diffuser des émotions pour maximiser l'impact du récit auprès du public
Définir sa cible
Donner vie à son storytelling

TRAVAUX PRATIQUES

Une approche active et impliquante pour chaque participant, de nombreux exercices et travaux de groupe : jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

Participants

Toutes les personnes amenées à prendre la parole, en public dans un contexte professionnel.

Prérequis

Aucune connaissance particulière.

Prix 2023 : 1 490 € HT//
460 € par stagiaire pour 6 minimum

Dates des sessions

Sur demande et en fonction de la disponibilité de nos formateurs sous un délai de 6 semaines.

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 60% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Un diagnostic est réalisé en début de formation

1. Identifier l'utilité et l'apport du storytelling

Définir concrètement ce qu'est le storytelling
Comprendre et analyser les storytelling célèbres qui ont marché.
Définir les différents contextes permettant l'usage du storytelling.
Comprendre les apports d'un storytelling réussi.

2. Analyser le contexte

Cerner les objectifs : Dans quel but ? Pourquoi ? Avec quels moyens ?
Définir la cible pour adapter son histoire.
Comprendre et définir l'image et les valeurs que l'entreprise veut renvoyer à travers le récit.
Analyser la concurrence.

3. Elaborer un récit impactant

Rédiger une narration cohérente.
Structurer son histoire.
Instaurer de l'émotion pour toucher le public.
Transmettre ses messages à travers son histoire.

4. Communiquer son storytelling

Les canaux médiatique à utiliser.
La manière de le transmettre : à l'écrit ou à l'oral.
Capter l'attention du public.
Transmettre des émotions

Moyens pédagogiques et techniques

Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application, études de cas...

A l'issue de chaque stage ou séminaire, La Cordée Responsable fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

Dans le cas d'une prestation in situ, différents éléments devront être mis à disposition du formateur : une salle suffisamment spacieuse, fermée avec un environnement sonore calme, un tableau type « Velleda » avec des feutres de différentes couleurs, un moyen de projection (écran TV, vidéo projecteur...), un accès internet en WIFI, ainsi que des bouteilles d'eau ou fontaine d'eau pour les participants.

Pour les stagiaires, il est essentiel de venir aux formations avec son ordinateur portable, de quoi écrire ainsi que des feuilles de papier.