

STORYTELLING : Renforcez l'efficacité de votre marketing digital grâce aux techniques narratives du storytelling.

Le storytelling est l'art du récit pour convaincre. Avec les techniques du storytelling, le marketing retrouve ses possibilités de différenciation et la communication retrouve toute son efficacité. Une formation complète de 2 jours pour développer les dernières techniques narratives dans une logique participative où « votre cas » sera analysé.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de ce stage :

- ↪ Vous comprendrez pourquoi on parle tant de storytelling aujourd'hui.
- ↪ Vous serez capables de créer un récit d'entreprise, de marque ou de dirigeant.
- ↪ Vous pourrez inscrire le storytelling dans une stratégie cross-media.
- ↪ Vous pourrez renforcer le poids de la marque, de sa communication et du brand Manager dans l'organisation.

Participants :

DGs, PDGs, Fondateurs de Start-ups, Directeurs Marketing et communication, équipes Marketing digital, Directeurs commerciaux

Pré-requis : Expérience de l'entreprise.

Durée : 2 jours – 14 heures

Démarche pédagogique :

Transfert de savoirs et échange d'expériences : les participants entre eux et avec les intervenants. Etude de cas concrets. Témoignages, anecdotes. Analyse-synthèse.

Les + de cette Formation :

Bénéficier auprès d'un des meilleurs experts d'une formation complète et d'une première approche du traitement partagé de « votre cas ». Georges Lewi est non seulement expert en branding et storytelling mais il est aussi auteur (2 romans publiés).

Intervenant :

Georges L. : Georges est des experts du branding et du storytelling européens les plus réputés. Auteur de 15 ouvrages sur le sujet, il fut professeur associé à HEC et au CELSA. Il est consultant auprès des plus grandes entreprises (grande conso et industries), ONG et PME. Il anime depuis 15 ans le Cercle des Brand Manager.

STORYTELLING : Renforcez l'efficacité de votre marketing digital grâce aux techniques narratives du storytelling.

Agenda :

JOUR 1 - Le secret d'un storytelling réussi et les techniques et outils pour le mettre en place.	JOUR 2 Le storytelling en action
<p>Faire le point sur le marketing et la communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Du marketing au branding. ↗ Du branding au récit. ↗ Du récit au storytelling. Exemples de réussites et d'échecs. ↗ Quels sont les récits de marque que nous aimons ou que nous détestons ? Pourquoi ? <p>Storytelling/récit fondateur et Mythe.</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Le Storytelling ou la création d'un récit de type mythique. Sur quels mythes (ou mythèmes) s'appuyer ? ↗ Le rôle de l'Histoire de l'entreprise. ↗ Le rôle de la narration publicitaire. ↗ Le mythe et le schéma narratif autour de la « fabrique de l'ennemi ». L'efficacité en action. <p>Les outils indispensables.</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Combien de mythèmes à notre disposition ? La liste presque exhaustive de ces « idées narratives de base et des positionnements » à notre disposition... Les scénarii types. ↗ Les fonctions d'un schéma narratif fondé sur le storytelling : le rôle de l'émetteur du récit, de l'adjuvant indispensable... ↗ Développement d'exemples pour les entreprises, les marques, les personnalités publiques... <p>Le brief et la stratégie de communication issue du storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Du Schéma narratif du storytelling à la promesse de marque. Comment la rédiger pour un brief efficace. ↗ Après le discours, les preuves : le contrat de marque. ↗ Le storytelling est né de l'ère digitale. Approches des techniques. ↗ Le storytelling spécifique des entreprises BtoB. 	<p>Technique de rédaction et l'écriture WEB. « Techniques rédactionnelles pour les professionnels de la communication » et « Techniques de rédaction en ligne »</p> <p>Amélioration des compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Rappel des grandes lois de la communication, du Triangle des écarts et les outils de professionnalisation d'une rédaction efficace + Rappel des outils de l'expression écrite et valorisé un texte par l'habillage adapté + Rappel des bases journalistiques + ↗ Techniques de rédaction propres au web + Mise en pratique sur cas réels ↗ Utilisation des medias classiques et des medias digitaux. <p>Traitement des cas issus du groupe. Engagez et mettre en place aisément et immédiatement son storytelling.</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Chaque participant présente pendant 10/15 minutes son « cas » et les questions qu'elle ou il se pose. ↗ Des « experts » issus du groupe travaillent sur le cas à partir des outils et techniques développés la veille. ↗ Restitution/Réaction du participant qui a présenté son cas, de l'ensemble de l'équipe, du formateur... ↗ Analyse. ↗ Comment allez plus loin encore ? Ou comment dépasser le storytelling pour parvenir au mythe. ↗ Du storyteller au social seller : Tous vendeurs, tout le temps. ↗ Le rôle, les objectifs et la hiérarchisation des différents outils du numérique. <p>Synthèse :</p> <ul style="list-style-type: none"> ↗ Les médias classiques, les réseaux sociaux et les enjeux du storytelling. ↗ Intégrer le web dans la stratégie d'efficacité narrative : le brand content et sa cohérence créative. ↗ Comment agencer la nouvelle stratégie créative issue du storytelling aux contraintes de chaque entreprise. ↗ Comment mesurer l'efficacité d'un « bon » storytelling ?

Bulletin d'inscription Séminaires e-bda institut

Conditions Générales :

Lieu : Paris Centre.

Tarifs :

Stage 1 jour : 900,00 € HT (1.080 € TTC)

Stage 2 jours: 1.800,00 € HT (2.160 € TTC)

Inscription :

Les frais d'inscription incluent l'ensemble de la formation, documentation, pauses café et déjeuner.

Dès réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une facture, une convention de formation professionnelle (prise en charge par votre OPCA, merci de le signaler) ainsi que le programme de formation.

Une convocation vous sera fournie 10 jours avant le stage.

Règlement :

Merci d'adresser le montant TTC :

- par chèque à l'ordre d' « e-bda institut »,

- par virement à BNP Versailles

30004 - 01529 – 00010261553 48.

Votre règlement doit impérativement nous parvenir avant la date du stage.

Annulation et remplacement :

Pour toute annulation ou report tardif :

- Moins de 15 jours avant le stage : 50% du prix de l'inscription vous sera facturé.

- Moins de 7 jours avant le stage : les frais de participation seront dus en totalité.

Les remplacements sont acceptés à tout moment.

e-bda institut est un organisme de formation enregistré sous le numéro : 11921590492

e-bda institut se réserve le droit de modifier les dates de séminaires si malgré tous ses efforts, les circonstances l'y obligent.



19, rue de la Croix du Val

92190 MEUDON

Contact : Caroline Heitzmann

Fax : 09 72 13 61 86

Tel : 06 83 20 93 13

Caroline@e-bda.com

www.e-bda.com

Intitulé du stage :

Date :

Nom du Directeur Formation :

Vos informations personnelles : (un bulletin par participant svp)

Nom.....

Prénom.....

Fonction.....

Société.....

Adresse.....

.....

Code postal

Ville

email.....

Tél.

Fax.....

Montant 1.800 € HT + 20% TVA

Adresse de facturation (si OPCA ou différent) :

.....

.....

N° TVA Intracommunautaire:.....

Règlement joint, par chèque Règlement par virement

Règlement à réception de facture, par chèque

Je déclare avoir pris connaissance des conditions générales et les accepter, faire précéder votre signature de la mention : Lu et approuvé

Date : Signature:.....