

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Identificar y comprender las claves que nos unifican a los seres humanos como consumidores de historias desde nuestro nacimiento, para poder aprovechar esta base conceptual en el diseño del storytelling comercial. 2. Identificar y comprender conceptualmente de qué hablamos cuando hablamos de Storytelling para poder encuadrar adecuadamente nuestro diseño posterior de Storytelling comercial. 3. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito de la Política, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial. 4. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito de la Publicidad, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial. 5. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito del Cine, para extraer de esos ejemplos aprendizajes aplicables al ámbito comercial. 6. Identificar las claves del Storytelling aplicado al ámbito Empresarial, para extraer de esos ejemplos aprendizajes al ámbito comercial. 7. Identificar las habilidades y capacidades personales que un Comercial necesita para utilizar y aplicar convenientemente el Storytelling en el ámbito comercial (y con ello conseguir vender más). 8. Identificar los errores habituales que los Comerciales cometen cuando articulan y transmiten su discurso al cliente, para evitarlos a la hora de diseñar nuevas formas de comunicar para vender, especialmente en entornos comerciales denominados "difíciles". 9. Identificar las claves de la Economía Conductual y comprender cómo funcionan los "sesgos cognitivos" para entender cómo las personas tomamos decisiones y por lo tanto cómo diseñar historias (Storytelling) que ayuden al Comercial a vender.

CONTENIDOS

Unidad 1. El ser humano como "Homo Fictus" y su convivencia con el mito.
Unidad 2. Storytelling: conceptos, definiciones y tipologías.
Unidad 3. Storytelling en el ámbito de la política.
Unidad 4. Storytelling en el ámbito publicitario.
Unidad 5. Storytelling en el Cine.
Unidad 6. Storytelling en la Empresa.
Unidad 7. Características del Comercial que aplica Storytelling para vender.
Unidad 8. Storytelling para vender a clientes difíciles.
Unidad 9. Comunicar para manipular versus comunicar para persuadir.

