

Photoprotokoll Themeninseln

Themeninsel: Storytelling

Storytelling scheint im Marketing die neue eierlegende Wollmilchsau zu sein. Das Erzählen von Geschichten ist nicht das alleinige Instrument für Ihr Marketing. Trotzdem ist es gerade für KMUs sehr interessant.

Bitte verwenden Sie **Grüne** Markierungen, wenn die nachfolgenden Aussagen zustimmen und **Blaue**, wenn Sie unzutreffend sind.

- Storytelling ist nur in der Werbung sinnvoll.
- Storytelling kann Veränderungen und Entwicklungen im Unternehmen aufzeigen.
- Eine Geschichte vermittelt immer eine Botschaft, die möglichst eindeutig, einfach und klar formuliert werden sollte.
- Ich entwickle eine Story, die mir gefällt, egal was der Zuhörer (das Publikum) darüber denkt.

Themeninsel: Storytelling

- Gute Geschichten erzeugen Bilder und lösen im Kopf des Publikums eine Art „Kopfkino“ aus.
- Metaphern rufen Assoziationen hervor und sind oft Auslöser der Bilder im Kopf. Sie machen komplexe Themen anschaulich und spannend. Zudem lösen Assoziation oft Emotionen hervor.
- Gute Geschichten berühren das Publikum und lassen es träumen, hoffen, wünschen oder fürchten.
- Keine gute Geschichte funktioniert ohne Held. Mit ihm kann sich das Publikum mitfühlen. Der Held einer Geschichte muss immer eine Person sein.

Photoprotokoll Themeninseln

Themeninsel: Storytelling

Bitte notieren Sie Ihre Ideen zu folgenden Stichpunkten:

In welchen Situationen erzählen Sie Geschichten?

Einblick in UNTERNEHMENS ALLTAG

Wenn ich etwas vermitteln möchte
Teamvorstellung

GEWINNSPIELE

MITARBEITER VORSTELLUNG

in meinen Yogastunden, Workshops, Seminare, Events

bei Produktvorstellungen

bei Workshops

in unseren Kundengesprächen

in Büchern u. auf Website

DIY

Photobooking

Einzelseting, Workshops

in Songs

Themeninsel: Storytelling

Bitte notieren Sie Ihre Ideen zu folgenden Stichpunkten:

Welchen Nutzen hat das Erzählen von Geschichten (Storytelling)?

Den Leser mit dem Schreiber verbinden

weiter "spielen", Phantasie anregen

Informationen interessant verpacken

Gefühle hervorheben, Emotionen auslösen

Bogenlösung auslösen, Aufmerksamkeit

Bleibt in Erinnerung → weil es authentisch ist

Mitmachen, selber machen

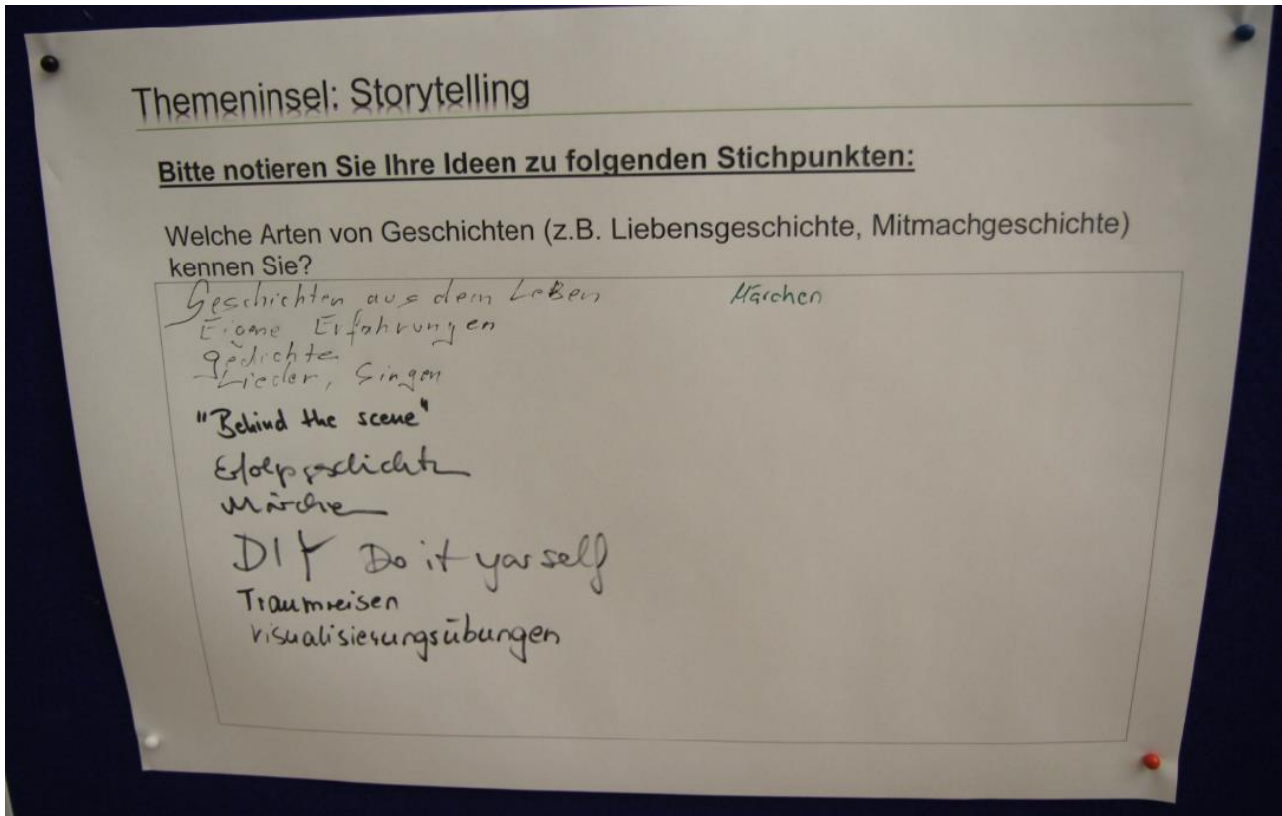
MEINUNGEN ABFRAGEN → DISKUSSION

Produktmerkmalmerksamkeit erzeugen, Kundenbindung

Emotionen erzeugen

Identifikation

Photoprotokoll Themeninseln


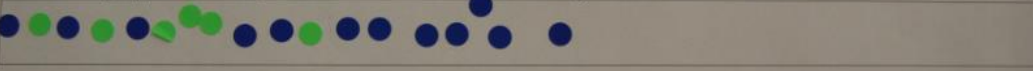
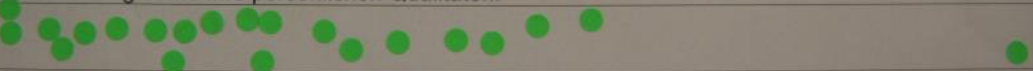
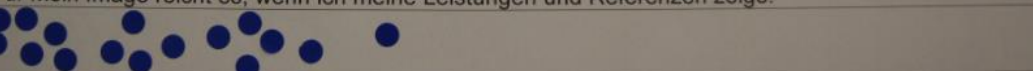


Photoprotokoll Themeninseln

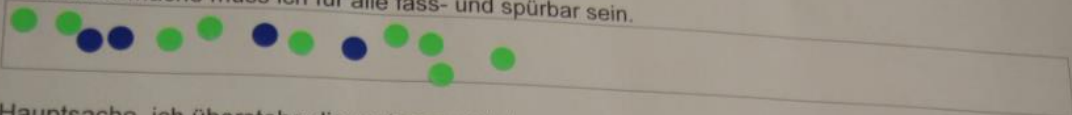
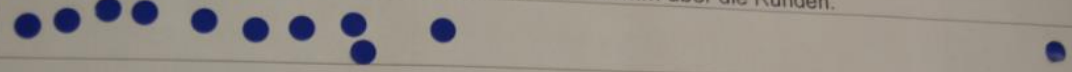
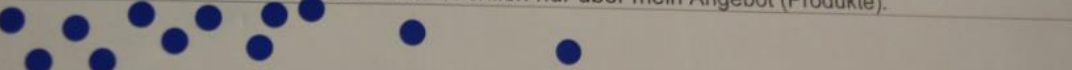

Themeninsel: Grundlagen zur Markenbildung

Aufgabe: Bitte wählen Sie aus, welche der folgenden Maßnahmen zum Aufbau der Ich-Marke in jedem Fall durchgeführt werden sollten (GRÜN) und welche als Maßnahme zum Aufbau einer Marke nicht hilfreich sind (Blau)

> Nicht hilfreich (Blau) ●
> hilfreiche Maßnahme zum Aufbau der Marke (GRÜN) ●

- Ich gebe meinen Kunden ein gutes Gefühl.

- Meine Zielgruppe sind alle, die Geld haben und meine Angebote erwerben können.

- Grundsatz: Als Freiberufler und Kreativer verkaufen Sie nicht nur Ihre Produkte, sondern vor allem Ihre Dienstleistung sowie Ihre persönlichen Qualitäten.

- Für mein Image reicht es, wenn ich meine Leistungen und Referenzen zeige.


Themeninsel: Grundlagen zur Markenbildung

- Als Marke mache muss ich für alle fass- und spürbar sein.

- Hauptsache, ich überstehe die ersten zwei Jahre und komm über die Runden.

- Als „Marke Mensch“ definiere ich mich sachlich nur über mein Angebot (Produkte).

- Gegenüber meinen Mitbewerbern benötige ich ein Alleinstellungsmerkmal

- Wozu Marketing? Wer mich sucht, der findet mich schon.
