

MAÎTRISER LE STORYTELLING COMMERCIAL

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Créer une histoire qui embarque le client

- Identifier comment le storytelling capte l'attention.
- Les 6 ingrédients des histoires réussies.
- Appréhender les 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 ?

Construire les bases de son storytelling

- Comprendre le concept de schéma narratif.
- Poser les 5 temps de la narration.
- Utiliser les adjoints et les opposants pour créer la tension qui donne envie.
- Utiliser le schéma narratif dans son storytelling.
- Poser le cadre initial harmonieux construire la « déconstruction de l'harmonie ».

Raconter son offre commerciale comme la réponse aux besoins de son client

- Adapter l'approche par fonction : 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 : Atelier.
- Savoir le décliner et le tester avec l'IA.
- Utiliser des schémas de copywriting pour renforcer son storytelling.
- Vendre avec des mots, choisir le bon titre, le choc des images.

Persuader et convaincre malgré les résistances et les objections

- Décoder les résistances en observant le langage non verbal.
- Identifier les ressorts émotionnels psychologiques associés.
- Savoir varier les formes de storytelling en utilisant : les anecdotes, les témoignages, les success story, les histoires tremplins, les stéréotypes, les mythes et légendes pour persuader et convaincre.

Ajuster son discours et rebondir

- Savoir créer une promesse éthique qui mobilise.
- Tester et ajuster pour embarquer votre auditoire. Atelier intensif.
- Intégrer le storytelling dans ses méthodes de vente et dans une logique RSE.

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports et de démonstrations.
- Miser sur la relation client pour développer les résultats
- Vidéo : Les enjeux de la GRC QCM

OBJECTIFS DE FORMATION

- Créer une histoire qui embarque le client
- Construire les bases de son storytelling
- Raconter son offre commerciale comme la réponse aux besoins de son client
- Persuader et convaincre malgré les résistances
- Ajuster son discours et rebondir face à ses interlocuteurs, en BtoB, en BtoC

PUBLICS CONCERNÉS

Toute personne exerçant des fonctions commerciales, marketing et relations clients.

PRÉREQUIS

Aucun.

DURÉE

- 2 jours ou 14 heures +
- 1 heure de suivi par visioconférence à 45 jours
- Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

Consultant senior en vente et spécialiste des techniques de storytelling.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Définition de votre plan d'action
- Mesure des mises en pratique
- Remise d'une attestation de fin de formation.