



2-Tages-Seminar:

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

Lernen Sie Schritt für Schritt, wie Sie Storys entdecken, Narrative entwickeln und schreiben können. Nutzen Sie Ihre Storys, um Inhalte zu emotionalisieren, Reichweite zu gewinnen und das Vertrauen Ihrer Kunden und Mitarbeiter nachhaltig zu festigen.

Seminarbeschreibung

Von Facebook über den Corporate Blog und die Website bis hin zu YouTube und Instagram: Storytelling ist derzeit „die“ Geheimwaffe in der Unternehmenskommunikation – nach innen und außen. Emotionale Storys machen Marken lebendig und menschlich. Durch authentische und verständliche Geschichten können sich Mitarbeiter wie Kunden mit einer Marke, einem Unternehmen identifizieren. Durch die emotionale Vermittlung von Botschaften und Werten bekennen Unternehmen Farbe: Sie vermitteln für was sie stehen, verwandeln Kunden in treue Fans, gewinnen und binden Mitarbeiter – langfristig.

Die Content-Flut sowie die direkte Vergleichbarkeit von Produkten und Dienstleistungen im Internet verschärft den Wettbewerb und fordern alle Unternehmen heraus, sich deutlicher zu positionieren und zu differenzieren. Das Angebot ist vergleichbar geworden – auch hinsichtlich der Qualität. Was einzigartig bleibt, sind die Werte und Botschaften, die Menschen und Emotionen hinter den Kulissen – und die jeweiligen Geschichten dazu. Diese zu entdecken und ansprechend zu kommunizieren, ist und bleibt eine Chance für Unternehmen, sich ein unverwechselbares Image aufzubauen, Kunden und Talente zu gewinnen und an sich zu binden. Praktisch „nebenbei“, trägt der hochwertige Content beliebter Storys zur Erhöhung der Reichweite bei und sorgt für gute Positionen in den Suchmaschinen: Denn gute Storys teilen sich in den zunehmend kritischer werdenden Communities der sozialen Netzwerke fast wie von selbst.

In unserem Intensiv-Workshop lernen Sie die Grundlagen des Storythinkings und Storytellings sowie die wesentlichen Elemente überzeugender Geschichten kennen. Sie erkennen, wie Sie diese Methode Storytelling für Ihre Marketing-Aktivitäten im Internet sowie crossmedial einsetzen können. Schritt für Schritt arbeiten Sie sich von der Entdeckung erzählenswerter Storys bis zu Ihrem ganz individuellen Drehbuch vor. Sie lernen, wie und wo Sie Themen für gute Geschichten finden, wie Sie diese entwickeln, schreiben und positionieren. Dabei entdecken Sie unterschiedliche Storytelling-Formate für sich und nehmen Denkanstöße mit, wie Sie Ihre Geschichten in Content Marketing und PR einsetzen können – um Ihre Kunden zu erreichen und zu begeistern. Die Vorstellung internationaler Best Practice Beispiele sowie ausgewählter Storytelling Tools rundet unseren Ausflug in das digitale Storytelling ab.

Seminarziele

- Sie erkennen, was erfolgreiche Storys auszeichnet und wie aus PR-Inhalten hochwertiger Content entsteht.
- Sie können Storys entdecken, die Kunden, Talente, Mitarbeiter, Influencer und Partner interessieren, berühren und an sich binden.
- Sie können sich Schritt für Schritt an die Dramaturgie eines Narratives herantasten und kennen praktische Werkzeuge zum Kreieren Ihrer Story.
- Sie haben Storytelling als das Herzstück Ihres Content Marketings und Employer Brandings entdeckt und kennen verschiedene Storytelling-Formate.
- 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

Was ist Storytelling?

- Gute Gründe & Wirkung von Storytelling?
- Eine gute Geschichte: die älteste Werbung der Welt
- Storythinking: Storytelling geht alle an!
- Authentisch erzählen: Menschen mitten im Leben abholen
- Warum wir gerade heute Geschichten brauchen? Geschichten vermitteln Werte

Emotion first! Storytelling im Online und Content Marketing

- Abheben vom Wettbewerb: fade Fakten vs. gute Geschichten
- Sie sind nicht allein: Kommunikation als USP
- SEO: Google erkennt guten Content
- Was macht eine gute Story aus?
- Markenaufbau im Internet: Qualität vor Quantität
- Ranking-Plus: natürliches Linkbuilding durch gute Geschichten

Best-Practice-Beispiele B2B & B2C

Praxisübungen Perspektivwechsel & Textvergleiche

Making-of: Schritt für Schritt zur guten Geschichte

- 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
- Beispiele
- Praxisübung und Feedback-Runde

Storytelling-Formate im Online Marketing

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

Geschichten im Online Marketing positionieren

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

Best-Practice-Beispiele

- Geschichte als Marketing-Konzept: online wie offline
- Präsentation der Workshop-Ergebnisse
- Zusammenfassung der Key-Learnings

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.

Methodik

Interaktiver Vortrag

In unseren Seminaren werden Sie mit Ihren individuellen Erwartungen an das Seminar und Ihren jeweiligen Online-Projekten selbstverständlich miteinbezogen. Fragen können jederzeit gestellt werden. Regelmäßige Feedback-Runden unterstreichen den interaktiven Seminarcharakter.

Vielseitiger Medieneinsatz

Um die bestmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen, arbeiten unsere Trainer abwechselnd mit anschaulichen Power-Point-Präsentationen, Live-Beispielen im Internet, Flipchart und Pinnwand. Das garantiert ein abwechslungsreiches Seminar – mit Inhalten, die „haften“ bleiben.

Maximaler Praxisbezug

Live-Beispiele aus der Praxis sowie die Beispiel-Projekte der Teilnehmer garantieren den maximalen Praxisbezug und bilden eine professionelle Grundlage für die praktische Umsetzung der individuellen Unternehmensziele jedes Teilnehmers. Neben den konkreten Live-Beispielen arbeiten wir auf Wunsch auch an den verschiedenen Web-Projekten der Seminarteilnehmer.

Tipps, Tools und Seminarunterlagen

Anhand von Live-Demonstrationen ausgewählter Tools, Portale und Netzwerke lernen Sie nützliche Werkzeuge kennen und erhalten wertvolle Tipps und Tricks, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit aktiv unterstützen. Ausführliche, seminarbegleitende Unterlagen und Checklisten dienen als umfassendes Nachschlagewerk am Arbeitsplatz – auch noch lange nach Ihrem Seminarbesuch.

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 der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Unsere Zielgruppe im Überblick:

Mitarbeiter, die für Online-Inhalte verantwortlich sind: Online-Redakteure, Content Manager, Marketing- und Kommunikationsverantwortliche, Website-, Produkt- und E-Commerce-Manager, Website-Konzeptioner, Projektleiter und Agentur-Mitarbeiter (Online-Marketing-, Kommunikations-Agenturen)

Termine, Orte und Zeiten

- 02.-03.03.2020 Düsseldorf
- 20.-21.04.2020 München
- 18.-19.05.2020 Berlin
- 06.-07.07.2020 Frankfurt
- 14.-15.09.2020 München
- 28.-29.09.2020 Hamburg
- 02.-03.11.2020 Düsseldorf
- 05.-06.11.2020 München
- 02.-03.12.2020 Stuttgart

Zeiten

1. Seminartag: 10:00 - 17:00 Uhr
2. Seminartag: 09:00 - 16:00 Uhr

Kosten

Die Teilnahmegebühr beträgt pro Teilnehmer 980 Euro zzgl. MwSt.

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen.

Die Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.

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.

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

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