

BEST-OF

DIST.

Ref. : 3802819

Durée :
2 jours - 14 heures**Tarif :**
Salarié - Entreprise : 1480 € HT**Repas inclus**

Code Dokelio : 024643

ENRICHIR SES COMMUNICATIONS AVEC LE STORYTELLING

Comment créer son storytelling de marque et dynamiser ses communications ?

Savoir raconter une histoire engageante est un atout indispensable.

Alors comment créer une histoire captivante pour vos publics tout en cochant vos propres objectifs ? C'est ce que vous allez découvrir et expérimenter avec cette formation "enrichir ses communications avec le storytelling".

Deux jours pour maîtriser le storytelling, cette technique de communication narrative qui rompt profondément avec nos réflexes quotidiens. Une technique qui demande à la fois une grande rigueur méthodologique et de la créativité, qui associe raison et émotions, pure logique et sensations.

Vous pourrez vous exercer à raconter votre entreprise, une expérience client, un projet clé, un nouveau produit, Vous apprendrez à capter l'attention de votre cible dès le début de votre histoire, la guider ensuite jusqu'à sa conclusion, tout en lui faisant vivre un voyage émotionnel, riche et marquant.

Que ce soit pour vous différencier ou affirmer votre identité, fédérer autour d'un projet, partager votre vision ou une expérience produit, le storytelling pourrait se révéler l'outil parfait. Une occasion également de se saisir des techniques narratives pour humaniser, dynamiser et scénariser nos communications.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

[Paris](#)**01 et 02 oct. 2026**

- **01/10/2026 09:00 --> 02/10/2026 17:30 à Paris**
 - 01/10/2026 09:00 --> 01/10/2026 17:30
 - 02/10/2026 09:00 --> 02/10/2026 17:30

OBJECTIFS

Utiliser le storytelling pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative et médiatiser son histoire.
Identifier des thèmes porteurs et des angles narratifs dans la culture d'une entreprise.
Maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications.

EVALUATION

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication/marketing.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Identifier des thèmes porteurs et des angles narratif dans la culture d'une entreprise, maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications

PROGRAMME

Pendant

Enrichir ses communications avec le storytelling

Comprendre l'intérêt et les spécificités du storytelling

- Comprendre le rôle et la puissance du récit dans les organisations humaines
- Découvrir tous les avantages du storytelling et son pouvoir disruptif
- Identifier les différents formats d'histoire en entreprise et le rôle clé des valeurs
- Décrypter des storytellings réussis pour en comprendre les ressorts

Exercice : Décryptage de publicités, films corporate, séries, mythes, contes...

Trouver la bonne histoire à raconter selon ses objectifs

- Produire un cahier des charges adapté au storytelling : thème, objectifs, cible, message... sans oublier valeurs et émotions
- Comprendre le rôle fondamental des émotions dans le récit et dans la communication en général
- Trouver l'inspiration et favoriser sa créativité
- Définir un thème porteur, un univers et un style adaptés aux enjeux et aux publics

Exercice : Rédaction de cahier des charges, exercice de créativité avec la carte heuristique,...

Maîtriser les techniques narratives pour créer une histoire captivante

- Construire des personnages crédibles et attachants
- Bien choisir son type d'intrigue
- Utiliser les 5 étapes du schéma narratif pour scénariser son histoire
- Mobiliser la palette des émotions et les 5 sens
- Nourrir le récit avec le schéma actantiel
- Créer de l'action, du rythme et de la tension

Cas pratique : analyse de texte, articles de presse et vidéos publicitaires utilisant le storytelling, écriture d'un mini-récit,...

S'exercer à partager un récit avec son public

- S'exercer au pitch : tester la solidité et l'intérêt de son histoire.
- Choisir et travailler un point de vue
- Rédiger le début de son histoire et soigner son attaque pour capter l'attention
- Evaluer la qualité du storytelling en 16 critères.
- Identifier comment utiliser les techniques du storytelling au quotidien

Atelier : Conception d'un pitch, rédaction du début de son storytelling

Exercice : tout au long de la formation, chaque participant progresse dans la construction de son storytelling d'entreprise, à la fois fil rouge personnel et cas d'étude pour le groupe.

INTERVENANTS

Marie MONTAIGU

MONTAIGU Marie-Dominique

Alina VOICU

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Les participants conçoivent et rédigent une histoire complète.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#). Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

