

SZKOLENIE STORYTELLING. ZDOBYWANIE KLIENTÓW ZA POMOCĄ ANGAŻUJĄCYCH OPOWIEŚCI.

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.

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?*

- 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 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.**

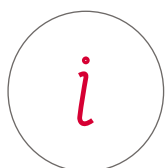
WYKŁADOWCA:

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

