

Il était une fois... le storytelling

L'individuel et l'intimisme sont le fer de lance de 2018, nous l'avons vu. Il ne s'agit plus de présenter un produit, un concept ou une marque, et on ne cible plus un public et une foule anonyme. Aujourd'hui, on communique et on interagit entre personnalités et dans ce qu'elles ont d'unique. Et quoi de mieux pour ce faire que de revenir à l'une des plus vieilles professions du monde – Conteur – et de raconter une *histoire* ? Son histoire. Une histoire qui parle à tous, et qui parle de chacun. Une histoire qui exprime à la fois la personnalité de la marque mais qui offre aussi des résonances avec celle du client. Une histoire qui provoque des échos en chacun.

C'est tout l'art du *Storytelling*.

Raconte moi qui tu es...

Raconter une histoire, c'est distraire le visiteur. C'est l'impliquer, c'est le faire voyager, lui susciter des émotions qui, même provoquées en ce sens par la narration, lui seront personnelles et uniques. C'est lui offrir une ambiance et lui permettre l'immersion. Nous l'avons vu, la typographie et l'illustration sonnent des retours d'importance sur le web. Si elles vont de paire avec la narration, les pratiques ancestrales de l'écriture et du dessin pour raconter la réalité ou la fantaisie, nombre de moyens beaucoup plus récents permettent également de relater une aventure, une tranche de vie.



... je te montrerai qui je suis

Le format du One Page, un site internet en page unique, est un outil d'importance en *storytelling*. Ce large écran sur lequel apparaissent des informations à faire défiler sous son doigt n'est pas sans rappeler quelque parchemin que l'on déroule, et qui nous dévoile à chaque rotation un nouvel aspect du récit.

La vidéo est également un instrument notable pour raconter une histoire, de même que ses cousins plus légers comme le cinémagraphe ou gif. L'animation d'une image lui ajoute une dimension temporelle quasi sine qua non à la narration, et contribue à l'ambiance développée par le récit.

Notons également l'importance des réseaux sociaux dans le développement de la *storytelling*. Une narration transmédia est un levier formidable pour étendre l'atmosphère générée par le site source. C'est une proximité accrue pour la marque et sa communauté. Elle offre de l'interactivité aux visiteurs et lecteurs, accroît l'intimité avec l'entreprise et permet de narrer une histoire toujours plus personnelle.

Nous concernant, Lukas sommes toujours aussi fier d'écrire depuis 1995 cette belle histoire avec nos clients.

Auteur : JB