

Fiche Programme

FORMATION : LE STORYTELLING DANS LE LUXE

Version du 29/09/2025

FORMATION PRÉSENTIELLE

Modalité : Présentiel

Durée : 7 heures

Dates : Nous vous proposons des sessions de formation personnalisées adaptées à vos disponibilités

Public : La formation s'adresse Conseillers de vente, responsables de boutique, formateurs, étudiants en marketing/luxe, communicants, entrepreneurs souhaitant renforcer leur impact narratif.

Accessibilités pour les personnes en situation d'handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap. Nous consulter pour tout aménagement de parcours.

Prérequis : Aucun prérequis exigé

Délais d'accès : La durée estimée entre la demande et le début de la formation est variable entre 11 jours et 3 mois en fonction du profil du candidat et des modalités de prises en charge.

Modalités d'inscription : La participation à la formation requiert une procédure d'inscription préalable. Cette inscription peut être réalisée par le biais d'un entretien individuel, qui peut être mené soit par téléphone, soit par visioconférence, soit en personne dans les locaux dédiés d'Honoré Conseil.

À l'issue de cet entretien, le personnel d'Honoré Conseil fournira à l'apprenant un dossier d'inscription détaillé. Celui-ci devra être dûment rempli et renvoyé selon les directives fournies.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, l'apprenant aura acquis les compétences nécessaires pour :

- Définir les principes et enjeux du storytelling dans la communication moderne.
- Identifier et analyser les piliers du storytelling appliqué à des marques emblématiques.
- Créer une histoire cohérente et émotionnelle pour valoriser une marque ou un produit, une personne.

Contenu de la formation :

Module 1 : Comprendre le storytelling

- Définition et étymologie
- Évolution du storytelling des mythes fondateurs à la communication contemporaine
- Rôle stratégique : captation de l'attention, connexion émotionnelle, ancrage mémoriel
- Différence entre "storytelling" et "brand content"

Module 2 : Le storytelling dans le Luxe

- Comprendre les spécificités du storytelling dans l'univers du luxe en identifiant les 4 piliers : Héritage, Authenticité, Exclusivité & Désir.
- Les codes narratifs propres aux Maisons de luxe
- Études de cas : Chanel, Dior, Hermès, Guerlain, Rolex : Identification d'éléments de storytelling dans les plus grandes Maisons.
- Décryptage d'icônes : le sac Lady Dior, le camélia Chanel, l'orange Hermès, l'abeille Guerlain...
- Exercice : Identification d'éléments de storytelling dans les marques connues

Module 3 : Storytelling des marques : Étude de cas

- Savoir analyser le récit d'une marque et identifier ses éléments constitutifs grâce à une lecture et analyse guidée de cas : Dior, Chanel, Nike.
- Les tensions, émotions et engagements créés par l'histoire d'une marque
- Comment l'histoire fonde la légitimité du discours de marque
- Exercice : Grille d'analyse : "Les 4 composantes du récit de marque" (héros, tension, message, dénouement)

Module 4 : Atelier de création : Storytelling & ADN de marque

- Créer et raconter une histoire de marque émotionnelle et cohérente à partir de moodboards pour définir l'univers de marque : héritage, valeurs, tonalité, visuel.
- Élaboration du pitch et mise en scène de la présentation. - Partage et restitution des productions devant le groupe.

Contact :

Elodie COFFY, fondatrice dirigeante d'Honoré Conseil

Tel : 06 09 91 80 72

Mail : elodie.coffy@honore-retail.com

Moyens pédagogiques et techniques

Les apprenants auront à leur disposition :

- Exposés interactifs appuyés par une présentation PowerPoint illustrée
- Études de cas réels
- Travaux de groupe et mises en situation créatives
- Supports pédagogiques remis en PDF
- Ressources multimédia : vidéos de campagnes, liens YouTube, moodboards

Modalités d'évaluation

- Évaluations formatives sur chaque module : mini exercices / analyse de cas.
- Observation des productions orales et écrites. - Quiz de compréhension et échanges oraux.

Tarif

Contactez-nous pour connaître le détail.