

Il primo passo è chiarire le ragioni per cui vi è bisogno di un Cambiamento.

1

Cambiamento

PERCHE' C'È BISOGNO DI UN CAMBIAMENTO?

1. Migliorare una situazione esistente.
2. Realizzare qualcosa di nuovo e di utile.
3. Realizzare un desiderio o una motivazione personale.

Individuare

- **COSA cambiare:**
 1. Cose
 2. Persone
 3. Processi
- **COME cambiare.**

Il secondo passo è capire a quale pubblico rivolgersi.

2

AUDIENCE

- **CERCATE DI CAPIRE IL SUO STILE DI APPRENDIMENTO.**
- **CERCATE DI CAPIRE IL SUO STILE DECISIONALE.**
- **CERCATE DI CAPIRE COME AMA OTTENERE LE INFORMAZIONI.**

Il terzo passo è capire come costruire una **Storia convincente.**

3

UNA STORIA CONTIENE:

- la Struttura;
- i Personaggi;
- il Senso di Urgenza;
- il Piano di Esposizione.

LA STRUTTURA.

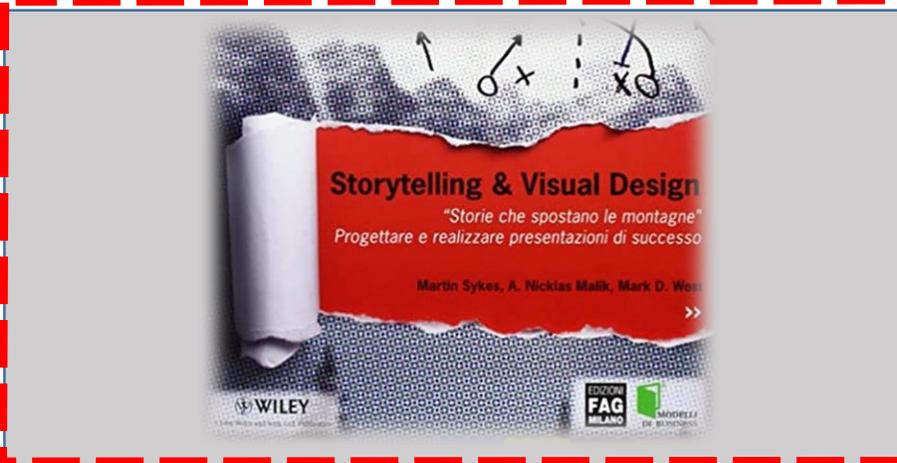
La prima regola per uno storytelling è **AVERE UNA BUONA TRAMA, che è composta da 5 fasi.**

1. La fase di **EQUILIBRIO**: qui si introducono i personaggi, le relazioni e la situazione iniziale.
2. La fase di **ROTTURA**: qui l'eroe s'imbatta nel problema, che lo spingerà all'azione. A questo punto il vostro pubblico dovrebbe avere chiaro l'argomento della storia e il motivo per cui dovrebbe preoccuparsi.

Story

3

3. La fase di **REAZIONE**: qui l'eroe fa dei progressi iniziali, ma poi incontra forti resistenze, così la tensione cresce e tutto sembra perduto.
4. La fase di **LOTTA**: qui tutto sembra perduto.
 - Ogni cosa è in gioco, perciò l'eroe deve impegnarsi al massimo. A questo punto si sarebbero dovuti presentare la maggior parte dei dati e delle attività della storia e mostrare al pubblico il percorso da seguire, ribadendo in più occasioni la ragione centrale della storia, legata all'azione dell'eroe.
5. **CLIMAX**: l'eroe avrà successo o fallirà? A questo punto dedicherete del tempo a descrivere il mondo futuro, il ritorno alla normalità per cui l'eroe ha combattuto. Questo infonderà nel pubblico un senso di compiutezza e un desiderio di partecipare al cambiamento.



Storytelling & Visual Design

Prima di raccontare la storia creata consigliamo di **VERIFICARLA.**
Si raggiunge la perfezione non quando non c'è più niente da aggiungere, ma quando non c'è più nulla da togliere.

I SEI TEST CHIAVE.

1. **VALIDITA' DEI DATI**: assicuratevi che nessun membro del pubblico possa contestare in modo credibile i dati alla base della storia.
2. **CHIAREZZA DEI DATI**: devono essere chiari per tutti affinché il pubblico non perda interesse alla storia.
3. **CAUSALITA' CHIARA**: la storia è una sequenza di eventi che devono avere una causalità e una relazione chiara.



4. **PERCORSO VERSO LA DECISIONE**: se il pubblico apprezza la storia, ma non ha idea di cosa fare alla fine, allora avete fallito. Fate attenzione a non tralasciare informazioni che possano condurre il pubblico a conclusioni differenti.
 5. **ALLINEAMENTO DEGLI OBIETTIVI**: una storia deve avere un obiettivo coerente.
 6. **CONSEGUENZE IMPREVISTE**: pensate a possibili svolte impreviste o percorsi imprevisti che il pubblico potrebbe imboccare e pensate a come gestirli o a come evitarli.
- In conclusione... testate più volte la vostra storia e nel costruirla ricordate di non perdere la focalizzazione sull'obiettivo che volete raggiungere.

4

Il quarto passo è capire come **Tell (raccontare)** una storia convincente.

Suddividiamo il **PROCESSO DI PROGETTAZIONE (DESIGN)** in 5 fasi:

1. IL FORMATO.
2. L'IDEAZIONE.
3. LA COMPOSIZIONE.
4. LA CODIFICA DEI CONTENUTI.
5. LA SCRITTURA.



Quid4Us