

HVAVEILLA

soluzioni

narrative

Cosa può fare lo Storytelling d'Impresa
per la tua attività?

SOMMARIO

A cosa serve lo
Storytelling d'Impresa

Nudge

Come si attua

Perché e ispirazione

Raccontare/informare

Il Viaggio

Scegliere

Tools

Covid-19

Smart Working

Riepilogo

A cosa serve lo Storytelling d'Impresa?

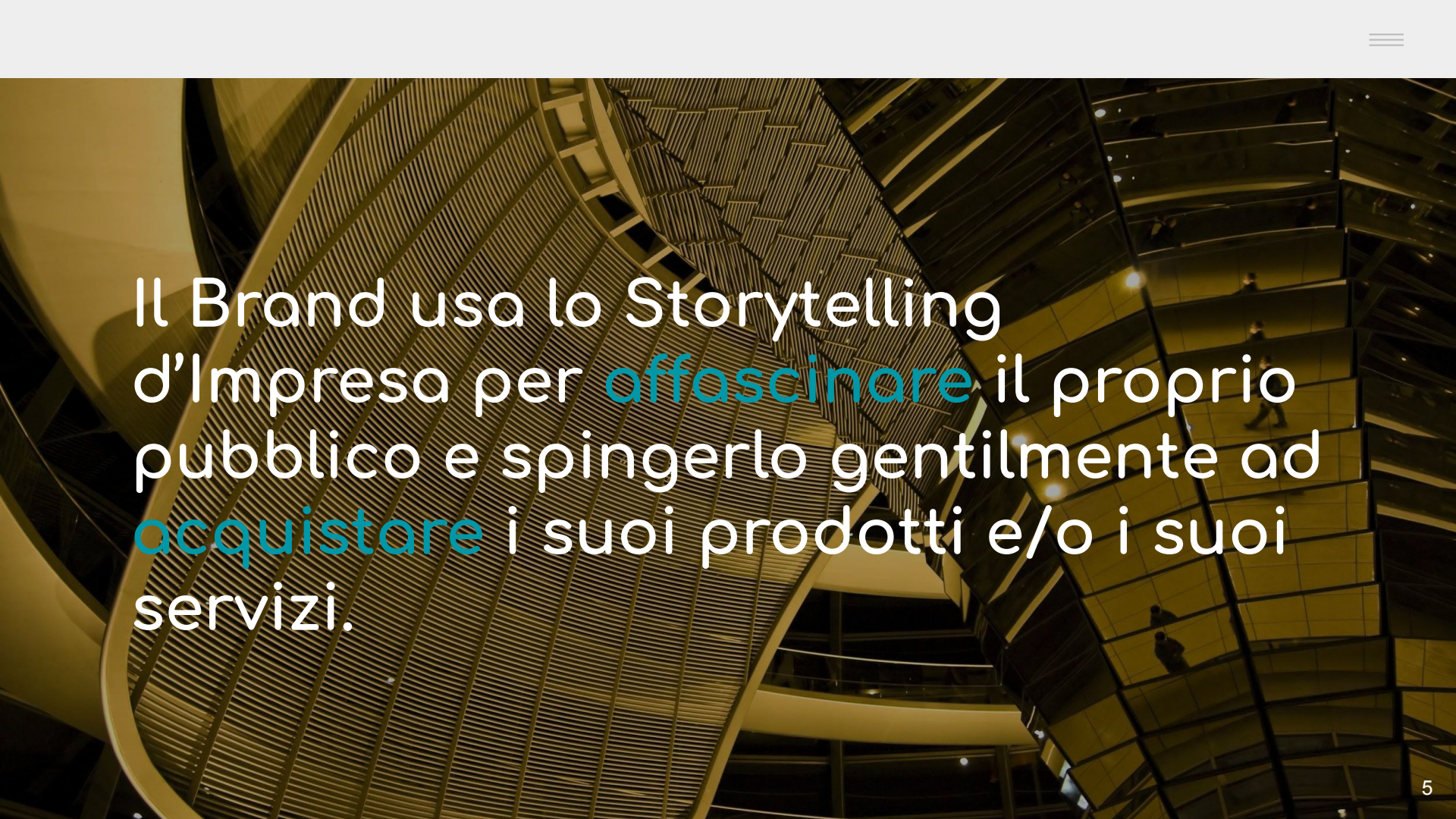
Serve a produrre una
SPINTA GENTILE verso il tuo
Brand.





“Nudge - La spinta gentile” di Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein (Feltrinelli/saggi)

NUDGE, ovvero “spinta gentile”, è quella forma di comunicazione che può influenzare le persone a compiere azioni precise per raggiungere un obiettivo prefissato.



Il Brand usa lo Storytelling
d'Impresa per **affascinare** il proprio
pubblico e spingerlo gentilmente ad
acquistare i suoi prodotti e/o i suoi
servizi.

Come si attua il Nudge attraverso lo Storytelling d'Impresa?

1

Raccontare il **PASSATO**: com'è nata l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto PERCHÉ.

2

Raccontare il **FUTURO**: dove sta andando l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto PERCHÉ.

3

Raccontare il **PRESENTE**: cosa sta facendo l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto PERCHÉ.

4

Raccontare i **PRODOTTI/SERVIZI**: PERCHÉ sono indispensabili e perché sono i migliori sul mercato.



da “Partire dal perché” di Simon Sinek (FrancoAngeli)

“La gente non compra quello che fai ma il
perché lo fai”.

Ci si affeziona a un Brand perché quel mondo che rappresenta è il mondo a cui vogliamo appartenere.



Ogni **PERCHÉ** porta in sé il potere di **ISPIRARE** le persone a muoversi, a fare:

- **acquistare** prodotti e servizi
- **frequentare** locali e strutture ricettive
- **visitare** luoghi ecc.

An aerial photograph of a tropical beach. The foreground shows a white sandy beach bordered by dense green vegetation on the left. The water is exceptionally clear, revealing the sandy bottom and dark patches of coral or rocks. Several people are visible on the beach and in the shallow water. A small white boat is anchored near the shore, and another boat is further out in the deeper turquoise water. The horizon is marked by a line of distant land under a bright blue sky with scattered white clouds.

Un'immagine è Storytelling.



Raccontare la tua Azienda e
informare il tuo pubblico sulle
attività della tua Azienda.

Qual è la differenza?



Informazione

Siamo un'azienda leader nel settore...

Con questa affermazione il pubblico ricorderà la presunzione dell'azienda e nient'altro.

Non siamo noi a decretarci "I Migliori", è il pubblico che ci segue e che acquista i nostri prodotti/servizi da noi a decidere quanto valiamo.



Raccontare il **Viaggio** e
soffermarsi sui dettagli che
contano è davvero
Comunicare chi siamo.

Il Segreto dello Storytelling d'Impresa? Le Domande.



Raccontare il **PASSATO**: com'è nata l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto **PERCHÉ**.

- Perché hai voluto metterti in un'impresa come questa?
- Quali sono le difficoltà che hai dovuto affrontare?
- Quali erano gli obiettivi che volevi raggiungere?
- In che modo sei riuscito a superare gli ostacoli e ad arrivare al risultato odierno?
- Chi ti è stato d'aiuto?
- Quali sono le risorse che hai scoperto di poter utilizzare?

Il Segreto dello Storytelling d'Impresa? Le Domande.

2

Raccontare il **PRESENTE**: cosa sta facendo l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto **PERCHÉ**.

- Qual è la realtà aziendale che hai saputo costruire fino a oggi?
- Com'è cresciuta la tua attività?
- I tuoi obiettivi sono sempre gli stessi dell'inizio?
- Quali sono i successi ottenuti?
- Quali sono le sconfitte di cui ti sei fatto carico?
- Qual è la forza che hai scoperto di avere durante gli anni?

Il Segreto dello Storytelling d'Impresa? Le Domande.

3

Raccontare il **FUTURO**: dove sta andando l'azienda, con quali obiettivi e soprattutto **PERCHÉ**.

- Come ti immagini il futuro prossimo della tua azienda?
- Dove stai guardando per cercare risorse e collaborazioni?
- Quali nuove strade vuoi percorrere?
- Quali strade che hai già intrapreso credi sia il caso di implementare perché sai che diventeranno importanti nel futuro?

Il Segreto dello Storytelling d'Impresa? Le Domande.



Raccontare i **PRODOTTI/SERVIZI**: PERCHÉ sono indispensabili e perché sono i migliori sul mercato.

- Come nascono i prodotti che vendete?
- Quali esigenze soddisfano?
- A chi possono servire?
- Perché sono validi?
- Quali sono i plus che li differenziano sul mercato?



Scegliere cosa raccontare
della mia Azienda e come
raccontarlo è Storytelling
d'Impresa.

Storytelling Tools

Quali sono gli strumenti che lo Storytelling d'Impresa può utilizzare per **rafforzare** il potere del tuo Brand?

- 01 | Website
- 02 | Social Networks
- 03 | Multimedia Strategy



Seo consulting **Strategy** Content Management **Web Analytics** **CONTENT**
Reputation Management **KEYWORD RESEARCH** Online Presence **Link Building**
Responsive Design **Mobile Seo** **Web Design** **Search Engine**
Social Media Marketing E-mail **SEO** Content Development **Seo**
Marketing **Mobile Marketing** **Services**
Viral Marketing **PERSONAS** Marketing Website **E-commerce**
Local SEO Optimization Internet Market Research
Content is the King Marketing

A cosa serve lo Storytelling d'Impresa **ORA?**

Il mondo non sta cambiando, **è già cambiato.**

Il momento per ripensare ai valori aziendali ai quali vogliamo rimanere fedeli è arrivato.

Il modo in cui vogliamo comunicare, in questo momento, la nostra azienda e la nostra attività, **può e deve essere rivisto, modificato, migliorato proprio ora.**

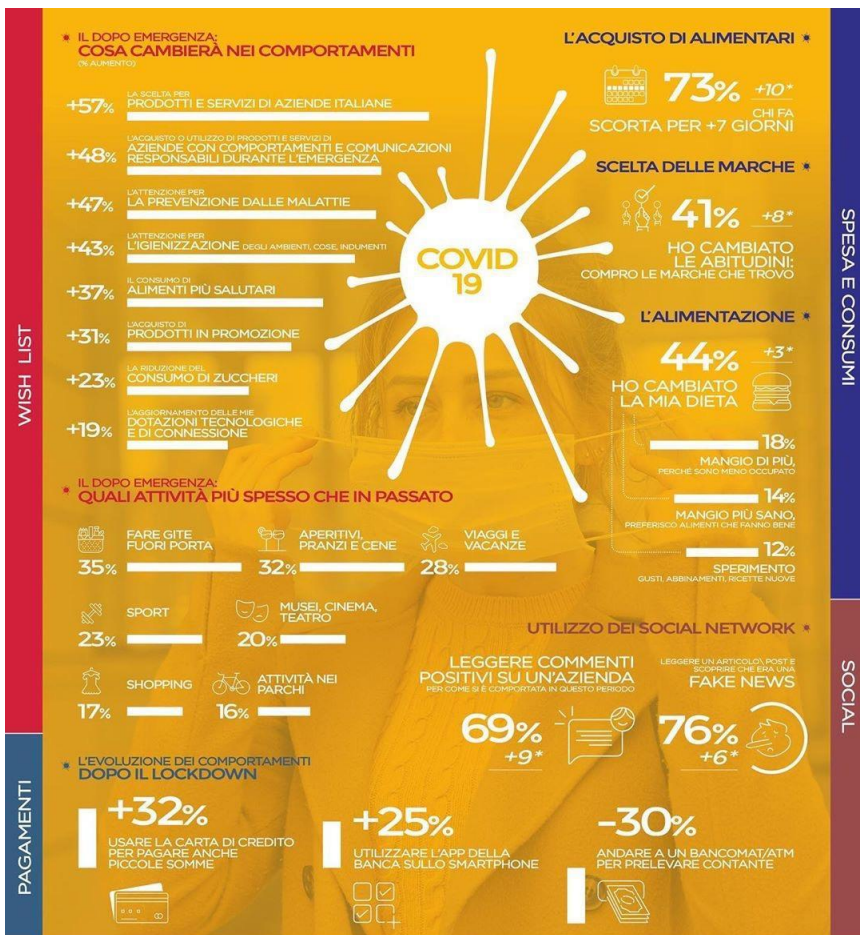




Opportunità del cambiamento

Stiamo **ripartendo** dopo uno stallo di oltre due mesi.

Siamo diversi, **sentiamo** in modo diverso il mondo, abbiamo **bisogni** diversi.



Tendenze di mercato (27-30 marzo 2020)

57% Scelgono prodotti e servizi di aziende italiane

48% Scelgono di comprare i prodotti di aziende che hanno tenuto comportamenti e comunicazione responsabili durante la pandemia

LAVORARE SULLA BRAND REPUTATION È SEMPRE UNA BUONA STRATEGIA.

Tendenze di mercato

(27-30 marzo 2020)

35%	gite fuori porta
32%	aperitivi, pranzi e cene
28%	viaggi e vacanze
23%	sport
20%	musei, cinema e teatro
17%	shopping
16%	attività nei parchi



Analisi delle tendenze Maggio 2020

33% Sicuramente lo preferisco

42% Sì, lo preferirei

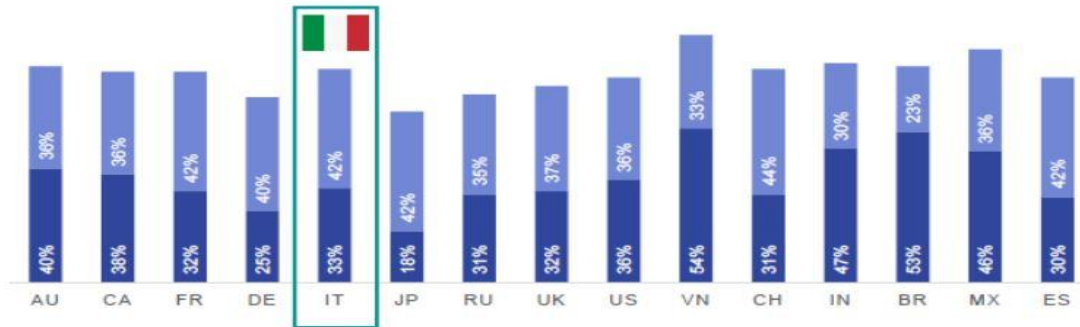
75% of Italians tend to move towards local businesses

I will shop closer to home and support local businesses

% VERY + SOMEWHAT LIKELY

Global data, April 4th

■ % Very likely ■ % Somewhat Likely



CONSIGLIO ISCRIZIONE A
NEWSLETTER:



<https://www.bva-doxa.com/>

CONSIGLIO TENERSI
AGGIORNATI SUL SITO DI



<https://www.ipsos.com/it-it>





Comunicazione e Marketing

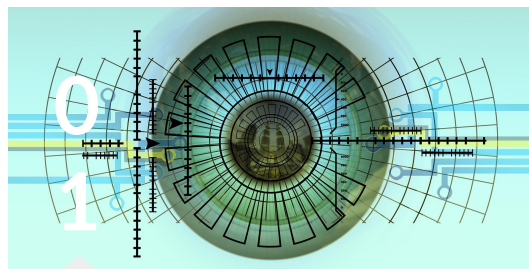
Si tratta di **rimodellare** il mercato, creare o rinnovare la **fiducia** del pubblico nei riguardi del nostro Brand e dei nostri prodotti/servizi al fine di tenerli con noi.

La nostra azienda è il compagno di viaggio ideale per affrontare questo presente turbolento.



Creare **contenuti** nuovi, che parlino di quello che stiamo facendo adesso è una buona strategia di marketing.

Temi di forte impatto sul pubblico in questo momento



SENSIBILITÀ

La mia azienda respira con il mondo, ne cattura le necessità e contribuisce per soddisfarle.

NETWORKING

Raccontare le partnership, i legami, gli obiettivi comuni, la crescita delle relazioni.



BENESSERE

Il motore che fa funzionare tutto, la ricerca che motiva il nostro quotidiano.

Cosa può **fare** per te lo Storytelling d'Impresa, dunque?

Ti può **aiutare** a costruire un significato tradotto in parole e immagini della tua attività per comunicare meglio il tuo Brand sia **all'interno** della sfera aziendale sia all'esterno (collaboratori, clienti, fornitori ecc...).





da “Partire dal perché” di Simon Sinek (FrancoAngeli)

“Quando le aziende sono capaci di ispirare i dipendenti si rafforzano e rafforzano anche l'economia nel suo complesso.”

Esempio: la modalità SMART WORKING

(non è homeworking, non si improvvisa)

Se l'azienda si trova nelle condizioni di poter sostituire la presenza continuativa in ufficio con il lavoro in modalità **smart working**, il passaggio potrebbe non essere semplice.

Uno Storytelling solido, coerente, continuo diventa indispensabile per ripartire in una posizione diversa.

Le parole chiave sono:

- fiducia
- responsabilizzazione
- disciplina



Storytelling d'Impresa: riepilogo.

1

Racconta l'UNICITÀ del Brand per renderlo immediatamente riconoscibile sul mercato.

2

Rafforza la REPUTATION del Brand per attirare a sé il pubblico in target.

3

Evidenzia i PLUS dei prodotti/servizi offerti creando la giusta atmosfera.

4

Implementa le VENDITE grazie all'approccio gentile differenziandosi dai competitors per le proprie caratteristiche e il proprio valore.

Tutto quello che **FAI** per il pubblico è
come se **NON ESISTESSE**, se non glielo
RACCONTI.

Un'occasione sprecata per far conoscere
il tuo Brand al mondo. Non credi?

GRAZIE!

HAAVEILLA

soluzioni

narrative

<https://haaveilla.barbarafavaro.com>

cell. +39 366 4089194

haaveilla@barbarafavaro.com