

# Storytelling et Storyboarding

---



## Storytelling :

- Définition : Le storytelling est l'art de raconter une histoire. Il ne s'agit pas seulement de présenter des faits ou des données, mais de les envelopper dans un récit qui capte l'intérêt et suscite l'émotion chez l'auditeur ou le spectateur.

- Engagement du Public : Une histoire bien racontée crée un lien avec l'audience, la rendant plus réceptive au message véhiculé. Cela est particulièrement important dans le domaine du marketing, où capter l'attention et susciter l'intérêt sont essentiels.

## Storyboarding :

- Définition : Le storyboarding est le processus de mise en séquence visuelle d'une histoire. Cela implique la création de vignettes ou de panneaux pour planifier et présenter visuellement le déroulement d'un récit ou d'une idée.

- Importance dans le Design et le Marketing : Dans le web design et le marketing digital, le storyboarding aide à prévisualiser et à structurer la manière dont un récit sera déployé, que ce soit sur un site web, dans une vidéo, ou une campagne publicitaire.

## Influence sur la Perception et la Marque :

- Ces techniques ne se contentent pas de raconter une histoire ; elles façonnent également la manière dont le public perçoit un message. Une histoire bien construite et bien présentée peut renforcer significativement l'image d'une marque, la rendant plus mémorable et influente.





# Principes de Base du Storytelling

---



Contexte :

- Définition : Le contexte est l'arrière-plan ou l'environnement dans lequel l'histoire se déroule. Cela inclut non seulement le lieu et le temps, mais aussi les circonstances socio-culturelles.

- Exemple Web : Sur une page d'accueil, le contexte peut être établi par des images, des couleurs et des textes qui plongent l'utilisateur dans un univers spécifique. Par exemple, un site de voyage peut utiliser des images exotiques et des témoignages pour créer un contexte d'aventure et d'exploration.

Personnages :

- Définition : Les personnages sont les protagonistes de l'histoire. Ils peuvent être réels ou fictifs et sont essentiels pour créer une relation avec le public.

- Exemple Marketing Digital : Dans une campagne publicitaire, le personnage peut être un consommateur typique, permettant au public de s'identifier à lui. Par exemple, une publicité pour un produit de fitness peut présenter une personne surmontant des défis personnels, rendant le produit plus relatable.

Conflit :

- Définition : Le conflit est le problème ou le défi central que les personnages doivent surmonter. C'est un élément clé qui maintient l'intérêt du public.

- Exemple Web : Un site de crowdfunding peut présenter des histoires de projets ou d'individus faisant face à des défis, créant ainsi un conflit qui incite les utilisateurs à agir (donner, partager).

Résolution :

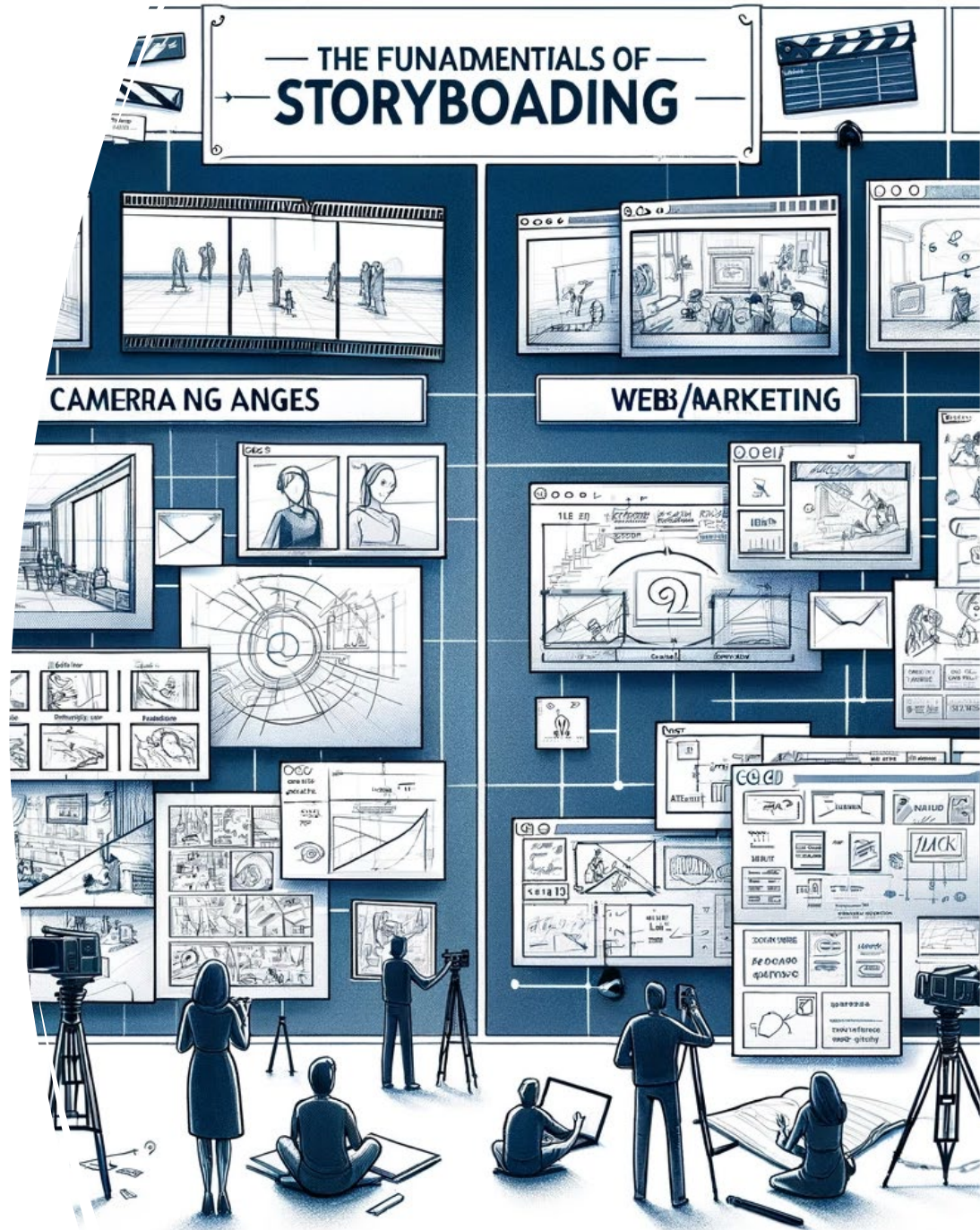
- Définition : La résolution est la manière dont le conflit est résolu. Elle apporte une conclusion à l'histoire.

- Exemple Marketing : Une campagne publicitaire pour un service de livraison peut montrer comment ce service résout le problème de la vie trépidante moderne, offrant une solution pratique et fiable.





# Techniques de Storyboarding



Storyboarding :

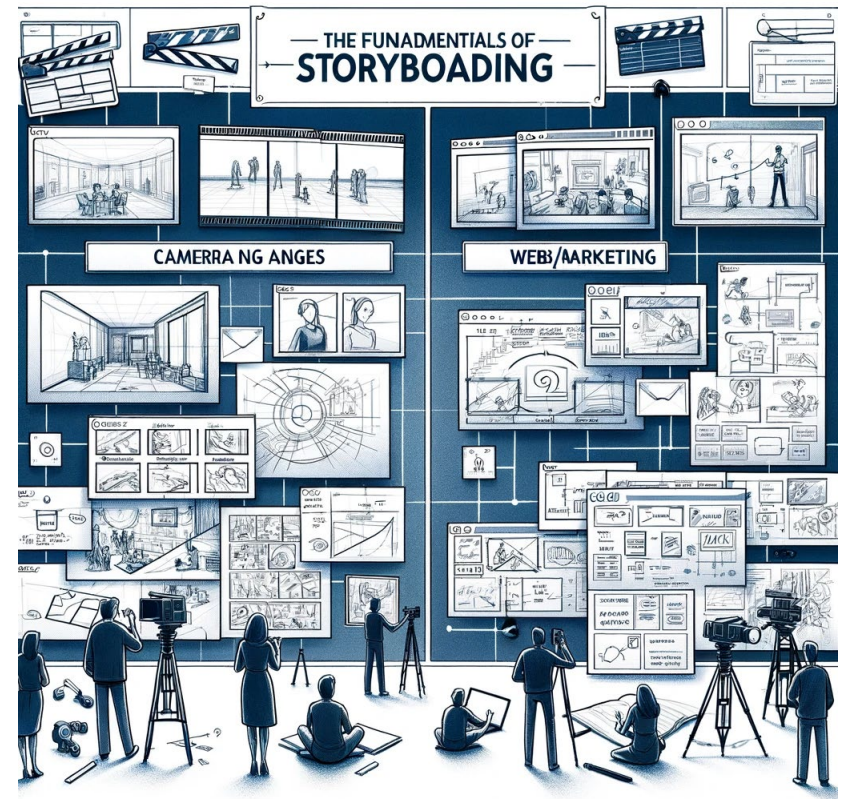
- Définition : Le storyboarding est un processus de prévisualisation d'une séquence narrative à travers des dessins ou des images. Il sert à organiser les éléments d'une histoire dans un format visuel.

- Méthodologie : Cela implique de dessiner ou de sélectionner des images pour chaque scène clé, en ajoutant des descriptions ou des dialogues, et en déterminant l'ordre et le rythme de la narration.

Différences entre Cinéma et Web/Marketing :

- Cinéma : Dans le cinéma, le storyboarding est utilisé pour planifier les prises de vue, les mouvements de caméra, et la mise en scène.

- Web/Marketing : Dans le web design et le marketing digital, le storyboarding se concentre sur l'organisation de l'information, l'expérience utilisateur, et la manière dont les éléments visuels et textuels se combinent pour raconter une histoire.





# Intégration du Storytelling et Storyboarding

---





## 1. Storytelling et Expérience Utilisateur

Amélioration de l'Engagement et de l'Expérience :

- Concept: Le storytelling enrichit l'expérience utilisateur en ajoutant une dimension narrative à la navigation sur un site web ou une application. Cela rend l'interaction plus immersive et mémorable.
- Analyse de Cas : Examinez des sites web qui intègrent le storytelling de manière innovante. Par exemple, un site de commerce électronique qui utilise des récits de clients pour mettre en avant des produits, créant ainsi une expérience plus personnalisée et engageante.



## 2. Storyboarding et Marketing Digital

Planification de Campagnes :

- Utilité: Le storyboarding aide à planifier et à visualiser les campagnes de marketing digital, garantissant que le message est cohérent et impactant à travers différents canaux.
- Études de Cas : Analysez des campagnes publicitaires célèbres, telles que les campagnes de storytelling de Nike, et comment elles ont été planifiées à l'aide de storyboards pour assurer une narration fluide et captivante.





# QUELQUES LIENS

<https://blog.epages.com/fr/storytelling-dans-le-commerce-le-guide-ultime-pour-les-commerçants/>



<https://www.oberlo.fr/blog/storytelling>



<https://www.wizishop.fr/blog/storytelling-exemple>



<https://www.wizishop.fr/blog/intelligence-artificielle>



<https://www.bouquetdefruits.com/boutique/bouquet-de-fruits/bouquet-cj-xxl.html>