



STORYTELLING. ZDOBYWANIE KLIENTÓW ZA POMOCĄ ANGAŻUJĄCYCH OPOWIEŚCI.



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.

DLA KOGO:

Ludzie zajmujący się marketingiem i PR- zarówno w swoich firmach jak i przedstawiciele agencji. Także copywriterzy oraz kadra zarządzająca- storytelling jest elementem planowania produktu już na bardzo wczesnym etapie.

PROGRAM:

- 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

sar:STOWARZYSZENIE
KOMUNIKACJI
MARKETINGOWEJ

- 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.**

SZKOLENIE POPROWADZI:

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.