

# 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 adjuvants 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.