

Formation Storytelling : concevoir et structurer des récits engageants en contexte professionnel

Réf. SF34587

Apprenez à transformer vos messages professionnels en récits captivants qui marquent les esprits et renforcent l'impact de vos communications !

2 j Durée	1 600 € HT Inter / participant	3 700 € HT Intra (≤12 pers.)	0 Sessions à venir
--------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------------

Objectifs pédagogiques

- ✓ Identifier les principes fondamentaux du storytelling et ses applications en entreprise
- ✓ Concevoir un cahier des charges narratif adapté à un objectif de communication
- ✓ Structurer un récit professionnel en utilisant un schéma narratif
- ✓ Construire des personnages et des intrigues crédibles au service du message
- ✓ Rédiger un pitch captivant à partir de son propre contexte professionnel
- ✓ Évaluer la qualité et l'impact d'un storytelling à l'aide de critères objectifs

Public visé & prérequis

Public visé Community managers, Marketing, Tous

Prérequis Aucun prérequis technique — une première expérience en communication professionnelle est un plus.

Programme détaillé

Fondamentaux du storytelling et puissance du récit

- Le storytelling comme outil de communication : ce qui distingue le récit narratif de la communication descriptive
- Le pouvoir des histoires sur le cerveau : mémorisation, engagement émotionnel et ancrage des messages
- Les usages du storytelling en entreprise : communication corporate, marketing, management, conduite du changement
- Les formats narratifs : témoignage, récit de marque, success story, vision narrative
- Le rôle des valeurs et des émotions : les leviers qui transforment une information en histoire marquante

Activités pratiques :

- Décryptage de storytellings réussis (publicités, films corporate, pitches de dirigeants)
- Partage en groupe d'une histoire professionnelle marquante et identification des ressorts narratifs

Cadrage stratégique : préparer son storytelling

- Le cahier des charges narratif : définir le thème, l'objectif, la cible, le message-clé et les émotions visées
- L'analyse de son audience : identifier les attentes, les freins et le niveau de connaissance du public
- La grille ethos-logos-pathos : structurer l'équilibre entre crédibilité, logique et émotion
- Le choix de l'angle narratif : sélectionner les informations essentielles et éviter l'exhaustivité
- Trouver l'inspiration : techniques de créativité pour identifier les histoires porteuses dans son organisation

Activités pratiques :

- Rédaction du cahier des charges de son propre storytelling d'entreprise
- Atelier de brainstorming créatif avec carte heuristique pour explorer les angles narratifs possibles

Techniques narratives : construire un récit captivant

- Le schéma narratif en 5 étapes : situation initiale, élément déclencheur, péripéties, climax, résolution
- Le schéma actanciel : donner un rôle aux personnages pour dynamiser le récit (héros, opposant, adjuvant)

- La construction de personnages : créer des protagonistes crédibles et attachants au service du message
- Rythme et tension narrative : alterner action, suspense et respiration pour maintenir l'attention
- Les figures de rhétorique au service du récit : métaphore, contraste, anaphore et analogie
- L'apport de l'IA générative : utiliser l'IA comme outil d'inspiration et d'itération pour enrichir ses récits

Activités pratiques :

- Écriture d'un mini-récit professionnel en appliquant le schéma narratif
- Expérimentation avec un outil d'IA générative pour explorer des variantes narratives et affiner son histoire

Du récit au pitch : restituer et évaluer son storytelling

- L'art du pitch : condenser son histoire en un message percutant de quelques minutes
- Soigner l'accroche : les techniques pour capter l'attention dès les premières secondes
- La conclusion mémorable : ancrer le message et ouvrir sur l'action
- Les fondamentaux de la restitution orale : voix, rythme, pauses et regard au service du récit
- Évaluer la qualité d'un storytelling : grille de critères pour mesurer la clarté, l'émotion et l'impact
- Intégrer le storytelling au quotidien : identifier les situations professionnelles où le récit fait la différence

Activités pratiques :

- Construction et présentation de son elevator pitch devant le groupe
- Évaluation croisée des pitches à l'aide de la grille de critères

Pourquoi choisir Sparks Formation ?

20 ans d'expertise IT, des formateurs experts et des sessions garanties contre l'annulation.

20 ans
d'expertise

1 068+
formations

11 178
apprenants formés/an

+67
Net Promoter Score

Avis des participants

4,9/5 — 24 avis

Loïc F. — Bonne formation bien amené par Hélène 3 jours c'est long, certes , mais ca correspond bien au temps nécessaire pour participer aux TP et intégrer de nouvelles pratiques /informations

Julie G. — Morgane est une super formatrice, pedagogue et très impliquée. J'ai beaucoup appris . Le nom de la formation ne rend pas justice a son niveau d'expertise. Merci

Ils nous font confiance

Cette année notre filière Communication & Influence a accompagné plus de 60 entreprises dont :

CEGEDIM CEGEDIM SANTE ALSTOM TRANSPORT SA ETABLISSEMENT TIS OPEN GROUP TF1 SA HELPLINE SOPRA STERIA I2S ADOBE INC ADP AKKA I&S +50 autres

Financement & certifications

Cette formation est éligible aux financements OPCO et FNE-Formation. Nos équipes vous accompagnent dans le montage de votre dossier.



Réservez votre place dès maintenant

20 ans d'expertise · 1 000+ formations · NPS +67 · réponse sous 24h ouvrées

0 805 950 800

demande@sparks-formation.com