

Storytelling

Barwne przemawianie.

Sztuka opowiadania ciekawej historii językiem perswazji z suspensem i morałem.

O SZKOLENIU:

Ludzie nie wierzą politykom. Tendencja ta przenosi się niestety na inne sfery życia. Moim zdaniem także na samorząd terytorialny, administrację publiczną i przedsiębiorców. Publiczność coraz częściej zakłada, że samorządowiec czy urzędnik publiczny:

- chce jej coś sprzedać, zmusić do czegoś, nakłonić do konkretnego działania,
- zamierza wypromować siebie jako skutecznego menedżera urzędu,
- buduje wizerunek w oparciu o swoją aktywność i zrealizowane projekty,
- promuje urząd jako całość, ponieważ chce awansować.



I w sumie to ma rację. Problem w tym, że skoro publiczność myśli w ten sposób, to nastawia się do mówcy negatywnie. Uważa go za manipulatora. A w konsekwencji standardowe wystąpienie nie przyniesie mówcy zamierzonego efektu. Ludzie uwielbiają kupować, ale nienawidzą jak im się coś sprzedaje.

Dlatego tak ważna jest sztuka opowiadania historii czyli **Storytelling. To umiejętność, która pozwala:**

- zdobyć serca publiczności, wzruszyć, rozśmieszyć, wywołać współczucie czyli wpłynąć na emocje;
- ciekawie rozpoczynać (także zakończyć) przemówienie i przyciągać uwagę publiczności nietypowym wstępem;
- zachęcać i motywować publiczność do konkretnego działania, bez mówienia konkretnie o nim;
- przekonać do swoich racji, do głosowania, do wyboru.

PROGRAM SZKOLENIA:

10.00 – 12.00

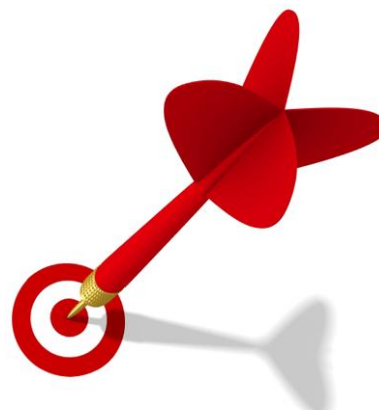
BLOK I.

Storytelling od początku.

Jak napisać dobrą historię i ciekawe przemówienie?

Dobry mówca nie mówi wszystkiego, co wie i nie trzyma swojej publiczności dłużej niż to potrzebne. Mówi tyle i tylko tyle, ile potrzebne jest do osiągnięcia konkretnego efektu. Potrafi również dobrze poprzeć swoje propozycje i wnioski.

- selekcja treści w zależności od celu
- selekcja treści w zależności od odbiorcy
- argumentacja w przemówieniach



	Struktura wystąpienia Poukładanie wystąpienia pozwala słuchaczom lepiej je zrozumieć, a mówcy – lepiej je przygotować i wygłosić. Dodatkowo, warto sprawdzić jeszcze przed przemówieniem, czy nasze wystąpienie rzeczywiście spełnia te założenia, które są istotne dla osiągnięcia celu. - przykłady struktur informacyjnych i perswazyjnych - logika wystąpienia - testy na spójność i logiczność wystąpienia
12.00-12.15	Przerwa
12.15-14.00	BLOK II Storytelling – rzuć ich na kolana. Ćwiczmy przemówienia. Język przemówienia i sztuka przykuwania uwagi publiczności Najlepsze przemówienia cechują się prostym, przystępnym dla każdego językiem. Nawet najlepsze propozycje i najciekawsze historie nie zrobią wrażenia, jeśli nie będą zrozumiałe dla słuchaczy i nie będą przykuwały ich uwagi. Naucz się, jakiego języka używać, a dotrzesz do każdego grona słuchaczy! - dostosowanie języka do odbiorcy - metafory i porównania - eliminowanie żargonu i upraszczanie języka - dynamika i obrazowość języka Elementy storytellingu czyli jak wpłynąć na percepcję audytorium Storytelling to klucz do przyciągania uwagi i przekazywania treści w najbardziej perswazyjny sposób. Idealne dla menedżerów urzędów i firm, sprzedawców, polityków... - zastosowanie storytellingu - określenie konfliktu - opis bohaterów - konstrukcja historii - przekazanie morału
14.00-15.00	Dłuższa przerwa dla uczestników
15.00-16.00	BLOK III Magia publiczności. Co zrobić, aby nas słuchali? Komunikacja z publicznością i umiejętność udzielania odpowiedzi na trudne pytania - rozmowa z publicznością, - przekazywanie faktów, - wyrażanie opinii, - konflikt opinii radzenie sobie z tzw. „trudnym uczestnikiem.



INFORMACJE ORGANIZACYJNE:

Miejsce szkolenia:	Warszawa
Termin szkolenia:	13 marca 2026 roku
Uczestnicy:	do 15 osób
Koszt szkolenia:	1300 zł netto