

INVENIRE

INTELLIGENCE STRATEGY COMMUNICATION TALKS

STORYTELLING - BERÄTTELSE SOM BERÖR OCH STÄRKER VARUMÄRKET

PATRICIA WIKLUND

Storytelling betyder kort och gott att berätta. Berättelsen talar till känslan, den ger liv och djup till ditt budskap och den sprids lätt eftersom berättelser ofta är lätta att minnas.

DIFFERENTIERING

Allt utom storyn kan bli kopierat.

I storyn är du unik och minnesvärd.

ETT VERKTYG

Du ger dina kunder ett verktyg.
Kunderna börjar sälja åt sig själva.

Man övertalar sig själv.
Rationaliserar bort alla logiska element. Berättar berättelser för sig själv.

**VARFÖR
FUNKERAR DET?**



Vår hjärna är programmerad för historier.



Synkroniseras.



22 gånger mera effektivt.



Hjärnan vaknar upp.



**Ge din berättelse ett hjärta.
5 principer**

1. Håll det enkelt

2. Skapa och möt ett behov

3. Gör det lätt att minnas

4. Konversera

5. Respektera din lyssnare

1.

VEM ÄR DIN HJÄLTE?

Före du utvecklar din produkt bör du fråga dig vem du verkligen vill betjäna. Gå i deras skor...

SEEING

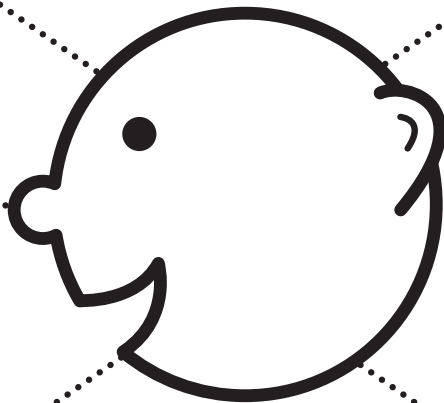
environment
friends
what the market offers

SAYING

attitude in public
behaviour towards others
measures of success

THINKING & FEELING

what really counts
major preoccupations
worries & aspirations



HEARING

what friends say
what boss says
what influencers say

customer's name

customer's job title

2.

SKRIV DIN HJÄLTES HISTORIA

Vilken är storyn de behöver berätta för sig själv?

Vilka produkter och tjänster kan du erbjuda för att hjälpa din hjälte förändra sin story?

3.

KARTLÄGG DEN DIGITALA RESAN

Även den bästa storyn är värdelös om ingen tar del av den.

Hur skall du kartlägga din story så att dina kunder konsumerar den i den digitala eran?