

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**.