1727 Storytelling
Der erfolgreiche Einsatz von Geschichten, Bildern und Videos in Marketing

Ausgangssituation

Die ganze (Produkt- und Technik-) Welt lässt sich heutzutage in Geschichten, Bildern und Symbolen beschreiben. Stories, Fotos und Eindrücke aus der Welt der Business- oder Privat-Kunden, Berichte über Entwicklungen oder Innovationen bzw. über Systeme, Geräte, Produkte, Services oder Dienst-leistungen, sowie Tests und Vergleiche von nützlichen Ideen und kleinen wie großen Revolutionen sind für Distributoren wie für Endkunden gleichermaßen interessant und unterhaltsam, spannend und packend. Sie beziehen sich dann immer auf Erlebnisse und Erfahrungen anderer Menschen und nicht auf
Tatsachen oder Behauptungen des Herstellers oder des Anbieters.

Die Aufzählung von überall im Internet zu findenden und daher allgemein
bekannten Merkmalen, Vorteilen und statistischen Angaben sind in der Werbung und im Verkauf von Produkten und Leistungen nicht mehr ausreichend.
Der moderne Kunde sucht nach fesselnden Berichten von Markenbotschaftern, Influencern und kompetenten Experten, nach neuen Perspektiven, nach faszinierenden Geschichten über die Marke, aus der Welt des Anbieters oder über Seinesgleichen, nach einprägsamen Metaphern und ansprechenden Bildern, nach prägnanten Video-Stories ohne Worte und nach überzeugenden Analogien.

Gut erzählte Geschichten ziehen die Menschen hinter den Entscheidern und Konsumenten an und schaffen Bilder im Kopf, die stärker sind als Fakten und Zahlen, Sprüche und Slogans. Sinnstiftende "Stories" überraschen, begeistern, motivieren und aktivieren. Sie berühren Herz und Seele. Und genau das verbindet auch Interessenten, Kunden, Mitarbeiter und Partner mit dem Anbieter und den dahinterstehenden Marken, die den Kommunikationsansatz „Content Marketing“ und die damit im Zusammenhang stehende Methode „Storytelling“ als Kunden-Dialog-Instrument bewusst einsetzen.

Denn hinter erfolgreichen Unternehmen und Produkten stecken immer starke Geschichten!

Trainingsziele

Ob Marketing oder Vertrieb, Kommunikation oder Werbung, Verkaufs-förderung oder PR - die hohe Kunst des Suchens und Findens, des Bauens oder „Veredelns“, des Darbietens und Erzählens passender Geschichten kann jeden Verantwortlichen im Unternehmen zu völlig neuen Lösungen für seine Tätigkeit inspirieren!

So verhilft die Methode des Erzählens und die Kraft der Geschichten Kosten zu sparen, denn sie steigert die Marketing-Effizienz und damit die Gesamt-Rentabilität.

Die Methode „Storytelling“ kann recht schnell und ohne allzu langes Training von Jedem erlernt und angewendet werden.

1727 Storytelling
Der erfolgreiche Einsatz von Geschichten, Bildern und Videos in Marketing

- Sie entdecken die Chancen und Potenziale des Instrumentes „Storytelling“ für Ihr eigenes Geschäft und werden zu sofortigen Anpassungen und Veränderungen in Ihrem Betrieb motiviert.

- Sie werden in die wichtigsten Techniken und Methoden der praktischen Umsetzung der narrativen Kommunikation eingewiesen und wissen nach der Veranstaltung, wie man Fakten mit Leben füllt, Texte emotionalisiert und Bildwelten narrativ auflädt.

- Sie wissen, aus welchem Geschichten-Fundus man schöpft und wie man positive und v.a. erzählenswerte Geschichten findet, entwickelt, schreibt, erzählt und publiziert.

- Sie diskutieren mit Ihrem persönlichen Referenten mögliche Ansätze des Weiterempfehlungsmarketing über systematisches Storytelling, v.a. die Möglichkeiten der digitalen Mundpropaganda (sog. „Buzz-Marketing“), also das Weitererzählen von Geschichten, die im besten Fall Ihr Unternehmen im Internet selbst veröffentlicht oder in den Social Media gepostet hat.

Individueller Nutzen

In dieser Veranstaltung ...

- werden Ihnen die wichtigsten Merkmale erfolgreicher Geschichten nahe-gebracht und die Grundregeln gelungenen Erzählens erklärt,
- denken Sie über Plattformen und Gelegenheiten nach, Kunden beim Erzählen von Geschichten zuzuhören,
- lernen Sie den Grundmechanismen einer Suche nach interessanten und brauchbaren Geschichten kennen,
- überlegen Sie sich, wer die besten Geschichtenerzähler und die wichtigsten Protagonisten in Ihrem eigenen Betrieb (= „Helden“ in Ihren Geschichten) und in der Welt um Sie herum sind,
- stellen Sie zusammen mit Ihrem persönlichen Trainer die vielen Möglichkeiten eines systematischen Auffindens relevanter Themen, Inhalte und Geschichten in Ihrer eigenen Unternehmung zusammen,
- machen Sie sich auf die Suche nach erfolgversprechenden Anwendungsfeldern bei Ihren Kunden (v.a. im Bereich der Unternehmens-, Kunden-, Werbe-, PR-, Verkaufs- und Messekommunikation, also etwa bei Presseaussendungen, eMail-Newsletters, Postwerbesendungen, Prospekten, Katalogen, u.ä.),
- beschäftigen Sie sich mit den Kernbotschaften Ihrer Marke und Ihrer Produkte und Leistungen und mit den vielen relevanten Themen und ungeschriebenen Geschichten innerhalb und außerhalb Ihres Betriebs,
- üben Sie in Ihrer Business-Kommunikation zum begeisterungsfähigen Geschichten-Erzähler zu werden, der Ihre Kunden-Zielgruppen anspricht, fasziniert und mitreißt,
- werden Sie darin unterrichtet, wie Sie vorgehen müssen, um verständlich und eingängig formulierte, überraschende und einzigartige, möglichst viele Sinne ansprechende Geschichten, Bilderwelten und Metaphern mit hohen Wahrnehmungschancen und erfolgversprechender Erinnerungs- und Lernleistung online wie offline für Ihre Kunden und Interessenten zu lancieren,
- trainieren Sie, überzeugende und bewegende Geschichten für die Zuwendung, Begeisterung und Bindung Ihrer Kunden einzusetzen.

1727 Storytelling
Der erfolgreiche Einsatz von Geschichten, Bildern und Videos in Marketing

Themen und Inhalte

- Wie man mit Storytelling nicht nur den Verstand, sondern vor allem auch die Gefühle der Rezipienten erreicht und damit die Qualität zwischenmenschlicher Beziehungen erhöht, mehr Verständnis in den Zielgruppen schafft, Loyalität fördert, Konflikte verhindert, motiviert, anregt und Visionen erlebbar macht.
- Wie man über Geschichten mehr Aufmerksamkeit und Zuwendung generiert und dadurch mehr Leads und Umsatz-Chancen.
- Wie man über die narrative Kommunikation die Lebensqualität und Zufriedenheit der eigenen Person, der Kollegen, Mitarbeiter, Kunden und Partner steigert und damit die Zukunft des eigenen Unternehmens freundlicher und inspirierender erscheinen lässt.
- Wie man vorhandenes eigenes Erfahrungswissen und das der eigenen Kunden in Zukunft besser bewahrt, aufbereitet und auf Gleichgesinnte überträgt.
- Wissenswertes zu Storytelling als Kommunikationsinstrument und Content Marketing-Tool
- Storytelling als Methode der Verankerung im Kurz- und Langzeit-gedächtnis und als Auslöser des Glücksbotenstoffs Dopamin (und damit als Impulsgeber für den Kopf unseres Kunden)
- Nutzen-Vorteile von Storytelling im Unternehmen
- Einsatzbereiche, Möglichkeiten und Techniken des Storytellings
- Die Kunst des Geschichten-Erzählens als visionäres „Märchen“ der eigenen Marke, des eigenen Teams und der eigenen besonderen wettbewerbsdifferenzierenden Produkte und Dienstleistungen
- Erkenntnisse über die verschiedenen Gattungen, Funktionen und Wirkungen von Geschichten - aus der Praxis für die Praxis

Teilnehmerkreis

Interessant für jeden, der weiß, dass Unternehmenskommunikation, Werbung und Kundendialog nicht stehen bleiben darf und der sich für innovatives Marketing, aktivierende Interaktion und kreative Kommunikation mit potentiellen und tatsächlichen Mitarbeitern und Kunden interessiert.

1727 Storytelling
Der erfolgreiche Einsatz von Geschichten, Bildern und Videos in Marketing

Das Seminar wurden für Selbständige / Freiberufler, Unternehmer,
Geschäftsführer, bzw. Inhaber kleinerer und mittlerer Betriebe und für alle
Verantwortliche in den Ressorts Marketing und Vertrieb, Unternehmens- und Kundenkommunikation, Werbung / Promotion, Organisations- und Personal-entwicklung, PR / Öffentlichkeitsarbeit entwickelt.

Trainer

Alexander Schell ist ein erfahrener Marketing- und Kommunikationsstratege, Content Marketing-Experte, Storyteller, Autor, Redner, Trendforscher, Leiter des Europäischen Instituts für angewandtes Kundenmanagement (eifk) und Geschäftsführer der Münchner Unternehmensberatung Schell Marketing Consulting. Seit vielen Jahren gehört er zum Jurorenstamm des Best of Content Marketing BCM, Europas größter Kommunikationswettbewerb für Storytelling-Marketing des Content Marketing Forum CMF.