

# STORYTELLING



## QU'EST CE QUE LE STORYTELLING ?

Le storytelling est littéralement le fait de raconter une histoire à des fins de communication. Dans un contexte marketing, le storytelling est le plus souvent le fait d'utiliser le récit dans la communication publicitaire.

Le terme anglais de storytelling est généralement traduit en français par celui de communication narrative.

Le storytelling consiste donc à utiliser une histoire plutôt qu'à mettre classiquement en avant des arguments marque ou produit. La technique du storytelling doit normalement permettre de capter l'attention, de susciter l'émotion, de travailler la [personnalité de marque](#) et, selon certaines études, de favoriser la mémorisation.

Elle peut également être utilisée pour élever la marque à un rang de mythe. Le storytelling peut utiliser des histoires réelles ([mythe du fondateur](#) ou de la création d'entreprise) ou créer des histoires imaginaires liées à la marque.

La technique de communication peut être utilisée de manière isolée et ponctuelle au sein d'un spot publicitaire ou être utilisée de manière plus globale et permanente dans la communication de marque et participer ainsi fortement à l'image et au positionnement.

L'usage "global" du storytelling est notamment fréquemment utilisé dans le domaine du luxe à travers le [storytelling de marque](#).

Le storytelling est aussi utilisé en communication politique.

