

STORYTELLING DE LA COMMUNICATION DE PROJET A LA CONSTRUCTION DE MARQUE

3 JOURS - 21 HEURES

But de la formation

- ▶ Comprendre l'intérêt et identifier les champs d'application du storytelling.
- ▶ Appréhender les enjeux de la notion de « storytelling »
- ▶ Acquérir la technique du storytelling pour la communication de projet et la construction de la marque
- ▶ Maîtriser les outils au service de la création de supports
- ▶ Appliquer le storytelling à ses actions de communication

Prérequis

Pratique courante d'Internet et maîtrise des outils bureautiques
Savoir utiliser un ordinateur, une tablette, un smartphone

Type de public

Professionnel de la communication, rédacteur, concepteur de contenus en ligne, community manager, etc.

Effectif

De 1 à 8 participants
L'effectif peut, en accord avec l'entreprise être modifié

Date & lieu de formation

A définir avec le client

Accessibilité aux personnes handicapées

Si la formation a lieu chez le client : il faudra préciser si votre salle de formation est accessible aux personnes handicapées
Si la formation a lieu en dehors de chez le client : il faudra me contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant. Dans ce cas, la formation aura lieu dans un local adapté. (Par exemple : location de salle dans un hôtel ou centre d'affaire).

Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation Délai d'accès

Feuilles de présence.
Questions écrites (QCM)
Outil d'évaluation des acquis : exercices et mise en application en fin de chaque chapitre
Formulaires d'évaluation de la formation.
Modalités selon pré requis et aucun délai

Méthodes et outils pédagogiques

Les moyens pédagogiques sont adaptés à chaque formation et aux besoins des clients.

La formation est co-construite avec le client, sur la base du programme de formation initial. Cette démarche de co-construction se fait au travers d'un entretien de cadrage au cours d'une rencontre ou par téléphone. L'entretien de cadrage donne lieu à un enregistrement utilisé pour vérifier l'adaptation des moyens pédagogiques à la formation et aux besoins du client.

Les moyens pédagogiques utilisés pour adapter les formations : Des apports d'informations du formateur et la mise en pratique sous forme d'exercices d'application, si possible en adéquation avec le secteur d'activité et les besoins des stagiaires.

Les moyens techniques nécessaires demandés sont : un ordinateur par personne et un smartphone avec connexion internet / WIFI – un appareil photo et accès aux réseaux sociaux, vidéo projecteur, paper board ou tableau blanc, feutres effaçables de couleurs, tables disposées en U et chaises, ou chaises disposées en cercle sans table.

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

L'organisme désigne un référent pédagogique et un référent handicap.

Formalisation à l'issue de la formation

Une attestation de formation sera transmise.

Un support de cours version papier ou numérique sera remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation

PROGRAMME

JOUR 1

Le concept du storytelling

La narration, nouvelle tendance Web
Les composantes du récit
Les schémas narratifs
Règles et limites du storytelling
Le rôle clé de l'émotion
Les différentes formes et plateformes de storytelling

JOUR 2

Le storytelling de son projet

Les étapes du diagnostic
Profilier l'audience et identifier les thèmes porteurs
Six clés pour raconter son histoire
Stratégie cross-média
Ecrire pour les réseaux sociaux

JOUR 3

Atelier de rédaction

Rédiger une feuille de route pour construire la stratégie de communication de la marque dans le temps et sur la toile
Bâtir la stratégie storytelling pour son projet ou sa marque
