

STORYTELLING



INTRO

**Come condividere
l'esperienza sui
social network
per vendere.**



www.russovincenzo.net



Il 54% delle persone dichiara di utilizzare i social per trovare prodotti da acquistare.

Se non hai ancora colto questo trend, è il momento di fermarsi e **chiedersi: come vendere sui social media?**

Le storie vendono.

STORYTELLING



Storytelling

Lo storytelling è una tecnica di narrazione che consiste nel raccontare storie per trasmettere un messaggio o un'idea in modo coinvolgente e persuasivo.

Questa tecnica viene utilizzata in diversi ambiti, come la pubblicità, il marketing, la politica e la comunicazione in generale.

Lo storytelling è presente ovunque intorno a noi, nella vita quotidiana, e spesso non ce ne accorgiamo. Ad esempio, quando una persona ci racconta un aneddoto divertente durante una conversazione, sta utilizzando lo storytelling per coinvolgerci e intrattenere.

Anche le pubblicità che vediamo in televisione o sui social media spesso utilizzano lo storytelling per presentare un prodotto o un'idea in modo più efficace.



Storytelling

1. Be human

Rimanere umani e autentici in un mondo di comunicazione mediata dai dispositivi elettronici non è semplice, ma neanche impossibile.

Per essere autentici occorre creare esperienze in cui gli interlocutori possono immedesimarsi, raccontare situazioni autentiche e vere, usare lo stesso linguaggio dei propri interlocutori.



Storytelling

2. Dai alla componente visiva un ruolo di primo piano

Ogni singolo contenuto deve dire qualcosa di significativo: può raccontare un valore, una situazione, un progetto, una visione futura, i propri valori condivisi.



Storytelling

2. Senza parole, l'immagine si sente sola.

Le immagini sono in grado di iniziare racconti che le parole possono arricchire e rendere più coinvolgenti.

Ci sono particolari che un'immagine difficilmente è in grado di cogliere e che possono quindi essere raccontati attraverso una buona didascalia.



Strumenti (APP) che utilizzo

 Canva

 Inshot

 Mojo

DOVE COMUNICARE?

Sicuramente avremo un social "preferito". Tuttavia il target di nostro riferimento può essere presente tranquillamente in un social che non utilizziamo.



FACEBOOK

"è per vecchi..."



INSTAGRAM

"...bisogna essere troppo professionali..."



TIK TOK

"...ci sono solo balletti stupidi..."

UTENTI ATTIVI



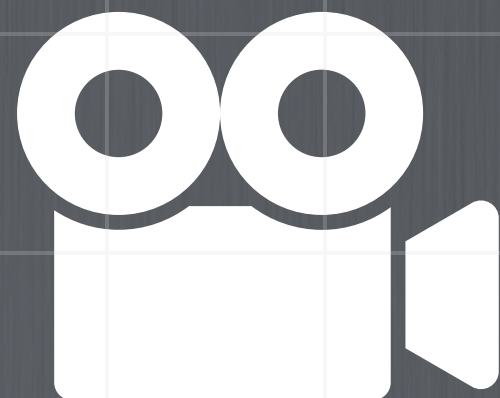
1,07 miliardi



2 miliardi

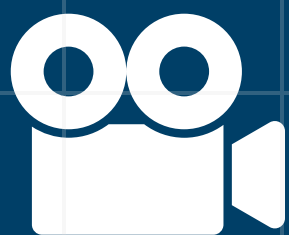


1,2 miliardi



Registra
1 VIDEO AL GIORNO
e pubblicalo su ogni
piattaforma.

1x



INSTAGRAM

**STORIES
REELS**



FACEBOOK

**STORIES
REELS DI FACEBOOK**



TIKTOK

**STORIES
VIDEO FEED**

5 STEP PER INIZIARE A “RACCONTARTI”

- 1** Mostra l'aspetto umano/Mostra l'aspetto professionale ;
- 2** Condividi perchè lo stai facendo;
- 3** Negli aggiornamenti usa uno stile narrativo;
- 4** Condividi post consecutivi per raccontare una storia più lunga;
- 5** Crea interazione con il tuo pubblico.



**Come condividere
l'esperienza sui
social network
per vendere.**



Buon lavoro