

Storytelling: esempi di piccole e medie imprese di successo

Il termine "storytelling" significa letteralmente "raccontare una storia". Quando questo concetto viene applicato all'ambito aziendale, si trasforma in un sistema complesso di caratteristiche, valori, persone e azioni che definiscono l'identità del marchio attraverso passato, presente e futuro. Lo storytelling non è solo una parte fondamentale della brand identity, ma rappresenta anche il metodo attraverso il quale un'azienda può raccontarsi, comunicare i propri prodotti o servizi e trasmettere i suoi valori.

Esempi Celebri di Storytelling Aziendale

IKEA – Let Play Unwind Your Mind (2022)

In questo spot di un minuto, Ikea utilizza il concetto di gioco e divertimento per rilassare anche le menti più stressate, specialmente quelle che lavorano da casa e sono sopraffatte dalle notifiche. Attraverso la condivisione e la creatività, lo spot intreccia benessere, fantasia e libertà, offrendo una visione attuale del mondo post-pandemia.

LEGO – Brick the Rules (2022)

Questo spot di 70 secondi, recentemente trasmesso negli Emirati Arabi e a Singapore, mostra come i famosi mattoncini LEGO permettano ai ragazzi di esprimere fantasia e creatività. Con colori vivaci, animazioni, suoni e ritmo veloce, lo spot cattura perfettamente il linguaggio giovanile e il piacere di disobbedire giocando, un'esperienza comune a molti.

L'Importanza del Visual Storytelling

Il visual storytelling è cruciale tanto quanto l'idea alla base della storia. Insieme alla sceneggiatura e al copywriting, il visual storytelling contribuisce a esprimere l'identità del marchio. Campagne celebri come le immagini sfocate di Coca Cola, che evocano una sensazione di nostalgia e freschezza, o le immagini definite e colorate di Apple nella campagna "Shot on iPhone", che mimano le foto generate dagli utenti, sono esempi di come il visual storytelling possa essere potente.

Digital Storytelling nelle PMI

Sembra facile parlare di storytelling quando si hanno a disposizione le risorse di una multinazionale, ma la bellezza dello storytelling è che può essere fatto da chiunque, purché si abbia un'idea valida e coerente con l'identità e i valori del marchio. Le piccole e medie imprese (PMI) possono anch'esse sfruttare lo storytelling per raccontare l'azienda, i prodotti o servizi, e le persone che la compongono. Lo storytelling è, in definitiva, accessibile a tutti, indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda.

In conclusione, lo storytelling aziendale non è riservato solo ai grandi marchi; anche le PMI possono utilizzarlo efficacemente per costruire e comunicare la loro identità. Attraverso storie autentiche e ben raccontate, ogni azienda può creare una connessione emotiva con i propri clienti e distinguersi nel mercato.