

## Objectifs pédagogiques

Connaître les différentes formes de storytelling  
Comprendre l'importance des émotions dans la décision d'achat et la vente  
Connaître et utiliser le storytelling dans sa communication commerciale, à l'oral et à l'écrit  
Savoir adapter son storytelling à ses interlocuteurs, en BtoB, en BtoC



## Les + de notre formation

Une boîte à outils complète,  
Ateliers de mises en pratique,  
Un suivi post formation,  
Une formation action !

**PRATIQUE 70 %**  
**THÉORIE 30 %**

### Publics concernés

Toute personne exerçant des fonctions commerciales et/ou marketing

### Prérequis

Avoir une pratique de la vente ou de la relation client

### Durée

14 heures en présentiel + 1H de suivi collectif par visioconférence à 45 jours

Accès à la plateforme « **Activ'learning** » pendant 2 mois

### Intervenant

Consultant sénior en vente et merchandising, spécialiste des techniques commerciales

## Avant les journées de formation en présentiel

Un questionnaire d'auto-positionnement pour se situer et identifier les problématiques éventuelles rencontrées, et ainsi mieux cibler les besoins

A disposition sur **Activ'learning** : vidéos, quiz, support de formation

# Maîtriser le storytelling commercial

## Première journée : Présentiel

### 1 Comprendre le storytelling et son succès

- ✓ Identifier comment le storytelling capte l'**attention**
  - Expérimenter l'impact du storytelling
  - Les **6 ingrédients** des histoires réussies
- ✓ Appréhender l'importance des **émotions** pour faire vivre une expérience aux clients
  - Comprendre l'impact des histoires sur la compréhension et la mémorisation
  - Utiliser quelques notions de sciences cognitives ou comment notre cerveau nous pilote ?



#### **Travaux pratiques :**

*Atelier de décryptage : des voitures aux voyages*

*Atelier découverte : vivez un conte de fées*

### 2 Construire les bases de son storytelling

- ✓ Comprendre le concept de **schéma narratif**
  - Savoir poser les 5 temps de la narration
  - Utiliser les adjuvants et les opposants pour créer la tension qui donne envie
- ✓ Savoir **utiliser le schéma narratif** dans son storytelling
  - Savoir poser le cadre initial harmonieux Construire la
  - « déconstruction de l'harmonie »



#### **Travaux pratiques :**

*Atelier de mise en forme en sous-groupe*

*Illustration des notions : zoom sur le Roi Lion*

*Réflexion individuelle*

# Maîtriser le storytelling commercial

## 3

### Utiliser le storytelling dans son approche commerciale

- ✓ **Adapter l'approche** et fonction des approches : marketing, vente et communication

Utiliser les bons mots, cultiver son champ lexical

Donner du mouvement avec les verbes d'actions

- ✓ **Ecrire un script de vente** basé sur le storytelling

Pour un pitch oral

Dans une communication écrite

Savoir le décliner dans l'univers numérique

- ✓ Utiliser des **schémas de copywriting** pour renforcer son storytelling

Vendre avec des mots

Choisir le bon titre

Le choc des images



#### Travaux pratiques :

*Atelier : décliner le même concept sous les 3 angles différents*

*Exercice de photolangage pour appréhender le pouvoir des images*

*Atelier de mise en forme en sous-groupe*

*Ou comment donner envie d'être lu ou écouté*

*Méthode et outils : AIDA, PAS*

## Deuxième journée : Présentiel

## 4

### Adapter et varier les formes de storytelling

- ✓ Comprendre les **mécanismes de storytelling** de marques, de produits  
Découvrir et décoder par l'exemple : immersion dans la publicité  
Identifier les ressorts psychologiques associés

- ✓ Savoir varier les **formes** de storytelling en utilisant :

Les anecdotes

Les témoignages

Les succes story

Les histoires tremplins

Les stéréotypes

Les mythes et légendes



#### Travaux pratiques :

*Atelier exploratoire : qui est gentil, qui est méchant ?*

*Réflexion individuelle*

*Illustrations des notions*

*Atelier de mise en forme en sous-groupe*

# Maîtriser le storytelling commercial

## 5 Pratiquer son storytelling

- ✓ Savoir créer une **promesse** qui mobilise
  - Proposer d'abord une vision
    - Expliquer comment, c'est déjà raconter une histoire
- ✓ Se mettre en **situation d'écriture**
  - Appliquer la méthode
    - Tester et ajuster pour embarquer votre auditoire



### **Travaux pratiques :**

*Méthode et outils : Why/How/What  
Réflexion individuelle  
Utilisation des concepts avec contenus personnels*

## 6 Savoir adapter son storytelling à ses interlocuteurs

- ✓ Savoir combiner les **éléments émotionnels et rationnels**
  - En travaillant avec des **consommateurs**
  - En négociant avec des **professionnels**
- ✓ Intégrer le storytelling dans ses **méthodes de vente**
  - Créer ou raconter une histoire
    - Argumenter en utilisant des histoires



### **Travaux pratiques :**

*Business game HLB entreprise challenge en équipe, décryptez la stratégie et proposez des méthodes de vente illustrées  
Atelier exploratoire*

### Clôture de la formation :

Bâtir le plan d'action post-formation en vue de la webconférence de suivi à 45 jours.

**Présentation des ressources disponibles sur Activ'Learning : « Pour aller plus loin ... »**

[Evaluation et remise de l'attestation de fin de formation](#)



## Déroulé de la formation :



### EN AMONT

- Ressources pédagogiques
- Support de formation
- Quiz
- Vidéos



### PENDANT

- Support PPT
- Activités pratiques,
- Exercices, mises en situation
- Échanges entre pairs



### EN AVANT

- Retours d'expériences à 45 jours : suivi collectif d'1 heure à distance
- Vidéos ou études en lien avec la thématique

## MÉTHODES, FILMS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Exemples analysés en mode expérientiel

Méthode de construction de schéma narratif

Techniques de copywriting

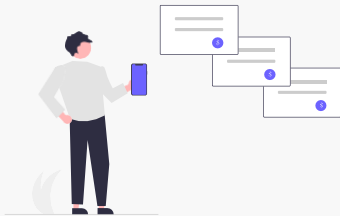
Vidéo : Simon Sinek, why, how, what

Atelier d'écriture et mise en pratique

Etude de cas de marques et produits

Partages d'expériences et de bonnes pratiques après chaque atelier/exercice

Businessgame entreprise HLB



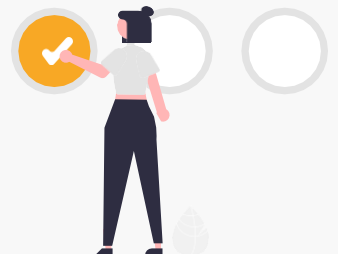
## MODALITES D'EVALUATION

Définition de votre plan d'action managérial en suivant vos apprentissages

1 h de suivi collectif des participants par une Web Conférence à 45 jours

Mesure des mises en pratique

Sanction de la formation : remise d'une attestation de fin de formation



## ACCESSIBILITÉ



La formation est accessible aux personnes handicapées sans discrimination  
Pour toute demande particulière, des aménagements peuvent être mis en place pour accueillir, dans des conditions propices à leur réussite, les personnes en situation de handicap