

Propuesta



Cómo elaborar y aplicar el storytelling

El storytelling como herramienta para conectar con tus usuarios

Objetivos:

En este curso exploraremos una visión del marketing y la comunicación como el arte de contar historias. Aprenderemos los recursos del storytelling para construir mensajes más eficaces, persuasivos y conectados con nuestra audiencia. Este curso tiene por objeto examinar el potencial de las estructuras narrativas en la comunicación, y con ello instruir al alumno en los recursos del storytelling para construir mensajes más eficaces y persuasivos.

Propuesta de programa (5 HORAS):

INTRODUCCIÓN AL STORYTELLING

- El storytelling no es ningún cuento
- ¿Qué es y qué no es el *storytelling*?
- Storytelling y branded content
- ¿Pará qué sirve el storytelling? (y para qué no)
- Storytelling para quién
- Por qué funciona
- Reconociendo un storytelling

EL STORYTELLING EN EL MARKETING DIGITAL

- La marca y sus valores como cimientos del storytelling
- Elementos de un storytelling: personajes, mensaje, valores, el conflicto, la trama.
- Objetivos del storytelling
- Técnicas de storytelling: héroes, villanos, sorpresas y take aways.
- Estructura y elementos de una historia, la trama narrativa.
- Best practices en storytelling
- Cómo difundir historias por Internet
- Herramientas gratuitas y plataformas online
- El storytelling en sintonía con tu estrategia de marketing digital

Propuesta



ANALIZANDO LOS RESULTADOS

- Midiendo el impacto de mi storytelling
- Casos prácticos

Metodología

5 horas de teoría con un enfoque práctico en que el que veremos muchos casos prácticos de ejemplo.

Destinatarios

Periodistas y profesionales de la comunicación profesionales cuya actividad profesional esté ligada a la presencia digital de su empresa, marca, o perfil profesional y adaptados al trabajo dentro del entorno web. Son necesarios, por tanto, conocimientos de las plataformas digitales y redes sociales, y del lenguaje propio que las caracteriza.

Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Anteriormente, directora creativa en agencias españolas dedicadas al marketing on-line o al marketing below the line. Desde el 2009, directora creativa y socia fundadora de Úbica Below, agencia especialista en marketing y comunicación digital. Profesora y ponente desde hace 15 años en cursos especializados de esta materia para diferentes entidades.