

STORYTELLING

DURÉE

9 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

marie.noack@ihecs-academy.be

Le conte ou le storytelling est l'application de procédés narratifs dans la technique de communication pour renforcer la compréhension du public. C'est une méthode utilisée et utile dans les domaines de la stratégie, du marketing, de la communication, du management et de la gestion d'entreprise. Avant de parler de soi, il faut se connaître, se faire connaître, c'est le point de départ de toute communication efficace.

CONTEXTE

Il n'y a jamais eu autant de moyens de communication qu'aujourd'hui et les entreprises n'ont jamais aussi mal communiqué. Les dirigeants ne savent pas comment se mettre en avant, comment sortir du lot, comment être intéressants pour leurs différentes cibles : clients, prospects, talents à recruter, business angels, journalistes, fournisseurs...

Cette formation vous permettra de comprendre les mécanismes de la communication, de structurer votre discours : par quoi commencer, que dire à telle ou telle cible et comment. Elle vous fera surtout sortir du lot sans vous ruiner.

OBJECTIFS

- Présenter autrement son entreprise;
- Se raconter;
- Attirer la presse, les clients, les talents, tous ceux qui pourront la faire grandir.

CONTENU

1, QUELS SONT LES CERCLES D'OR ET QUELLE EST LEUR IMPORTANCE ?

- Le « quoi », le « comment » et le « pourquoi » de Simon Sinek (architecture de marque inspirante qui fonctionne aussi bien pour une société internationale que pour une TPE).
- Les PME et TPE connaissent généralement leur « quoi » et leur « comment » (ce qu'elles font, avec leurs points forts, et comment elles le font), mais pas leur pourquoi. Or, c'est précisément la quête de ce pourquoi (la raison d'être de l'entreprise, sa mission) qui va nous permettre de construire un storytelling logique, pertinent et intéressant.

2, QUELS EXEMPLES POURRAIENT NOUS INSPIRER ?

- Apple et Steve Jobs, Nike, mais aussi des personnalités comme Barack Obama.
- Un exemple belge: Le Pain Quotidien

3, COMMENT CONSTRUIRE MON STORYTELLING ?

- Exercices pratiques avec présentation devant le groupe.
- Échanges et discussions.
- Exercice à réaliser pour la seconde session.
- Présentation et discussion

4, PRÉSENTER UNE HISTOIRE

STORYTELLING

DURÉE

9 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

marie.noack@ihecs-academy.be

METHODOLOGIE

Formation interactive avec partage entre intervenants.

Le formateur se base avant tout sur ses vingt ans dans la publicité où il a construit des marques belges et internationales. Ancien créatif et directeur de création, il a disséqué de nombreuses marques et travaillé sur de multiples problématiques. Il est à la base d'environ 200 spots TV, 600 spots radio, dont certains récompensés par des prix créatifs belges et internationaux. L'objectif est que les participants puissent réellement mettre en œuvre ce qu'ils apprennent, la présentation se veut donc très pragmatique.

PUBLIC CIBLE

Toute personne qui dirige, crée, ou s'occupe de la communication d'une PME/TPE/Start-up.

FORMATEUR

Jean-Charles della Faille.

Il était une fois un homme qui commençait toutes ses phrases par « Il était une fois ». Passionné par les histoires, il en racontait depuis sa plus tendre enfance, passée à la campagne, quarante ans auparavant. Drôles ou tristes, courtes ou longues, simples ou alambiquées, il les aimait toutes. L'effet qu'elles procuraient sur ses différents publics le mettait en joie. Il avait d'abord songé à devenir comédien ou scénariste, mais est finalement devenu copywriter dans la publicité puis directeur de création. Cinq ans après avoir fondé sa propre agence, il l'a quittée pour se lancer dans le « storytelling » et se mettre au service des PME. Après avoir travaillé pour des grandes marques comme Nokia, Belgacom, Douwe Egberts, Volkswagen, Procter & Gamble, child focus, la SNCB, Peugeot, Crelan, Stella Artois ou la Ligue Braille, pour n'en citer que quelques-unes, il a voulu mettre plus d'humain dans ses relations professionnelles, et travailler pour des gens connectés à la réalité. Depuis une dizaine d'années, il raconte également chaque soir une histoire à ses enfants. Et l'année passée, il a concrétisé un rêve en publiant deux romans.