



Agencja Reklamowa
KUBA SOSNOWSKI
Jakub Sosnowski

Brak ocen dla tego dostawcy

Storytelling w marketingu - szkolenie

Numer usługi 2016/07/26/7144/14415

📍 Białystok / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 8 h

📅 27.07.2016 do 31.07.2026

98,40 PLN brutto

80,00 PLN netto

12,30 PLN brutto/h

10,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Osoby związane z marketingiem i sprzedażą
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	31-07-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	8

Cel

Cel biznesowy

Przybliżenie metod i podstaw storytellingu;

Zaprezentowanie podstaw tworzenia historii pomocnych w sprzedaży i działaniach marketingowych;

Przedstawienie sposobów narracji przydatnych w opowieści o marce, produkcie, a także w tworzeniu treści materiałów sprzedażowych (strona www, ulotka, media społecznościowe).

Cel edukacyjny

Przećwiczenie sposobów prezentacji treści w formie werbalnej, w tym zwrócenie uwagi na mowę ciała;

Przybliżenie podstaw języka korzyści;

Zwiększenie sprawności komunikacyjnej w mowie i piśmie;

Wzmocnienie samooceny i motywacji do samodoskonalenia;

Zachęcenie do pogłębiania wiedzy.

Efekty uczenia się

Przećwiczenie sposobów prezentacji treści w formie werbalnej, w tym zwrócenie uwagi na mowę ciała;
Przybliżenie podstaw języka korzyści;
Zwiększenie sprawności komunikacyjnej w mowie i piśmie;
Wzmocnienie samooceny i motywacji do samodoskonalenia;
Zachęcenie do pogłębiania wiedzy.

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Program

Zapoznanie się z uczestnikami.

- W procesie poznania grupy zostanie użyte narzędzie – kości StoryCubes.

Storytelling w marketingu.

- Prezentacja wprowadzająca do warsztatów.
- Skuteczność storytellingu – badania.

Sposoby narracji

- Jak opowiadać.
- 6 sposobów opowiadania narracji – co możemy zrobić opowiadając narrację. Całość oparta jest o prezentację – spoty reklamowe zawierające poszczególne sposoby narracji.
- Wiarygodność – prezentacja, ćwiczenie
- Rola obrazu.
- Ćwiczenie podsumowujące.

Archetypy w opowieści

- Siła archetypu. Opowieści o biznesie zawierają w treściach archetypy marki (np. *Nike* – bohater). Liderzy firm również mają przypisane do siebie archetypy wiążące ich biografię z marką (np. Gates i Allen – Romulus i Remus).
- Archetypy w opowieściach o produkcji
- Dyskusja- Do czego co nam są potrzebne archetypy w marketingu.
- Ćwiczenie – gra zespołowa

Tworzenie opowieści

- Kanały komunikacji (pismo/mowa) a opowieść
- Proces komunikacji pomiędzy nadawcą i odbiorcą.
- Ćwiczenie z komunikacji
- Odbiorca- jego potrzeby i oczekiwania wobec opowieści (2).
- Ćwiczenie z komunikacji
- Kontekst opowieści.
- Przygotowanie materiału.
- Ćwiczenie z przygotowania materiału.
- Tworzenie opowieści związanej ze sprzedażą- ćwiczenie (1) i dyskusja.

Narracja

- Poziom narracyjny – zdania modalne i opisowe.
- Jak budowana jest fabuła?
- Teoria Genetta.

- Koncepcja Władimira Proppa.
- Znaczenie i budowa fabuły.
- Ćwiczenie – budowa fabuły.
- Jak zmienić materiał w opowieść.
- Opowieść w opowieści.
- Ćwiczenie podsumowujące.
- Ćwiczenie – gra zespołowa.

Język opowieści

- Język perswazji w opowieści – słowa, konstrukcje, implikacje i presupozycje.
- Ćwiczenie związane z wykorzystaniem języka perswazji.
- Odbiorca- 4 sposoby zrozumienia komunikatu.
- Case study – ćwiczenie związane ze zrozumieniem komunikatu.
- Rozpoczęcie opowieści.
- Ćwiczenie – rozpoczęcie opowieści.
- Wypełnienie korpusu.
- Ćwiczenie – wypełnienie korpusu.
- Zakończenie opowieści.
- Ćwiczenie – zakończenie opowieści.

Zdobywanie uwagi i budowanie napięcia

- Ćwiczenie.

Opowieść, która sprzedaje

- Jak zacząć opowiadać o produkcie.
- Przekonanie do pomysłu.
- Opowieść o produkcie.
- Opowieść o marce.
- Ćwiczenie podsumowujące
- Co zrobić gdy nasza opowieść nie działa? – dyskusja.
- Rysowanie opowieści – wykorzystanie flipchartu/tablicy.
- Ćwiczenie.

Storytelling w tekście- case study

- List sprzedażowy.
- Ćwiczenie.
- Treść na stronie www.
- Ćwiczenie.
- Social media.
- Ćwiczenie.

Jak dobrze opowiadać

- Tempo i ton głosu.
- Dlaczego (czasami) warto podnieść ton głosu.
- Wykorzystanie ciszy.
- Mowa ciała.
- Ćwiczenie podsumowujące.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 1

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 1 Storytelling	-	27-07-2016	00:00	00:00	00:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	98,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	80,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	12,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	10,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jakub Sosnowski

Jakub Sosnowski – copywriter, twórca tekstów literackich, bloger, trener umiejętności miękkich. Absolwent polonistyki oraz kulturoznawstwa (UMCS). Obecnie prowadzi własną działalność gospodarczą. Autor publikacji z zakresu komunikacji interpersonalnej oraz copywritingu: „Podstawy pisania przekonujących tekstów” (2011), „Odrzuć szablon – napisz sam” (2013) oraz „Lilijka w mediach” (2015). Współtwórca projektu storytelab.pl

wyższe

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

Uczestnik otrzymuje certyfikat potwierdzający odbycie szkolenia

Adres

ul. Orla 2/2
15-021 Białystok
woj. podlaskie

Kontakt



Jakub Sosnowski

E-mail kontakt@kubasosnowski.pl

Telefon 502413496