

DIY STORYTELLING

51nord marketing
Wein

WHITEPAPER

Storytelling

DEIN KOMPASS FÜR
DIE ZUKUNFT

Storytelling

EVERYONE HAS A STORY

Unternehmenskommunikation für die Langstrecke



Liebe Weinfreunde,

als vor einigen Wochen die E-Mail einer fleißigen Studentin bei mir eintraf, mit der Bitte ein Experteninterview über das Storytelling in der Weinbranche zu geben, da kam ich soeben mit festen Wanderschuhen von einem Waldspaziergang zurück und lies vor lauter Schreck mein Handy fallen. Durchgefroren, beschwingt und in einem Zustand vollkommen eins mit der Natur zu sein, erreichte mich diese Anfrage zum bestmöglichen Zeitpunkt, kurz nach den Weihnachtsferien.

Ich hing meinen gelben Parka (mit dem ich locker nach Grönland auswandern könnte!) an den Haken, streifte mir die Wollmütze ab, und tauschte die Wanderschuhe gegen warme Hüttenschuhe ein. Im Haus duftete es nach Zimt, Nelken und frisch gebackenen Waffeln.

Schnitt.

Na, was hast Du Dir gemerkt? Welches Bild blieb in Deinem Kopf hängen? Ist es die Anfrage der jungen Studentin, oder doch eher das Bild einer nicht mehr ganz so jungen Frau, die Wind und Wetter trotz und mit dicken Wanderschuhen glücklich ins Haus stapft, um sich zu wärmen? Du wählst die zweite Variante?

Herzlich willkommen beim Storytelling.

1. Was ist Storytelling?

Die besten Geschichten schreibt das Leben! Das wissen wir alle. Storytelling ist etwas zutiefst urmenschliches... nichts, dass wir künstlich erzeugen können. Geschichten vereinfachen es unserem Gehirn Informationen aufzunehmen. Deswegen packen wir unsere Erlebnisse seit jeher in eine Geschichte. Diese vermittelt unserem Zuhörer eine bestimmte Emotion, die er fortan mit uns oder unserem Unternehmen verbinden wird. Storytelling vermittelt also auf einer tieferen Ebene zwischen dem Kunden und dem Unternehmen.

2. Warum benötige ich Storytelling für meinen Wein-Betrieb?

Ging man früher im Wein-Marketing von einem bewusst und rational handelnden Kunden aus, so wissen wir heute, dass der Wert eines Produktes in unserem Gehirn allein durch Emotionen entsteht. Du willst den Wert erhöhen, und damit mehr Geld verdienen? Dann verstärke die mit dem Produkt verbundene Emotion.

3. Wie geht das?

Erzähle Deine Geschichte! So authentisch wie möglich. Mit lustigen Anekdoten, mit Hindernissen auf dem Weg zum Erfolg, und mit Deinem ganz eigenen Charme.



Es gibt keine gelungene Unternehmenskommunikation ohne das Storytelling.

Es geht um Nähe und um Vertrauen - und in aller Konsequenz um Kundenbindung.

Das ist echte Nachhaltigkeit!

FALLSTRICKE

A: Die falsche Perspektive

Bevor Du loslegst...

gilt es einen Perspektivwechsel zu wagen. Ein richtig gutes Storytelling setzt den entscheidenden Fokus bewusst auf die menschliche Seite Deines Unternehmens. Menschen kaufen bei Menschen! Liegt Dein Fokus im Grundsatz eher bei den Gärkurven, oder gar Deinem Warenwirtschaftssystem, dann hole Dir professionelle Hilfe, um Dein individuelles Unternehmensgefühl in die Öffentlichkeit zu tragen.

B: Fehlendes Know-how

Wichtig für den Kauf eines Produktes ist immer das eigene Motiv. Warum kaufe ich gerade diesen Wein ein? Was ist der innere Antrieb für diese Kaufentscheidung? Jedes Produkt sollte das Motiv seines Kunden ansprechen können. Es geht dabei nicht um Manipulation, sondern um reelle Fakten.

Ein Beispiel: Wird Dein Wein vielleicht von Hand gelesen, gibt es ihn in limitierter Stückzahl? Dann sprichst Du damit eine bestimmte Käuferschicht an, die einen hohen Exklusivitätsanspruch inne hat. Dieser "Performer" Typ hat ein vollkommen anderes Motiv einen Wein zu kaufen, als Liebhaber biologisch-dynamischer Weine. Werde Dir also über Dein Gesamtkonzept im Klaren, und lerne Zielgruppen in Archetypen einzuteilen. Dies sorgt für einen roten Faden in Deiner gesamten Kommunikationsstrategie. Fehlendes Know-how im Marketing kannst Du einkaufen, und damit für einen echten Mehrwert in Deinem Betrieb sorgen.

C: Ohne Plan, ohne Strategie, ohne Erfolg

Das Storytelling muss auf die Langstrecke ausgelegt sein. Arbeitest Du ohne eine Analyse des Ist-Zustandes, kannst Du weder strategisch planen, noch nachhaltig erfolgreich sein. Im digitalen Storytelling nutzen wir Redaktionspläne, die mindestens 12 Monate berücksichtigen, um ein Ziel zu erreichen. Erfolge müssen dabei stets messbar sein.

D: Fotos? Fehlanzeige!

Au weia! Unser Gehirn verarbeitet Bilder bis zu 60.000 mal schneller als Texte, nutze eigene Bildmaterialien um Dein volles Potenzial auszuschöpfen.



Herzlichen Glückwunsch

DU HAST EINEN MEILENSTEIN ERREICHT



Du hast Mut bewiesen, Dich den Anforderungen gestellt, und Deinen Kompass Richtung Zukunft genordet.

Storytelling lebt u.a. von:

- Deiner individuellen und fortlaufenden Unternehmensgeschichte
- der Regelmäßigkeit der Kommunikation
- Authentizität
- stilvoller Imperfektion!
- Wiedererkennung
- guten Fotos

... und Vielem mehr!

Ich bin gespannt, Deine Geschichten zu hören, und freue mich darauf, Deine Erfahrungen und Erkenntnisse in der Erforschung Deiner Unternehmenskommunikation zu erleben.

Gerne bin ich auch weiterhin für Dich da, und begleite Dich auf Deinem Weg in eine glückliche und erfolgreiche Zukunft.

Vielen Dank!
Deine Stefanie

VIELEN DANK FÜR DEIN VERTRAUEN

Es war mir eine große Freude!

Wenn Du auch in Zukunft gut aufgestellt und klar positioniert Weine produzieren und vermarkten möchtest, dann kontaktiere mich, und erkunde unsere weiteren Angebote.

Ich wünsche Dir viel Freude mit den neuen Erkenntnissen, und freue mich Dich weiterhin zu unterstützen.

Alles Gute!

Das Copyright für den Inhalt: Idee, Satz, Design, Texte und Bilder liegen bei Stefanie Klever. Eine Nutzung oder Verbreitung ohne Einwilligung ist ausgeschlossen.

51nord Weinmarketing
Inh. Stefanie Klever
Annette-Kolb-Weg 15
D-59399 Olfen

USt-IdNr.: DE315409532
Tel.: +49/2595/3875770

www.51nord-weinmarketing.de
kontakt@51nord-weinmarketing.de

51nordmarketing
Wein

