

Opleiding : Brand content en storytelling: optimaliseer je merkstrategie

Praktijkcursus - 1d - 7u00 - Ref. STT

Prijs : 760 € V.B.

★★★★★ 5 / 5

Deze cursus laat je kennismaken met de vele manieren waarop storytelling kan worden gebruikt om je klanten aan je te binden, hun loyaliteit te versterken en hun interesse in je merk te stimuleren. Je zult zien wat de strategische aspecten zijn en hoe je je merk kunt presenteren om er een effectief communicatiemiddel van te maken.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De uitdagingen van storytelling begrijpen
- ✓ De valkuilen van storytelling vermijden
- ✓ Identificeer de geschiedenis en waarden van het merk
- ✓ Het narratieve kader kiezen
- ✓ Schrijven en je verhaal ontwikkelen
- ✓ Je stijl aanpassen aan het medium

Doelgroep

Marketingmanagers, communicatiemanagers, productmanagers, marketingprojectmanagers en iedereen die verantwoordelijk is voor merkcommunicatie.

Voorafgaande vereisten

Ervaring in strategische marketing gewenst.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Schrijfworkshops.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Marketingmanagers, communicatiemanagers, productmanagers, marketingprojectmanagers en iedereen die verantwoordelijk is voor merkcommunicatie.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Ervaring in strategische marketing gewenst.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De uitdagingen van storytelling

- Storytelling: het verhaal als communicatiemiddel.
- De oorsprong van storytelling: concept, geschiedenis, belangrijkste voorbeelden.
- De toepassingsgebieden van storytelling: politiek, het individu, het bedrijfsleven.
- Een gunstige context: de opkomst van Web 2.0, de economische crisis.
- Het toenemende gebruik van emoties in reclame en marketing.
- De grenzen van storytelling begrijpen: leugens en gebrek aan authenticiteit, personificatie, negatieve emoties, enz.

Casestudy

Begrijp en bespreek een paar voorbeelden van storytelling.

2 De verschillende soorten verhalen

- De verschillende soorten verhalen identificeren.
- De functie van identificatie met de waarden en persoonlijkheid van het merk.
- Eigenschappen van narrativiteit: tijdelijkheid, intentionaliteit, betekenis, vermogen tot identificatie, vermogen tot transformatie.
- Bepaal de vertelstijl op basis van de geïdentificeerde problemen.

Praktisch werk

Een type verhaal bepalen op basis van een doelstelling.

3 Verhalen vertellen in de praktijk

- Identificeer de oorsprong van het merk, zijn geschiedenis en zijn waarden.
- Maak een verhalend schema.
- Speel met het verhaal en zijn wendingen met behulp van een financieel model.
- Identificeer en profileer de betrokken spelers.
- Storytelling in beweging zetten.

Praktisch werk

Het storyboard voor het merk opstellen.

4 Je verhaal schrijven

- Zet de toon, de stijl en speel met emoties.
- Betrek je publiek bij het verhaal.
- De vijf zintuigen aanspreken: VAKOG (Visueel, Auditief, Kinesthetisch, Olfactorisch, Gustatoir)
- Vang het ongewone en speel in op originaliteit.
- Je schrijven aanpassen aan de specifieke kenmerken van het gekozen medium.

Praktisch werk

Schrijf de aanval en de clou van de storytelling van het merk.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

Data en plaats