

Digital Storytelling e AI di Camilla Simeone e Elena Botticini:

"Un percorso pratico per entrare nel mondo del digitale e iniziare a raccontarvi online"

Obiettivo

L'obiettivo è trasformarti in un creatore di contenuti digitali capace di raccontare storie efficaci, persuadere il pubblico e utilizzare gli strumenti di Intelligenza Artificiale per massimizzare la tua produttività, ottenendo un portfolio pratico da subito spendibile.

Cosa Imparerai

Con questo corso imparerai a creare contenuti che vendono anziché solo contenuti "belli". Saprai costruire storie digitali efficaci comprendendo i principi del Neuromarketing per influenzare le decisioni del pubblico in modo etico. Ti concentrerai sulla definizione dell'identità del brand e acquisirai le tecniche di Copywriting per scrivere testi irresistibili, strutturati per portare all'azione.

La parte più innovativa riguarda l'utilizzo professionale dell'Intelligenza Artificiale: userai ChatGPT/Gemini e Claude per generare testi e DALL·E per creare immagini coerenti, integrando poi tutto in Canva. Infine, saprai costruire un funnel di vendita e applicare la strategia sui canali giusti (Instagram, LinkedIn), culminando con un portfolio professionale completo e pronto all'uso.

Programma:

Modulo 1 – Digital Storytelling: la base della comunicazione

- Cos'è lo storytelling digitale.
- Differenza tra contenuti casuali e contenuti narrativi.
- Struttura di una storia efficace (inizio → conflitto → trasformazione).
- Perché le storie emozionano e convincono più dei dati.
- Empatia → entrare nei panni del pubblico.
- Storytelling applicato alle vendite.
- Produzione contenuti smart → non "foto belle", ma contenuti che vendono.

Modulo 2 – Neuromarketing e Persuasione

- Cos'è il neuromarketing e perché è legato allo storytelling.
- Daniel Kahneman – Pensieri lenti e veloci: Sistema 1 vs Sistema 2.
- Come il cervello elabora immagini, colori, parole ed emozioni.
- Tecniche di persuasione: scarsità, riprova sociale, autorità, reciprocità.
- Bias cognitivi e decisioni inconsce.

Modulo 3 – Brand Identity: costruire l'anima del brand

- Cos'è la brand identity e perché conta.
- Dare un volto al brand (personalizzazione visiva).
- Definire valori, tono di voce e pubblico (buyer persona).
- Territori emotivi e linguaggio del brand.
- Logo, palette colori, font.
- L'AI come supporto per definire valori e messaggi.

Modulo 4 – Copywriting, Etica & Comunicazione persuasiva

- Differenza tra narrazione e copywriting.
- Struttura di un testo persuasivo: Hook → Messaggio → CTA.
- Linguaggio emozionale, informativo e promozionale.
- Neuromarketing applicato al copy.
- Shock Advertising: cos'è, esempi (Benetton, Sisley, Diesel).
- Rischi, limiti e considerazioni etiche.
- Copyright e proprietà intellettuale (anche su immagini AI).

Modulo 5 – AI per i testi: ChatGPT, Gemini e Claude

- Differenze e punti di forza: ChatGPT (creatività) Gemini (ricerca) Claude (programmazione).
- Le basi del prompting per scrivere testi efficaci.
- Generare bio, descrizioni prodotto, idee di contenuti.
- Creare testi emozionali, informativi e promozionali.
- Adattare lo stesso messaggio a Instagram, TikTok, LinkedIn.

Modulo 6 – Creazione Visiva con l'AI: DALL·E e Nano Banana

- L'importanza delle immagini nello storytelling.
- DALL·E → foto realistiche, illustrazioni, mockup.
- Nano Banana → coerenza visiva, personaggi ricorrenti, sequenze narrative.
- Formula del prompting visivo: oggetto + contesto + stile + luce + formato.

Modulo 7 – Strategie & Funnel

- Piani editoriali → costruire un calendario sostenibile.
- Funnel semplice → Awareness → Consideration → Conversion.
- Visual storytelling applicato al funnel.

Modulo 8 – Piattaforme digitali: raccontare storie online

- Instagram → reels, stories, caroselli come strumenti narrativi.
- Pinterest → piattaforma di ispirazione e traffico organico.
- LinkedIn → storytelling professionale e aziendale.
- Come scegliere la piattaforma giusta in base al pubblico.

Modulo 9 – Visual Storytelling applicato

- Come unire immagini AI + testi AI + design (Canva).
- Struttura di una mini-campagna: Post singolo (emozionale), Carosello informativo, Reel promozionale.
- Canva come laboratorio pratico per impaginare contenuti.
- Dal prompt all'impaginazione → creare grafiche coordinate.