



**OBJECTIF-SCÉNARIO**

# **LES BASES DU STORYTELLING**

**Créer des histoires pour capter l'attention et donner envie d'acheter**

GUIDE GRATUIT CRÉÉ PAR JEAN-WALTER

© objectif-scénario 2026 - Tous droits réservés®

Même si ce guide vous est offert gracieusement, toute reproduction, partielle ou complète, est strictement interdite sans autorisation de son auteur et sans mentionner le nom de l'auteur et du site web associé.

Le Guide : « Les bases du storytelling » a été conçu et écrit par **Jean-Walter** et vous a été offert par [Objectif-Scénario](https://objectif-scenario.fr/)

Crédits photos : Pexels et Pixabay

# SOMMAIRE

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Sommaire                                       | 2  |
| Introduction                                   | 3  |
| Pourquoi le storytelling est-il si puissant ?  | 5  |
| Les éléments essentiels d'une histoire         | 6  |
| La structure narrative de base                 | 7  |
| Le rôle du personnage principal                | 8  |
| Créer de l'émotion et de l'engagement          | 9  |
| Rendre son message mémorable                   | 10 |
| Appliquer le storytelling à différents projets | 11 |
| Les erreurs fréquentes en storytelling         | 12 |
| Les étapes suivantes pour progresser           | 12 |
| Les étapes suivantes                           | 13 |
| Bonus                                          | 14 |

# INTRODUCTION

**L**e storytelling est l'art de transformer une idée, un message ou un projet en récit captivant. Depuis toujours, les histoires permettent de transmettre des connaissances, de partager des émotions et de créer du lien entre les personnes.

Aujourd'hui, le storytelling ne concerne pas uniquement la fiction. Il peut également servir à présenter un projet, expliquer une activité, valoriser une marque ou transmettre une expérience personnelle.

Ce guide vous propose de découvrir les principes fondamentaux du storytelling et de comprendre comment les appliquer à vos propres projets.

## QUI SUIS-JE ?

Je suis consultant, formateur et auteur spécialisé dans le développement de projets narratifs. Depuis plus de 35 ans, j'explore les mécanismes de la narration à travers l'écriture de scénarios, la réalisation, la production audiovisuelle, le storytelling et l'accompagnement de projets créatifs et entrepreneuriaux.

Mon objectif est d'aider les auteurs, créateurs et porteurs de projets à donner du sens, de la structure et de l'impact à leurs idées.

## POURQUOI CE GUIDE ?

Ce guide a été conçu pour vous aider à comprendre pourquoi certaines histoires marquent durablement les esprits, tandis que d'autres sont rapidement oubliées.

Vous y découvrirez les éléments essentiels d'un récit efficace, la manière de structurer un message narratif et les techniques qui permettent de créer une connexion émotionnelle avec votre audience.

## À QUI S'ADRESSE CE GUIDE

Ce guide s'adresse aux auteurs, créateurs, entrepreneurs, formateurs et à toute personne souhaitant mieux comprendre les mécanismes du storytelling afin de rendre ses idées plus claires, plus engageantes et plus mémorables.



# POURQUOI LE STORYTELLING EST-IL SI PUISSANT ?

**L**e cerveau humain retient plus facilement une information lorsqu'elle est intégrée dans une histoire. Une suite de faits ou de données peut être oubliée rapidement, alors qu'un récit structuré crée des images mentales, suscite des émotions et facilite la mémorisation.

Le storytelling permet également de donner du sens à une information. Il aide le public à comprendre pourquoi un sujet est important, à se projeter dans une situation et à ressentir une connexion avec le message transmis.

## À RETENIR

- Une histoire rend une idée plus concrète.
- Une histoire suscite l'émotion.
- Une histoire facilite la mémorisation.
- Une histoire crée une relation avec son public.

## EXERCICE

Pensez à une histoire que vous n'avez jamais oubliée. Qu'est-ce qui l'a rendue mémorable ?

# LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS D'UNE HISTOIRE

**U**n récit efficace repose généralement sur quelques éléments fondamentaux : un personnage, un objectif, un obstacle, une tension et une transformation. Ces éléments donnent au public une raison de suivre l'histoire et de s'intéresser à son évolution.

- Le personnage : la personne ou le groupe au centre de l'histoire.
- L'objectif : ce que le personnage cherche à obtenir.
- L'obstacle : ce qui rend la progression difficile.
- La tension : le suspense créé par les difficultés rencontrées.
- La transformation : le changement vécu par le personnage.

## EXERCICE

Identifiez ces cinq éléments dans une histoire ou un projet que vous connaissez.

# LA STRUCTURE NARRATIVE DE BASE

La plupart des récits suivent une progression simple : une situation initiale, un élément perturbateur, un développement marqué par des obstacles à surmonter, un moment décisif et une résolution.

Cette structure permet de guider le public à travers le récit et de maintenir son attention en créant une progression logique.

- Situation initiale : présentation du contexte et du personnage.
- Élément déclencheur : événement qui bouleverse la situation.
- Développement : succession d'obstacles et de choix.
- Moment décisif : point culminant où le conflit atteint son intensité maximale.
- Résolution : conséquence finale et transformation du personnage.

## EXERCICE

Résumez votre projet ou votre message selon ces cinq étapes.



# LE RÔLE DU PERSONNAGE PRINCIPAL

Le personnage principal est le point d'entrée émotionnel du récit. Même dans un projet professionnel, il est utile d'identifier qui vit la situation racontée : un client, un utilisateur, un créateur ou une personne confrontée à un problème.

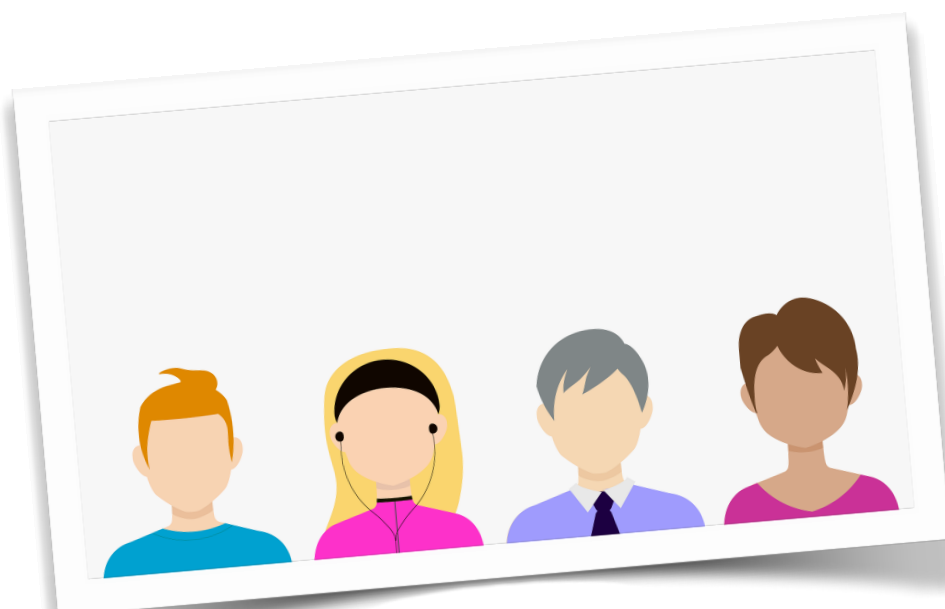
Le public s'intéresse davantage à une histoire lorsqu'il peut comprendre les motivations, les difficultés et les aspirations du personnage. Quand il peut s'identifier au personnage principal.

## Questions à se poser

- Qui est le personnage principal ?
- Que veut-il obtenir ?
- Quel problème rencontre-t-il ?
- Quelles émotions traverse-t-il ?
- Comment évolue-t-il au cours du récit ?

## EXERCICE

Décrivez le personnage principal de votre histoire ou de votre projet en cinq phrases.



# CRÉER DE L'ÉMOTION ET DE L'ENGAGEMENT

L'émotion est l'un des moteurs les plus puissants du storytelling. Une histoire devient engageante lorsqu'elle fait ressentir quelque chose au public : curiosité, suspense, empathie, joie, inquiétude ou inspiration.

Pour créer cette connexion émotionnelle, il est important de montrer les enjeux de l'histoire et les conséquences possibles des actions du personnage.

## LEVIERS ÉMOTIONNELS

- L'identification au personnage.
- La tension liée à un obstacle.
- Le désir d'atteindre un objectif.
- La peur de l'échec ou de la perte.
- La satisfaction d'une transformation réussie.

## EXERCICE

Quelles émotions souhaitez-vous faire ressentir à votre audience ?



# RENDRE SON MESSAGE MÉMORABLE

Un bon storytelling ne cherche pas à transmettre trop d'informations en même temps. Il s'appuie sur une idée centrale claire, des exemples concrets et une progression logique.

Pour qu'un message soit mémorable, il doit être simple, concret, émotionnel et relié à une expérience que le public peut comprendre.

## PRINCIPES À APPLIQUER

- Formulez une idée principale claire.
- Utilisez des exemples concrets.
- Évitez les explications trop abstraites.
- Créez une progression logique.
- Concluez par une idée forte ou une transformation visible.

## EXERCICE

Résumez votre message principal en une phrase simple et percutante.



# APPLIQUER LE STORYTELLING À DIFFÉRENTS PROJETS

Le storytelling peut être utilisé dans de nombreux contextes : création artistique, communication professionnelle, entrepreneuriat, formation ou récit personnel.

Dans chaque cas, il s'agit de mettre en lumière une situation, un problème, une évolution et une transformation.

| Contexte                | Application du storytelling                                  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Formation               | Construire un scénario pédagogique captivant.                |
| Projet entrepreneurial  | Montrer le problème résolu et la transformation apportée.    |
| Biographie              | Mettre en valeur les étapes marquantes d'un parcours de vie. |
| Communication de marque | Créer une connexion émotionnelle avec le public.             |

## EXERCICE

Choisissez un de vos projets et identifiez l'histoire qu'il raconte réellement.

## LES ERREURS FRÉQUENTES EN STORYTELLING

- Manque de clarté : le message principal n'est pas identifiable.
- Absence de personnage : le public ne sait pas à qui s'identifier.
- Pas de conflit ou d'obstacle : l'histoire manque de tension.
- Trop d'informations : le récit devient confus.
- Absence de transformation : le public ne perçoit pas l'évolution apportée par l'histoire.

## LES ÉTAPES SUIVANTES POUR PROGRESSER

Le storytelling s'apprend en observant les récits qui fonctionnent, en analysant leur structure et en pratiquant régulièrement. Pour progresser, il est utile de lire, regarder, écrire et tester ses propres histoires auprès d'un public.

- Analysez des films, livres ou campagnes de communication qui vous marquent.
- Entraînez-vous à résumer une histoire en quelques phrases.
- Travaillez la clarté de votre message principal.
- Testez vos récits auprès de personnes extérieures.
- Approfondissez votre pratique grâce à une formation ou un accompagnement.

Le storytelling est un outil puissant pour rendre une idée plus claire, plus émotionnelle et plus mémorable. En comprenant les mécanismes fondamentaux de la narration, vous pouvez mieux structurer vos histoires, vos projets et vos messages.

J'espère que ce guide vous aura apporté des repères utiles pour commencer à appliquer le storytelling à vos propres créations. La pratique régulière reste la meilleure manière de progresser : observez les récits qui vous marquent, analysez leur structure et entraînez-vous à raconter vos idées avec simplicité et authenticité.

## LES ÉTAPES SUIVANTES

Si vous souhaitez approfondir ces notions et apprendre à utiliser le storytelling de manière plus stratégique dans vos projets créatifs ou professionnels, je vous invite à découvrir les formations et accompagnements proposés sur Objectif-Scénario.

- **[Formation business plan](#)** : pour apprendre les bases du storytelling et comment les appliquer dans la rédaction d'un business plan.

Vous pouvez aussi, si votre projet est déjà avancé, bénéficier d'un regard extérieur et de conseils personnalisés à travers une fiche de lecture commentée.

- **[Consulting entrepreneurial](#)** : pour obtenir une analyse du storytelling de votre projet d'activité professionnelle.
- **[Accompagnement entrepreneurial](#)** : pour développer votre projet d'activité professionnelle avec un suivi personnalisé.

Vous retrouverez toutes les aides et accompagnements disponibles sur le site web d'Objectif-Scénario : **<https://objectif-scenario.fr/>**

## BONUS

### LA MÉTHODE SIMPLE POUR RACONTER UN PROJET EN 5 ÉTAPES

Avant de conclure ce guide, voici une méthode simple pour présenter un projet de manière plus narrative et engageante.

#### LES 5 ÉTAPES

- Présentez le contexte : quelle est la situation de départ ?
- Identifiez le problème : quelle difficulté ou quel besoin existe ?
- Montrez la quête : que cherche à accomplir le personnage ou le porteur de projet ?
- Expliquez la solution : comment le projet répond-il au problème ?
- Mettez en avant la transformation : quel résultat ou quel changement positif est obtenu ?

#### EXEMPLE DE TRAME À DÉVELOPPER

Au départ, *[personnage ou public concerné]* rencontrait *[problème]*. Pour résoudre cette situation, il a entrepris *[action ou projet]*. Grâce à *[solution apportée]*, il a pu obtenir *[résultat ou transformation]*.

#### EXERCICE

Rédigez la présentation de votre projet en suivant cette trame et en la développant pour la rendre captivante.