

Storytelling & Elevator Pitch

Convincere e stimolare all'azione durante il meeting commerciale

 Presenziale / a distanza



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

Open : 1.040,00 € +IVA

WebCode: 4.1.89

Packaged in azienda : 2.000,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

Durante ogni meeting, una delle sfide maggiori è **tenere alta l'attenzione** del proprio interlocutore, coinvolgendolo e portandolo a prendere una decisione positiva rispetto alla propria proposta. Le persone desiderano avere **conversazioni stimolanti, veloci, ricche di spunti interessanti**, ma non sempre ciò avviene durante una classica presentazione di vendita. Come vendere e vendersi bene durante una riunione con un cliente, un partner, un collega, facendo cogliere il messaggio che si vuole trasmettere? Se un buon elevator pitch permette di **comunicare un'idea in modo efficace** in pochi secondi, lo storytelling consente di **coinvolgere l'interlocutore** grazie alle tecniche narrative. Imparare a utilizzare entrambi permette di fare la differenza, anche in fase di vendita.

A chi è rivolto

- Key Account, venditori, tecnici commerciali
- Project manager con l'esigenza di valorizzare la presentazione del proprio progetto
- Chiunque abbia la necessità di accrescere l'efficacia dei propri messaggi all'interno di incontri e riunioni

Programma

Elementi di Storytelling ed Elevator Pitch

- Cosa sono (e cosa non sono) lo storytelling e l'elevator pitch
- Caratteristiche comuni: attuali, efficaci, potenti
- Differenza tra testimonianza e racconto
- Convincere e persuadere: l'emotività a sostegno dell'autorevolezza
- Applicazione all'ambito commerciale: qualificazione del cliente e del suo processo decisionale

Finalità dello speech

- Obiettivo "distinguersi": creare curiosità e interesse e alzare il livello di attenzione
- Applicare l'empatia stilistica
- Far emergere gli aspetti qualificanti e distintivi, tangibili e intangibili della propria proposta
- I 3 messaggi chiave che l'interlocutore dovrà ricordare al termine dell'incontro
- Dalle caratteristiche della nostra proposta al valore per il cliente

Progettare lo speech

- Le fasi dello storytelling
- Pianificare lo speech: costruzione e finalità del plot narrativo

- Scenario, contesto ed elementi da inserire all'interno del racconto
- I quattro strumenti a disposizione: dettaglio, metafora, preterizione, similitudine

Il ruolo del narratore

- Il ruolo del narratore come elemento determinante per l'efficacia del racconto
- "Parlare alla pancia e al cuore": la comunicazione multisensoriale per suscitare emozioni
- Postura, prossemica, espressività del narratore

Elementi per arricchire lo speech: perché un cliente dovrebbe scegliersi

- La realtà dal punto di vista del cliente
- Dalle condizioni economiche al valore della nostra proposta
- Identificare gli elementi qualificanti e distintivi della nostra proposta
- Tecniche di persuasione e focus sui dettagli
- La chiusura del racconto e la call to action



Obiettivi del corso

- Presentare la propria proposta in maniera efficace e convincente
- Strutturare il proprio discorso per catturare e mantenere alto il livello di attenzione
- Utilizzare parole e figure retoriche che rendano più interessante e accattivante lo speech
- Affinare il proprio standing e lo stile di comunicazione per risultare autorevole e incisivo



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 20 mar

date 21 set