

Storytelling

Introduction, principes

Objectifs :

- Se démarquer (image)
- Faire agir le client (action)
 - o Relayer communication
 - o Réserver rapidement

Principes :

- Description marquante
- Emotions traduits en mot

Ressort :

- Présenter un héros (identification)
- Péripéties (écueils, actions, suspens, etc.)
- Dénouement et morale

Bases :

- Marque (en tant qu'offre) à raconter, enrichir
 - o Appui sur le réel et l'imaginaire
- Images positives seulement
 - o Quelles associations faire entre votre offre et son environnement ?

Exercice de la multiplication : 1 mot = 10 mots

Prendre un mot au hasard et y associer 10 termes qui s'en rapprochent / 5 premiers mots = association spontanée, les 5 suivants = plus ouverts

- Mettre en scène l'offre
 - o Evoquer l'environnement (prendre appui sur avis client et mes émotions)
- Se mettre en scène soi-même
 - o Partie(s) du projet qui pourrai(en)t intéressée(s)

Art de la narration

- Toucher la raison par l'émotion
- Séduire sa cible
- Parler au présent (pas au futur)

2. Techniques et exemples

Angle :

- Selon la cible (1 angle/cible)
- Mon histoire, celle de mon offre, de son environnement
 - o Au-delà du descriptif

- Homme/femme et l'histoire derrière l'offre
- Authenticité et vérité : pas extrapolation (basé sur du réel et concret)
- Sujet prioritaire
- Champ lexical à choisir

Exercice : 1 info = 1 mot = 1 émotion

[Document complémentaire](#) **à télécharger** : atelier storytelling pour déterminer sa cible, son angle, etc.

Choix de la narration :

- Se mettre dans la peau d'un client, lié à un témoignage, au récit d'un voyageur
- Appel à la sphère émotionnelle
- Champ lexical de l'émotion : sens évocateurs, odeurs d'enfance, son, mot imagé

[Document complémentaire](#) **à télécharger** : champs lexicaux des 5 sens

= identification et immersion réelle

3. autres techniques narratives

- Visuelle, auditive
- Story living
 - Raconter les moments clés du séjour : début / fin et 1 point d'intensité émotionnelle (= service +, rencontre marquante, vue magnifique, évènement imprévu, etc.)
- A développer en relation clients → accroître la valise à souvenirs

4. Mémoradum

- Trier les infos (sélection)
- Ecrire la bonne quantité
- Faites-vous relire
- Privilégiez un style direct :
 - Présent,
 - Mots spontanés ou imagés
- Soignez le propos sur la forme
 - Mots positifs
- Ne survendez pas le fond