

soulbrands

STORYTELLING



„ES IST EIN GROBER UNTERSCHIED, OB VON WINNETOU GESPROCHEN WIRD ODER VON INTEGRATIONSPROBLEMEN INDIGENER POPULATIONSGRUPPEN!“

DIE RICHTIGE GESCHICHTE ALS GRUNDLAGE FÜR VIRALES MARKETING

soulbrands

STEP 1 - WARUM STORYTELLING?

VISUALISIERUNG & EMOTIONALISIERUNG

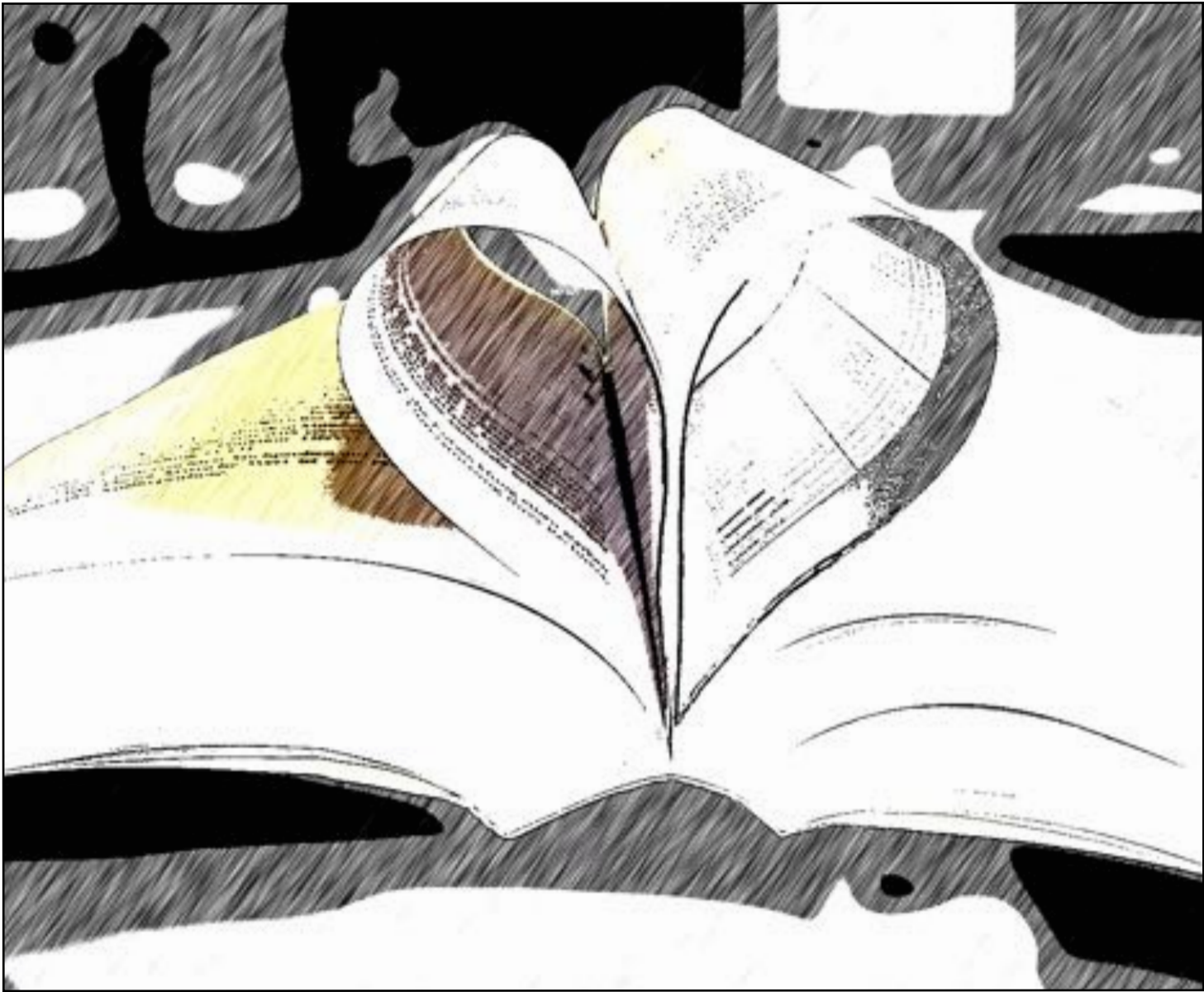


DIE ZAHL DER BOTSCHAFTEN, DIE TÄGLICH AUF UNS EINPRASSELN, HAT SICH VERVIELFACHT. UM AUFZUFALLEN, MUSS MAN IMMER SCHRILLER, BUNTER UND AGGRESSIVER VORGEHEN.

DOCH DER KONSUMENT HAT DAZUGELERNT. NUR WER EMOTIONAL ÜBERZEUGT, BILDER IN DEN KÖPFEN ENTSTEHEN LÄSST UND AUF DEN PUNKT KOMMT, DER HAT DIE CHANCE ZUM VERKAUFEN.

soulbrands

ENTSCHEIDER SIND NICHT IMMER EXPERTEN



VOR ALLEM IM B2B MARKT SIND DIE ENTSCHEIDER VON DEN FACHLEUTEN = VERWENDERN OFT WEIT ENTFERNT. KOMPLEXE DETAILWÜSTEN VERSCHRECKEN DAHER EHER.

SIMPLICITY IST GEFORDERT!

soulbrands

STEP 2 - DIE PROBLEME MIT DER BOTSCHAFT

ZU VIELE DETAILS ...
ES KANN SO SEIN WIE BEIM AUTOKAUF. NUTZEN- VORTEILE FÜR DEN KUNDEN, ZENTRALE LEISTUNGSWERTE, BESONDERHEITEN & AUSPROBIEREN. KEINER MUSS WISSEN WIE VIELE INBUSSCHRAUBEN IM AUTO VERARBEITET SIND.



KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE!



ZU KOMPLEX...
ES IST OFT TATSÄCHLICH WIE BEIM ARZT. KOMPLEXITÄT VERSETZT DEN KUNDEN IN DIE DEFENSIVE. AUS DIESER SITUATION KANN MAN DEN KUNDEN NICHT MEHR GEWINNEN. KOMPLEXITÄT WIRFT FRAGEN AUF UND BRINGT UNS IN EINE KLASSISCHE VORSICHT- HALTUNG. DIE FOLGE IST EIN GEFÜHL DER UNGEWISSHEIT, BEI DEM

MANAGER KONSTRUIEREN KEINE RAKETEN!

soulbrands

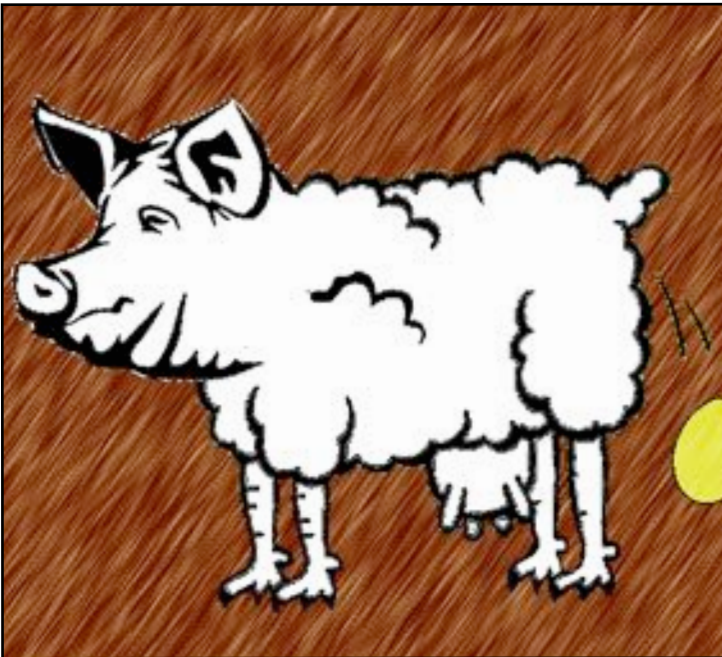
NUTZWERT?...

EIN WEITERES ZENTRALES PROBLEM IST DER UNTERGANG DES NUTZWERTES IN DER KOMMUNIKATION.

DABEI MUSS DER KONKRETE KUNDEN-NUTZEN IMMER KLAR KOMMUNIZIERT WERDEN.



NUTZWERT = BENEFIT!?! DIE ENGLISCHE ÜBERSETZUNG SAGT ALLES!



ZU VIELE ANTWORTEN UND ZU VIELE OPTIONEN...

DAS PRINZIP DER EIER-LEGENDEN WOLLMILCHSAU BESTIMMT DIE KOMMUNIKATION ZUM KUNDEN.

ALLERDINGS SUCHT DER KUNDE EHER DIE LÖSUNG FÜR EIN ZENTRALES PROBLEM, ANSTATT VIELER LÖSUNGEN FÜR PROBLEME, DIE ER GAR NICHT HAT!

DIE LÖSUNG FÜR PROBLEM A MUSS MAN KÖNNEN. PROBLEM B-Z VERKAUFT MAN BEIM NÄCHSTEN MAL VIEL EINFACHER.

soulbrands



DAS INTERNET BEHERRSCHT DIE KOMMUNIKATION MIT DER MASCHINE, NICHT MIT MENSCHEN!...

DIE INFORMATIONSTRUKTUR HAT SICH DURCH DAS INTERNET GEÄNDERT. DIE INFORMATIONEN LASSEN SICH DURCH KLICKEN IM MENU WEITER DETAILLIEREN UND VERDICHTEN. LEIDER KANN MAN BEI VERTRIEBLERN NICHT EINFACH KLICKEN. HIER WIRD EINE ZUSAMMENHÄNGENDE, ÜBERSCHAUBARE UND PLAUSIBLE GESCHICHTE ERWARTET.

DAS ZIEL MUSS EINE INTERESSANTE GESCHICHTE ZUM KUNDENNUTZEN SEIN, DIE SICH EMOTIONAL VERANKERN LÄSST!

soulbrands

STEP 3 - WAS MACHT GUTE GESCHICHTEN AUS?

INTERESSANT...

DAS THEMA MUSS DEN ZUHÖRER BERÜHREN UND SEIN INTERESSE FINDEN.

EIN AUSSCHLIEßLICHER BUSINESSBEZUG IST KEINE ZWINGENDE BEDINGUNG.



KURZ...

DIE GESCHICHTE SOLLTE NICHT DIE WARTENZEIT ZWISCHEN ZWEI BUSSEN FÜLLEN.

EIN KLARER FADEN MUSS VERFOLGT WERDEN, OHNE ZU VIELE DETAILS UND NEBENZWEIGE EINZUBAUEN.



NACHVOLLZIEHBAR...

DER ZUSAMMENHANG VON PROBLEM UND LÖSUNG MUSS GLAUBHAFT SEIN!

soulbrands

EINFACHE WORTWAHL...

FREMDWÖRTER
VERMITTELN EINE
PRÄZISION, DIE IM
RAHMEN DES
STORYTELLINGS GAR
NICHT GEWÜNSCHT IST.

NICHT VORHERSEHBAR...

ES GILT EINEN
SPANNUNGSBOGEN ZU
ERZEUGEN. DIES GEHT IN
DER REGEL EINFACHER,
WENN EINE GESCHICHTE
DIE KONSEQUENZ AM
ENDE MÖGLICHSST LANGE
IM UNKLAREN LÄSST.



PLAUSIBILITÄT...

„WUNDER GIBT ES IMMER WIEDER!“
- WUNDER HABEN ABER NICHTS
BEIM BUSINESS STORYTELLING ZU
SUCHEN.

soulbrands

STEP 4 - DER AUFBAU

DAS PROBLEM...

DIE KRISE, DIE ZUSPITZUNG, DIE KATASTROPHE, ...



DAS AUFBÄUMEN...

DER AUFBRUCH, DAS DAGEGENSTÄMMEN, DER WILLE...



DIE CHANCE...

DIE HERAUSFORDERUNG, DER WETTSTREIT, DIE AUFGABE, ...



soulbrands



DIE LÖSUNG...

**DAS ÜBERWINDEN, ES
SCHAFFEN, ES BESIEGEN,...**



DIE QUINTESSENS...

**DIE ERKENNTNIS, DIE LEHREN
FÜR DIE ZUKUNFT, DIE
REGELN,...**



**DER HELD REITET
IN DEN SONNEN-
UNTERGANG...**

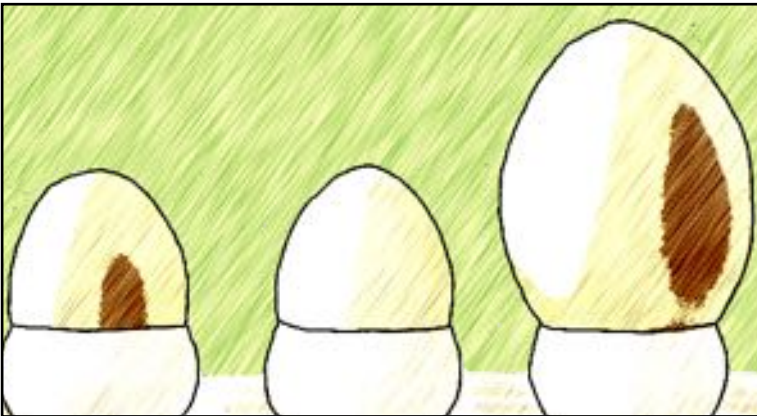
**DAS GUTE ENDE, DAS
HAPPY END, DAS
AUFATMEN...**

soulbrands

STEP 5 - SOULBRANDS UNTERSTÜTZT SIE!

WIR ENTWICKELN MIT IHNEN DIE GESCHICHTEN
FÜR IHRE KUNDEN!

KUNDENNUTZENANALYSE



IM RAHMEN DER KUNDEN-
NUTZENANALYSE BIETEN WIR
DIE ENTWICKLUNG DER
KUNDENPERSPEKTIVE,
INKLUSIVE DER PASSENDEN
MARKTFORSCHUNG UND DAS
HERAUSSTELLEN
ZENTRALER ANKERPUNKTE.

USE CASES

SOULBRANDS
ERMITTELT DIE
RELEVANTEN
NUTZUNGS-
SITUATIONEN AUS
DER KUNDEN-
PERSPEKTIVE, DEN
BESONDEREN
BENEFIT FÜR DEN
KUNDEN.



soulbrands

VERDICHTUNG ZUR ZENTRALEN USERSTORY

DER ZENTRALE KUNDENNUTZEN WIRD SIMPLIFIZIERT UND ALS GLAUBWÜRDIGE GESCHICHTE AUFBEREITET.

You smile. I smile.

WEITERVERARBEITUNG



AUF DIESER BASIS SCHAFFEN WIR DIE GRUNDLAGE FÜR DEN AUFBAU DER KOMMUNIKATION UND DIE NUTZUNG IM VERTRIEB.

BESONDERE FEATURES SIND DIE BEWERTUNG DER RELEVANTEN TOUCHPOINTS UND ANPASSUNGEN FÜR DIE VIRALE VERBREITUNG.

soulbrands

STORYTELLING GESCHICHTEN FÜR DEN ERFOLG

DIE KUNST DEN RICHTIGEN ASPEKT AUS DER VIELFALT VON DETAILS HERAUSZUGREIFEN UND DAMIT DIE RICHTIGE GESCHICHTE ZU ERZÄHLEN, DAS IST HEUTE DER WEG ZUM ERFOLG.

SOULBRANDS STORYTELLING IST EIN ERSTER SCHRITT.

WANN KÖNNEN WIR DIESEN SCHRITT MIT IHNEN GEHEN?

WIR UNTERBREITEN IHNEN GERNE EIN ANGEBOT.

SOULBRANDS

STRATEGIEAGENTUR | MARKEN & INNOVATIONEN

LÜBECKER STRASSE 13
50668 KÖLN

TEL.: +49 221 79 00 97 01
MOBIL: +49 152 37 86 49 33
@: RUHMSERVICE@SOULBRANDS-DE
WWW.SOULBRANDS-DE

what's
your
story

soulbrands