



## Construire son identité de marque : l'art du storytelling

**Qu'est-ce que le storytelling ? Pourquoi doit-on introduire le storytelling dans une communication d'entreprise ? Comment élaborer un storytelling efficace ?**

**L'art du storytelling** ne s'improvise pas, voici quelques conseils pour vous aider à storyteller avec plus d'assurance.

Raconter une histoire est devenu une façon incontournable de communiquer sur son entreprise, sa marque ou ses produits.

Pour maîtriser l'art du storytelling deux éléments sont indispensables : **la technique et la créativité**. Si l'un s'acquiert par le biais de supports théoriques concrets, l'autre demande une approche plus immersive et une touche d'originalité.

**La première étape pour réaliser un storytelling convainquant, est de porter un regard nouveau sur son business et sur cette technique marketing.**

### **Qu'est-ce que le storytelling ?**

**La pratique du storytelling s'inscrit dans une stratégie de communication orientée client.**

Il s'agit d'introduire une dimension narrative, parfois fictive, à l'argumentaire de vente.

En livrant une **histoire attractive**, on jouera sur les émotions des clients afin qu'ils s'identifient à l'image de marque de l'entreprise ou de ses produits.

Le storytelling peut être utilisé de façon ponctuelle, pour la sortie d'un produit, ou faire partie intégrante de l'univers de l'entreprise.

Voir aussi notre article : [L'univers de marque : définition, exemple](#)

## Pourquoi utiliser le storytelling pour créer son identité de marque ?

L'utilisation du storytelling comporte plusieurs avantages :

- montrer que vous êtes proche de vos clients,
- ajouter de la valeur à votre entreprise,
- rassurer vos clients potentiels.

Ainsi l'acte d'achat devient plus guidé par l'**émotion**.

Vos clients achètent car ils se sentent proches de vous. Ils se retrouvent dans vos valeurs, sont inspirés par votre histoire, qui fait peut-être écho à la leur.

**Au final, l'art du storytelling consiste à faire en sorte que vos clients vous aiment.**

*Pour parvenir à cet objectif, un bon storytelling s'articule autour de 5 axes.*

## Comment construire un bon storytelling ?

Pour construire votre storytelling, il vous faudra concevoir **un scénario impliquant** : un personnage central, l'ambition recherchée, l'objectif à atteindre, les éléments ou personnes en soutien (adjuvants), les éléments ou personnes en opposition et la direction de l'histoire.

Une fois ces ingrédients trouvés, reste à façonner le **storyboard** de votre récit. Afin que ce dernier accroche son public, il lui faudra **cinq phases narratives** et quelques astuces.

**Pour construire un récit captivant, celui-ci devra comporter :**

- une situation initiale,
- une action perturbatrice,
- des rebondissements,
- un dénouement,
- une situation finale.

Votre histoire **doit avoir du sens** et faire appel à des éléments et à un **vocabulaire** qui vous identifie clairement.

Afin de donner vie à une story entrepreneuriale, utilisez la personne de votre équipe la plus charismatique pour en devenir l'héroïne ou le héros.

*Pourquoi ne pas [s'inspirer du storytelling efficace de la chaîne de décoration d'intérieur Sostrene Grene](#), qui met en avant deux sœurs emblématiques Anna et Clara sur lesquelles se fonde tout l'univers de la marque.*

Jouez la carte de l'**authenticité** et de la **transparence** dans vos récits. Il existe un grand nombre de stories dans lesquelles les chefs d'entreprise partagent leurs échecs. Prenons l'exemple du storytelling de **LiveMentor**, qui inclut les premiers déboires entrepreneuriaux de son fondateur.

Votre approche du storytelling doit être **orientée client**. Il sera donc indispensable de connaître les attentes des personas auxquels vous souhaitez vous adresser. **Voir notre article : [Le persona en marketing : 2 exemples et 1 modèle de template Word](#)**

Sachez intégrer des bénéfices concrets pour vos clients, tout en conservant une longueur raisonnable en terme de récit et un fil conducteur clair et déterminant.

Idéalement votre storytelling ne doit pas dépasser **5 minutes d'énonciation orale** pour être convaincant en restant relativement concis. Allez droit au but, ne vous perdez pas en digressions.

Une fois votre storytelling réalisé et validé par votre équipe, diffusez-le largement en adaptant son format à différents médias, au premier rang desquels les **réseaux sociaux**.

## Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne, tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

## Des fichiers Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCréa a mis au point des outils Excel gratuits pour gérer votre entreprise :

- un modèle de **plan financier**, indispensable pour obtenir des financements : [cliquez ici](#),
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici](#),
- un **document de suivi du chiffre d'affaires**, **obligatoire en micro-entreprise** : [cliquez ici](#),
- un **modèle de suivi de trésorerie** : [cliquez ici](#).