

STORYTELLING – Jaudīgu pieredzes stāstu veidošana

Dalībnieki

Pārdošanas un mārketinga nodaļu darbinieki, kuri ikdienā pielieto pieredzes stāstus savu produktu, ideju un pakalpojumu emocionālai pārdošanai

Mērķis

Attīstīt dalībnieku meistarību pieredzes stāstu veidošanā un efektīvā pielietošanā klientu pārliecināšanai

Metodika

Storytelling metožu apgūšana, radoša pieredzes stāstu elementu veidošana un personīgo pārliecināšanas prasmju treniņš, darbojoties komandās un veicot individuālus uzdevumus

**Reiz,... sen senos laikos...,
tālu tālā zemē... notika tā...**



Nozīmīgākās tēmas

Jaudīgu Vs. Neinteresantu stāstu atšķirība

- Veiksmīgu / Ne tik veiksmīgu pieredzes stāstu pazīmes
- Storytelling pasaulē pazīstamos daiļdarbos

Pārliecināša veiksmes stāsta nozīmīgākie elementi

- Galvenais varonis – Pozitīvais tēls stāstā
- Izaicinājums – Grūtības, ar kurām varonis sastopas
- Pretinieks – Negatīvais personāžs, kurš rada sarežģījumus
- Piedzīvojums – Ceļš izaicinājuma veiksmīgai atrisināšanai
- Palīgs – Galvenā varoņa atbalsts piedzīvojuma sarežģītākajos brīžos

Jaudīga veiksmes stāsta struktūra

- Connect – Klausītāja uzmanības piesaistīšana stāsta sižetam
- Drama – Izaicinājuma, problemātikas parādīšana klientam
- Solution – Risinājuma, kas palīdz veiksmīgi tikt galā ar izaicinājumu, demonstrēšana

Storytelling pielietošanas treniņi klienta pārliecināšanai

- Intrigas veidošanai sarunas sākumā
- Vajadzību aktualizēšanai un uzmanības fokusēšanai
- Sava risinājuma vērtības parādīšanai
- Atbildēšanai uz klienta izteiktajām šaubām un iebildumiem

Savas idejas, produkta vai pakalpojuma Selling Story veidošana