

STORYTELLING & ENGAGEMENT WORKSHOP

www.aese.pt
#aesebs

LISBOA,
2 MARÇO
2018



AESE
BUSINESS SCHOOL



Porque é que os meus clientes não amam os meus produtos? E como conseguir essa relação de exclusividade inovando nas redes sociais?

Gustavo Entrala

Foi um dos 100 Digital Innovators selecionados para a iniciativa #RestartEurope

Juan Martín Ezratty

Home Makers Project e Un Papa entre la Gente

Engagement

Para vender ideias e produtos faz-se publicidade. Mas poucos escutam os dados fornecidos pelo consumidor nas redes sociais, como o faz a Amazon. Como focar no *feedback* dos consumidores o desenvolvimento de produtos de empresas, a exemplo da Netflix, cujo foco é hoje o fator de diferenciação e sucesso?

A resposta simples, mas de difícil execução é a da criação de relações em que os consumidores vivem, falam e defendem no seu dia a dia o que compram, utilizam e referenciam. Hoje, a tecnologia está a redefinir o que conhecemos como *Engagement*.

Gustavo Entrala apresentará, com casos reais, os quatro passos para um *Engagement* eficaz:

1. Comunicação
2. Escuta
3. Diálogo
4. Envolvimento



Gustavo Entrala

Formado em Jornalismo pela Universidade de Navarra e PDG do IESE. Fez diversos Programas Executivos como o da Singularity University (Silicon Valley), One on One Marketing (ministrado por Martha Rogers na Fuqua School of Business, Duke University) e outros estudos de pós-graduação no Berklee College (Boston). É especialista em Tendências, Inovação e Branding com mais de 25 anos de experiência em posicionamento digital para marcas de consumidores. Assessorou uma centena de empresas em 17 países. Colaborou no rebranding de marcas como Nokia, Diageo, Laboratórios Alter, Warner Music, Vocento, EMI, General Mills, IFC, Seguros Nuez, Bankinter e Red Bull. Ajudou Bento XVI a fazer o seu primeiro tweet, e da sua agência partiu a ideia de criar a conta do Santo Padre @Pontifex em 2012. Foi um dos 100 inovadores digitais selecionados pela Comissão Europeia para a iniciativa #RestartEurope. É membro da Advertising Academy e um orador frequente em diversas Business School: IESE (Espanha), ESE (Chile), IPADE (México) e ISE (Brasil).

O poder irresistível do **Storytelling**

Sabe contar histórias inspiradoras que movem os clientes, trabalhadores, acionistas a ponto de transformar a organização?

A persuasão é a peça central.

Os clientes têm de estar convencidos para comprar os produtos ou serviços da sua empresa, os colaboradores e colegas têm de defender o novo plano estratégico, e até os investidores devem-se sentir motivados. Apesar da importância crítica da persuasão, a maioria dos executivos esforça-se por passar apenas uma mensagem com slides de PowerPoint ou através de documentos formais criados pelo departamento de comunicação corporativa.

1. Como tornar a persuasão um elemento central da execução da estratégia?

2. O que é preciso fazer para inspirar as pessoas?

3. Qual o melhor modo de transmitir uma mensagem num vídeo corporativo de uma empresa?

Para responder a estes desafios, Juan Martín Ezratty, CEO da Agencia Digito Identidad apresentará alguns casos de sucesso e aconselha os participantes do *workshop* sobre os modos de melhorar a comunicação da empresa de cada um.



Juan Martín Ezratty

Licenciado em Jornalismo pela Universidad Austral (Buenos Aires). Fez o programa de Dirección de PMEs no IAE (Universidad Austral) e posteriormente um Mestrado em Publicidad Creativa na Underground University. Desde 2012 é professor convidado na Universidad Austral para um Seminário sobre Storytelling.

Depois de várias experiências no mundo da comunicação digital, decidiu criar a sua própria agência (Digito Identidad) dedicada à comunicação audiovisual corporativa. Realizou mais de 50 vídeos institucionais em mais de 10 países para diversas empresas e instituições: LAN, Kimberly Clark, Grupo Plaza, Firmenich, Medical Channel, Duke Energy, Alpargatas, Universidad Austral, IAE, Fundación CONIN, Branca, Laboratorios Andrómaco, Personally S.A, RFB Lynch e Romereports. Foi responsável por três projetos internacionais de destaque:

- Home Makers Project: www.homemakersproject.com apresentado em Nova York, Londres, Barcelona, Roma, Quito e Buenos Aires.

- Documentário do Papa Francisco, "Un Papa entre la Gente" que foi transmitido por National Geographic na América Latina: <http://www.youtube.com/watch?v=Mk-HAPounsw&feature=share&list=TLMbFgDo7PMHv-Em2-VFGLtfZXtxDIHAYN>

- Campanha www.sentirlalibertad.com que reúne os testemunhos de pessoas que sofrem abuso sexual e pedem ajuda psicológica.

Horário

09h00-09h30	Receção & Welcome Coffee
09h30-09h45	Apresentação do Workshop <i>Prof. Ramiro Martins</i>
09h45-11h00	STORYTELLING <i>Juan Martín Ezratty</i>
11h00-11h45	Debate
11h45-12h00	Coffee break
12h00-13h15	ENGAGEMENT <i>Gustavo Entrala</i>
13h15-14h30	Almoço

Preço

Geral: 250 euros

Membros: 200 euros

Early Bird até 19 fevereiro: 200 euros

A todos os preços acresce IVA à taxa em vigor.

.....

Inscrições

www.aese.pt

.....

Mais informações

Filomena Gonçalves

seminarios@aese.pt

.....

Local

AESE Business School

Edifício AESE,

Calçada de Palma de Baixo, 12

1600-177 Lisboa

