

COM1 – TRAVAILLER SON REDACTIONNEL POUR RACONTER SES OFFRES DE MANIERE PERSONNALISEE ET DIFFERENCIEE

Vous souhaitez faire évoluer votre communication (hors web et web) pour mieux capter vos lecteurs et internautes et leur donner envie de venir et découvrir votre activité et vos offres. Cet atelier très interactif et participatif vise à vous donner les clés pour appliquer les bases de l'écriture narrative (storytelling) : comment raconter vos offres en transmettant des émotions, des sensations et en valorisant votre identité et l'originalité de votre activité. N'hésitez pas à venir, même si vous ne vous sentez pas la plume alerte... vous découvrirez en vous de nouvelles ressources et compétences pour raconter vos offres ☺



Public et pré-requis :

Partenaires : Loire Atlantique Développement

- Public : Prestataires et professionnels du tourisme / priorité d'inscription aux professionnels de la Loire-Atlantique
- Pré-requis : Des supports de communication : textes et visuels (web et hors web) /Avoir en projet d'améliorer ses contenus de communication via une écriture plus narrative (storytelling)



Durée : 1 journée et demi, soit 10 h 30 mns - Modalités : Formation à distance



Dates :

Judi 10 Décembre 2020 – 9h-12h30
Vendredi 11 Décembre 2020 - 9h-12h30
Mercredi 16 Décembre 2020 - 9h-12h30



Formateur : Natacha SELS – CoManaging



Effectif maximum : 12 participants



Objectifs pédagogiques :

- A l'issue de la formation, le participant sera capable de :
- Structurer la rédaction de vos offres dans une logique narrative
 - Raconter vos offres en lien avec l'identité de votre entreprise et votre destination
 - Rédiger dans un registre plus sensoriel
 - Adapter votre récit en fonction du segment de clientèle défini

Programme détaillé

CLASSE VIRTUELLE n° 1 – 3 h – 9 h 30 – 12 h 30

Mise en condition pour être présent et éveillé !

Partie N°1 : Laissez-vous inspirer par votre destination

Atelier d'écriture : Logo rallye

- **Le logo rallye** est un exercice qui par sa rapidité fait taire nos censeurs. La peur de mal faire cède le pas à l'imagination.
- **La lecture des textes de chacun** permet de lever les blocages concernant le fait de rédiger et de relever les mots porteurs de sens.

Partie N°2 : Les clés pour rédiger une histoire qui séduit

Découvrir le concept du storytelling (raconter une histoire au lieu de vendre un produit) et ses composantes au travers des exemples (monde du tourisme) :

- Quelle est la cible ?
- Quel est le schéma narratif ?
- Quel est le narrateur ?
- Quel est le personnage et en quoi est-il essentiel ?

- Quel est le ton choisi ?

Débat en petits groupes et conclusion en grand groupe

INTERSEQUENCE – 30 mn

Partie 3 - Présentation « classique » des différentes offres proposées par les participants. Chaque membre du groupe aura accès à un outil collaboratif et pourra remplir les rubriques préalablement indiquées. (Il sera demandé à chacun de lire la présentation des autres pour pouvoir poser des questions).

CLASSE VIRTUELLE n° 2 – 3 h – 9 h 30 – 12 h 30

Mise en condition pour être présent et éveillé !

Partie N°4 : De l'offre ...

- **L'animatrice présente ce qu'elle a compris de chaque offre « classique » proposées par les participants qui pourront répondre aux questions pour préciser celle-ci** (demander de prendre note des éléments saillants retenus pour chaque offre).

Collectivement : Tour de table où chacun donner une ou deux idées spontanées qui pourraient faire évoluer l'offre d'un produit vers une histoire

Partie N°5 : ... à l'histoire

En petit groupe : préparation du Synopsis de son récit avec les nouveaux critères narratifs (ci-dessous). Ensuite retour en groupe pour clôturer avec les grandes pistes de chacun

- La cible et le support (vidéo, brochure, page web, article, visite guidée ...)
- Le scénario : grandes lignes de la trame (élément déclencheur), personnage principal (être humain, animal, décor)
- Le point de vue pour raconter l'histoire
- Le mode ou ton pour raconter l'histoire
- Premier pas de rédaction du contenu

INTERSEQUENCE – 1h

Partie 6 - Rédaction de l'offre.

Individuellement chacun avance sur son projet qu'il poste sur l'outil collaboratif de façon à ce que l'animateur mais également les autres puissent le lire.

Quiz

CLASSE VIRTUELLE n° 3 – 3 h – 9 h 30 – 12 h 30

Mise en condition pour être présent et éveillé !

Temps de lecture de chaque proposition

Partie N°7 : Synopsis et début de rédaction

Atelier individuel : travail sur son propre texte

Partie N°6 : Retours et pistes de travail de l'animatrice et du groupe

Bilan de la formation et évaluation des acquis

- Questions/réponses
- Les points clés à retenir
- Tour de table à chaud

Méthodes et moyens pédagogiques

- Méthodes
Méthode active et participative où les apports théoriques sont débattus en groupe et travaillés dans le cadre d'exercices individuels, donnant lieu à des échanges en groupe.
- Moyens
 - Un questionnaire préalable

- Support de présentation
- Exemples de bonnes pratiques
- Ateliers pratiques & exercices
- Outils pédagogiques
 - visioconférence Zoom, Google Docs et Mural

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Trames de travail
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens et ressources complémentaires

Matériel recommandé

- un ordinateur et une bonne connexion internet (et wifi), un micro et une webcam / caméra pour les classes virtuelles
- un poste au calme pour ne pas être dérangé pendant les classes virtuelles
- un navigateur internet à jour : de préférence Chrome ou Firefox

Évaluation des acquis

Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'auto-évaluation rempli par le participant
- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur en fin de session avec le participant, au vu des ateliers pratiques réalisés et de l'auto-évaluation du participant.

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant à la fin de la session (questionnaire obligatoire).

SAV à 6 mois

Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

Contact : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr / CoManaging - 06 86 90 96 51
<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>