

SEO CAMPIXX, 16.03.2014

Andreas Schülke

STORYTELLING –

WO KOMMEN DIE GESCHICHTEN HER?

Kurz zu mir...

Andreas Schülke

Head of Linkbuilding bei Bloofusion Germany

- Diplom-Psychologe
- Eher Marketing-Strategie als Technik-Freak
- Linkaufbau ↔ Content



Einleitung

DAS GESCHICHTEN ERZÄHLENDE TIER

Warum lieben Menschen Geschichten?

> Evolution

1. Üben von Problemsituationen
→ mentales Fitnessstraining im Überlebenskampf
2. Weitergabe von Werten
→ Zusammenhalt von Gruppen, die Geschichten teilen



Und warum sollten Marken Geschichten erzählen?

- > Reichere Gedächtnisspuren
 - > Mnemonics



- > Werte lassen sich durch gute Geschichten beeinflussen



COMMUNITIES

ALL FAMILIES

I WAS TINKERING
IN MY BASEMENT
ONE DAY...

PAUSE

AND THEN..

SANTA

AND

WWII
G.I.

ALSO

HAPPINESS
FACTORY

STORYTELLING IS AT THE HEART OF CULTURES

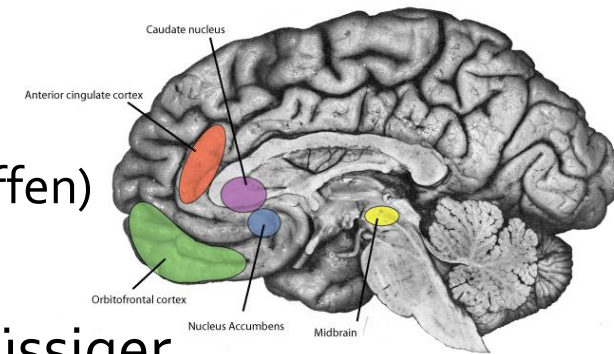
EXCELLENT
STORY MR
PEMBERTON

Protagonisten

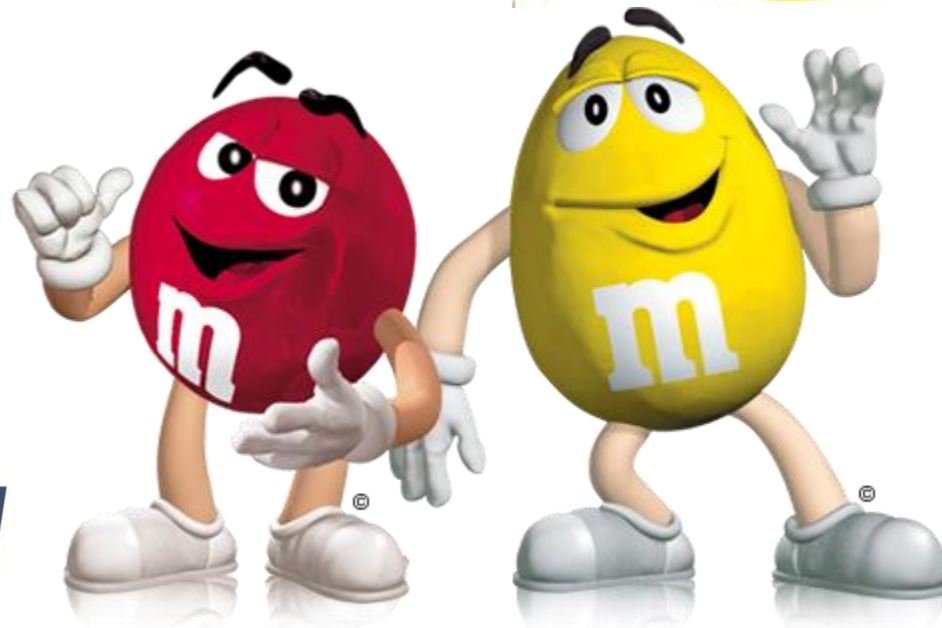
MARKEN → CHARAKTERE

Psychologie

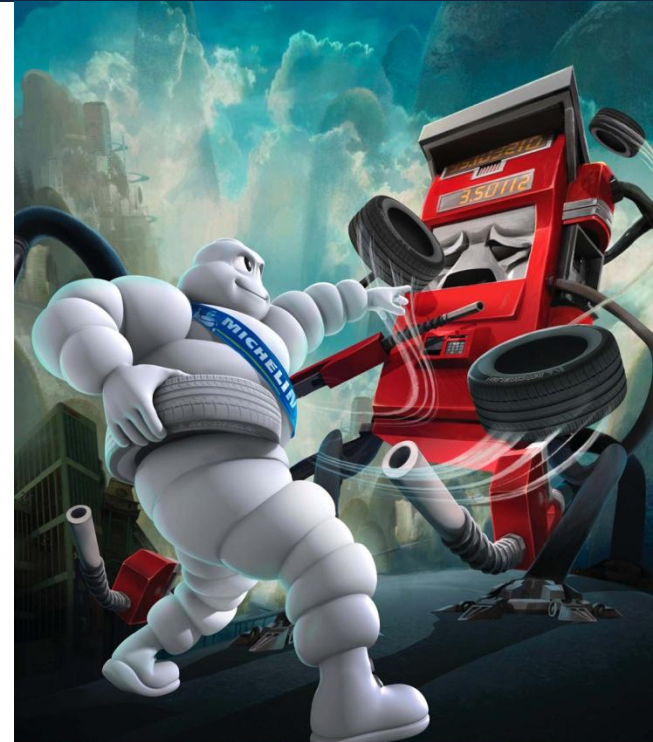
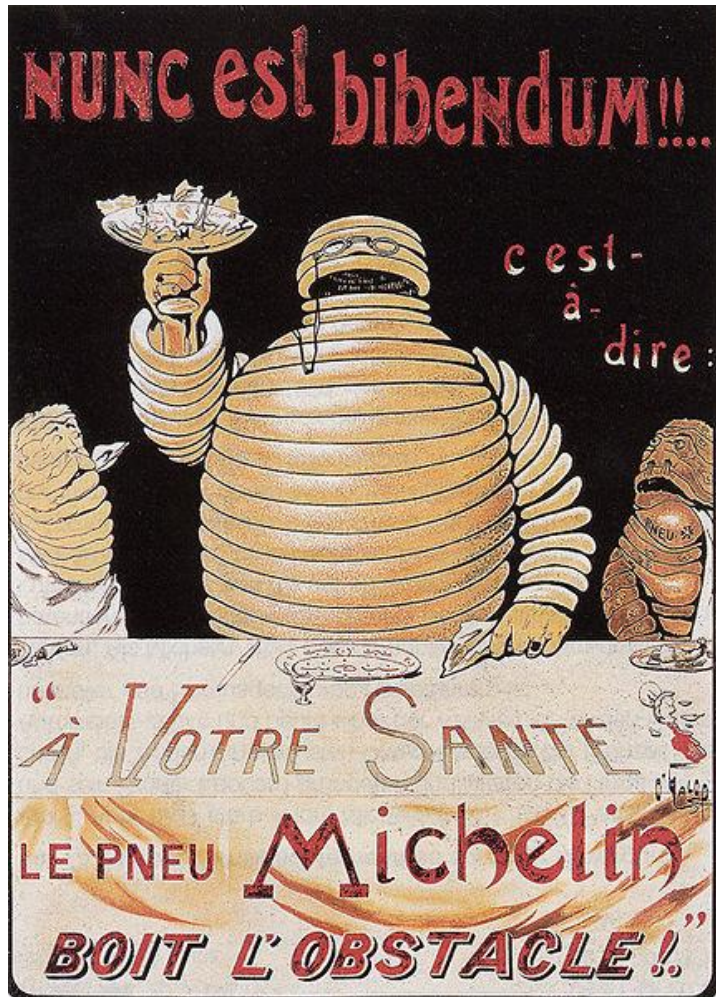
- Es gibt kein Gehirnareal für die Verarbeitung von Marken
- Eine bekannte Marke aktiviert bestimmte Regionen:
 - Emotionen
 - Belohnungszentren
 - Beispiel: Coke vs. Pepsi (Blindverkostung vs. offen)
- Bei starken Marken ist die Verarbeitung flüssiger
→ Präferenzen



Marken als Persönlichkeiten



Marken als Persönlichkeiten



Keine Geschichten ohne Charaktere

- > Maskottchen
- > nach außen wirksame Persönlichkeiten
- > Belegschaft
- > Gründer
- > Kunden / Community



Diskussion im Plenum

Protagonisten

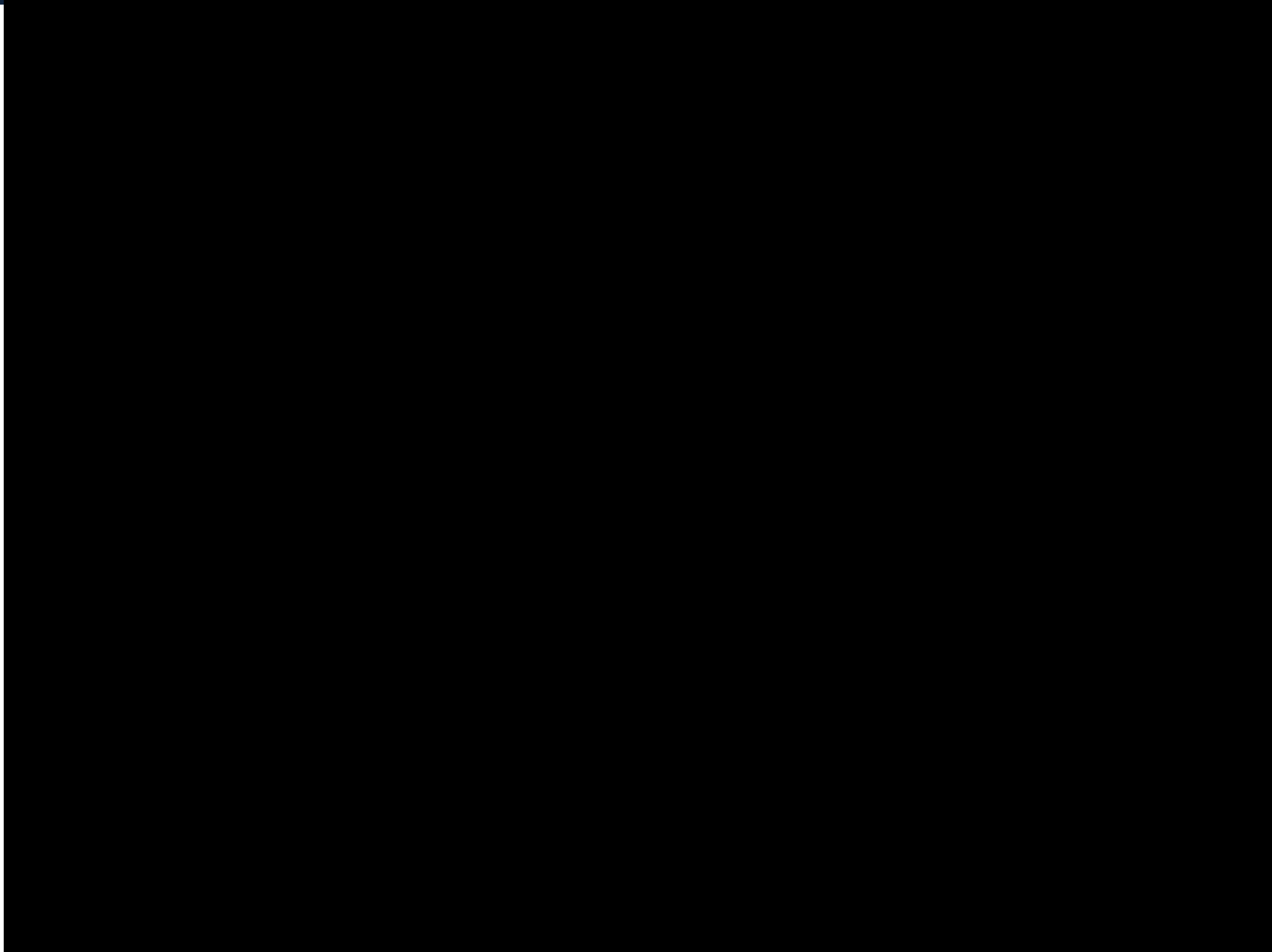
- KUNDEN
- MITARBEITER
- CHEF - FOLKLORE
- PROMIS
- TIERE/FABELWESSEN
- GEGENSTÄNDE
- KINDER
- ANDERE GESCHICHTEN

(Maschinen)lesbar:

Protagonisten

- Kunden
- Mitarbeiter
- Chef
- Promis
- Tiere
- Fabelwesen
- Gegenstände (z. B. Rügenwalder Mühle)
- Kinder
- Andere Geschichten
- Folklore

Gründer: CHANEL



Kunden: nutella

0 

"Ich heiße Timo und bin ein großer Nutella[®] Fan. Morgens und abends muss Nutella[®] aufs Brot. Meine Tante Gaby isst auch gerne Nutella[®]. Wenn si..."

ALLE TUN 12/03/2014

1 

"Was gab es in meiner Kindheit schöneres als sonntags ein leckeres frisches Brötchen mit Nutella[®] zu essen? Ich liebte es damals und liebe es..."

anja9671 12/03/2014

7.910

GETEILTE GESCHICHTEN

JETZT BEIM GEWINNSPIEL MITMACHEN!

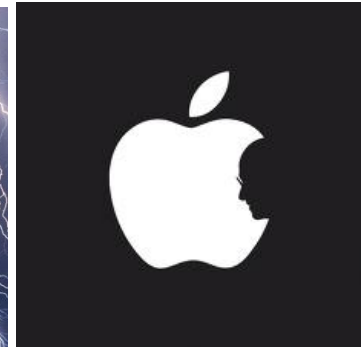
TEILNEHMEN

#NUTELLASTORIES

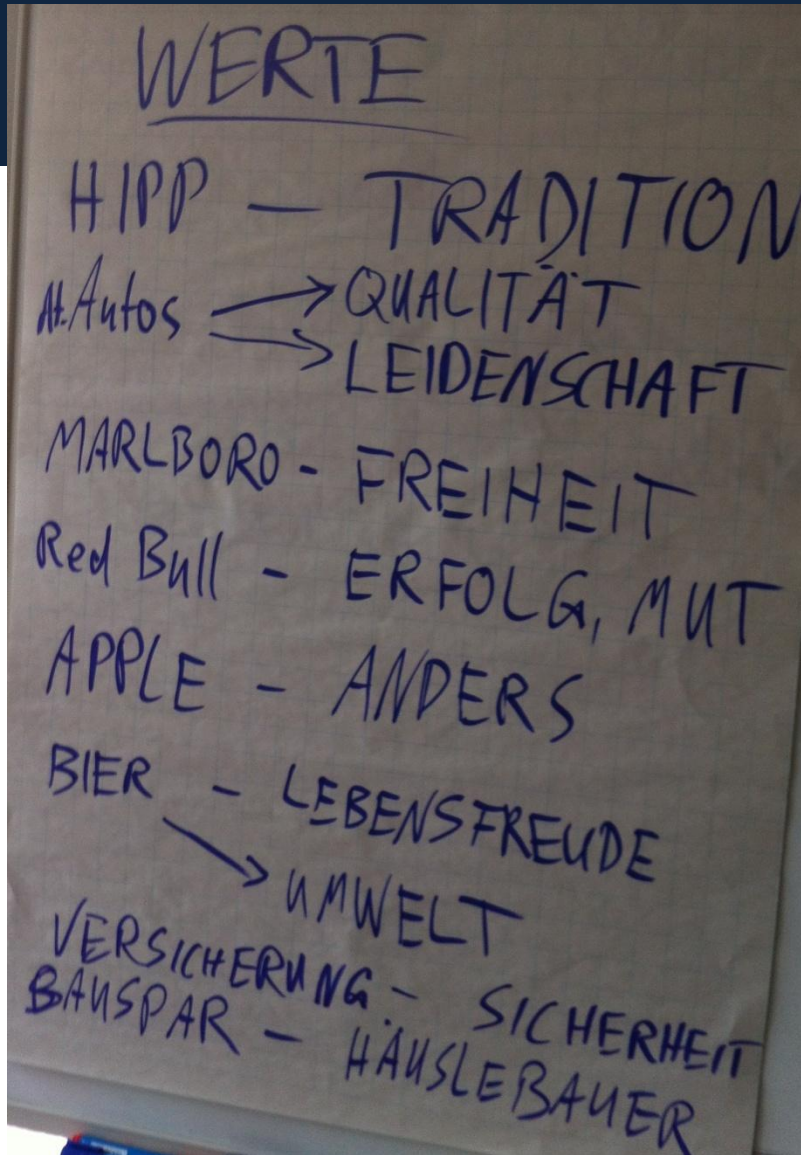
Die Moral von der Geschichte'

Stories transportieren Werte!

- Red Bull: Extrem
- Apple: Cool
- MOZ: die "Guten"
- CAT: Beständigkeit
- DHL: Schnelligkeit



Diskussion im Plenum



(Maschinen)lesbar:

Werte

Hipp – Tradition

Deutsche Autos – Qualität

Autos – Leidenschaft

Marlboro – Freiheit

Red Bull – Erfolg, Mut

Apple – Anders, Besonders

Bier – Lebensfreude

Krombacher – Umwelt


Versicherung – Sicherheit

Bauspar – Häuslebauer

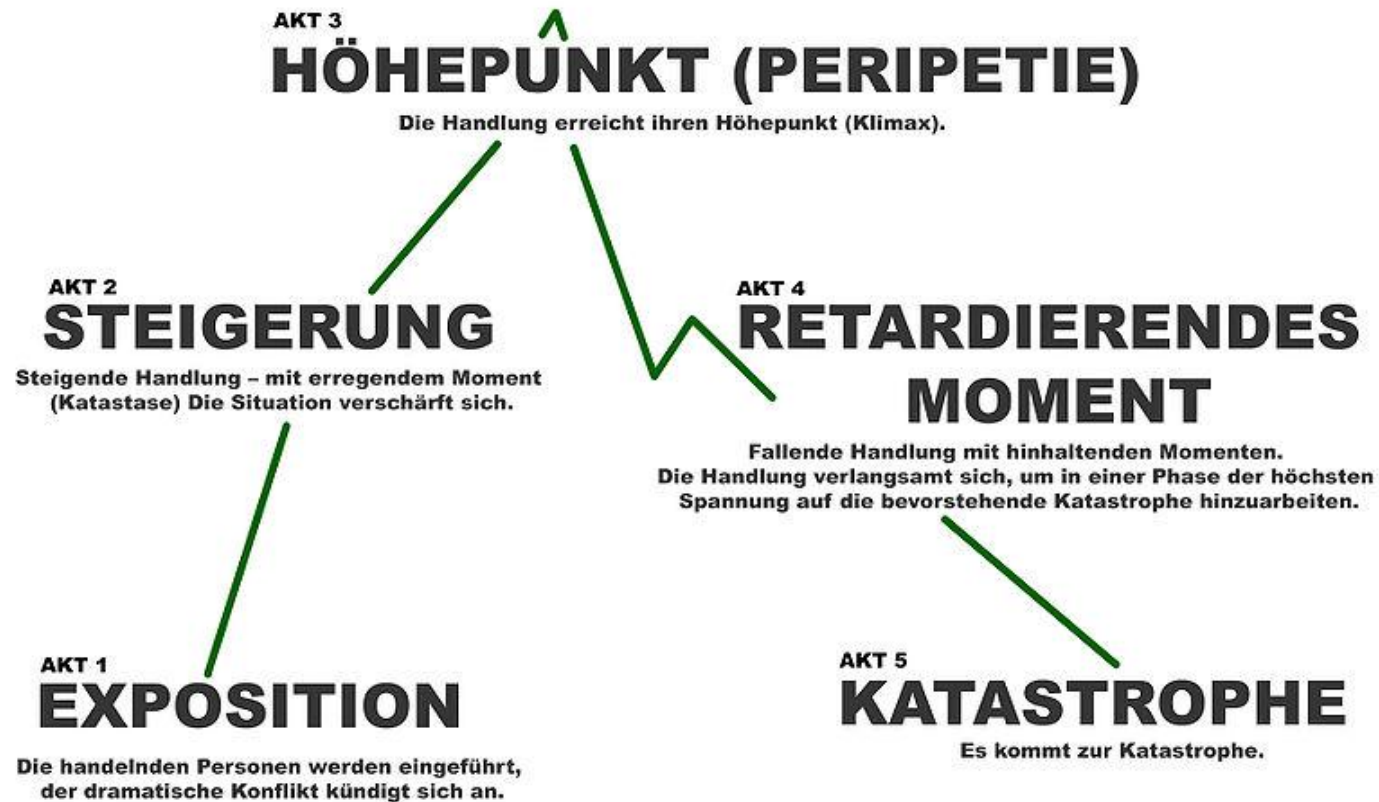
Der Weg ist das Ziel

DIE MISSION

Ziel: Mission Statement

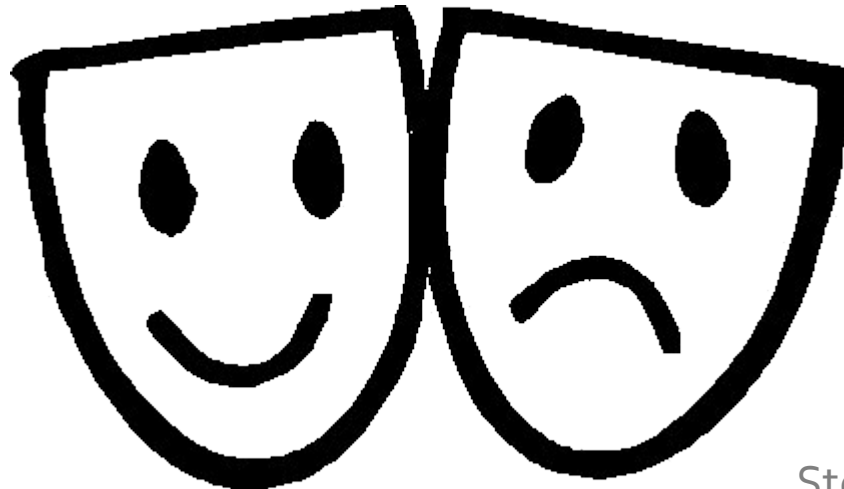
- > Wofür steht das Unternehmen?
 - > Wem hilft das Unternehmen?
 - > Wie?
 - > Warum?
- 
- > Was unterscheidet das Unternehmen von der Konkurrenz?
 - > Wenn es das Unternehmen morgen nicht mehr gäbe, würde man es vermissen? Würde man sich daran erinnern?
 - > **Was ist die Mission und das Ziel für die nächsten 10 Jahre?**

Drama, Baby!

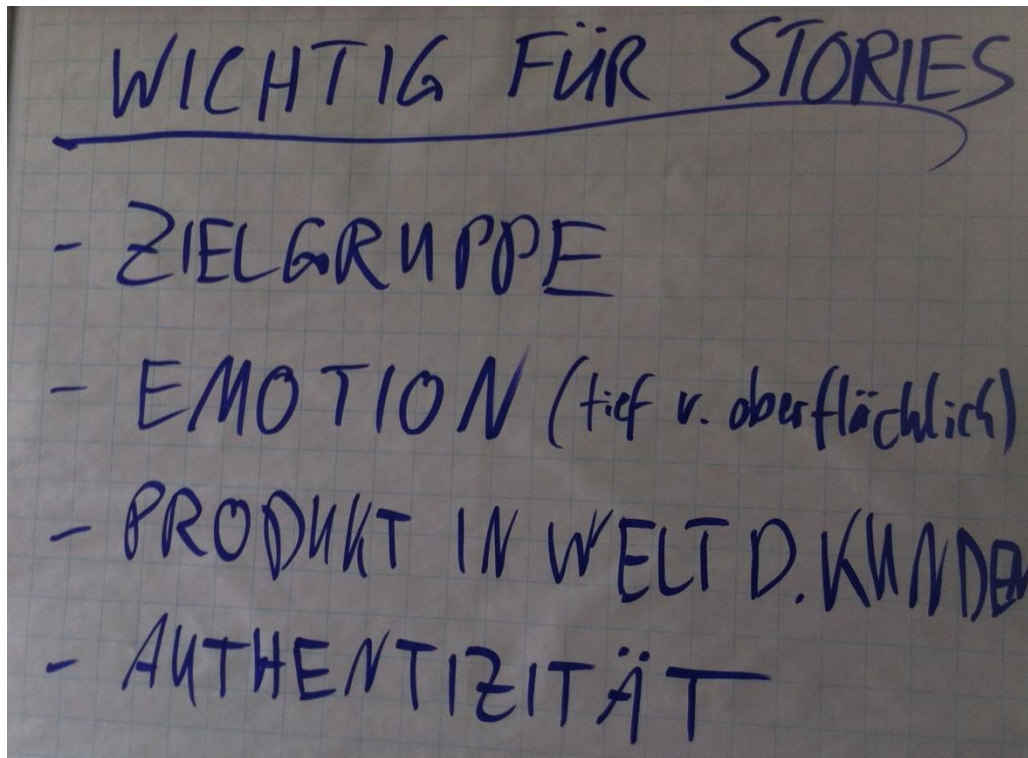


Drama, Baby!

- > Geschichten ohne Probleme und Hindernisse sind laaaaangweilig!
- > Ruhig offen erzählen:
 - > Gesteckte Ziele sind schwierig.
 - > Wir haben es nicht auf Anhieb geschafft.
 - > Wir sind nicht perfekt, wollen es aber unbedingt schaffen!
- > Happy Ending?



Diskussion im Plenum



(Maschinen)lesbar:

Wichtig für Stories

- Zielgruppe

- Emotion

(tief vs. oberflächlich)

- Produkt in der Welt
des Kunden

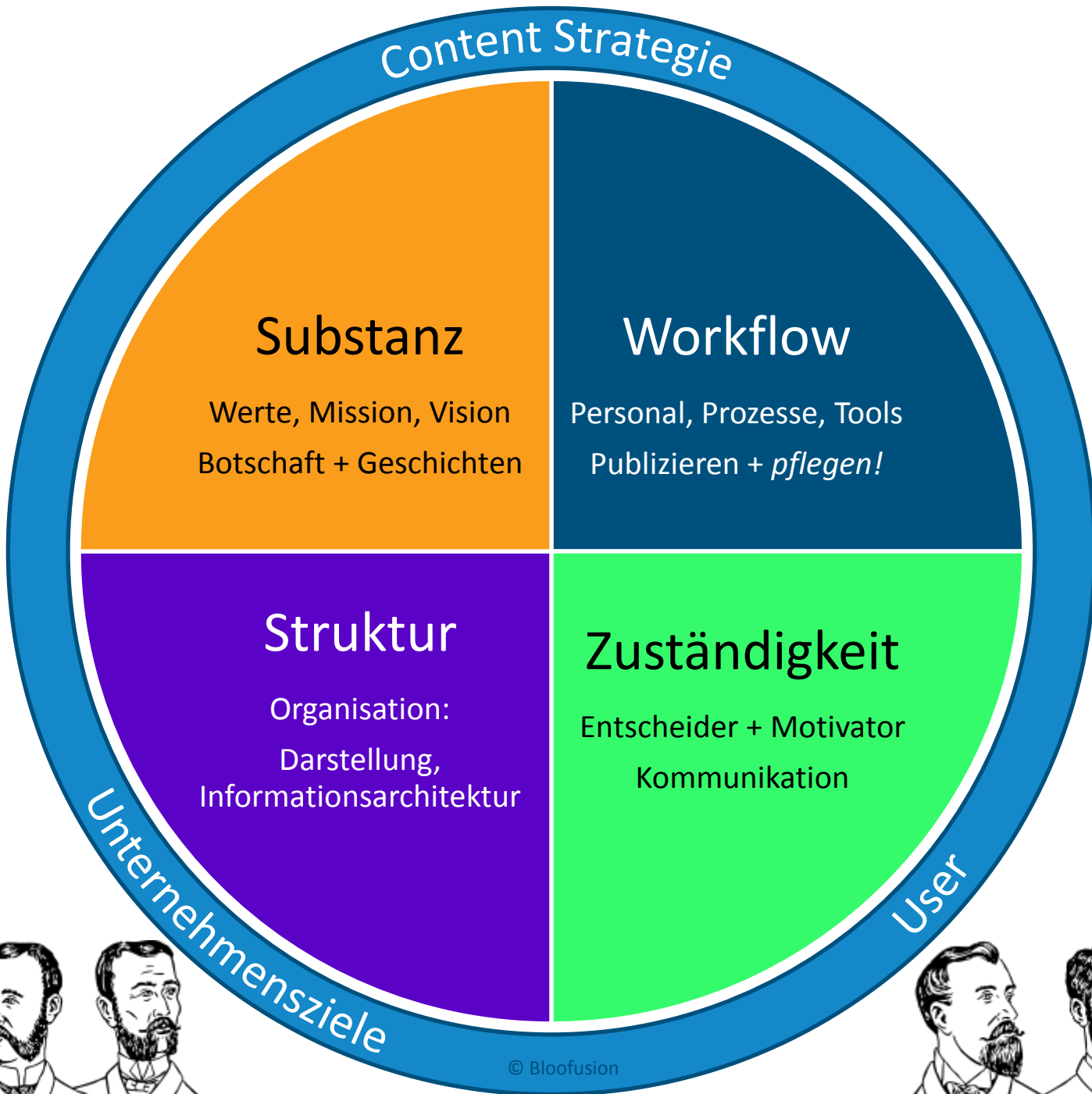
- Authentizität

Content-Strategie

GESCHICHTEN EFFEKTIV ERZÄHLEN

Was? Wie? Wer? Wann?

- ✔ Werte, Mission, Vision
- ✔ Geschichte
- Struktur
- Workflow
 - Personal (oder Geld)
 - Prozesse
- Zuständigkeit
 - Verantwortlichkeit
 - Kommunikation



Fazit

- > Menschen lieben Geschichten
- > Geschichten brauchen Protagonisten
- > ... und Drama
- > ... und eine Moral

- > Geschichten wollen erzählt werden
 - > Geschichtenerzähler
 - > Publikum

Vielen Dank



Andreas Schülke
Head of Linkbuilding
Bloofusion Germany GmbH

E-Mail	andreas.schuelke@bloofusion.de
Twitter	schuelke88
Web	bloofusion.de
Blog	internetkapitaene.de
Facebook	facebook.com/bloofusion.de
YouTube	youtube.com/bloofusionTV
Magazin	suchradar.de