Les techniques de rédaction

Enrichir ses communications avec le storytelling

2 jours (14h00) | 4,6/5 | PRESS-3802819 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

Utiliser le storytelling pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative et médiatiser son histoire.

Identifier des thèmes porteurs et des angles narratifs dans la culture d'une entreprise.

Maîtriser les techniques du storytelling et les appliquer à ses communications.

Sur l'année 2025, le taux d'atteinte des objectifs est de 91%.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Les participants conçoivent et rédigent une histoire complète.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Connaître les fondamentaux de la communication.

Public concerné

Responsables et chargés de communication/marketing.

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 émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Comprendre l'intérêt et les spécificités du storytelling

- Comprendre le rôle et la puissance du récit dans les organisations humaines
- Découvrir tous les avantages du storytelling et son pouvoir disruptif
- Identifier les différents formats d'histoire en entreprise et le rôle clé des valeurs
- Décrypter des storytellings réussis pour en comprendre les ressorts

Exercice : Décryptage de publicités, films corporate, séries, mythes, contes...

Trouver la bonne histoire à raconter selon ses objectifs

- Produire un cahier des charges adapté au storytelling : thème, objectifs, cible, message... sans oublier valeurs et émotions
- Comprendre le rôle fondamental des émotions dans le récit et dans la communication en général
- Trouver l'inspiration et favoriser sa créativité
- Définir un thème porteur, un univers et un style adaptés aux enjeux et aux publics

Exercice : Rédaction de cahier des charges, exercice de créativité avec la carte heuristique,...

Maîtriser les techniques narratives pour créer une histoire captivante

- Construire des personnages crédibles et attachants
- Bien choisir son type d'intrigue
- Utiliser les 5 étapes du schéma narratif pour scénariser son histoire
- Mobiliser la palette des émotions et les 5 sens
- Nourrir le récit avec le schéma actantiel
- Créer de l'action, du rythme et de la tension

Cas pratique : analyse de texte, articles de presse et vidéos publicitaires utilisant le storytelling, écriture d'un mini-récit,...

S'exercer à partager un récit avec son public

- S'exercer au pitch : tester la solidité et l'intérêt de son histoire.
- Choisir et travailler un point de vue
- Rédiger le début de son histoire et soigner son attaque pour capter l'attention
- Evaluer la qualité du storytelling en 16 critères.
- Identifier comment utiliser les techniques du storytelling au quotidien

Atelier : Conception d'un pitch, rédaction du début de son storytelling

Exercice : tout au long de la formation, chaque participant progresse dans la construction de son storytelling d'entreprise, à la fois fil rouge personnel et cas d'étude pour le groupe.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation formative.
Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.
Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.
Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.