

Web Et Editions
Communication CORPORATE

Nul n'a jamais progressé sans commencer. Lancez-vous !

**Comment exploiter
le storytelling pour
développer votre
visibilité.**



**scroll
sur mobile** 

@antoineblagnon
www.webeteditions.com

**swipe
sur ordi** 



Le storytelling, tel qu'il est aujourd'hui parfois invoqué, semble vidé de son sens.

Il est « à la sauce » de narrations des plus anecdotiques aux plus dérisoires.

Le storytelling, c'est l'art de raconter une histoire de manière structurée et vivante pour transmettre un message, avec l'intention de susciter une émotion qui favorise la mémorisation et l'adhésion du public

Dans un cadre professionnel, notamment sur un réseau social tel que LinkedIn, l'histoire racontée n'est pas une fin en soi.

Elle ne devient storytelling que lorsqu'elle est un moyen au service d'un récit stratégique.

Les 4 exigences d'un storytelling maîtrisé :

4

- 1. Une histoire authentique,**
- 2. Un obstacle ou une opportunité,**
- 3. Une résolution (solution) en lien direct avec une valeur ou un enjeu,**
- 4. Un message universel ou un enseignement.**

**Le storytelling bien
déroulé crée du
lien par l'émotion,
sans instrumentaliser
la souffrance.**

Web Et Editions

Le fait de vivre une maladie, une épreuve personnelle, un échec, peut nourrir un storytelling puissant, mais à condition que ces expériences soient porteuses de sens pour l'autre, éclairant une leçon, un cap franchi, une valeur incarnée.

Le storytelling est un outil prisé par les professionnels parce qu'il donne vie aux idées en les intégrant dans une situation concrète, humaine.

Il favorise la mémorisation durable de leurs messages et crée un lien authentique avec le public

7

Pour un bon story-telling, utilisez la trame classique : situation initiale + obstacle ou opportunité + résolution + transformation.

Cette structure du discours permet au public de comprendre, de se projeter, de s'impliquer.

Dans un bon story-telling, l'histoire ne doit pas être centrée sur vous-même.

9

Web Et Editions

Même si c'est votre expérience, elle doit parler à votre audience. Adaptez vos mots, vos exemples, et éditez votre ton aux attentes de votre public.

**Un storytelling réussi permet de dire :
“voici qui je suis, ce que j'ai vécu, et pourquoi cela peut résonner avec ce que vous vivez ou ce que vous cherchez.”**

10

C'est une manière de raconter, sans raconter tous les détails de sa vie.

Et vous, savez-vous structurer un storytelling ?

Contactez-moi si vous avez besoin d'aide !



07 08 25 05 75



“Optimiser votre communication professionnelle.”



*Optimiser votre communication
professionnelle.*

Services

Communication

- Visibilité et croissance (Pour PME, Professionnel)
- Impact et mobilisation (Pour ONG/Association, Politique)
- Réputation et influence (Pour Institution/Collectivité)



Édition (support numérique/Web/Print)

Formation (Gestion autonome de site Web - Communication)

Cadeaux d'entreprise personnalisés