

Lo Storytelling aziendale: il valore del raccontare e del raccontarsi

CODICE	DT0226
DURATA	1 gg
PREZZO	200,00 €
EXAM	

DESCRIZIONE

Le storie influenzano il nostro comportamento: raccontare è dunque un'arte che può diventare un'efficace strategia comunicativa volta a creare engagement. Non basta avere una accattivante sito web o presenziare sui social ... Bisogna trovare un'altra strada per incontrare chi ha bisogno di noi. Si prenderanno in esame:

- Il perché e il cosa: analisi delle motivazioni e delle condizioni essenziali per fare storytelling. Non per caso, ma con volontà e senso di responsabilità per la posizione assunta; il raccontarsi non è un atteggiamento di superficie ma coinvolge, mostra visioni e destinazioni di vita.
- Il dove: ambiti di utilizzo dello storytelling, obiettivi, competenze, tempi e i costi.
- Il come: raccontarsi vuol dire entrare in relazione con un pubblico e questo richiede prassi e strumenti. Si analizzeranno dunque le diverse modalità operative con le quali fare narrazione anche attraverso casi ed esempi.

OBIETTIVI RAGGIUNTI

Sembra facile e si rischia la banalità: non tutto è storytelling, e dunque, per farsi largo nella confusione che c'è su questo tema bisogna conoscere le condizioni necessarie per la narrazione d'impresa.

Il corso intende dunque indicare la strada per la pianificazione di una strategia comunicativa valida quanto originale, volta a creare engagement.

TARGET

Il corso si rivolge a chi lavora in ambito marketing e comunicazione.

PREREQUISTI

Non sono richieste competenze specifiche.

CONTENUTI

Modulo 1: L'arte di raccontare: Perché raccontare la mia azienda?

- Di cosa si tratta esattamente?
- Perché può tornare utile alla mia azienda?
- Case history

Modulo 2: Cosa raccontare?

- I contenuti narrativi
- Il prodotto
- Case history

Modulo 3: Come e dove?

- Il percorso narrativo
- I luoghi
- Gli strumenti

Esercitazione