

# STORYTELLING



# STORYTELLING

***Facebook offre molti strumenti per fare storytelling: dalla pubblicazione di video nativi fino alla possibilità di raccontare una storia all'interno della sidebar, passando per i Canvas e la pubblicazione di grafiche ed immagini e infografiche***

## **CONSIGLI**

***Il prodotto/servizio in secondo piano.***

***Quando si fa storytelling il pubblico vuole vedere la storia, non il prodotto, al centro. Lo storytelling sulla piattaforma sarà più di tipo visual che non testuale e deve mostrare situazioni coinvolgenti ed emozionanti per il destinatario.***

***Il prodotto o servizio offerto dall'azienda non deve mai essere il protagonista assoluto ma deve essere un contorno a tutta la storia raccontata.***

# STORYTELLING

## LO SCHEMA NARRATIVO

*Il principe incontra la principessa, che viene però rapita dal drago cattivo. Il principe lo sfida, salvandola, e vissero felici e contenti.*

*Questo è lo schema narrativo classico che ritroviamo in tantissimi racconti scritti, ma il principio è valido anche nell'ambito del visual.*

*C'è una situazione iniziale di equilibrio dell'eroe, l'equilibrio viene rotto dall'antagonista, l'eroe deve affrontare mille peripezie, spesso appoggiato da un aiutante, finché non ritrova l'equilibrio.*



# STORYTELLING

## **EMOZIONARE**

*C'è poco da fare, le emozioni guidano il cuore e la mente delle persone. Possiamo anche aver scelto il fotografo più bravo, il video maker più creativo, il set più figo, ma se non suscitiamo emozioni negli utenti che ci seguono il nostro progetto di visual storytelling sarà del tutto inutile.*

*Dobbiamo generare curiosità, creare empatia e coinvolgere il più possibile gli utenti, fornendo contenuti che possano risvegliare le loro emozioni.*

## **CREA UN PERSONAGGIO**

*Senza un protagonista la tua narrazione rischia di rimanere piatta. Fornisci ai tuoi lettori una bocca attraverso cui raccontare la tua storia: sarà più credibile e più interessante.*

# **STORYTELLING**

***MOSTRARE STORIE QUOTIDIANE, DI PERSONE REALI e il "vissero felici e contenti?". Bisogna mostrare cos'è successo alla vita dell'azienda, com'è lavorarci, cosa si fa.***

## **CONDIVIDERE VALORI**

***le grandi cause spesso fanno parte dei valori aziendali o di un progetto. Che sia la battaglia contro lo spreco di risorse naturali, la difesa degli animali o dell'ambiente, l'utente vuole saperlo.***

## **INTEGRARE CONTENUTI PROVENIENTI DAGLI UTENTI**

***quando si dice all'amico "Non sai cosa mi è successo ieri sera" è più interessante se questo propone a sua volta un racconto. Condividere le storie degli utenti è importante.***

# Thank you for your attention

***Enrico Olivieri***

*Content Manager*

*Moscabianca – communication agency*

*Via Emanuele Mola 54A- 70121 Bari*

*enrico@moscabianca.info*

*Mobile (+39) 3283187179*