

## Trova l'intruso

Per elaborare uno storytelling di successo è utile seguire la strategia S.U.C.C.E.S. elaborata da Chip e Dan Heath. Due punti non sono coerenti, indica quali.

1. **S**imple (semplice): la storia deve avere un'idea centrale, ma non deve essere troppo complessa.
2. **U**nexpected (inaspettata): la storia deve avere un effetto sorpresa per essere interessante.
3. **C**oncrete (concreta): l'idea per essere compresa deve avere collegamenti con la realtà.
4. **C**onnected (collegato): la storia deve essere collegata a quelle precedenti.
5. **C**redible (credibile): l'idea deve essere credibile e non troppo fantasiosa.
6. **E**motional (emozionante): la narrazione deve colpire chi ascolta suscitando emozioni.
7. **S**weet (dolce): l'idea deve prevedere storie il più possibili romantiche.
8. **S**taories (storie): devono essere interessanti per colpire il pubblico.

## Abilità

### Collega i termini

Abbina alla tipologia di cliente il tono idoneo da utilizzare dall'operatore al front office.

Tipologia di cliente		Tono corretto
1. Cliente individuale		A. Cordiale, informale e semplice
2. Famiglie		B. Formale e serio
3. Clienti d'affari		C. Cordiale e sintetico
4. Agenzie di viaggio		D. Cordiale e informale
5. Coppia di giovani		E. Formale e serio

Collega la distanza corretta alle seguenti situazioni considerando il periodo prima della pandemia.

Distanza		Situazione
1. Distanza intima minore di 0,5 m		A. Conversazioni in pubblico (eventi, spettacoli...)
2. Distanza personale tra 0,5 e 1,2 m		B. Fidanzati
3. Distanza sociale da 1,2 a 3 m		C. Amici e confidenti
4. Distanza pubblica maggiore di 3 m		D. Rapporto formale