

**Themenumfeld:**

**Kommunikationstrends, Content Marketing, Corporate Publishing, Unternehmenskommunikation, Kundenkommunikation, Werbekommunikation, Verkaufskommunikation**

## Tagesseminar

*Erzählungen begeistern Menschen, locken Interessenten an und fesseln Kunden!*

### Storytelling

#### Wie man Geschichten, Bilder & Analogien gezielt im Marketing einsetzt

*Kunden über Geschichten auf sich aufmerksam machen, emotionalisieren und binden!*

## Zielgruppe

**Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Kundendienst, PR, Werbung und Vertrieb/Verkauf** in kleinen, mittleren und großen Betrieben, sowie Unternehmer/innen, Selbständige und Freiberufler aus allen Branchen, die sich für zukunftsfähiges Marketing und wirkungsvolle Kundenkommunikation interessieren und wissen, dass sich das Verhalten der Kunden in den letzten Jahren so verändert hat, dass man mit traditionellen Kommunikations- und Werbemethoden nicht mehr weiterkommt.

## Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

## Ziele / Nutzen

Die Methode „Storytelling“ kann schnell und ohne allzu langes Training von Jedem erlernt und angewendet werden. Ob Marketing oder Vertrieb, Kommunikation oder Werbung, Verkaufsförderung oder PR - die Kunst des Suchens und Findens, des Bauens oder „Veredelns“, des Darbietens und Erzählens passender Geschichten wird jeden Kommunikator im Unternehmen zu völlig neuen Lösungen für seine Tätigkeit inspirieren.

In dieser Veranstaltung werden Ihnen die wichtigsten Merkmale erfolgreicher Geschichten nahegebracht und die Grundregeln gelungenen Erzählens erklärt.

Dabei verhilft die Methode des Erzählens und die Kraft der Geschichten Ihrem Betrieb auch noch Kosten zu sparen, denn Storytelling steigert die Marketing-Effizienz und damit die Gesamt-Rentabilität des Unternehmens.

- **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 interessante und brauchbare, v.a. aber kundenrelevante Themen und ungeschriebene, v.a. aber erzählenswerte Geschichten innerhalb und außerhalb Ihres Betriebs findet, entwickelt, schreibt, erzählt und publiziert.**
- **Sie überlegen sich bereits im Seminar, wer die besten Geschichtenerzähler und die wichtigsten Protagonisten in Ihrem eigenen Betrieb (= „Helden“ in Ihren Geschichten) und in der Welt um Ihren Betrieb herum in Zukunft sein werden.**
- **Sie finden unter Anleitung Ihres Trainers heraus, wo in Ihrem Unternehmen die Storytelling-Methode am besten eingesetzt werden sollte und wie Sie damit bei Interessenten und Kunden am besten punkten können.**
- **Sie wissen nach dem Besuch dieses Seminars, wie Sie vorgehen müssen, um verständlich formulierte, einzigartige und möglichst viele menschliche Sinne ansprechende Geschichten, Bilderwelten und Metaphern mit hohen Wahrnehmungschancen und erfolgversprechender Erinnerungs- und Lernleistung zu lancieren**

## Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/innen erhalten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** des Referenten und zum **Teilnahme-Zertifikat** ein ausführliches gedrucktes **Volltext-Handout mit seminarergänzenden Informationen, Checklisten und Übersichten** zum Thema „Storytelling“.

Unser Kooperationspartner **Content Marketing Forum CMF**, Europas größter Branchen-Verband, stellt darüber hinaus interessante Themen-Publikationen, **Print-Booklets** oder **eBooks** zur Verfügung!

**Alle Teilnehmer/innen sind eingeladen, Texte, Bilder, Videos, die ihre Unternehmen im Web, in den sozialen Medien, in den Publikationen, im Vertrieb/Verkauf und in der Werbung einsetzen, als Ausdruck, als Link oder als Printprodukt mitzubringen und vor Ort im Seminar unter dem Gesichtspunkt der Storytelling-Qualität vom Trainer (und den Kurs-Kollegen/-innen) bewerten zu lassen!**

## Programm

Um sich die Welt zu erschließen und ihre komplexen Eigenheiten verstehen zu können, nutzen die Menschen seit Jahrtausenden das Geschichtenerzählen. Es ist eine Art anthropologische Konstante, dass sich der Mensch Wissen über Erzählungen begreifbar macht und es auch durch Erzählungen weitergibt. Es gibt keine Gesellschaft auf dieser Erde, in der das Geschichtenerzählen nicht vorkommt. Es scheint also ein menschliches Bedürfnis zu sein, Dinge nicht einfach nur faktisch aufzulisten, sondern sie zu beschreiben, einzuordnen, zu vergleichen und zu erzählen.

Unsere ganze Welt ist in Geschichten, Bildern und Symbolen geschrieben. Eine Erzählung gibt Erinnerungen an Ereignisse, Erfahrungen, Erlebnisse und Vorstellungen aus der Fantasie eine Struktur. Geschichten und Erzählungen sind interessant und unterhaltsam, spannend und packend. Geschichten schaffen Bilder im Kopf, die stärker sind als Fakten und Zahlen, Sprüche und Slogans. "Stories" überraschen, begeistern, motivieren und aktivieren. Sie berühren Herz und Seele.

**Erzählungen in der Marketingkommunikation dienen vor allem der Komplexitätsreduktion und damit einer besseren Verständlichkeit von Botschaften.**

**Eine reine Aufzählung von Markenphilosophien, Unternehmensvisionen, Produktvorteilen und technischen Eigenschaften in der Unternehmenskommunikation, in der PR, in der Werbung und im Vertrieb wird von den Kunden nicht mehr akzeptiert. Der moderne Kunde sucht nach fesselnden Geschichten, einprägsamen Bildern und überzeugenden Analogien.**

**Eine gute Geschichte ist die älteste Werbung der Welt. Narrative machen komplexe Marketing-Botschaften für jeden Kunden verständlich. Hinter erfolgreichen Marken und Produkten stecken daher auch immer starke Geschichten.**

## Auszug aus dem Inhalt

- Die Historie von Storytelling
- Was eine gute Geschichte ausmacht
- Überblick zu den Storytelling-Einsatzbereichen in der kommunikativen Unternehmenspraxis (Verkaufsgespräch, Prospekt, Magazin, Mailing, Newsletter, Website, ...)
- Warum man Geschichten der Marke, des Unternehmens oder des Produkts erzählt
- Verankerung von Botschaften im Gedächtnis unserer Kunden über Storytelling
- Die Rolle des Glücksbotenstoffs Dopamin für die kommunikative Lernleistung
- Arten, Funktionen und Wirkungen von Geschichten
- Figuren, Protagonisten und Helden in einer Geschichte, die das Business schreibt
- Weiterempfehlungsmarketing über systematisches Storytelling im realen Business-Alltag, im Internet und in den Social Media
- Warum wir gerade heute Geschichten brauchen (Wenn Geschichten Marken-Werte vermitteln und Google guten Content identifiziert und belohnt ...)
- „Making-of“ im Schnell-Durchlauf: Schritt für Schritt zur guten Geschichte - von Storylistening und Storyfinding über Storybuilding zum Storytelling
- Wie man Narrative entwickelt und für Dramaturgie im Storytelling sorgt

## Methodik-Didaktik

Der erfahrene Kommunikationsprofi und Mitglied der Jury „Best Of Content Marketing (BCM)“ des Content Marketing Forum (CMF) Alexander Schell und sein Team vermitteln den Teilnehmern/-innen nicht nur das notwendige Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen, in denen das eifk Storytelling gelehrt, eingeführt, optimiert und weiterentwickelt hat.

Ihr Trainer ist Erwachsenenbildungsprofi und präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam. Der dialog-orientierte Vortrag beweist anhand einer Vielzahl an Beispielen aus der Praxis jedem/-r Zuhörer/-in, dass er/sie notwendige Veränderungen in der Kommunikation des eigenen Unternehmens jeder Zeit durchführen kann.

- **Interaktiver und multimedial unterstützter Vortrag / Präsentation – orientiert an den im Seminar vertretenen Branchen und an der Teilnehmer/innen-Ausgangssituation**
- **Erkenntnisse aus der Praxis für die Praxis**
- **Einzel- und Gruppen-Übungen („Arbeiten wie ein Hollywood-Regisseur“) auf der Grundlage der klassischen „Dreiakt-Struktur“ (Aufbau-Konfrontation-Auflösung) und der „Heldenreise“ mit Trainer- und Gruppen-Feedback**
- **Best Practice-Beispiele - und weniger gute Marken-Geschichten**
- **Hörspiel-Sequenzen und Video-Einspieler**
- **Diskussion, Erfahrungsaustausch und Beantwortung von Teilnehmerfragen**