

Создание истории программного продукта «ВВузе»

Выполнили: Булгакова П.А., Олейников И.А.,
ББИЗ1

Цель написания истории

Сторителлинг – это способ эффективно донести свой призыв до аудитории.

Есть несколько назначений для этой техники:

- продавать;
- развлекать;
- обучать;
- делиться опытом и успехами.

Истории подкрепляют абстрактные концепции и упрощают сложные сообщения. Многие испытывали замешательство, пытаясь понять новую идею. Истории же дают возможность обойти это непонимание.



Действующие лица

Что такое сторителлинг без героя? Для хорошей истории герой так же важен, как сильная идея. Для сторителлинга герой так же важен, как хорошая идея. Это персонаж, с помощью которого аудитория узнает историю. Героя для истории можно найти в реальности или придумать самостоятельно, главное, чтобы он был интересен аудитории и вызывал сопереживание.



Главный герой должен вызвать сопереживание, но не обязательно симпатию. Разница между сопереживанием и симпатией состоит в следующем: «симпатичный» означает «тот, кто нравится» – это дружелюбный, располагающий к себе человек, которого большинство людей из целевой аудитории хотели бы видеть своим другом, членом семьи или соседом. Сопереживание возникает тогда, когда аудитория ощущает некое сходство между собой и главным героем и подсознательно начинает отождествлять себя с ним.




Сюжет

Сюжет истории ведёт человека от одного блока к другому, без внутренней связи лонгрид просто рассыпается.



Под сюжетом подразумевают что-то вроде плана «завязка/середина/развязка». Завязка погружает в контекст истории, далее происходит некое событие-катализатор, которое подталкивает героя. По ходу дела сюжет можно полностью перевернуть несколько раз – именно это держит человека в напряжении, потом случается кульминация, а к финалу наблюдатель должен сопереживать герою настолько, что бы увидеть в нём себя.



Подбор декораций

Декорации в сторителлинге зависят от сферы деятельности. Для вовлечения пользователя в процесс UX-дизайнеры используют интерактивный дизайн, с которым можно взаимодействовать. Также часто можно увидеть геймификацию – это использование элементов игры на сайте. Геймификация приносит результат, потому что она вовлекает посетителей так, как это не может делать статичный дизайн.



Для рассказа истории своего программного продукта целесообразно использовать мультимедийную презентацию. В ней не следует размещать много текста. Нужно подобрать подходящие картинки, GIF или видео, которые могут сказать всё за вас.



История программного продукта «ВВуззе»

С наступлением самоизоляции в связи с вспышкой вируса COVID-19 все образовательные учреждения стали переходить на дистанционный режим обучения. Нами были замечены некоторые проблемы – возросла нагрузка сервера. Из-за этого все сайты стали зависать и нормального общения было добиться сложно. Заметили ли вы это?



Тогда к нам в голову пришла идея. А почему бы не создать программу, которая будет объединять всех обучающихся в одном месте? В ней будут использоваться базы данных, в соответствии с которыми будут создаваться пользовательские комнаты. В этих комнатах будут присутствовать все учащиеся одной группы/класса, это освободит пользователей от использования сторонних приложений, таких как Zoom, Skype и т.д.



Вход в комнату будет осуществляться с помощью учебных логина и пароля. В ней будут присутствовать файлообменник, групповой чат, видеоконференции, будет реализована возможность показывать презентации в режиме реального времени. Для того чтобы не потерять файлы в чате, они будут помещены в облачное хранилище данных.



В общем, это ещё не всё, чем мы можем вас удивить! Мы постараемся сделать всё намного лучше, чем наши конкуренты!



Но кто-то из вас мог задаться вопросом: «А как данный программный продукт будет использоваться далее, когда работа всех организаций восстановится?»



На этот вопрос у нас тоже есть ответ!

Мы предлагаем наш программный продукт университетам и с заочной формой обучения. С его помощью можно будет не встречаться с обучающимися ради одной темы, а просто провести видеоконференцию и отправить нужный лекционный материал.

Также «ВВузе» можно использовать и для людей, которые работают удалённо. Нам нужно только внести сотрудников в базы данных и после этого ваша работа будет налажена!



**MADE
WITH LOVE**



Выбор оптимальных медиа-каналов для донесения созданной истории

Выбор медиа-канала зависит от достигаемой цели.

Если ваша цель – создать высокий уровень осведомлённости о программном продукте, то нужно сконцентрироваться на масс-медиа.

Для укрепления взаимоотношений с потребителем, формирования лояльности подойдут медиа прямого контакта – интернет, мобильные приложения.

Чтобы превратить знающих потребителей в реальных покупателей нужно использовать акции, события с конкурсами и т.д.

