

SZKOLENIE STORYTELLING. ZDOBYWANIE KLIENTÓW ZA POMOCĄ ANGAŻUJĄCYCH OPOWIEŚCI.

DLA KOGO



Czy potrafisz w sposób przekonujący przedstawić swoją historię?

Zaczarować klientów słowem?

Pokazać, że każdy materiał promocyjny może być oryginalny i nieszablonowy?

Jeśli nie możesz z pełnym przekonaniem odpowiedzieć „TAK” na te pytania - to, to szkolenie jest dla Ciebie!

O SZKOLENIU



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?*

- Przystajemy 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.

CEL SZKOLENIA

- Poznasz metody copywritingu;
- Dowiesz się, czym jest persona i jak ją tworzyć;
- Poznasz sposoby na przyciągnięcie uwagi oraz nauczysz się pisać językiem korzyści;
- Poznasz elementy, jakie powinien zawierać dobry tekst;
- Zobacysz przykłady dobrych tekstów sprzedażowych;
- Dowiesz się, jak testować to, czy Twój tekst naprawdę okaże się skuteczny.

PROGRAM SZKOLENIA

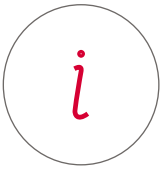
- **Dlaczego budowanie marki za pomocą historii ma taką moc?**
 - O tym, co historie potrafią zrobić z naszym mózgiem.
- **Co czyni dobrą historię?**
 - Fabuła
 - Konflikt
 - Świat
 - Bohaterowie
- **Mononim jako punkt wyjścia do budowania fabuły i bohaterów:**
 - Koncepcja monomitu
 - Podróż bohatera
- **Omówienie dobrych i złych przykładów**
- **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?**
 - Case study w wykonaniu dobrych marek
- **Pytania i odpowiedzi.**

WYKŁADOWCA:



Paweł Tkaczyk

Prowadzi blog o budowaniu silnej marki i nowoczesnym marketingu. Razem z Markiem Jankowskim prowadzi podcast „Mała Wielka Firma”, w którym pomagają ludziom w prowadzeniu ich firm. Wierzy, że silna marka to dobrze opowiedziana historia. Dlatego jego firma - MIDEA- pomaga klientom w snuciu ich opowieści, a w konsekwencji w budowaniu silnej pozycji rynkowej.



ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

Lokalizacja

Stowarzyszenie
Komunikacji
Marketingowej
SAR
Czerska 8/10,
00-732 Warszawa



Koszt udziału:

800 zł dla członków SAR
1300 zł dla firm niezrzeszonych

Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne
Pomoce naukowe
Kawa, herbata, ciastka
Obiad

