

# Storytelling pour le web

## Développer l'image de sa marque en racontant de bonnes histoires sur le web

---

**Modalité :** Sur-mesure  
**Niveau :** Tout niveau

### Présentation

Le succès d'une entreprise en communication repose sur sa capacité à inspirer ses internautes grâce à une histoire crédible et puissante. Le storytelling consiste à utiliser les codes narratifs des contes, des récits et de la mythologie pour développer sa communication. Apprenez les secrets de communication des marques les plus aimées du grand public, entraînez-vous à inventer des histoires fortes à partir des valeurs de votre entreprise sur les différents canaux web. Devenez, vous aussi, un storyteller de talent !

### Objectifs

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

### Compétences acquises

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.

### Pré-requis & Profil des participants

Pour suivre cette formation, il est nécessaire d'être à l'aise avec la communication écrite et de posséder une bonne culture web.

Cette formation s'adresse aux professionnels du web ou de la communication : responsable marketing, responsable éditorial, rédacteur en chef, rédacteur web, webmaster, designer.

Télécharger en pdf

# Programme

## MODULE 1 : 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
- Coeur 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*

## MODULE 2 : Narration transmédia : décliner son récit sur tous les supports web

## 1. Comment réussir son storytelling pour le web

### 1.1 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

### 1.2 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

### 1.3 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

### 1.4 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

## 2. 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.