
NARRARE L'IMPRESA EFFICACEMENTE. IL CORPORATE STORYTELLING COME STRUMENTO DI MARKETING

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Le imprese che si raccontano efficacemente possono coinvolgere i propri clienti, emozionarli e coinvolgerli in un processo di acquisto che passa dal riconoscimento identitario e dalla condivisione di valori e obiettivi. Capire quale sia il capitale narrativo di un'azienda, usarlo in modo opportuno e trasformarlo in una leva di marketing narrativo è – oggi – la strategia migliore per differenziarsi e mantenere un rapporto virtuoso con i propri clienti e partner. Durante il corso, verranno analizzati casi e proposte strategiche per trovare la storia, farla emergere e imparare a raccontarla, con un focus approfondito sugli strumenti online.

PROGRAMMA

Orari giornate formative:

9:00 – 9:15 Accredитamento partecipanti
9:15 – 13:00 Formazione
13:00 – 14:00 Pausa
14:00 – 18:00 Formazione
18:00 Conclusione

Coffee break a metà mattina e metà pomeriggio

PROGRAMMA DIDATTICO:

- Storytelling: cos'è, cosa non è
- Corporate Storytelling: individuare contesto e capitale narrativo dell'azienda (vision)
- La trama dell'azienda e le tante storie che la compongono
- Le parole da usare per una narrazione condivisa
- Imparare a raccontarsi professionalmente: registri, tone of voice, ritmo, chiarezza
- Le narrazioni digitali nomadi, su diverse piattaforme
- LinkedIn e la narrazione professionale
- Il blog aziendale e la voce del team
- Facebook e lo storytelling delle relazioni
- Video e foto: instagram, le storie, youtube
- Twitter: live, help desk, comunicazione immediata
- Whatsapp e Telegram per informare
- Adattare lo storytelling ai nuovi ambienti che stanno crescendo: come si comprende il territorio digitale e i linguaggi da usare?
- Case History

DOCENTI

FRANCESCA SANZO

Supporta le organizzazioni e i professionisti a narrarsi efficacemente online grazie a consulenza e formazione. Collabora con imprese, università e enti di formazione e consulenza. Autrice di 4 libri, tra cui *Narrarsi online: come fare personal storytelling* (2014) e *Tu sei la tua storia* (2018), crede nel valore della scrittura autobiografica sia per raccontare persone che imprese.

DESTINATARI

Responsabili marketing e comunicazione aziendale, piccoli e medi imprenditori e staff che si occupa della comunicazione d'impresa, persone coinvolte nella comunicazione digitale e non delle organizzazioni.

REFERENTI

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA