

ATELIER : DU STORYTELLING AU MARKETING

JOURNÉE DE RENCONTRE TRANSFRONTALIÈRE - 24 MARS 2022

Interreg

France-Wallonie-Vlaanderen



UNION EUROPÉENNE
EUROPESE UNIE



DESTINATION
Cœur de
Flandre

Ruralité

Yéza LUCAS

PLAN DE L'ATELIER

- ☆ *Introduction (5 min)*
- ☆ *Le storytelling en action (10-15 min)*

- 1 - Qu'est-ce que le storytelling et à quoi sert-il ?*
 - ▶ *Définition du storytelling : points clés et exemples*
 - ▶ *Avantages d'un bon storytelling pour trouver des clients (marketing)*

- 2 - Comment inspirer confiance*
 - ▶ *Preuve sociale*
 - ▶ *Analyse de votre présence en ligne*
 - ▶ *Les bases de votre stratégie de contenu*

- ☆ *Exercice pratique (15 min)*
- ☆ *Echanges avec les participants (20 min)*
- ☆ *Pistes de réponses concrètes et conclusion (5 min)*

INTRODUCTION :

- ▶ Présentation du coach
- ▶ Objectif de l'atelier : ce qu'on fera et ne fera pas
- ▶ Tour de table rapide : difficultés identifiés et attentes particulières

Qui suis-je ?

Je m'appelle Yéza et je suis coach pour entrepreneur. **J'aide les entrepreneurs à attirer un flux de clients réguliers sans démarcher grâce à leur personnalité et à leur histoire.**

Depuis mon lancement en 2017, je n'ai jamais démarché un seul client grâce à une **stratégie d'inbound marketing**, que j'enseigne aujourd'hui à mes clients. Aujourd'hui, je permets à mes clients d'atteindre le succès qu'ils espèrent grâce à une approche qui associe business (opérationnel) et développement personnel (mindset).

L'association de ces deux éléments me permet **d'accompagner au mieux les entrepreneurs locaux dans le développement de leur activité**, tout en restant aligné.

Je pense en effet que l'alignement personnel et professionnel est pour moi la clé de la réussite entrepreneuriale.

Quelques références : Livementor, Médoucine, Mon Job de Sens, ECV Digital, Codep 93 FFAAA Aikido

Parutions presse : Huffpost, Les Echos Start, Maddyness, Frenchweb, Webmarketing & Com, Cadre & Dirigeants, le Journal du CM,

Site web : <https://yezalucas.com/>



INTRODUCTION :

▶ **Objectif de l'atelier** : ce qu'on fera et ne fera pas

✗ Ce n'est pas un atelier théorique sur le storytelling

✗ Ce n'est pas un Coaching individualisé pour votre entreprise

✓ L'objectif de l'atelier est de vous donner des conseils activables pour développer un storytelling puissant et **l'appliquer de manière concrète dans votre marketing** (logo, packaging, site web, contenus...)

✓ Les interactions et les échanges seront des moments à privilégier pour tirer tous les bénéfices de l'atelier

INTRODUCTION :

- ▶ Difficultés et attentes vis à vis de l'atelier
- ☆ Difficultés rencontrées
- ☆ Solutions testées et résultats
- ☆ Attentes vis à vis de l'atelier



LE STORYTELLING EN ACTION

1/ Qu'est-ce que le storytelling et à quoi sert-il ?

- ▶ Le storytelling, c'est l'art de **raconter des histoires**. Il permet de romancer une réalité (sans l'altérer fondamentalement) pour la rendre plus attractive.
- ▶ Dans le monde de l'entreprise, le storytelling est utilisé par les marques pour **se démarquer de la concurrence, via un récit unique**.
- ▶ Le storytelling permet également de **créer un lien émotionnel avec son client** cible pour le toucher, et faciliter l'acte d'achat

★ L'exemple de Marie Morin



Derrière chaque cuillerée d'un dessert Marie Morin se cache l'amour d'une famille pour la tradition, les produits régionaux et la cuisine fait-maison. Un héritage et un savoir-faire qui s'est transmis de mère en fils pour le plaisir simple de tous les gourmands.

Une punchline simple qui touche le consommateur

COMME A LA MAISON



Profitez d'un instant plaisir avec la mousse au chocolat Marie Morin...

Un récit familial qui humanise l'entreprise



Mon histoire est simple comme mes desserts. Dans les années 90, avec Alain, mon mari, notre amour de la cuisine et des produits de première qualité nous pousse à nous lancer dans une folle épopée : la création de nos propres desserts. Très vite, nos cœurs s'emballent et germe dans nos esprits l'irrépressible envie de se lancer dans la fabrication de gourmandises sucrées et lactées. Il n'en fallait pas moins pour faire aménager notre cave en atelier culinaire.

Avec passion, détermination, une petite cuillère et l'aide de Bruno, l'aîné de nos fils, nous séduisons les distributeurs et la marque Marie Morin débute sur les chapeaux de roue ! La mousse au chocolat à l'ancienne – produit original phare de la marque – fait un tabac et les commandes se multiplient.

Nos fils Eric et David, conquis, se prennent au jeu de la pâtisserie et se joignent à nous.

Malheureusement, notre atelier est dévasté par un incendie. Malgré les remises en question, nous ne tardons pas à relancer l'activité grâce à la fidélité de nos clients et au soutien de nos enfants.

Nous construisons alors un nouvel atelier à Quessoy non loin de la baie de Saint-Brieuc.

David, le cadet de la famille, se sent pousser des ailes et décide d'exporter nos couleurs outre Atlantique et régale depuis lors les caribous. En France, Eric et Bruno reprennent le flambeau de l'entreprise et continuent de nous régaler avec leurs desserts gourmands.



Aujourd'hui, Bruno et Eric perpétuent la belle histoire familiale...



Dès son plus jeune âge, Bruno n'a qu'une envie : rejoindre ses parents dans cette belle aventure. Il commence par livrer les clients puis il met la main à la pâte et s'attache à la production des desserts. Mais rapidement, il retrouve le métier qui l'intéresse avant tout : démarcher les clients afin d'étendre la diffusion des desserts Marie Morin en magasin.

Grâce à sa formation de cuisinier-pâtissier, Eric, quant à lui, imagine et développe de nouvelles recettes délicieuses entouré de son frère Bruno et d'une équipe jeune pleine de peps. Modernes, ces recettes conservent l'esprit traditionnel des généreux desserts de leur mère et plaisent toujours autant aux grands gourmands.

Elaborés en famille, dans ces pots, c'est l'envie de faire plaisir qui s'exprime...

Un savoir faire local qui inspire confiance

Nous croyons avant tout aux plaisirs inimitables des desserts authentiques et généreux. Nous sommes convaincus que la réponse au bien manger se trouve dans nos recettes patrimoniales dans le retour à une cuisine simple et intemporelle.



Comme à la maison

Marie Morin, c'est un peu comme une grande cuisine ! On y retrouve les mêmes ingrédients qu'à la maison : du lait, des œufs, du chocolat, du beurre, de la farine, etc. Des ingrédients simples mais sélectionnés auxquels on ajoute notre tour de main et notre savoir-faire. Ainsi, chaque recette est minutieusement préparée par nos opérateurs qui pèsent les différents ingrédients avant de les incorporer dans les cuves.

Tout doit être précis : quantité de chaque ingrédient, température de chauffe, durée de cuisson, pour qu'à la sortie, nos desserts semblent tout droit sortis de votre cuisine !

► Un packaging à l'image des valeurs et de l'histoire de l'entreprise :

Des produits uniques, vendus à l'unité, dans des pots en verre, en signe de durabilité.

TOUS NOS DESSERTS



The image displays six Marie Morin dessert products arranged in two rows. The top row features three glass jars of 'Crème Dessert' in different flavors: 'CHOCOLAT NOIR', 'CHOCOLAT AU LAIT', and 'CAFÉ DE COLOMBIE'. The bottom row features three boxes of 'Mousse au Chocolat' in 'À L'ANCIENNE', 'AU LAIT', and 'NOIR INTENSE' flavors. Each product is accompanied by a label and a callout box indicating availability in 'SOLO' or 'DUO' formats. The background is a light, textured surface with scattered chocolate pieces in the top right corner.

**CRÈME DESSERT
CHOCOLAT NOIR**

**CRÈME DESSERT
CHOCOLAT AU LAIT**

**CRÈME DESSERT
CAFÉ DE COLOMBIE**

**DISPONIBLE EN
FORMAT SOLO
OU DUO**

**DISPONIBLE EN
FORMAT SOLO
OU DUO**

**DISPONIBLE EN
FORMAT SOLO
OU DUO**

**MOUSSE AU CHOCOLAT
À L'ANCIENNE**

**MOUSSE AU CHOCOLAT
AU LAIT**

**MOUSSE AU CHOCOLAT
NOIR INTENSE**

Ce qu'il faut retenir de l'exemple de Marie Morin :

- ▶ Une marque unique dont la communication digitale (réseaux sociaux) n'est pas omniprésente mais **une qualité qui fait la différence** et qui lui permet de se distinguer de ses concurrents.
- ▶ Son histoire familiale lui permet **un storytelling percutant et émotionnel.**

★ **Les points clés d'un bon storytelling**

- ▶ **Le récit**, humain et singulier
- ▶ **La proposition de valeur** (slogan/punchline)
- ▶ **La connexion émotionnelle** avec le consommateur (adhésion à l'univers proposé par l'entreprise, identification avec le fondateur, confiance liée à la transparence/trançabilité dans la production, valeur partagées avec l'entreprise)

★ Les bénéfices d'un bon storytelling

- ▶ Des tarifs plus élevés
- ▶ Une bonne **e-réputation** grâce à un **renforcement de votre branding** en ligne (web et réseaux sociaux) et hors ligne (publicité, distribution), sur un plan local et national (en fonction de votre stratégie de développement)

La déclinaison du storytelling au marketing

- ☆ Le construction de votre storytelling est **la base d'une histoire entrepreneuriale singulière**
- ☆ A partir de cette base, il faudra ensuite **décliner votre marketing de manière concrète** via une identité visuelle (logo, packaging, charte graphique...), mais également une stratégie de communication percutante et adaptée (contenus) sur des canaux définis en amont (réseaux sociaux, site web...)

★ En résumé

- ▶ Le storytelling est un outil au service d'un objectif : **la relation de confiance avec votre client**
- ▶ Cette relation de confiance avec votre client est **consolidée par un marketing percutant, découlant d'une application concrète du storytelling**

2/ Comment votre marque peut-elle inspirer confiance ?

- ▶ Grâce à une **histoire humaine et unique**
- ▶ Grâce à une forte **expertise/savoir-faire**
- ▶ Grâce à une forte **preuve sociale** (avis, témoignages)

Comment valoriser la confiance grâce au storytelling ?

- ▶ Vous pouvez publier **des contenus humanisant votre entreprise** (mise en valeur de l'équipe, des coulisses de votre entreprises etc...)

Un exemple de contenu humanisant l'entreprise



boulangeriechardon • S'abonner

boulangeriechardon Trois nouvelles à vous annoncer aujourd'hui : l'arrivée de Julie dans notre équipe à la vente et à la production, dans ses mains, le nouveau format de notre pain aux blés anciens et nos nouveaux horaires : de 16h à 22h mercredi, jeudi et vendredi avec pizzuches à partir de 20h, et le samedi de 12h à 20h ! 🍞❤️🍞
#boulangeriechardon #patisserie #patisseriebio #pastry #organicpastry #pain #painbio #painaulevain #bread #organicbread #sourdoughbread #lesgrandsvoisins #madeinlesgrandsvoisins

Modifié · 84 sem

volkerlauer Hmmmmm ♥
84 sem Répondre

rouxel Bienvenue Julie et top les pizzuches 🍷
84 sem Répondre

montaquoy 🌟trop mignonne cette Julie
84 sem Répondre

carolinedervil 😊ça c'est de la miche ! Bienvenue Julie !
84 sem 1 mention J'aime Répondre

marie.chavarot 🌟
84 sem 1 mention J'aime Répondre

154 J'aime
2 JUILLET 2020

Ajouter un commentaire... Publier

Comment valoriser la confiance grâce à votre expertise/savoir-faire ?

- ▶ Vous pouvez publier des contenus (articles, vidéos, publications RS) **sur votre domaine d'expertise/savoir-faire** (ex : 3 précautions à prendre avec la farine de châtaigne) ?

Comment valoriser la confiance grâce à votre expertise/savoir-faire?

PAPILLES & Pupilles
BLOG CULINAIRE QUI FAIT VOYAGER

Quelles farines sans gluten ?

SANS GLUTEN



Anne Lataillade

*Auteure enthousiaste
de Papilles et Pupilles*

Je m'appelle Anne, je vis à Bordeaux et je suis depuis 2005 celle qui partage sur ce blog recettes, coups de cœurs, voyages et reportages. **En savoir plus**

Contactez Anne
Recevoir les articles par mail

Comment valoriser la confiance grâce à votre expertise ?

- ▶ Vous pouvez **surfer sur une audience plus grosse que la vôtre**, en publiants des articles invités (dans des médias à forte influence) en proposant des communiqués de presse, ou réaliser des partenariats (jeu concours Instagram par exemple)

Exemple d'article invité valorisant storytelling et expertise

Les Echos
Start

À la une Société Travailler mieux Innovations & start-up Apprendre Au quotidien

Métiers & reconversion Vie en entreprise Recrutements & entretiens Salaires Classements Flexibilité au travail

TÉMOIGNAGE

« Après dix ans dans le marketing, j'ai lancé mon épicerie itinérante zéro déchet à la campagne »

TEMOIGNAGE// Clémentine, 36 ans, a travaillé pendant dix ans chez Red Bull, à Paris et en Autriche. Il y a un an, elle a changé de voie et a lancé son épicerie itinérante zéro déchet de produits bio et locaux, en Touraine. Si la jeune femme est heureuse de ce projet, le quotidien d'auto-entrepreneuse n'est pas tout rose. Elle raconte.

[Lire plus tard](#) [Métiers & reconversion](#) [Partager](#) [Commenter](#)



Clémentine, 36 ans, a créé son épicerie bio zéro déchet itinérante en Touraine, après avoir passé dix ans chez Red Bull. ((DR))

Par **Chloé Marriault**

Publié le 19 oct. 2020 à 7:00 | Mis à jour le 18 déc. 2020 à 18:23

LES PLUS LUS

Proposer un communiqué de presse à des médias locaux



Ma commune Vidéos Agenda Le Mag Shopping La Voix vous répond France

Connexion

S'abonner dès 1€

< HAZEBROUCK >

- Réserve aux Abonnés

Au mont des Cats, la fromagerie des moines tourne à plein régime

C'est une institution en Flandre, et pourtant, peu ont un jour eu l'occasion d'y entrer. Les moines du mont des Cats ont accepté de nous ouvrir les portes de leur fromagerie, inaccessible au public. On vous emmène faire la visite.

Amélie Vermeulen | Publié le 13/11/2021

238 partages

Partager

Twitter

L'abbaye du mont des Cats, un endroit hors du temps ? Si l'on vit ici au rythme des prières, on n'oublierait presque que là-bas, au fond de la cour, dans ce bâtiment reconstruit en 1920, une réalité économique dicte la cadence. « *C'est notre gagne-pain, alors il faut que ça tourne* », lance le frère Bernard-Marie, qui a accepté de nous ouvrir les portes de cette fromagerie qu'il a lui-même dirigée pendant de...

L'info en continu

14:38 **Video**

DIRECT. Guerre en Ukraine: Emmanuel Macron propose une «protection» à la journaliste russe arrêtée

14:22

Présidentielle: comment voter ou faire une procuration depuis l'étranger et est-ce possible par Internet?

Exemple de jeu concours



lima.bio.food • S'abonner



lima.bio.food Klaar voor een smaakexplosie? ✨ Win nu een goodiebag gevuld met Lima smaakmakers en ga ermee aan de slag!

Hoe win jij?

♥ Volg @lima.bio.food

♥ Tag 2 vrienden die jouw enorme liefde voor vegan food delen

Wedstrijdreglement: #linkinbio

Prêt(e) pour une explosion de saveurs ? ✨ Gagnez dès aujourd'hui un goodie bag rempli de condiments Lima, puis régalez-vous !

Comment faire ?

♥ Suivez @lima.bio.food

♥ Taguez 2 amis qui partagent votre amour de l'alimentation vegan

Règlement du concours : #lienenbio

#LimaBioFood #LandofLima #condiments #contest #win

26 sem



felix_van_hoorn_01 @claraggrrts @brussels.foodie 🥰🌱🍴



24 sem Répondre



geert.de.man.pr @anncoolkidcity @karentjedm



25 sem Répondre



2 436 J'aime

17 AOÛT 2021



Ajouter un commentaire...

Publier

Comment renforcer votre « preuve sociale » et récolter des avis/likes ?

- ▶ **De manière automatisée** grâce à des formulaires de satisfaction (Google form, Trustpilot, Avis Vérifiés, The Fork)
- ▶ **De manière personnalisée**, grâce à un message direct à vos clients
- ▶ Grâce à un **fort engagement** sur les réseaux sociaux (ex : jeu concours)

► Récolter des avis de manière automatisée



Bonjour Yéza,

Vous avez adoré ou vous êtes déçu(e) ?

20 secondes suffisent pour nous faire part de votre expérience.
Guidez les internautes dans leur prochain choix de restaurant !

Comment noteriez vous la cuisine de LE BEM - Le Bistrot d'Eleonore et Maxence?

Très décevant

Décevant

Correct

Bien

Très bien



Votre avis nous intéresse !

Pose ta Dem'

Nom de la formation suivie : Side Project

Bonjour YEZA,

Nous aimerions connaître votre avis au sujet de votre récente formation chez Pose ta Dem'.

Vos notes et commentaires aideront Pose ta Dem' à améliorer ses services.

Votre expérience est précieuse, partagez-la !

Quelle note donnez-vous à Pose ta Dem' ?

Très bien ★★★★★

Bien ★★★★☆

Moyen ★★★☆☆

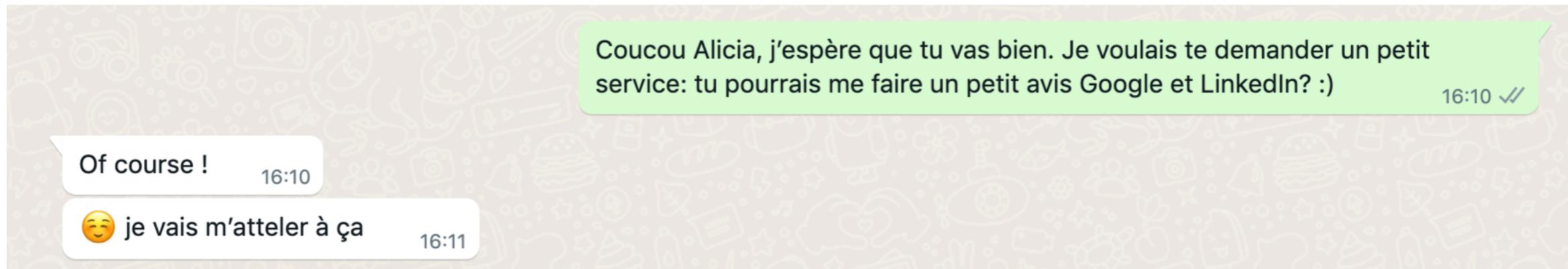
Mauvais ★★☆☆☆

Très mauvais ★☆☆☆☆

donner mon avis

Merci d'avance pour votre participation

► Récolter des avis de manière personnalisée



Ce qu'il faut retenir de la preuve sociale

- ▶ **Centralisez vos avis sur un ou deux canaux** : les avez-vous identifiés ?
- ▶ **Relance** : avez-vous relancé vos clients pour recevoir un avis ?

Exercice de groupe :

Si vous aviez **un mois pour faire connaître votre entreprise** auprès d'un public qui ne vous connaît pas et que vous deviez le convaincre d'acheter vos produits, comment vous y prendriez-vous ?

Pistes de réflexion :

Sur quels canaux communiqueriez-vous ?

Avec quel(s) message (s) ?

Avec quelle régularité dans vos contenus ?

Pourquoi votre communication inspire confiance ?

A vous de construire votre stratégie étape par étape !

Retour sur l'exercice :

Qu'est-ce qui vous a posé problème ?

Qui veut exposer sa stratégie ?

Retour sur l'atelier :

Si vous deviez retenir une chose sur cet atelier, quelle serait-elle ?

La checklist d'un bon storytelling en 5 points :

- ☆ Votre entreprise doit être **inspirante** : impact émotionnel du « récit » de l'entreprise sur le consommateur, histoire singulière...
- ☆ Votre entreprise doit **inspirer confiance** : avis clients, parution presse, savoir-faire (labels, traçabilité....)
- ☆ **Votre entreprise doit être percutante** : votre punchline/slogan doit faire échos à ce que vous vendez, et doit évoquer quelque chose d'irrésistible qui attire le consommateur (proposition de valeur)
- ☆ Votre entreprise doit être **vivante** : proactive sur les réseaux sociaux, découverte des coulisses de l'entreprise
- ☆ Votre entreprise doit être **transparente** : provenance des produits, traçabilité, label...

Merci à vous !



- ▶ **Site web** : yezalucas.com
- ▶ **Téléphone** : 0633279485
- ▶ **LinkedIn** : Yéza Lucas
- ▶ **Facebook** : @yezalucaspro
- ▶ **Instagram** : @yezalucas