

# Storytelling: A történetmesélés, mint kommunikációs technika



# A cél:

TÖRTÉNET



ÉRZELMI RÁHATÁS



AKTIVIZÁCIÓ



CSELEKVÉSRE SARKALL



**HATÉKONYSÁG NÖVELŐ ERŐ:**

A támogatók köre nő, önkéntesség, szponzorok köre,  
társadalmi támogatottság, PR célok



# Milyen a jó sztori:

- Valóságon alapul
- Terjedelme rövid (kommunikációs csatornák miatt)
- 1 db kép tartozik hozzá (vonzza a figyelmet)
- Érzelmileg megfog (szomorú vagy vidám) és/vagy tanulni lehet belőle: egy fejlődéstörténet, erőt ad másoknak, pozitív jó példát közvetít
- Megosztások: PR, reklám (reklámköltség nélkül)



# Kommunikációs csatornák



- **Facebook:** állandó jelenlét (több, mint 6600 olvasó)
- **Kampányok:** érzelmi alapú kommunikáció
- **Weboldal:** kiemelések, húzóerő, széljegyzet



# Partnerünk mesélte

<https://www.facebook.com/elelmiszerbank/posts/939797139400798>

<https://www.facebook.com/elelmiszerbank/posts/939798846067294>

# Partnerünk írta

<https://www.facebook.com/elelmiszerbank/photos/a.133234680057052.22366.124706227576564/1006407072739804/?type=3&theater>



# Hatása

- Eljutott a Tesco felsővezetőihez
- Pozitív cégen belüli visszang → hatás belső folyamatokra
- **Közrejátszott abban, hogy megindulhat a zöldség-gyümölcs mentés**



# Kérjük, iratkozzatok fel, ha szívesen meséltek, kereshetünk Titeket!



## Témák - HÍVÓSZAVAK:

- Éhezés
- Megindító emberi sors
- Példaértékű segítségnyújtás (étel)
- Bátor kiállás, összefogás
- Talpraállás, fejlődéstörténet



# Megvalósítás

- Adatbázis gyűjtés – most!
- Önkéntesek bevonása
- Felkeresés, telefonon, személyesen –beszélgetés
- Sztorik elkészülése
- Megjelenés – Facebook oldalunk





# Köszönöm figyelmüket!

