



2-Tages-Seminar:

Storytelling – wie Sie Ihre Zielgruppe digital und crossmedial erreichen, gewinnen und binden

Lernen Sie Schritt für Schritt, wie Sie Ihr Narrativ entdecken und stimmige Storys für Ihre Kanäle entwickeln und schreiben können. Nutzen Sie Storytelling als Erfolgshebel in Ihrer Markenkommunikation.

Seminarbeschreibung

„No Story, no Glory“: Mehr denn je stehen Unternehmen und Marken in der Pflicht zu kommunizieren, was sie tun und für was sie stehen. Mit richtig erzählten, authentischen und verständlichen Geschichten holen Sie Ihre Zielgruppen genau da ab, wo sie stehen: in ihrer eigenen Gefühls- und Entscheidungswelt. Storytelling ist mehr als ein pfiffiges Ad-on im Content-Kanon: Es ist ein wesentlicher Baustein der Markenpositionierung und Markenkommunikation. Mit guten emotionalen Geschichten erreichen Sie neue Talente, Interessenten, Fans sowie Entscheider im B2B und bleiben nachhaltig in guter Erinnerung. Doch was genau macht eine gute Geschichte aus? Welche Rolle spielen Werte und Botschaften dabei? Wie werden Geschichten analog und digital erzählt? Und wie funktionieren Storys im Content und Social Media Marketing?

Die direkte Vergleichbarkeit von Produkten und Dienstleistungen im Internet verschärft den Wettbewerb und fordert alle Unternehmen heraus, sich deutlicher zu positionieren und zu differenzieren. Das Angebot ist vergleichbar geworden. Was einzigartig bleibt, sind die Werte und Botschaften, die Menschen und Emotionen hinter den Kulissen – und die jeweiligen Geschichten dazu. Diese zu erzählen ist und bleibt eine Chance für Unternehmen, sich zu unverwechselbar zu positionieren.

In unserem Intensiv-Workshop arbeiten Sie sich Schritt für Schritt zu Ihrem individuellen Drehbuch vor: Sie lernen, wie und wo Sie Themen finden, wie Sie diese entwickeln, schreiben und positionieren. Dabei entdecken Sie unterschiedliche Storytelling-Formate und nehmen Denkanstöße mit, wie Sie Ihre Geschichten in Content Marketing, PR und auf Social Media einsetzen können – um Ihre Kunden zu erreichen und zu begeistern. Internationale Best Practices, die Besonderheiten im Social Storytelling sowie die Vorstellung ausgewählter Storytelling Tools rundet unsere Reise in das Storytelling-Universum ab.

Seminarziele

- Sie können zwischen Brand Storys, Storytelling als Methode und Social Storytelling differenzieren.
- Sie erkennen, was erfolgreiche Storys auszeichnet und wie sich mit einem Narrativ einzigartig positionieren.
- Sie können Storys entdecken, die Kunden, Talente, Mitarbeiter, Influencer und Partner interessieren, berühren und an sich binden.
- Sie kennen die Dramaturgie und praktische Werkzeuge zum Kreieren Ihrer Storys.
- Sie haben Storytelling als das Herzstück Ihres Contents und Social Media Marketings und/oder Employer Brandings entdeckt und kennen verschiedene Storytelling-Formate.
- Sie lernen spezifische Storyinhalte für unterschiedliche Kanäle zu generieren.
- Sie wissen, wie Sie gute Geschichten für Ihre Suchmaschinenoptimierung nutzen können.
- Sie kennen zahlreiche, anschauliche Best-Practice-Beispiele für Ihre Arbeit im Unternehmen – sowohl für Ihr Online-Marketing wie auch für crossmediale Kampagnen.

Seminarinhalte – Agenda

Die Bedeutung von Storytelling im Marketing?

- Methode & Funktion von Storytelling im Marketing
- Die Brand Story als Herzstück Ihres Storyversums
- Von Nutzerbedürfnissen und echten Helden
- Storydoing, Storyfinding & Storythinking
- Haltung & Orientierung: Warum wir gerade heute Geschichten brauchen?

Erfolgsparameter – was macht eine gute Story aus?

- Bilder im Kopf – wie Emotionen wirken
- Authentisch erzählen: Menschen mitten im Leben abholen
- Story-Aufbau und Storytelling-Elemente
- Emotional texten
- Perspektivwechsel
- Qualität vor Quantität
- SEO: Google erkennt guten Content

Best-Practice-Beispiele B2B & B2C

Praxisübungen Perspektivwechsel & Textvergleiche

Making-of: Schritt für Schritt zur guten Geschichte

- Lernen von Journalisten
- Am Anfang steht das Zuhören
- Die richtige Gesprächsführung
- Die Entdeckung der Geschichte im Interview
- Praxisübung und Feedback-Runde

Themen finden

- Wie?
 - Über den Tellerrand hinaus recherchieren
 - Neues ausprobieren
 - Newsjacking
 - Kundenstimmen & Umfragen
- Wo?
 - Ins Ausland blicken
 - Konkurrenz beobachten
 - Upcycling - alten Content neu aufbereiten
 - Eigeninitiative: Best Practice
 - Wofür machen Sie das eigentlich? Soziale Netzwerke beobachten
- Was?
 - Story-Typen: Brand-Storys, Produkt-Storys, Educational-Storys, Personality-Storys
 - Wie Geschichten über Menschen wirken

Narrative entwickeln

- Dramaturgie im Storytelling
- Storytelling-Instrumente
- Narrative Methoden
- Mit Metaphern und Co. in die Charme-Offensive

Aller Anfang ist schwer

- Die richtige Headline
- Der entscheidende erste Satz
- Praxisübung und Feedback-Runde

Social Storytelling

- Snackable: Der Zauber von Mikro-Storys
- Community-Aufbau: Call-to-Action/ Engaging-Content
- Archetypen, Sinn und Mehrwert

Storytelling-Formate im Online Marketing

- Bilder
- Videos
- Text
- Style Guides
- Tools für digitales Storytelling

Geschichten im Online Marketing positionieren

- Webseiten
- Landing Pages
- Corporate Blogs
- Social Media
- Mix & Match
- Produktbeschreibungen
- Native Advertising

Praxis-Take-away

Schritt für Schritt finden und entwickeln wir im Laufe des Seminars eine Story für jedes teilnehmende Unternehmen.

Trainerin

Sabine Saldaña Bravo



Die studierte Politikwissenschaftlerin und Soziologin Sabine Saldaña Bravo arbeitet als Web-Texterin, Bloggerin und Trainerin und hat sich auf die Entwicklung von Storys spezialisiert. Zahlreiche Texte in Printmedien und im Web erzählen ihre Geschichten über die Einzigartigkeit von Unternehmen, Menschen, Produkten und Dienstleistungen – immer mit dem Ziel, Kunden und Mitarbeiter zu begeistern, emotional zu berühren und zu binden.



Mit ihrer Eigenmarke KreativBravo entwickelt die leidenschaftliche Storytellerin seit mehr als 15 Jahren kreative Ideen und Konzepte für KMUs und den perfekten Unternehmens-Auftritt.

Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich sehr gut für Einsteiger wie auch für erfahrene Mitarbeiter, die für Online-Inhalte in Unternehmen zuständig sind. Durch die Vermittlung konkreter handwerklicher Kniffe für das Storytelling, profitieren auch freiberufliche Texter und Online-Redakteure von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how werden nicht benötigt.

Kosten

	 Präsenzseminar	 Online-Seminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 780,- € zzgl. MwSt.*
Verpflegung	Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke.	entfällt
Reisekosten	Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.	entfällt

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Präsenz-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/storytelling.html#termine>

Aktuelle **Online-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/storytelling.html#online-termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/storytelling.html#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.