

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Storytelling pour le web

Objectif de la formation

- Comprendre les principes narratifs qui permettent de structurer un discours de marque
- Décliner son récit sur tous les supports du media web.

A qui s'adresse cette formation :

La formation « Storytelling pour le web » s'adresse aux professionnels du web ou de la communication : responsable marketing, responsable éditorial, rédacteur en chef, rédacteur web, webmaster, designer.

Pré-requis: Etre à l'aise avec la communication écrite, posséder une bonne culture web.

Compétences acquises à l'issue de la formation :

Savoir présenter son entreprise sur le web à travers un récit fort et impliquant pour ses auditeurs, utiliser le storytelling pour toucher ses internautes et les amener à l'action.

Progression pédagogique :

Premier jour

Qu'est-ce que le storytelling ?

1. Comment raconter une histoire

Expérimentation : narration individuelle à l'aide d'un storyplaner
Mettre en récit son parcours professionnel

- Steve Jobs : analyse d'une success story
- Structure du récit
- Le personnage, vecteur de l'histoire
- Moments clés
- Epreuves et victoires
- Enseignements tirés
- Messages clés

2. Storytelling : pourquoi ça marche ?

- Le storytelling appliqué à l'entreprise
- Impliquer son audience
- Structurer le réel et donner du sens

- Investir un territoire imaginaire
- Créer l'émotion
- Faire passer des messages
- Provoquer l'action

3. Construire et renforcer le mythe fondateur d'une marque

ADN de la marque

- Essence de la marque
- Cœur de cible
- Identité et origines
- Valeurs clés, philosophie et messages
- Familles et personnalité des fondateurs
- Existence physique et sensorielle
- Promesses, engagements et contrat de marque
- *Analyse de mythes fondateurs exprimés sous différents formats web*
- *Exercice : retravailler un texte fondateur pour l'améliorer*

Deuxième jour

Narration transmédia : décliner son récit sur tous les supports web

4. Comment réussir son storytelling pour le web

E-commerce et e-tourisme : distinguer son offre grâce au storytelling

- Structurer sa stratégie de content marketing autour du storytelling
- Proposer une expérience unique à ses internautes
- Mettre en scène ses produits et services
- Concevoir des newsletters efficaces
- Déverrouiller les freins de l'utilisateur
- Marier storytelling de la marque et SEO
- Soutenir les objectifs du site

L'information : tenir son lecteur en haleine

- Faire passer l'information grâce à un personnage
- Exploiter les 5 sens pour créer l'émotion
- Construire un récit puissant
- Penser la chute d'une histoire
- Mettre en scène les données grâce aux outils interactifs

Les réseaux sociaux : susciter l'action

- Utiliser le storytelling pour susciter l'action
- Construire un lien privilégié avec ses internautes
- Utiliser les histoires de la communauté
- Transcrire ses messages dans des posts efficaces
- Utiliser les différents formats web : images, dessins, vidéos, textes

Les formes narratives brèves : slogans, accroches, citations et signatures

- Analyse du succès des meilleurs slogans
- Choisir des mots efficaces et porteurs de sens
- Synthétiser l'histoire pour les supports mobiles
- Prendre en compte l'expérience utilisateur

5. Devenir un storyteller pour le web

Expérimentation : imaginer une campagne de levées de fonds basée sur le storytelling, déclinée pour un site web, un blog et les réseaux sociaux.

La formation sera animée par Eve DEMANGE

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.