

StoryTelling

MarCom-C



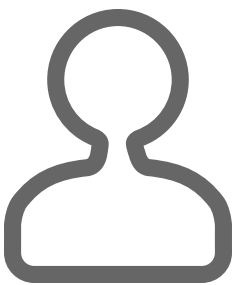
Importance de l'auteur ou narrateur

Importance du public ou récepteur



1

Persona



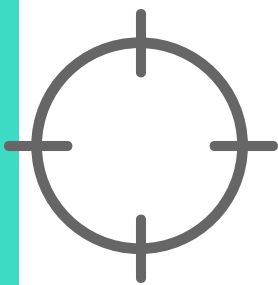
2

User Story



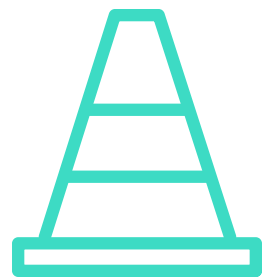
3

Situation



4

LE PROBLEME



5

LA SOLUTION



6

ACTION
DÉCISION
ENGAGEMENT
ACHAT

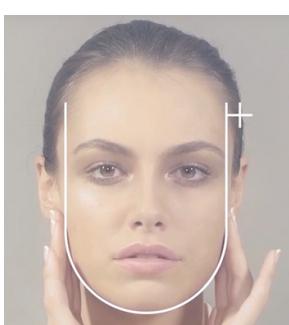


7

Mémoriser
Capter l'attention
Simplifier
Transmettre
Pousser à l'action

8

1/ Date lieu acteur
2/ Problème
3/ Coup de théâtre
4/ Solution
5/ Conclusion morale



juin 2017 myconnecting

**No Story
No Business**