

Les techniques de rédaction

Storytelling - Créez des histoires captivantes pour le digital

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | PMED-STO | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Digital & Multimédia › Média et efficacité digitale › Les techniques de rédaction



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Utiliser les outils opérationnels du storytelling
- Elaborer une stratégie storytelling dans le cadre de votre communication en ligne
- Mettre en place le storytelling.

Niveau requis

Avoir un usage régulier du Web et avoir des capacités rédactionnelles.

Public concerné

Responsables et chargés de communication, community managers, journalistes.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Fondamentaux

- Les 5 étapes du schéma narratif : de la situation initiale à la situation finale
- L'émotion
- Une histoire crédible est vivante
- Les règles de base du storytelling
- Construire une histoire et la raconter à partir d'un brief

Les mécanismes de narration dans le digital

- Quelles structures pour le récit digital ?
- De la narration linéaire à la narration évolutive
- Un public acteur ou spectateur ?
- Formes du récit digital : exemples d'usage
- La focalisation au service de l'histoire : qui raconte ?
- Quels supports pour l'histoire digitale ?
- Crossmedia et transmedia : le storytelling hybride, le storytelling à 360 degrés

Les vecteurs du storytelling digital

- Long format, vidéo interactive, Web-documentaire, serious game...
- Elaborer et déployer le storytelling digital
- Une méthodologie en six étapes, du diagnostic à l'évaluation
- La stratégie digitale : des choix en fonction des objectifs et des moyens

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)