

Сторителлинг

Шардт Максим, группа 1.1 ИВТ



Определение

Сторителлинг (англ. storytelling – «рассказывание историй») — это маркетинговый прием, который помогает донести информацию через рассказ или историю. Используется в рекламе, социальных сетях, в личных и корпоративных блогах.



Какие цели у сторителлинга?



Рассказать о ценностях компании



Продать товар или услугу



Продемонстрировать решение проблемы



Рассказать о внутренних процессах



Продвигать личный бренд



Вызывать яркие эмоции

Элементы сторителлинга

Цель

Основное намерение или назначение истории

Герой

Центральный персонаж, вокруг которого развивается история

Сюжет

Последовательность событий и действий, образующих историю

Мораль

Основные ценности, уроки или сообщения, содержащиеся в истории

Элементы

Как написать историю?

- Определите цели и смыслы

- Найдите героя

- Придумайте сюжет

- Добавьте деталей

Что вы хотите сказать? Какие мысли и эмоции вызвать у пользователя?

В коммерческих блогах героем часто становится потенциальный клиент или сотрудник. В экспертных блогах — сам эксперт или его окружение.

Чтобы создать историю, нужно ответить на несколько вопросов: Что произошло? Где и с кем это случилось? Как повели себя герои? Чем все закончилось?

Чтобы история была яркой и красочной, нужны подробности. Погрузитесь в тему, узнайте проблемы и мечты аудитории.