



CORSO DALLO STORYTELLING ALLO STORYDOING (40 Ore)

La comunicazione della marca è in continua evoluzione ed è fondamentale adeguarsi ai cambiamenti.

Tale evoluzione, influenzata anche dalle Nuove Tecnologie, cambia il modo in cui i brand si raccontano alle persone. Gli scopi della narrazione possono essere sempre gli stessi, ma le opportunità aumentano se si è in grado di posizionare contenuti specifici per canale.

La differenza, allora, tra storytelling e storydoing risiede principalmente nella partecipazione attiva: non si tratta di scrivere soltanto storie di puro intrattenimento, ma di determinare concrete azioni che pongono le narrazioni al centro, integrandole con il racconto relativo al servizio e al prodotto.

Con questo workshop intensivo, dedicato a chi ha già seguito i corsi di Marketing Strategico e Storytelling, è possibile affinare ancor di più le competenze di scrittura persuasiva per sostenere efficacemente la brand identity e la relazione con i mercati, attraverso il racconto di storie che trasmettono l'essenza, i principi e i valori dell'azienda.

Per ottenere buoni risultati, le attività narrative impiegate con grande successo ormai strategicamente dai brand più smart vanno svolte con continuità e dopo una corretta pianificazione degli obiettivi.

In questo workshop sarà possibile approfondire in che modo pianificare contenuti da posizionare correttamente e con linguaggi ad hoc.

Modulo 1 – (4 h teoria + 4 h esercitazione) Dallo storytelling allo storydoing: l'evoluzione del coinvolgimento e nuovi linguaggi della comunicazione.

Modulo 2 – (4 h teoria + 4 h esercitazione) Narratologia e retorica: arnesi e non fronzoli per avviare l’azione.

Modulo 3 - (4 h teoria + 4 h esercitazione) Costruire concept e pianificare azioni concrete da pianificare.

Modulo 4 - (4 h teoria + 4 h esercitazione) Corso pratico di creatività – dal testo business al testo emotional. Come determinare engagement.

Modulo 5 - (4 h teoria + 4 h esercitazione) Scrivere pensando alle persone e agli stakeholder – dal brief, al target, ai modelli Canvas.