

## Storytelling: comunicare e coinvolgere su progetti e strategie

A volte le parole non bastano: ci vuole una storia. Oggi viviamo in un mondo completamente nuovo, in cui non è più sufficiente saper informare, saper comunicare o saper coinvolgere, ma diventa necessario uno sforzo supplementare: saper narrare. Avere una buona storia è diventato essenziale per influenzare, formare, promuovere e vendere: i prodotti sono diventati storie e le aziende di successo sono quelle più brave a raccontarsi.

Il corso analizza il processo di costruzione di una storia e approfondisce le tecniche da utilizzare per raccontarla, definendo i generi e gli scenari più efficaci.

### Destinatari

Tutti i manager che devono "ispirare" interlocutori interni ed esterni all'organizzazione (marketing, vendite, comunicazione interna ed esterna, risorse umane, PR).

### Metodologia Didattica

La metodologia proposta è quella del workshop creativo, ovvero uno spazio in cui poter sperimentare immediatamente quanto si sta apprendendo. Attraverso l'esercizio i partecipanti impareranno ad affrontare i problemi classici della narrazione e, soprattutto, aumenteranno la consapevolezza di sé come autori creativi, in grado di produrre storie aziendali avvincenti ed efficaci.

**Durata:** 1 giorno

### Obiettivi

- Comprendere il potenziale della narrazione in azienda, per veicolare e diffondere mission, valori aziendali e sfide all'interno e all'esterno dell'organizzazione
- Imparare a legare insieme aziende/prodotti/clienti attraverso la costruzione di narrazioni avvincenti e racconti commerciali mirati, che colpiscano la memoria profonda dei propri target di riferimento
- Fornire approcci e strumenti concreti, oltre che numerosi esempi, per innescare un processo che faccia dello storytelling un elemento distintivo dell'azienda sia verso gli interlocutori esterni sia verso quelli interni.

### Programma

- Le tre parole più potenti che esistono sono: "Ascolta questa storia."
- Che cos'è una storia? Come si racconta? E che regole bisogna seguire per farla funzionare?
- La struttura della storia e i meccanismi della narrazione (dalla letteratura al cinema, dal fumetto alla tv)
- La narrazione nelle organizzazioni e il Corporate Storytelling
- Quale storia? Saper scegliere nei differenti contesti e nelle storie archetipo
- La costruzione dello scenario, l'ideazione dei personaggi, la creazione della trama, gli stratagemmi narrativi, le scelte di stile, la coerenza rispetto al punto di vista.