



FORMATION CONTINUE



STRATÉGIE DE CONTENU ET STORYTELLING

Le storytelling et la stratégie de contenu sont devenus des outils incontournables pour capter l'attention de vos audiences et créer une connexion émotionnelle durable avec elles. Une bonne narration permet de différencier votre marque et de transmettre vos valeurs de manière authentique. Cette formation vous guide pour concevoir des contenus percutants, bâtir une stratégie éditoriale cohérente et déployer un storytelling qui engage vos clients tout en renforçant votre image de marque.

Informations pratiques

- Objectifs : Comprendre les principes fondamentaux du storytelling, Élaborer une stratégie éditoriale efficace et alignée avec les objectifs de l'entreprise, Savoir créer des contenus engageants sur différents canaux
- Prérequis : Aucun
- Aptitudes : Définir une ligne éditoriale adaptée à sa cible et à ses plateformes, Structurer des récits authentiques pour promouvoir la marque
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Délai d'accès : 72 heures
- Méthodes mobilisées : Études de cas sur des campagnes de storytelling réussies, Ateliers pratiques de création de contenus narratifs, Exercices d'analyse des récits existants
- Modalités d'évaluation : Création d'un récit promotionnel pour une marque fictive, Quiz sur les bases du storytelling et de la stratégie éditoriale
- Tarif intra-entreprise : à partir de 1200 €

Compétences développées

- Création de contenus optimisés pour le storytelling (vidéo, texte, images)
- Mise en œuvre d'une stratégie éditoriale multicanale
- Analyse des performances des contenus pour ajuster le storytelling
- Accessibilité : locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques avant le début de la formation si vous êtes en situation de handicap. Nous nous efforcerons d'y répondre au mieux.



Votre Contact



05.58.05.44.81
formation@landes.cci.fr



DÉTAILS DE LA FORMATION

Programme indicatif

1- Comprendre le storytelling

- Pourquoi le storytelling est crucial dans une stratégie marketing
- Présentation des éléments clés d'une narration efficace

2- Élaboration d'une stratégie de contenu

- Définir une ligne éditoriale et ses objectifs
- Planifier un calendrier éditorial en fonction des cibles et des canaux

3- Crédit de récits engageants

- Techniques pour concevoir des histoires captivantes
- Adaptation des contenus aux formats et plateformes (vidéo, blogs, réseaux sociaux)

4- Analyse et optimisation des récits

- Étude des KPIs pour mesurer l'impact des contenus
- Ajustement des récits pour améliorer l'engagement et la fidélité