

Warsztat

sar SZKOŁA
marki

STORYTELLING - ANGAŻUJĄCE OPOWIEŚCI W MARKETINGU

Najważniejsze Cele

- Zdobędziesz umiejętność tworzenia dobrych opowieści.
- Poznasz struktury, narzędzia oraz techniki storytellingu.

Wykładowca



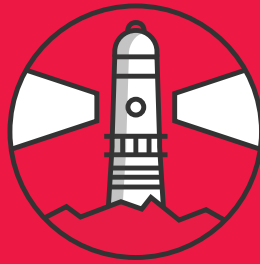
Paweł Tkaczyk

Prezes agencji brandingowej
MIDEA

Dla Kogo?

Profesjoniści zajmujący się marketingiem i PR, zarówno w firmach jak i przedstawiciele agencji. Client service i salesforce w branży kreatywnej. Copywriterzy oraz kadra zarządzająca.

Zobacz, w jaki sposób storytelling jest elementem już w fazie planowania produktu.



O Warsztacie

Na nasyconych rynkach coraz ciężiej odróżnić się od konkurencji. W przypadku samochodów, piwa, komputerów czy telefonów - ale także w przypadku codziennych usług, jak nauka języka- przestajemy kupować produkty dla ich cech funkcjonalnych.

Każdy samochód dowiezie nas do celu, każdy komputer pozwoli na sprawdzenie maila i podłączenie się z Internetem.

Każda szkoła angielskiego nauczy angielskiego. Jak zatem podejmujemy decyzję, kiedy wszystkie produkty zaczynają robić to samo?

Przestajemy kupować produkt, a kupujemy opowieść o nim. Opowieść o tym, że mleko pochodzi od szczęśliwych krów, że kawa jest zbierana o wschodzie słońca i parzona przez wykwalifikowanych baristów...

Opowieści są motorem napędowym dzisiejszego marketingu.



Program Warsztatu

**DLACZEGO BUDOWANIE MARKI ZA POMOCĄ HISTORII MA TAKĄ MOC?
O TYM, CO HISTORIE POTRAFIĄ ZROBIĆ Z NASZYM MÓZGIEM.**

CO CZYNI HISTORIĘ DOBRĄ?

- Fabuła;
- Konflikt;
- Świat;
- Bohaterowie.

MONOMIT JAKO PUNKT WYJŚCIA DO BUDOWANIA FABUŁY I BOHATERÓW:

- Koncepcja monomitu;
- Podróż bohatera.

DOBRE I ZŁE OPOWIEŚCI

Źródła konfliktu

Sposoby opowiadania:

- Medium;
- Cross-media storytelling- marketingowe narzędzie przyszłości;
- Przykłady dobrych opowieści marki.

MARKA JAKO ARCHETYP:

- Sposoby tworzenia marek przy użyciu metod storytellingu;
- Marketing opowieści- angażowanie konsumentów.

JAK KANAŁY MARKETINGOWE (SOCIAL MEDIA ITP.) WPISUJĄ SIĘ W MARKETING OPOWIEŚCI?



Inspiracja

Opowiadanie historii jest jednym z najskuteczniejszych sposobów sprzedaży Twojej marki. Coca-Cola opowiada historię miłości i pokoju na świecie. Czy można pomyśleć, że Cola może wprowadzić harmonię do świata rozdartego wojną i bólem? Oczywiście nie. Ale w okolicach wakacji, kiedy zobaczysz te niedźwiedzie polarne pijące colę, możesz zacząć tak myśleć.

To jeden z najbardziej znanych przykładów tego, co dobrze opowiedziana historia może zrobić dla marki. Ale każda firma musi coś opowiadać, aby przyciągnąć swoich odbiorców i zrobić z nich wiernych klientów.

- Twoja strona "O nas" powinna zawierać fascynującą historię Twojej marki.
- Twoje działania reklamowe powinny opowiadać historie łączące odbiorców z Twoim produktem.

Organizacja zajęć



Otrzymujesz dostęp do platformy szkoleniowej z materiałami ze szkolenia, Twoim certyfikatem oraz dostępem do kolejnych kursów w **Szkole Marki SAR**

- Lokalizacja
Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
- Koszt udziału:
800 zł netto dla członków SAR
1000 zł netto dla firm niezrzeszonych
- Zapisy
szkolenia@sar.org.pl
- Zapewniamy
Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.