

Storytelling w zarządzaniu biznesem

Według Richarda Bransona, ekscentrycznego miliardera, „sztuka storytellingu może zmienić świat”. Również świat biznesu. Opowieści, które inspirują, motywują, edukują i budują markę, skuteczniej oddziałują na ludzi niż setki slajdów, suchych wykładów czy obiektywnych argumentów merytorycznych. Storytelling staje się współcześnie kluczową i atrakcyjną formą przekazywania i utrwalania treści również w świecie biznesu. Wynika to potwierdzonej skuteczności tej metody. Najlepiej przygotowana merytorycznie i wzbogacona różnymi dodatkami wizualnymi prezentacja może nie być tak mocno zapamiętywalna jak ta poparta adekwatnymi historiami, anegdotami, opowieściami. Zgodnie z wynikami badań Uniwersytetu Harvarda, ludzie lepiej zapamiętują i angażują się w proces uczenia jeśli w naszym przekazie zmusimy do współpracy obie półkule mózgu. Omawianie i pokazywanie faktów aktywizuje lewą półkulę. Jeśli chcemy wzbudzić emocje, zainspirować i wywołać większą kreatywność musimy zaangażować prawą półkulę. Do tego właśnie służy storytelling. Posługiwali się nim w swoich wystąpieniach Elon Musk, Steve Jobs, Martin Luter King i wiele innych znanych postaci, nie tylko w biznesie. Dołącz do tego grona :)

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Pozna korzyści ze stosowania storytellingu w biznesie

Dowie się jakie już posiadają cechy i predyspozycje do opowiadania historii

Doświadczy na sobie siły oddziaływania historii

Uświadomi sobie neurologiczne mechanizmy zachodzące w mózgu odbiorców opowieści

Pozna i będzie potrafił zastosować schematy i struktury skutecznego opowiadania historii

Nabędzie umiejętność przygotowania się do stworzenia i opowiedzenia historii

Dowie się jak „wpleść” historie wzmacniające przekaz do spotkań, prezentacji i występów

Przejdzie gruntowny trening opowiadania historii i pozyska konstruktywny feedback wpierający jego umiejętności w tym zakresie



Cena:

Cena: 1650 pln netto / 2 dni / os.

I. Moje doświadczenia ze storytellingiem

- „Opowiem Ci swoją historię” – przykłady uczestników
- Kiedy słucham historii to lubię/nie lubię...
- Cechy charakterystyczne dobrej opowieści
- Fascynująca historia, która mnie ujęła – zawartość i struktura
- Mój wzorzec Storytellera
- Korzyści z opowiadania historii w biznesie
- Autodiagnoza – moje predyspozycje do opowiadania historii

II. Siła rażenia storytellingu

- Jak działa mózg podczas opowiadania historii
- Co w historii pobudza środki emocji ?
- Neurobiologiczne fakty potwierdzające skuteczność storytellingu
- Reguły zapamiętywania zaimplementowane w opowiadanej historii
- Geneza opowiadania historii na przestrzeni dziejów
- Nasze naturalne predyspozycje do opowiadania historii

III. Jak stworzyć porównującą historię?

- Struktura przekazu perswazyjnego w storytellingu
- Model AIDA i jego implementacja w budowaniu historii
- Dostosowanie historii do odbiorcy
- Efekt „Wow” – jaka go uzyskać?
- Efekt „Aha”- jak uzyskać wgląd?
- Zasady storytellingu wg Jonah Sachs, Nick Morgan, Lisa Bloom
- Po czym poznamy, że historia „zadziałała”
- Inspiracje z TED

IV. Przygotowanie porównujących historii

- Poszukiwanie inspirujących przypadków
- Cel i efekt jaki chcemy uzyskać swoją historią
- Checklista czynności niezbędnych w przygotowaniu adekwatnej historii
- Tworzenie banku historii na różne okazje
- Gdzie szukać inspiracji i przykładów opowieści biznesowych?
- Kiedy i gdzie, dla kogo i jaka historia? Dopasowanie do sytuacji

V. Schemat narracyjny w storytellingu

- Zastosowanie monomitu w historii – przykłady, wady i zalety
- Bohater w podróży – kluczowe zasady stosowania monomitu w opowieści
- Puenta – jak uzyskać efekt zaskoczenia?
- Na czym polega skuteczny scenariusz opowiadanych historii?

VI. Zastosowanie storytellingu w organizacji

- Schemat skutecznej komunikacji Jacobsona
- Przykłady znanych mówców ze świata biznesu
- Jak uczynić misję, wizję i wartości firmy atrakcyjne poprzez historie
- Cechy i kompetencje Lidera jako storytellera
- Rodzaje opowieści biznesowych i ich zastosowanie

VII. Nasze historie - warsztat

- Przygotowanie historii przez uczestników w oparciu poznane zasady
- Prezentacja – rejestracja kamerą
- Feedback

