



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

News
& Facts

Tell a Story !

Von Peter Cristofolini

Die digitalen Medien wie Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, YouTube & Co. bieten viele Möglichkeiten der Kommunikation. Aber leider verleiten Sie auch dazu banale Bilder ins Netz zu stellen. Was soll ich mit den vielen Urlaubsfotos oder Kommentaren zu einem Foto von einem teuren Essen? Und dann ist da noch die oft langweilige digitale Werbung.

Im Marketing kommt es darauf an, interessante neue Informationen zu liefern, die den Kunden nutzen oder zumindest erfreuen.

Dazu muss man sich über seine Firma, sein Produkt, seine Dienstleistung Gedanken machen und sich Stories ausdenken. Erst danach kommt die Umsetzung in Bild, Video und kurzem Text.

Zur Geschichtenerzählung sollten alle Innen- und Außendienstmitarbeiter aufgefordert werden, vielleicht durch einen Wettbewerb. Vorher ist ein Workshop sinnvoll, der den Wert der sozialen Medien erklärt.

Man braucht nicht nur eine Story, sondern mehrere für die unterschiedlichen Zielgruppen wie Händler, junge und ältere Kunden. Und die ganz große Aufgabe ist es, analoge und digitale Kommunikation zu verzahnen.

Ein Beispiel für eine Story: Für die Freie Kultur Szene in Essen haben wir eine Präsenterin kreiert, die den Namen KULTESSA hat (zusammengesetzt aus Kultur, Essen und dem Vornamen Tessa). Kultessa gibt Tipps zu Theaterstücken, Festivals, Ausstellungen und sagt auch, was für wen geeignet ist. Noch ist es eine gezeichnete Frau, aber sie soll später mal lebendig werden - das ist leider eine Geldfrage.