



Storytelling e Comunicazione Transmediale

Paolo Cervari



[Heineken - Classical Concert vs Champions League](#)



[Stay hungry Stay foolish](#)

Com'è una buona storia?



Story is all about people



“Design creates stories, and stories
create memorable experiences, and
great experiences have this innate
ability to change the way in which
we view our world.”

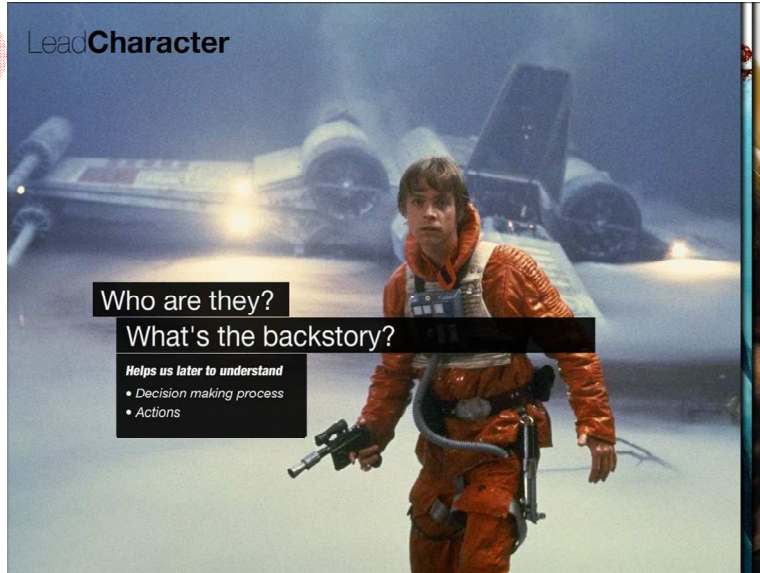
Lead Character

Who are they?

What's the backstory?

Helps us later to understand

- Decision making process
- Actions



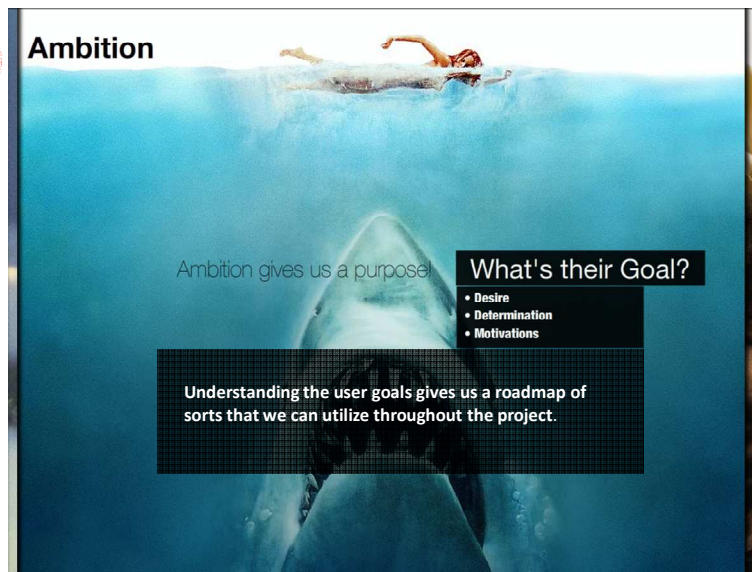
Ambition

Ambition gives us a purpose!

What's their Goal?

- Desire
- Determination
- Motivations

Understanding the user goals gives us a roadmap of sorts that we can utilize throughout the project.



Conflict

Risk vs. safe

Conflict has the ability to change the course of a story

Every project has roadblocks. Be it technical limitations or just the variables of the unknown every project has the ability to exist within some kind of tension.

Resolution

Resolution brings Clarity to the story

 **The Outcome!**

Its the acceptance of the outcome of conflict



I SOTTOGENERI

avventura

storico

d'ambiente o sociale

di formazione

fantastico

nero-gotico

giallo o poliziesco

fantascienza

di analisi psicologica

STRATEGIA

Chi sono i miei possibili ascoltatori? Come parlano, come pensano...

Come li raggiungo? Dove sono questi miei destinatari? Strada, social network, tv, blog...?

Come li coinvolgo nella storia? Perché dovrebbe cliccare, cercare, mandare, filmare, scrivere?

LA MECCANICA DELL'INTERAZIONE



Social Media is about Revolution of Dance

Social Media Revolution



[Nutella 2013](#)



[Nutella sei tu](#)

Cosa sta accadendo a *Coca-Cola*® ?

#CONDIVIDIUNACOCACOLA



Condividi questa *Coca-Cola* con

Gabriele





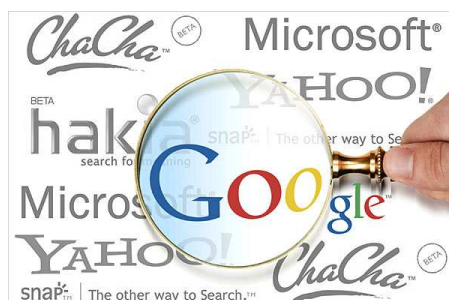
[Crea e condividi!](#)

**Cosa sta
succedendo a
Coca Cola?**



Ma dove sei stata?

Cosa fanno i clienti quando sono sul web?



CERCANO QUALCOSA VELOCEMENTE!

**Che cosa si aspetta di trovare l'utente
in quel media?**

INFORMAZIONI

PRODOTTI

SOCIALITA'

**Che cosa si aspetta di trovare l'utente
in quel media?**

Cerca la tua
Vacanza



Come catturare la sua attenzione?

SEMPLICITA'

UTILITA'

EMOZIONALITA'

Come catturare la sua attenzione?



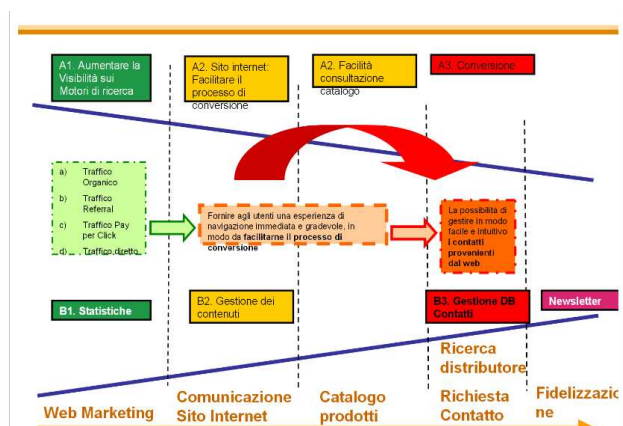
The screenshot shows the interhosting website. At the top, there is a navigation bar with links: DOMINI, HOSTING, EMAIL, WEB MARKETING, PRODOTTI, and AREA CLIENTI. The main banner features a woman in a business suit standing next to a laptop displaying a website. The text on the banner reads: "CREA IL TUO SITO WEB!", "SCEGLI HOSTING CONDIVISO E SEI ON-LINE IN UN CLICK!", "dominio + casella di posta + spazio web... a partire da 13,99 euro all'anno", and a large orange button that says "scopri subito". At the bottom of the banner, there is a text input field with the placeholder "www. tuodominio" and a "verifica" button.

Come trasformare l'attenzione in azione?

CANALIZZARE IL TRAFFICO

CALL TO ACTION

Come trasformare l'attenzione in azione?



**Quali sono gli indicatori di successo o
insuccesso di una campagna?**

FATTURATO

REGISTRAZIONI

RICHIESTE

TASSO DI RIMBALZO

TEMPO SULLA PAGINA

8 ELEMENTS OF TRANSMEDIA STORYTELLING

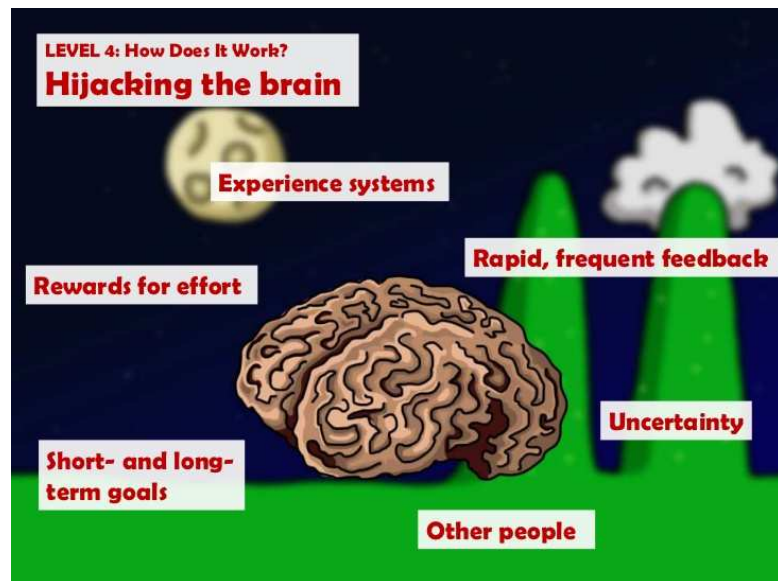
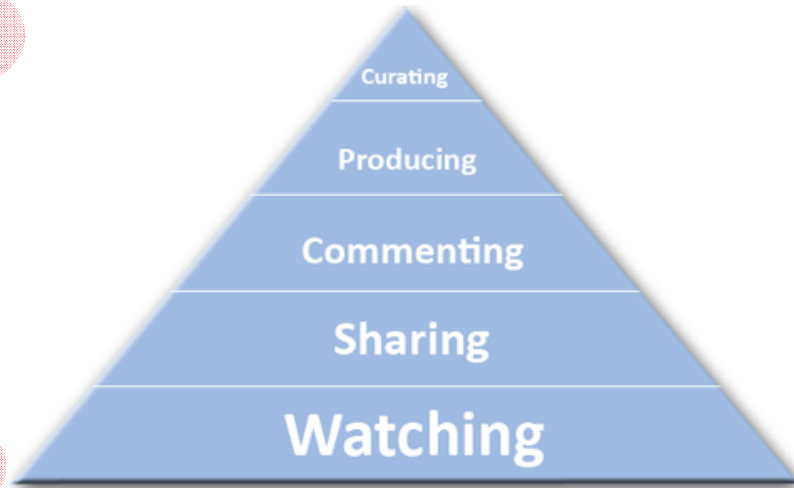
BY
ANITA ONDINE
Creative Director
Transmedia Next

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 Telling a Story | 5 Audience participation |
| 2 Various Story Forms | 6 Game mechanics |
| 3 Multiple media platforms | 7 Social Experience |
| 4 Unified Storyworld | 8 Multiple levels of engagement |

www.transmediatic.co

STANDOUTER





Defining Openness: The Ten Open Elements

Information Sharing

- Explaining
- Updating
- Conversing
- Open Mic
- Crowdsourcing
- Platforms

Decision Making

- Centralized
- Democratic
- Self-managed
- Distributed

From "Open Leadership: How Social Technology Can Transform
The Way You Lead" by Charlene Li Copyright ©Charlene Li

Gli utenti arrabbiatissimi di Media World

**Il buongiorno ha
un nuovo nome**