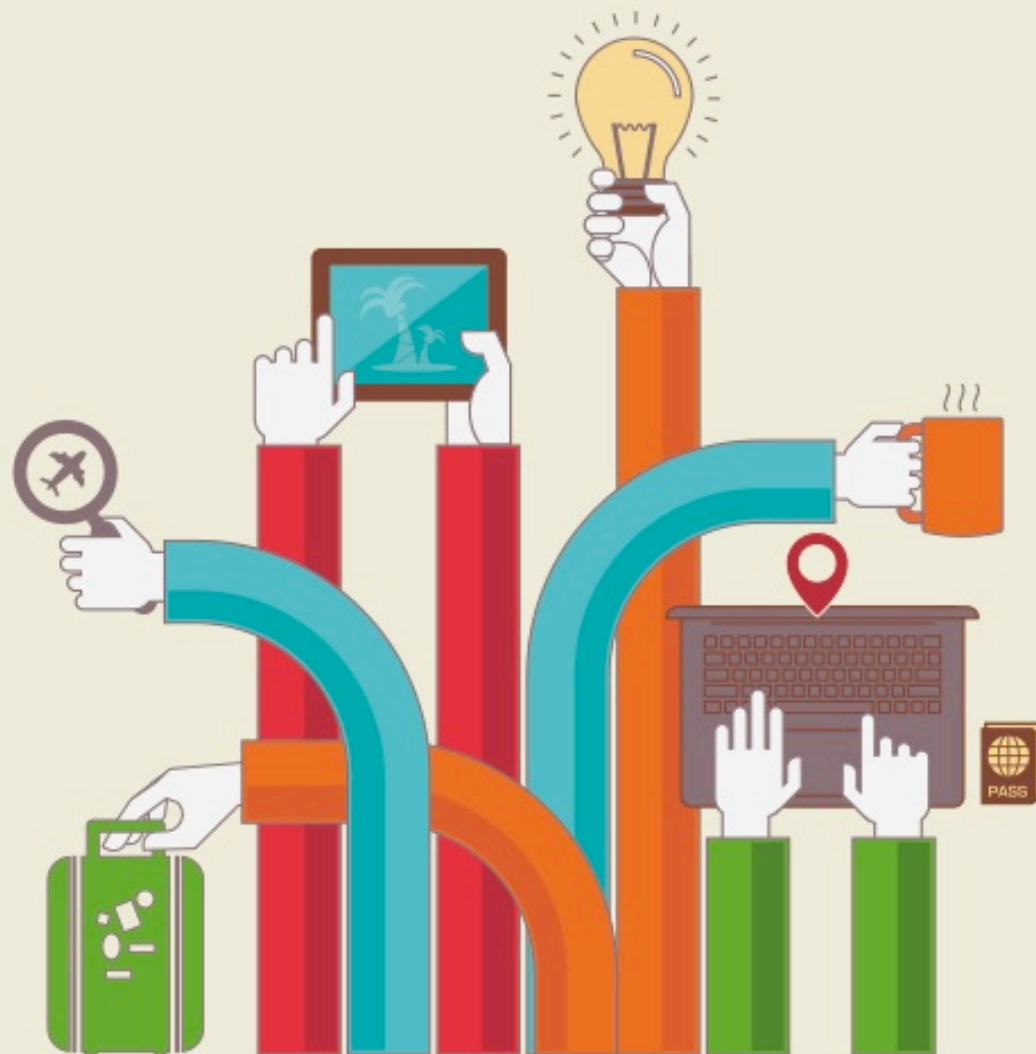




OCOVA AlpMedNet Forum

dove la tecnologia è opportunità
là où la technologie est une opportunité

IVREA 2-3 Dicembre 2014

organizzato da



in collaborazione con



con il contributo di



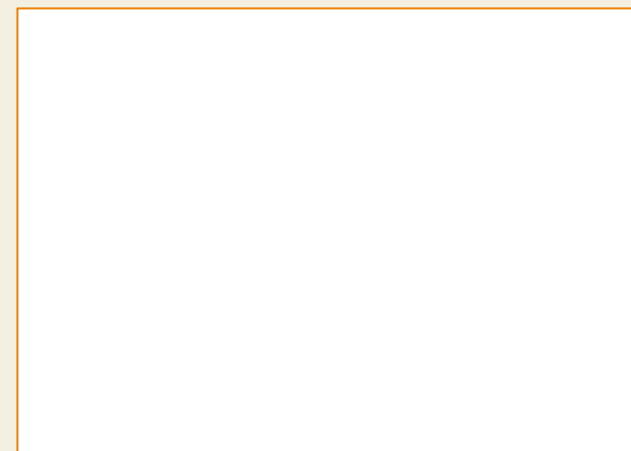
Città di Ivrea



Strumenti e metodi del digital storytelling: dalle informazioni ai valori

Relatore:

Gabriella Taddeo



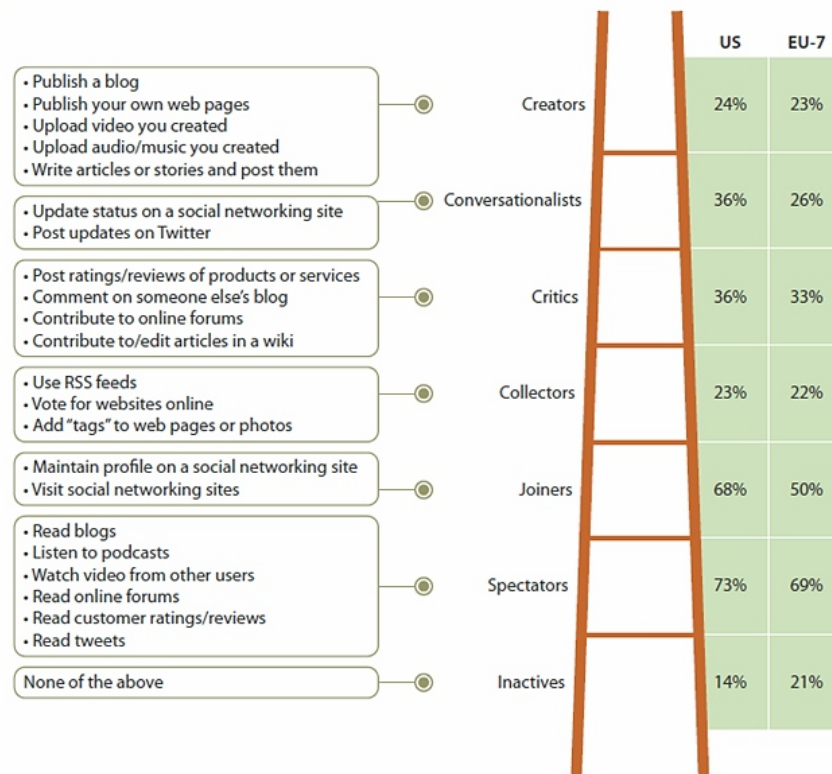
organizzato da

in collaborazione con

con il contributo di

Storytelling per chi? Una segmentazione degli utenti in rete

1-1 Less than one-quarter of online US and European consumers are Creators



Base: 57,924 US online adults (18+); 16,473 European online adults (18+)

Source: North American Technographics® Online Benchmark Survey, Q3 2011 (US, Canada); European Technographics Online Benchmark Survey, Q3 2011

73862

Source: Forrester Research, Inc.



Ma cos'è lo storytelling?

Non un semplice accumulo di fatti, ma
un'architettura dinamica che parla di una
trasformazione.

**Il cambiamento è alla base di ogni
narrazione.**



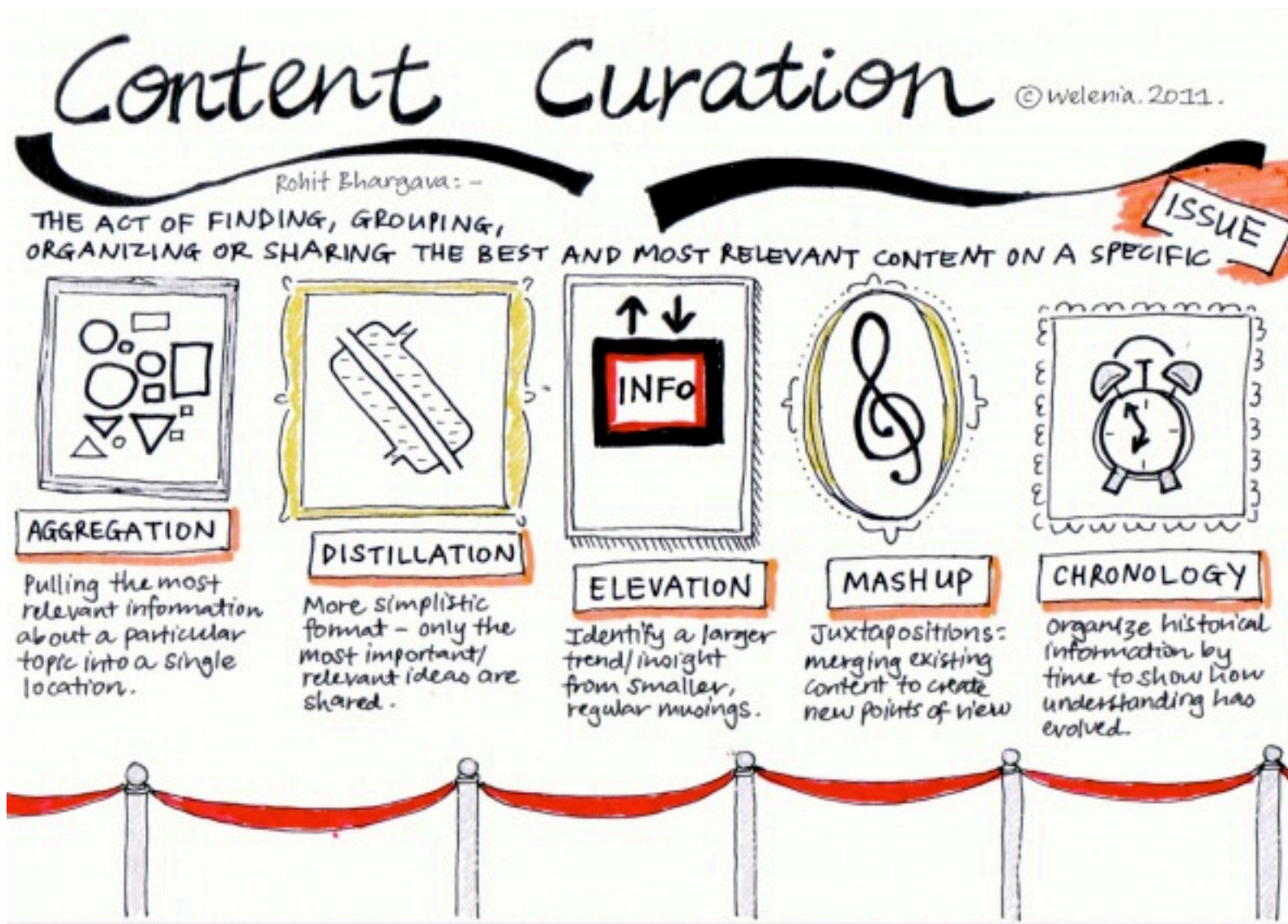
Secondo il Cambridge Dictionary una storia è:

“A description, either true or imagined, of a connected series of events”

Non basta descrivere dei fatti, in una storia, è importante che essi siano legati da un qualche, seppur implicito, rapporto di causalità tra loro.



Cosa non vuol dire: curation

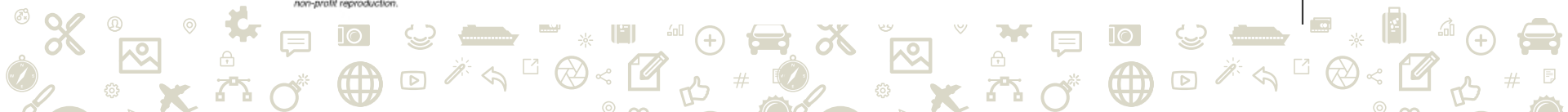
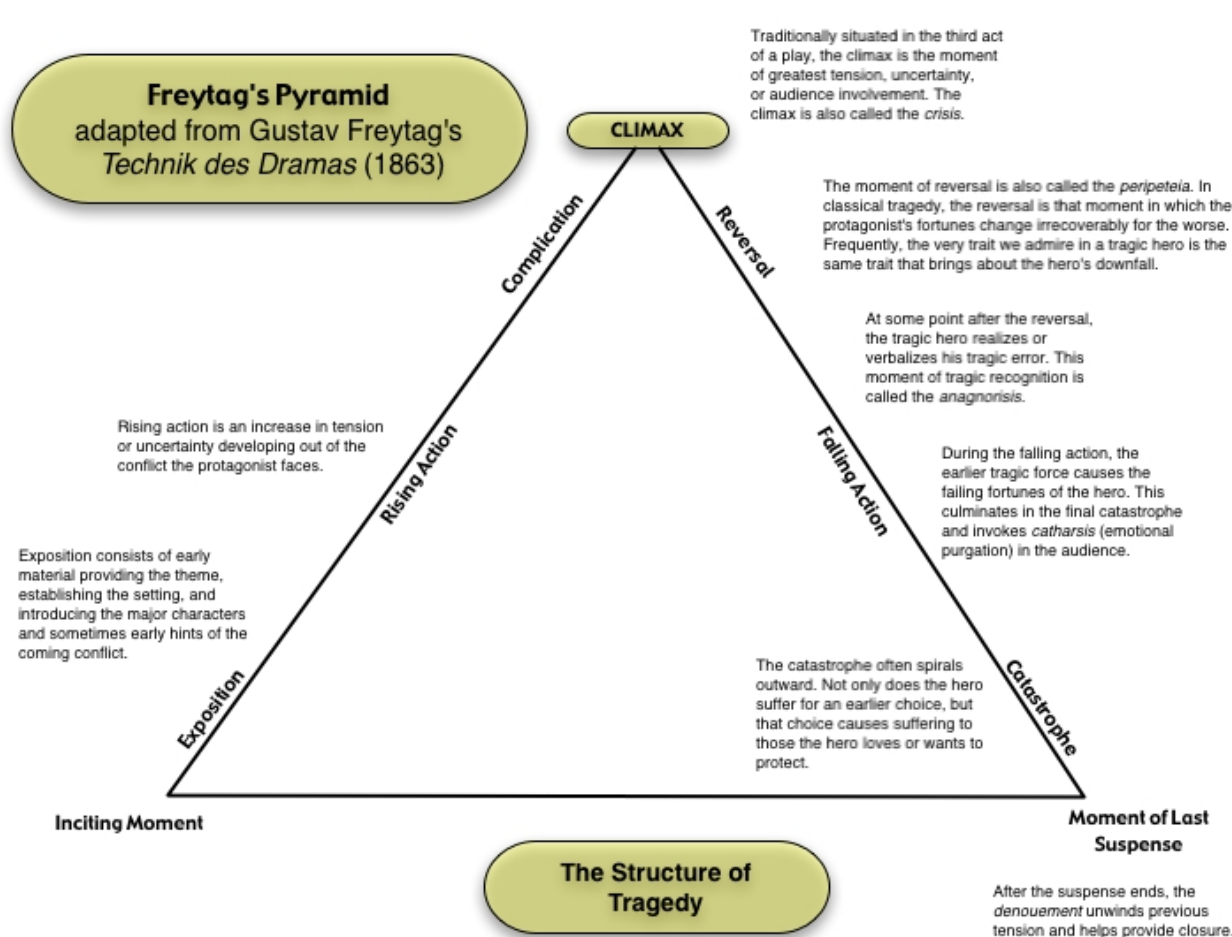


Cosa vuol dire: trasformazione

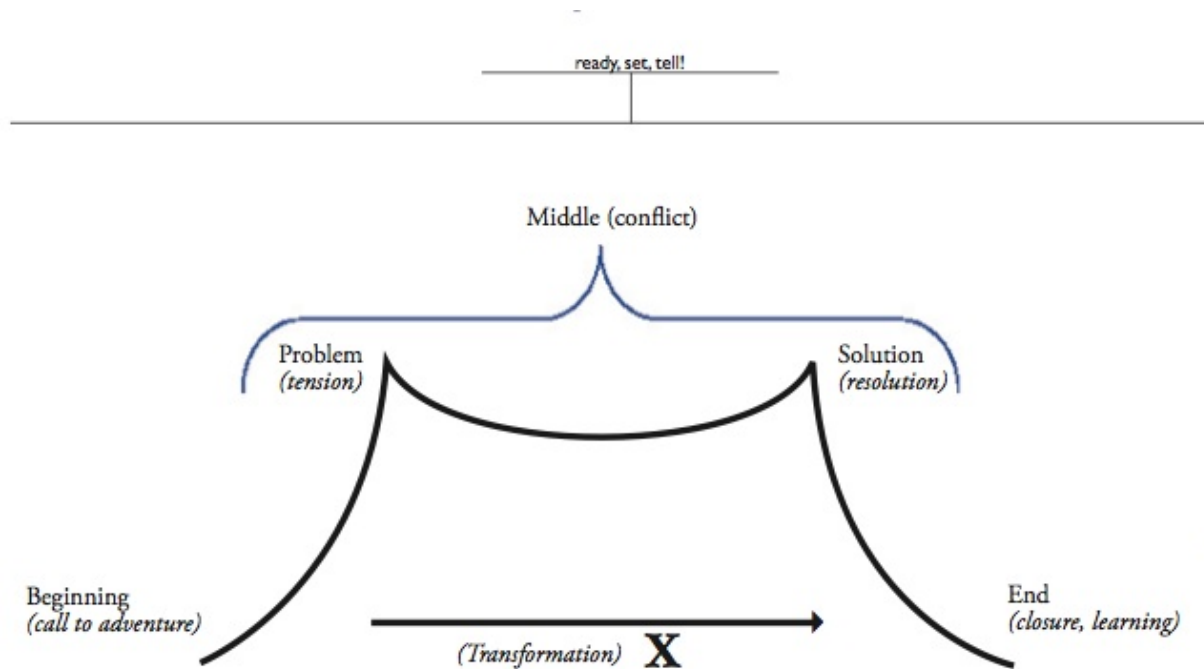
Il “viaggio dell’eroe”: trasformazione, sfida, immedesimazione



La curva narrativa



La curva narrativa



Visual Portrait of a Story (dillingham, 2001), with transformation (ohler, 2003)



Perchè le storie piacciono

- Empatia
- Capacità di attivare trasformazione...



Solo “i cattivi” non si trasformano



Quali trasformazioni?

- **Fisica** (il personaggio acquista superpoteri)
- **Forza interiore** (il personaggio prende coraggio)
- **Emotiva** (il personaggio matura, va oltre i suoi bisogni)
- **Morale** (il personaggio acquisisce consapevolezza morale)
- **Psicologica** (il personaggio capisce se stesso)
- **Sociale** (il personaggio assume un ruolo sociale)
- **Spirituale** (il personaggio cambia visione della vita)
- ...



Trasformazioni aziendali

- **Storia dell'azienda** (marketing generazionale)
- **Storia di una leadership** (es. Jobs, Chanel)
- **Storia di una nuova sfida** (ecologia, nuovi mercati, crisi, innovazione)
- **Storie di come gli utenti vivono l'azienda** (storie dei lavoratori, storie dei consumatori)



Dall'emozione all'azione, ma quale?

Abbinare all'emozione della storia
l'interattività:

- Esplorare
- Giocare
- Approfondire
- Partecipare
- Sfidare



Esplorare: Kings of Stone Age



<http://vampyre.thecreatorsproject.vice.com/>



Giocare: Peugeot 208

Letyourbodydrive



<https://www.youtube.com/watch?v=1KduwP0wv2w>



Approfondire: Citroen

Ancora un passo avanti: l'arrivo della DS 21 Injection Electronique segna il primo utilizzo dell'iniezione elettronica per una vettura francese di serie. (125 CV, 188 km/h con un consumo di 10 litri ogni 100 km)

Produzione della milionesima DS. Si tratta di una DS 21 color oro.

1970

Gennaio 1970



Citroën M35

Serie limitata a 267 esemplari. Carrozzeria ispirata a quella della Ami 8. Coupé 2 porte e 4 posti. Sospensioni idropneumatiche. Motore a singolo pistone rotativo di 995 cm³ e cambio a 4 marce. Il prototipo M 35 è un vero laboratorio volante. Citroën la propone ai suoi clienti che ne vorranno più di

Marzo 1970



Citroën SM

1910

1920

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000

2010



<http://www.citroen.it/mondo-citroen/storia-citroen.html>



Partecipare: Baci Perugina



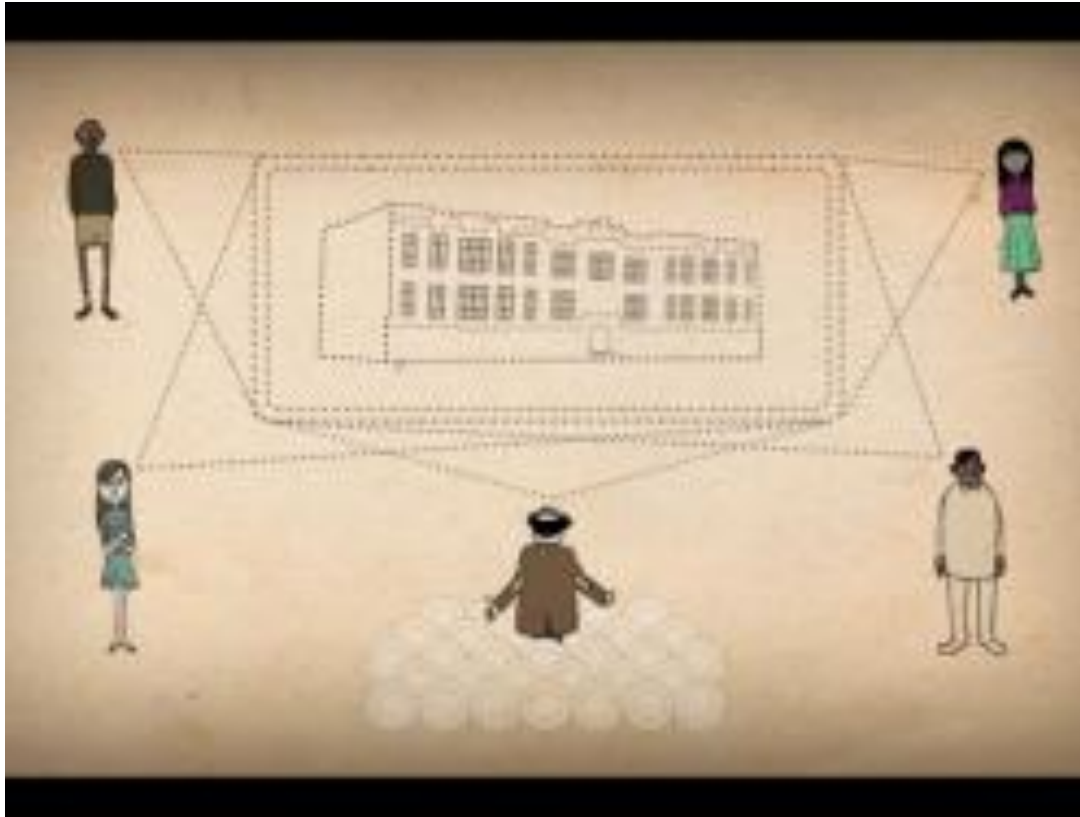
<https://www.youtube.com/watch?v=tn5eiiyoyKk>



Sfidare: Citroen vs Smart sui social



Raccontare se stessi raccontando altro



The Network effect: Cisco.
<http://newsroom.cisco.com/the-network-effect>



Raccontare se stessi facendo raccontare i consumatori: pro e contro



Dalle storie ai valori



<http://www.yocrowd.com/storytelling-chipotle/>





Storify

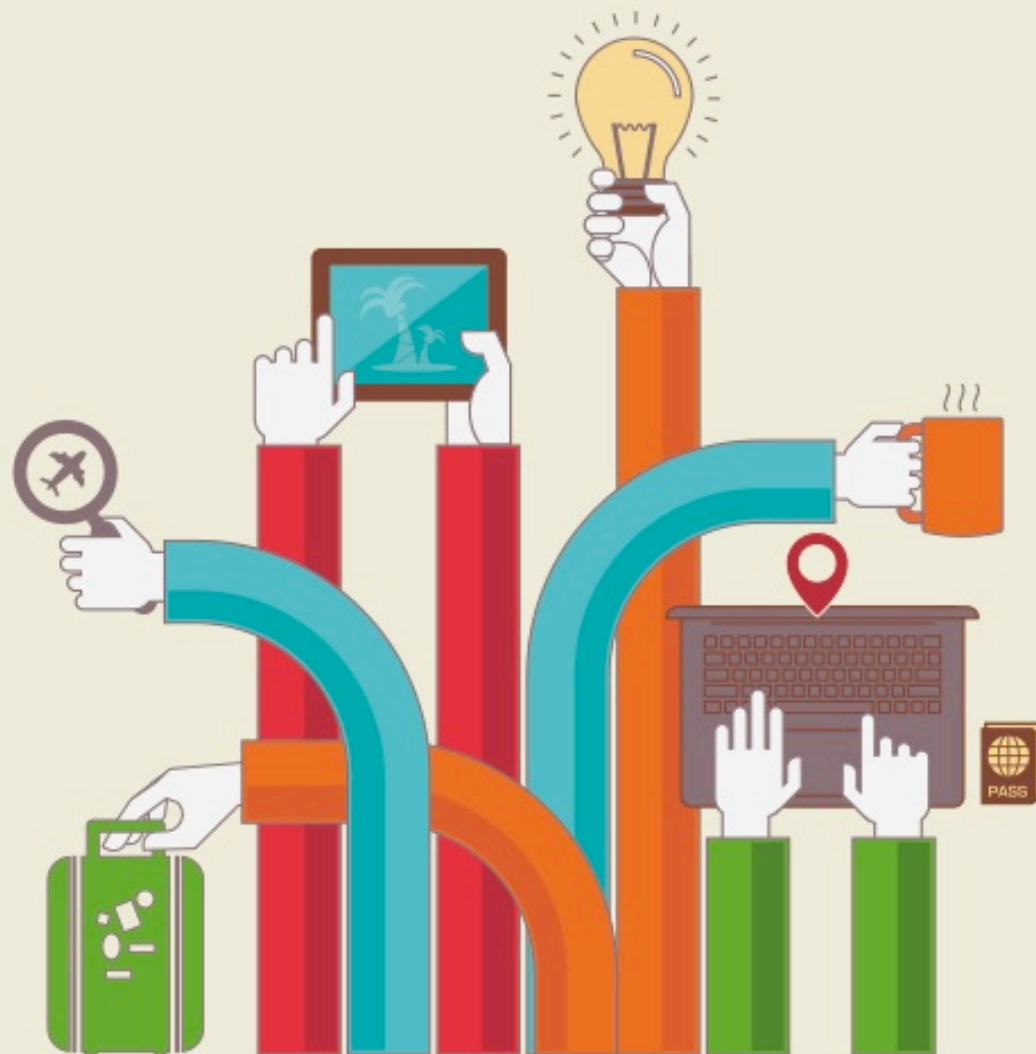
<https://storify.com/>



Yocrowd

<http://www.yocrowd.com/storytelling-eventi/>





Grazie dell'attenzione!!

gabriella.taddeo@polito.it

organizzato da



in collaborazione con



con il contributo di



Città di Ivrea