

Storytelling w biznesie - czyli jak zmieniać rzeczywistość, opowiadając innym historie?

„W fabryce produkujemy kosmetyki, w sklepie sprzedajemy nadzieję.”

Charles Revson



Odbiorcy szkolenia

Celem szkolenia jest:

- Wyposażyć uczestników w narzędzia pozwalające zaprojektować przekaz bazujący na storytellingu.
- Wyposażyć w wiedzę na temat kluczowych zasad wpływających na skuteczność storytellingu.
- Pokazać możliwości zastosowania storytellingu w biznesie.
- Nauczyć budować przekaz w taki sposób aby przyciągać uwagę odbiorcy.
- Nauczyć unikać najczęściej popełnianych błędów w konstruowaniu przekazu bazującego na storytellingu.



Korzyści

Po ukończeniu zajęć uczestnik:

- Potrafi zaprojektować skuteczny przekaz bazujący na storytellingu.
- Potrafi zaprojektować przekaz dostosowany do grupy docelowej oraz celu biznesowego jaki chce osiągnąć.
- Zna możliwości i ograniczenia storytellingu.
- Potrafi stosować szeroki wachlarz narzędzi, pozwalających na budowanie skutecznego przekazu.



Program szkolenia

1. Czas rozpocząć historię
 - Storytelling – czym jest?
 - Dlaczego storytelling działa – psychologiczne podstawy skuteczności metody.
 - Przykłady historii, które zmieniły oblicze biznesu.
2. Inspirujące studia przypadków
 - Obszary biznesowego zastosowania storytellingu:
 - marketing
 - zarządzanie
 - employer branding
 - Analizy case studies zastosowania storytellingu w biznesie.
3. Rola osoby, która opowiada historię
 - Przygotowanie uczestników na przyjęcie historii – tworzenie pozytywnych i wspierających założeń.
 - Aktor na scenie czy wykładowca na auli – jak wybór roli wpływa na opowiadaną historię oraz pewność siebie.
 - Wpływ mowy ciała na odbiór i "siłę" opowiadanej historii.
4. Anatomia historii
 - Czym dobra historia różni się od złej?
 - Zasady budowania historii i stopniowania napięcia:
 - rozpoczęcie historii,
 - rozwinięcie historii,
 - zakończenie historii.
 - Narzędzia komunikacyjne pozwalające zbudować skuteczny przekaz z wykorzystaniem storytellingu:
 - przyciąganie i utrzymywanie uwagi odbiorcy,
 - wzmacnianie przekazu,
 - metafory i analogie,
 - czynniki osłabiające przekaz.
 - Archetypy stosowane w historiach.
 - Najczęstsze błędy popełniane w budowaniu historii.
5. "The Medium Is the Message"
 - Metody przekazywania historii – od tekstu pisanego po Power Pointa, Prezi i Facebooka.
 - Dobór narzędzi w zależności od celu biznesowego.
 - Storytelling podczas prezentacji na spotkaniach i konferencjach – elementy skutecznych występów publicznych.
6. Warsztat praktyka
 - Samodzielne projektowanie przekazów bazujących na storytellingu, które uczestnicy mogą wykorzystać w środowisku pracy, w takich obszarach jak:
 - marketing,

- zarządzanie,
 - HR,
 - employer branding,
 - inne.
7. Solówki na zakończenie
- Prezentacje przygotowane przez uczestników.
 - Analiza mocnych oraz słabych stron przygotowanych przez uczestników przekazów / historii.
 - Dodatkowe wskazówki na przyszłość.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Zastosowane metody pracy oddziałują na postawy uczestników. Realna ocena zmiany postaw jest możliwa w miejscu pracy uczestników.



Czas trwania

2 dni / 14 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski