



RACONTER UNE HISTOIRE QUI CAPTIVE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Structurer le storytelling de son entreprise
- Mettre en place des messages cohérents avec son storytelling
- Utiliser le storytelling pour captiver ses prospects

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Analyse et schéma de la méthodologie à appliquer
- Atelier par groupe : À partir d'une marque donnée et créer une stratégie de storytelling cohérente

OUTILS

Vidéo, Campagne publicitaire, Powerpoint, table ronde, papiers, stylos



Public : professionnels du tourisme en Bourgogne-Franche-Comté

Effectif : 4 à 12 bénéficiaires



Modalités de formation : présentiel

Lieu : région BFC



2 journées de 7 heures

Dates :
20-22 février > Belfort
10-11 avril > A distance

PRÉREQUIS



- Bonne utilisation de l'informatique
- Bonne utilisation de Teams (pour les formations à distance)
- Bonne utilisation / bases Internet
- Adresse mail valide
- (Beaucoup de) motivation !!!

MÉTHODE D'ÉVALUATION

L'atteinte des objectifs sera évaluée par un quizz d'évaluation des connaissances (initial) et une évaluation finale.

MODALITÉS D'ACCÈS

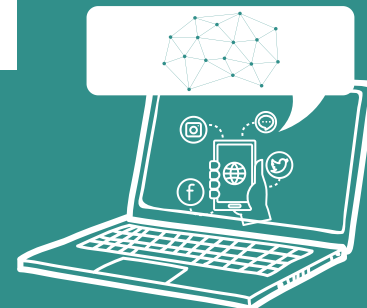
Cette formation est organisée en fonction des demandes.

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Nous consulter au préalable, nous envisagerons l'accès et les adaptations éventuelles.



Matériel :
Ordinateur > pour tous les modules
Téléphone



RACONTER UNE HISTOIRE QUI CAPTIVE

JOURNÉE 1 7 HEURES

1 heure > Présentation storytelling : objectifs, enjeux, message

2 heures 30 > Identification des usages possibles et intérêts, exemples et analyse de storytellings existants (photos, vidéos, packagings, etc.)

1 heure > Pause déjeuner

1 heure > Identification des usages possibles et intérêts

1 heure 30 > Schéma / méthodologie : comment créer une campagne de storytelling

1 heure 30 > Analyse et schéma de la méthodologie à appliquer

JOURNÉE 2 7 HEURES

2 heures > Adapter le storytelling en fonction du canal de communication et de la cible

1 heure 30 > Présentation stratégies transmédia et cross media appliquées au storytelling

1 heure > Pause déjeuner

3 heures 30 > Atelier par groupe : À partir d'une marque donnée et créer une stratégie de storytelling cohérente