

Storytelling

L'arte della narrazione per promuovere progetti, prodotti, idee

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 890,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.600,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.36

La narrazione d'impresa e lo Storytelling sono strumenti per comunicare con i propri interlocutori non solo attraverso il marketing e la pubblicità, ma anche attraverso il management. La capacità di raccontare, nell'organizzazione o al di fuori di essa, **una storia che caratterizza la propria identità aziendale, il team o anche semplicemente sé stessi**, tende ad essere un aspetto sempre più cruciale nella comunicazione contemporanea nonché l'obiettivo principale del corso.

A chi è rivolto

Tutti coloro che, avendo già una minima **dimestichezza nel "public speaking"**, desiderino rinforzare le proprie comunicazioni e presentazioni per renderle ancor più attrattive, non rinunciando al proprio stile, ma facendo leva sulla capacità di creare una nuova governance delle relazioni organizzative interne ed esterne.

Programma

Le caratteristiche fondamentali dei due strumenti comunicativi chiamati "Storytelling" e "Pitching"

La scrittura di uno storyboard in base alle tappe dei principali schemi narrativi

L'uso dello storytelling all'interno delle proprie presentazioni, interne e esterne all'organizzazione

Le caratteristiche di un efficace "storyteller"

L'utilizzo del pitching in azienda e l'accostamento allo storytelling

Dallo storytelling verbale al "digital storytelling"

L'evoluzione dello Storytelling: lo "Storydoing" e lo "Storyliving"



Obiettivi del corso

- Saper utilizzare lo storytelling nelle proprie comunicazioni per valorizzare i messaggi da trasferire, utilizzando gli schemi universali della narrazione
- Saper catturare l'adesione emotiva degli interlocutori attraverso la «scenarizzazione» della propria comunicazione

- Saper trasferire conoscenze ed esperienze rinforzando la parte coinvolgente del proprio modo di raccontare l'impresa e di raccontarsi, correlando lo storytelling con il pitching
- Migliorare la dimestichezza con gli strumenti digitali



Esercitazioni

- Scelta degli schemi narrativi più adeguati a se stessi e alla propria organizzazione
- Costruzione di uno storytelling rispetto a un tipo di comunicazione ricorrente in azienda
- Esercizio di «Elevator Pitch»
- “Normalizzazione emotiva”: lasciar fluire il proprio potenziale di coinvolgimento relazionale
- Piano personale comunicativo



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 25 mar

date 30 set

Milano

date 13 mag

date 25 nov