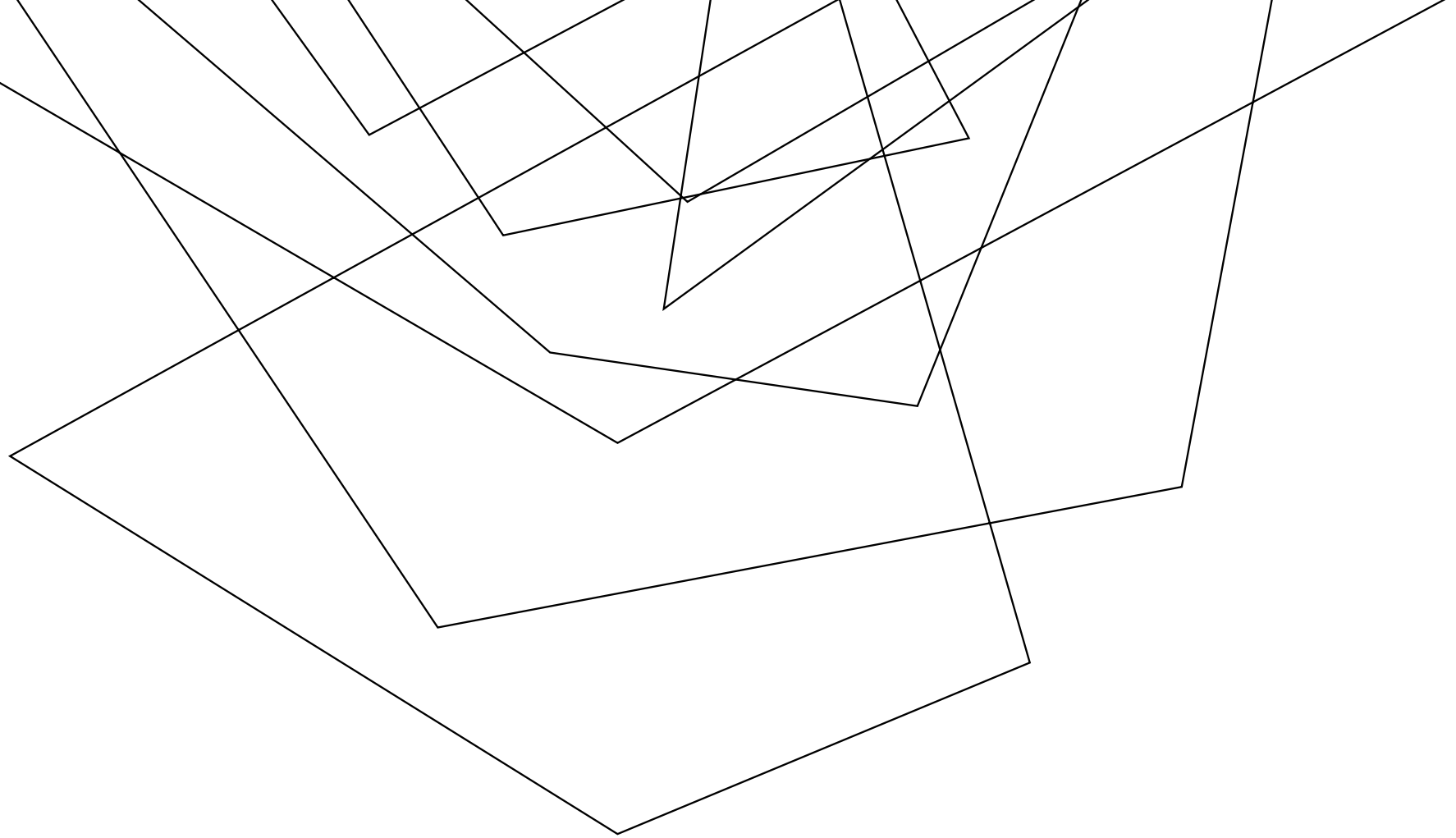


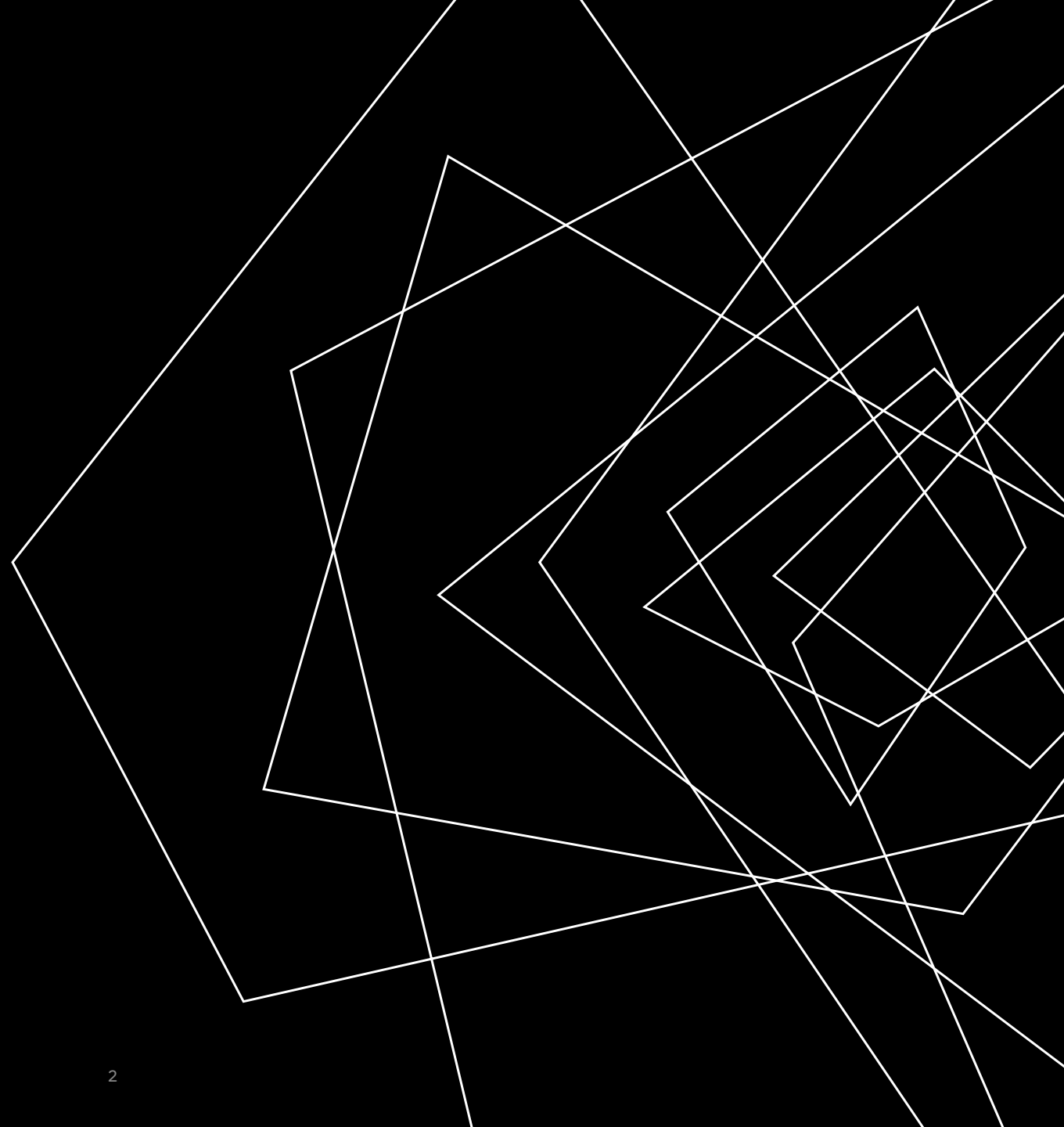
STORYTELLING 2023

Sarah Hofer

6 ELEMENTE

Eine packende, emotionale Story umfasst sechs wichtige Punkte:

1. das Warum
2. Konflikt
3. Hauptcharakter
4. WIFT (What‘s in it for them?)
5. In der Kürze liegt die Würze
6. Happy End



AUF KLISCHEES VERZICHTEN

- Verzicht auf Geschlechterrollen oder im allgemeinen Stereotypen
- Mehr Storys über Diversität
- Der Versuch, alle miteinzubeziehen
- Jeder einzelne soll sich angesprochen fühlen

TIKTOK — Kurze Storys auf TikTok spricht hauptsächlich die junge Zielgruppe an

INSTAGRAM — Reels auf Instagram sind zurzeit sehr beliebt, spricht auch eher jüngere Personen an.

YOUTUBE — Auch auf YouTube lassen sich kurze Videos posten

- Zielgruppe umfassender

FACEBOOK — Geeignet für ältere Zielgruppe

KURZE STORYS

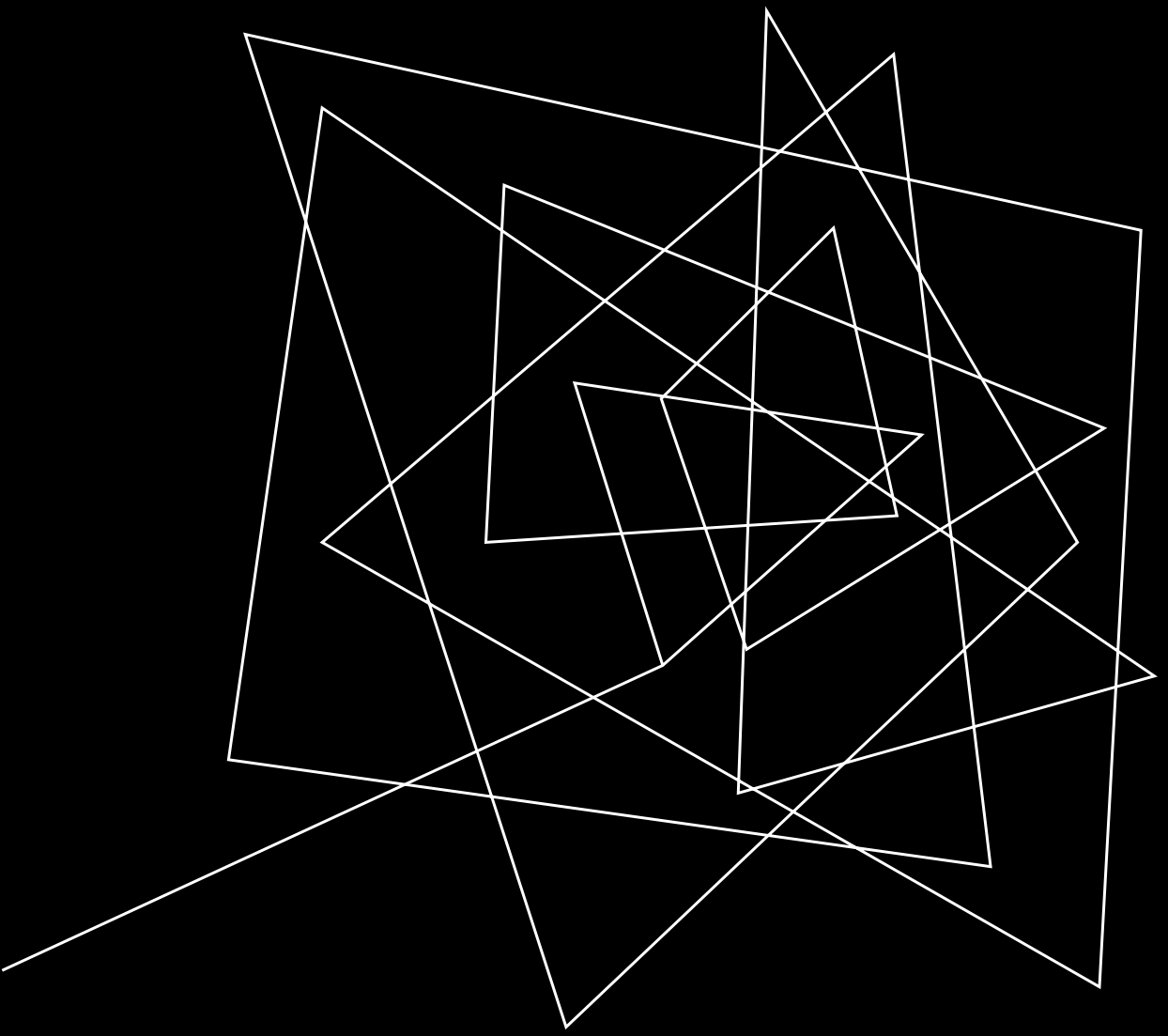
DAS „LAUTE-BAR-PRINZIP“

Das Prinzip besagt, dass Storys so erzählt werden müssen, dass man sie auch versteht und das selbst in einer „lauten Bar“.

- leicht verständlich
- So interessant, dass man sie weitererzählen will

LONG STORY SHORT.

- kurz
- prägnant
- informativ
- individuell



PODCASTS

PODCASTS ERSCHLIEßEN NEUE CONTENT-KANÄLE

ZIELGRUPPE

Ob Wissen, Entertainment oder Nachrichten, über einen Podcast erreichen Ihre Themen un Ihr Content eine breite und diversifizierte Audience.

LEBENDIG

Durch das Erzählen wirken die Storys lebendiger sowie persönlicher.

KI – EINSATZ EINER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ

Der Einsatz von Finanzberichte oder Live Ticker – flächendeckend von Algorithmen verfasst

Zielgruppen, lassen sich dank Machine Learning leichter identifizieren und deren Bedürfnisse, Verhaltensweisen und sogar Content-Präferenzen können gefiltert werden

Der Einsatz von KI‘s sorgt für mehr Effizienz.

EINSATZ VON MICRO INFLUENCER/INNEN

Mittlerweile fixer Bestandteil

- Stabile Vertrauensbrücken zu deren Community
- Auswahl an spezifischen Zielgruppen
- Auswahl an verschiedenen Kommunikationskanälen (Social-Media-Plattformen)

Weniger ist mehr

– Micro-Influencer/innen, also Personen mit maximal 50.000 Follower, eignen sich trotz ihrer relativ kleinen Audience, deutlich besser für wirksames Content Marketing.

– Erfolg bemisst sich nicht durch Reichweite, sondern durch nachhaltiges Engagement.

ACCOUNT-BASED MARKETING

ANSPRECHEN MIT PERSON

Erfolgreiche Kommunikation:

- ✓ Individuell
- ✓ gehaltvoll
- ✓ menschlich

Spezifische Auswahl von Zielpersonen, die im Zuge eines Engagement-Prozesses mit personalisierten Inhalten angesprochen werden.

Nach dem Erstkontakt mit potenziellen Kunden: Kontakt „am Ball halten“ und einzigartigen Content liefern.

EXPERT/INNEN DÜRFEN NICHT FEHLEN

- Es wirkt so, als wäre Storytelling leicht implementierbar.
- Dem ist jedoch nicht so.
- In der Realität ist Storytelling vielmehr eine neue Sichtweise auf eigenes Markenempfinden, bzw. auf eigene Markenidentität.
- Die Zusammenarbeit mit externen Storytelling-Expert/innen daher dringend nötig.
- Interne Ressourcen werden nicht überlastet, neue Ideen und Perspektiven finden Einzug.

ZUSAMMENFASSUNG

- ✓ Strikte Umsetzung der sechs Elemente beim Storytelling
- ✓ Verzichten auf Klischees
- ✓ Kurze Storys in den Fokus ziehen (Nutzung von Social-Media-Kanälen
- ✓ Beachtung des „Laute-Bar“ Prinzips
- ✓ Erweiterung der potenziellen Kundschaft mit Podcasts
- ✓ Einsatz einer KI

ZUSAMMENFASSUNG

- ✓ Einsatz von Micro Influencer/innen
- ✓ Einsatz von Account-based-Marketing
- ✓ Einsatz von Expert/innen

VIELEN DANK FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT!