

Guide d'initiation au Storytelling

Créer des posts
plus impactants
grâce au storytelling



Pourquoi ce guide ?

On croit souvent qu'il faut parler de ses offres, chercher des idées compliquées...

et on se retrouve bloquée devant la page blanche.

Alors qu'en réalité, c'est nous, notre énergie, notre histoire **qui vont naturellement attirer les bonnes personnes.**

On croit aussi, souvent, qu'un bon contenu, c'est un contenu qui fait des vues et des likes.

Mais en vrai... un contenu impactant, c'est un contenu qui marque, qui fait réfléchir, qui donne envie de s'arrêter, de commenter, de partager, ou... de te découvrir.

Et surtout : il parle à **un être humain**. Pas à "l'algorithme". Pas à une "communauté". Mais à une personne qui a besoin d'entendre ça, là, maintenant.





Qui suis-je ?

Je m'appelle Delphine Meyer. Je me suis reconverties (peut-être comme toi).

Avant d'accompagner des entrepreneures , **j'ai été infirmière pendant 15 ans.**

Rien ne me destinait au storytelling... **jusqu'au jour où, en 2007**, j'ai tout quitté pour partir à l'autre bout du monde.

Dans l'avion pour la Nouvelle-Calédonie, j'ai ouvert un carnet et j'ai commencé à écrire ce que je ressentais. J'en ai fait un blog...

Sans le savoir, je posais les bases de ce qui deviendrait le cœur de ma communication : **raconter l'humain.**

En 2016, je me mets à mon compte en étant maman solo.

En 2017, je travaille dans l'ombre pour des auteurs, des thérapeutes, des coaches...j'écris à leur place : des posts, des newsletters.

Je n'appliquais pas les stratégies marketing classiques. Je n'essayais pas d'être "vendeuse".

Je créais du lien. Je parlais "humain".

Et ça a marché.

En 2020, je crée *Comm' pour toi*.

Depuis, j'ai accompagné plus de 100 entrepreneurs.es* dont certains ont **trouvé leurs premiers clients**, piloté des **lancements à 6 chiffres**, fait passer une chaine **You Tube de 300 à + de 100 000 abonnés**, aidé à **remplir des stages, ateliers**, grands évènements, soutenu la communication d'**une école internationale d'acupuncture**, écrit plus de **400 newsletters...** Publié des posts qui ont fait **des millions de vues** mais surtout :

j'ai appris à transformer une histoire en un message qui impacte.

Mon approche du storytelling est simple :

- ✨ tu n'as pas besoin d'être "bonne en écriture",
- ✨ tu n'as pas besoin de partager ta vie,
- ✨ tu as juste **besoin d'une structure... et d'être toi.**

C'est exactement ce que je t'aide à faire dans ce guide.

* avec des missions/prestations de plusieurs mois, voir années => La qualité prime sur la quantité...



C'est quoi une publication vraiment impactante ?

Avant de parler Storytelling, revoyons certaines bases

1

C'est une publication qui marque, qui fait réfléchir, **qui donne envie de s'arrêter, de commenter, de partager, ou... de te découvrir.**

2

Elle parle à un être humain.

Pas à "l'algorithme".

Pas à une "communauté".

Mais à une personne qui a, elle aussi, une histoire.

3

C'est celle qui :

- crée une émotion (rire, soulagement, déclic...),
- donne une vraie valeur (astuce, prise de conscience, recadrage...)

4

Mais aussi :

- renforce ta posture sans te forcer à "te vendre",
- ouvre une porte vers toi, ton univers, ou ton offre.

Qu'est-ce que le storytelling ?

"Le storytelling, ce n'est pas raconter sa vie pour le plaisir.

*C'est utiliser une histoire pour que ton audience **se reconnaisse**,*

s'attache à toi et ait envie de travailler avec toi."

→ Créer du lien.

Le storytelling tisse des liens émotionnels, transformant les auditeurs en un public engagé et fidèle.

→ Montrer le sens.

Il donne de la profondeur à votre message en illustrant clairement vos valeurs et votre mission, bien au-delà des simples faits.

→ Faire vivre une expérience.

Tes histoires ne sont pas seulement racontées, elles sont vécues, offrant une immersion qui marque les esprits.

Et bonne nouvelle : tu n'as pas besoin d'être une "bonne conteuse" pour le faire.

Tu as juste besoin de structure, de clarté... et d'un peu de courage pour te montrer telle que tu es.

Le pré-requis indispensable

Le pré-requis indispensable pour que ton storytelling résonne, c'est de **bien connaître ton avatar client**. C'est lui l'ingrédient central de toute histoire qui vend et qui connecte.



Ses pensées et préoccupations

Ce qui tourne dans sa tête, les questions qu'il se pose, les défis auxquels il est confronté au quotidien.



Ses émotions et douleurs

Ce qui le frustre, l'inquiète, le rend vulnérable. Les blocages qu'il aimerait dépasser.



L'identification et la connexion

C'est à travers ton parcours, tes doutes, tes réussites et ton humanité qu'il va s'identifier et se reconnaître.

Ton histoire devient alors un miroir dans lequel il se projette, lui montrant que tu le comprends et que tu peux l'aider.



Pourquoi ça marche ?

Ton cerveau aime les histoires

Le cerveau retient beaucoup plus une histoire qu'une information brute

Émotion= Connexion

Une histoire crée de l'émotion, qui génère la connexion et construit la confiance

La personne avant l'offre

Les gens achètent une personne avant d'acheter une offre ou un service

Comm'pour toi - reproduction interdite

Les 3 piliers d'une histoire qui vend

1

1. Le héros

La personne au cœur de l'histoire : toi, un client, ton audience.

Exemple : "Quand j'ai débuté, je me sentais perdue..."

2

2. Le conflit

Le défi, l'obstacle, le moment de bascule qui crée la tension.

Exemple : "J'avais l'impression que personne ne me remarquait..."

3

3. La transformation

Le changement, la solution découverte, la morale de l'histoire.

Exemple : "J'ai compris que tout partait de la connexion..."

Les erreurs qui cassent tout

✗ Trop centré sur soi

Quand tu ne parles que de toi, ton audience ne se sent pas concernée et décroche rapidement.

✗ Histoires trop longues

Si ton histoire s'étire sur des paragraphes, tu perds l'attention et l'impact émotionnel.

✗ Récit trop lisse

Sans vulnérabilité ni émotion authentique, ton histoire sonne faux et ne crée aucune connexion.

⚠ **Rappel :** Une bonne histoire met ton audience au centre, pas toi. Elle doit pouvoir se projeter et se reconnaître. **Le vrai héros c'est ton client.**



Les histoires qui fonctionnent le mieux

Ton parcours, ton "pourquoi"

Raconte ce qui t'a menée à créer ton business, tes motivations profondes et les moments clés qui ont tout changé.

Les coulisses

Partage tes galères comme tes réussites. L'authenticité crée plus de connexion que de perfection. Toujours en lien avec ton client idéal évidemment.

Les transformations clients

Montre le avant/après de tes clients. Ces histoires prouvent ta valeur mieux que n'importe quel argument.

Comm'pour toi - reproduction interdite

Made with **GAMMA**

La structure simple d'un contenu impactant

Contrairement à ce qu'on croit, le storytelling ne repose ni sur le talent inné, ni sur l'inspiration du moment. Il repose sur une structure simple, que tu peux adapter à ton vécu, ton expertise, et ton message pour créer un impact durable. Voici un exemple de structure :



1. Le point de départ

Décris ce que tu vivais, pensais ou ressentais avant la transformation. C'est l'état initial qui permet à ton audience de s'identifier.

« Pendant longtemps, je pensais que ___.



2. Le blocage

Expose ce qui ne fonctionnait pas, ce qui te faisait douter, ou l'obstacle que tu rencontrais. C'est le conflit qui crée la tension et l'empathie.

« Mais en réalité, ça me faisait ___.



3. Le déclic

Partage la prise de conscience, la révélation, ou le moment de bascule. C'est la solution qui commence à émerger.

« J'ai compris que le vrai problème, ce n'était pas ___, mais ___.



4. L'ouverture

Mets en lumière ce que ce déclic a changé aujourd'hui, pour toi et pour la personne qui te lit. C'est la preuve que la transformation est possible.

« Si tu te reconnais là-dedans, tu peux faire autrement. »



5. L'appel à l'action

Propose la prochaine étape claire et pertinente pour ton audience, qu'il s'agisse de s'abonner, de commenter, de télécharger une ressource, de découvrir une offre, ou simplement de réfléchir différemment.

Il n'y a pas un seul bon appel à l'action. Son efficacité dépend entièrement de ton objectif, du contenu de ton histoire et de l'étape où se trouve ton audience dans son parcours.



Les 3 questions clés avant de raconter ton histoire

01

Quel lien avec mon audience ?

Est-ce qu'elle va se reconnaître dans cette histoire ? Qu'est-ce qu'elle va ressentir ?

02

Quel message ou quelle action je veux transmettre ?

Inspirer, rassurer, donner confiance, ou amener vers mon offre ?

03

Qu'est-ce que cela va permettre à mon audience ?

Avec quoi repart-elle ? Quel déclic, quelle prise de conscience ?

Les contenus clé en main

Les carrousels

« *En vrai, personne ne te le dit mais...* »

Slide 1 : En vrai, personne ne te le dit mais... [ce que personne ne dit mais que ton audience ressent fort]

Ex : "En vrai... créer du contenu quand tu doutes de toi, c'est épuisant."

Slide 2 : On te fait croire que [croyance dominante sur le sujet]

Ex : "Tu dois être régulière, organisée, visible tout le temps."

Slide 3 : Mais personne ne parle de [réalité émotionnelle ou invisible]

Ex : "de ce que ça te coûte, intérieurement, quand tu n'as pas l'énergie."

Slide 4 : Moi aussi je suis passée par là... [mini anecdote perso / vulnérabilité]

Slide 5 : Et voilà ce que j'ai appris en chemin : [déclic, leçon]

Slide 6 : Tu n'es pas seule. Et non, tu ne fais pas mal les choses.

Slide 7 : Ce que je veux te dire aujourd'hui : [conseil ou encouragement clé]

Slide 8 : Tu veux [Ce que veux ton audience] sans [ce qu'il ne veulent pas] ? Regarde [ton offre]- lien en bio.

« *Je n'aime pas que l'on dise que...* »

Slide 1 : Je n'aime pas que l'on dise que... (la croyance ou la phrase qui t'agace dans ton milieu / qui limite ton audience)

Slide 2 : Tu expliques *pourquoi* cette phrase te dérange profondément.

Exemple :

« *C'est le genre de phrase qui fait culpabiliser, alors qu'elle ne dit rien de la réalité. »*

Slide 3 : On te répète partout que [croyance]. Et tu finis presque par y croire.

Slide 4 : Tu racontes ce que ça crée réellement chez les gens.

Exemple :

« *En vrai, ça te met juste la pression. Ça t'épuise. Ça te fait douter. »*

Slide 5 : Moi aussi, j'y ai cru un moment... jusqu'à ce que [ce que cela a eu comme impact sur toi]

Slide 6 :

J'ai compris que ce n'est pas la vérité. C'est juste une phrase qu'on répète par habitude.

Slide 7 :

« Tu n'as pas à suivre cette règle. Tu as le droit de faire autrement. Tu as le droit de faire simple. »

Slide 8 :

Tu veux [ce que veux ton audience] ? Écris ... je t'envoie [leadmagnet ou offre].

Les contenus clé en main

Les carrousels

« Il y a X mois, j'étais ____, aujourd'hui, je suis ____. Voilà ce qui a changé. »

Slide 1 : Il y a X mois, j'étais ____ ;
aujourd'hui, je suis ____.
Voilà ce qui a changé.

Slide 2 : À l'époque, je me sentais ____
(émotion dominante / état intérieur)

Slide 3 : Je faisais tout ce qu'on me disait de faire pour ____,
mais ____ ne fonctionnait pas.

Slide 4 : Je pensais que le problème venait de ____, alors
que ça me laissait encore plus ____.

Slide 5 : Le jour où j'ai compris que ____,
j'ai arrêté de ____.

Slide 6 : Petit à petit, j'ai commencé à ____,
et j'ai senti ____ revenir.

Slide 7 : Si toi aussi tu te sens ____,
sache que ____.

Slide 8 : Tu veux ____ sans ____ ?
Regarde ____ (lien en bio).

« Les X habitudes qui me maintenaient bloquée et que j'ai laissé derrière moi. »

Slide 1 : Les X habitudes qui me maintenaient bloquée et
que j'ai laissé derrière moi.

Slide 2 : Il y a ____ mois, je me sentais ____,
et j'avais cette sensation constante de ____.

Avec le recul, j'ai compris que ____ **habitudes**
entretenaient cet état.
Je te les partage.

Slide 3 : Mais avant, enregistre ce post pour le relire plus
tard

Slide 4: HABITUDE 1 (explique-la rapidement)

Slide 4: HABITUDE 2 (explique-la rapidement)

Slide 6: HABITUDE 3 (explique-la rapidement)

Slide 7 : Quand je les ai laissées partir,
j'ai pu ____
(avancer / respirer / simplifier / me faire confiance).

Slide 8 : Et toi, quelle habitude tu décides de laisser
derrière-toi ?

Slide 9 : Je suis [ton prénom-nom] et [ton expertise] -
Abonne-toi pour [Ce que tu proposes]

Les contenus clé en main

Les carrousels

« Ce que personne ne te montre vraiment dans [TON MÉTIER]. Je te montre les coulisses. »

Slide 1 : Ce que personne ne te montre vraiment dans [TON MÉTIER]. Je te montre les coulisses.

Slide 2 : On te vend des méthodes parfaites. Des beaux résultats... Et toi tu culpabilises car ta réalité c'est tout autre chose... Aujourd'hui je te montre l'envers du décor.

Slide 3 : Mais en vrai tout ça c'est du bullshit !

Slide 4 : Ce que tu vois de l'extérieur : [image perçue / ce qu'on montre souvent]. Ce qui se passe vraiment : [réalité concrète et humaine].

Slide 5 : Ce que j'ai raté : [erreur précise et assumée]. Ce que ça m'a appris : [leçon concrète].

Slide 6 : Ce que j'aurais aimé savoir avant : [conseil en une ou deux phrases]. Pourquoi personne ne le dit : [explication courte].

Slide 7 : La vérité sur [TON MÉTIER] : [vérité simple qui replace les attentes]. Et c'est exactement pour ça que je fais ce que je fais.

Slide 8 : Tu te reconnais ? Commente [MOT CLÉ] et je t'envoie [leadmagnet].

Les contenus clé en main

Les Reels

Je te propose de faire des b-roll : des vidéos courtes de 10 secondes où l'accroche est sur la vidéo

Accroche : Texte à l'écran : 3 moyens trop sous-cotés que j'utilise pour [objectif] 📌

À mettre **en description :**

Pense à enregistrer ce reel pour le relire.

Car tout le monde te dit que pour [objectif], il faut absolument [croyance populaire].

Mais en vrai... ce n'est même pas ça qui fonctionne le mieux.

Voici **3 moyens sous-cotés** que mes clients utilisent pour [résultat] :

1 **[Moyen #1]** : [brève explication]

2 **[Moyen #2]** : [brève explication]

3 **[Moyen #3]** : [brève explication]

Ils sont simples... mais ils ont marché pour moi

Car en vrai, tu n'as pas besoin de [croyance habituelle], tu as besoin de [vérité].

Si toi aussi tu veux, commente [...] et je t'envoie [ton leadmagnet ou ton offre] - *Alternative : lien en bio*

Les Reels

Je te propose de faire des b-roll : des vidéos courtes de 10 secondes où l'accroche est sur la vidéo

Accroche : Texte à l'écran : Ma cliente est passée de [A] à [B]... sans même [ce qu'elle n'a pas eu à faire]. Je t'explique 📌

À mettre **en description :**

On croit souvent qu'il faut [croyance populaire] pour réussir à [objectif].

Mais ce n'est pas ce que [prénom] ma cliente a fait.

Avant : elle était [situation A + émotion].

Elle pensait que [croyance limitante].

Et pourtant...

elle a réussi à passer à **[situation B]** alors qu'elle a galéré pendant des années pour [son objectif]

Pourquoi ?

Parce qu'elle a fait **[action simple mais puissante]**, et tout a commencé à bouger.

Car en vrai, la transformation n'est pas toujours là où tu l'attends.

Parfois, c'est **[vérité simple]**.

Si toi aussi tu veux, commente [...] et je t'envoie [ton leadmagnet ou ton offre] - *Alternative : lien en bio*

Accroche : Texte à l'écran : Tu veux ___ ? Je suis [Ton expertise], je te donne ma méthode 📌

À mettre **en description :**

Tu en as marre de ___ ?

Normal, c'est clairement [Emotion]

Donc voici exactement comment j'aide mes clients à passer de **[situation douloureuse actuelle, ex: le chaos dans leur organisation]** à **[situation idéale visée, ex: 10h de temps libre par semaine]** :

Étape 1 : ___

Étape 2 : ___

Étape 3 : ___

Pas de magie, juste un plan d'action qui a déjà fait ses preuves avec **[le nombre de tes clients, tes années d'expérience ou tes résultats]**.

Pense à enregistrer ce post pour t'en souvenir.

Si tu veux qu'on applique cette méthode ensemble à ta situation, écris [Donne un mot-clé]

Accroche : Texte à l'écran : PAS DE PANIQUE ! Moi aussi il m'aura fallu [durée] pour [résultat]. Je t'explique 📌

À mettre **en description :**

Si tu stresses parce que tu n'as pas encore [objectif / résultat]...

Respire.

Moi aussi il m'aura fallu **[durée]** pour y arriver.

Avant, j'étais [décris situation A / émotion]

et je croyais que [croyance limitante].

Et la vérité ?

Le changement ne vient pas en un claquement de doigts.

Il arrive quand tu **[action simple mais concrète]**.

J'ai fini par [résultat B / transformation],

pas parce que j'ai été parfait(e),

mais parce que j'ai avancé à mon rythme.

Tu n'as pas à [ancienne croyance],

tu as juste à **[nouvelle compréhension]**.

Si toi aussi tu veux, commente [...] et je t'envoie [ton leadmagnet ou ton offre] - *Alternative : lien en bio*

Les contenus clé en main

Les Reels

Je te propose de faire des b-roll : des vidéos courtes de 10 secondes où l'accroche est sur la vi

Accroche : Texte à l'écran : Je n'en peux plus de voir ces 3 conseils totalement Bullshit , arrête stp ! Ce n'est pas comme
comme que tu arriveras à ___

À mettre **en description :**

Et je les vois encore passer !

Aujourd'hui tu as envie de ___, mais certains n'hésitent pas à inventer des trucs et suivre des tendances juste pour faire
des vues.

Et à force de vouloir appliquer des méthodes toutes faites ou magiques, tu t'épuises, tu perds ton temps et tu n'as pas de
résultats.

Donc voici les 3 conseils "bullshit" que tu devrais urgemment arrêter d'appliquer :

✗ 1. Premier conseil bullshit

👉 La réalité :

✗ 2. Deuxième conseil bullshit

👉 La réalité :

✗ 3. Troisième conseil bullshit

👉 La réalité

Il n'y a pas de recette miracle magique. Pour réussir à **[rappelle l'objectif de ton client]**, il faut une approche réaliste et
adaptée à ta situation.

Arrête de suivre des règles qui te ralentissent ou te frustrant.

Dis-moi en commentaire : quel est le pire conseil qu'on t'ait donné dans ton domaine ?



À toi de jouer !

01

Choisis une idée de contenu

02

Adapte-là à ton audience, ta vision, ton histoire, mais surtout tes mots

03

Partage-la sur les réseaux

✔ **Ta vision est ton super-pouvoir !** Utilise-la pour créer des liens authentiques et développer ton business.

Tes défis, Mes solutions

Aujourd'hui, Nous avons vu que le storytelling n'est pas juste raconter une histoire pour le plaisir : c'est une clé pour créer du lien, inspirer confiance et vendre.

Les défis que tu rencontres :

- Tu manques d'idées et perds un temps fou à chercher quoi publier...
- Tu publies, mais sans vraie stratégie, et du coup ça ne vend pas.

Deux solutions pour t'aider :



Le Kit Storytelling

Pour ne plus jamais être en panne d'inspiration. Accède à une formation complète, des modèles tout prêts et des structures pas à pas pour créer tes contenus plus rapidement et plus facilement.

[C'est ICI](#)



Vendre sur les réseaux

Crée une stratégie solide. Une méthode simple et éprouvée pour structurer tes contenus, attirer les bonnes personnes, inspirer confiance... et leur donner naturellement envie d'acheter tes offres

[Clique ICI](#)



Ta séance stratégique offerte – Delphine Meyer

Tu veux structurer ta communication, clarifier ton message et attirer les bonnes clientes sans t'épuiser ? Ce rendez-vous est l'occasion de faire le point ensembl...

