

STORYTELLING ALS GRUNDLAGE FÜR ERFOLGREICHES SOCIAL-MEDIA-ADVERTISING

Oder: Was Marketeer von Hollywood lernen können.

Nando Dietz, Storyteller mit Kamera-Skills



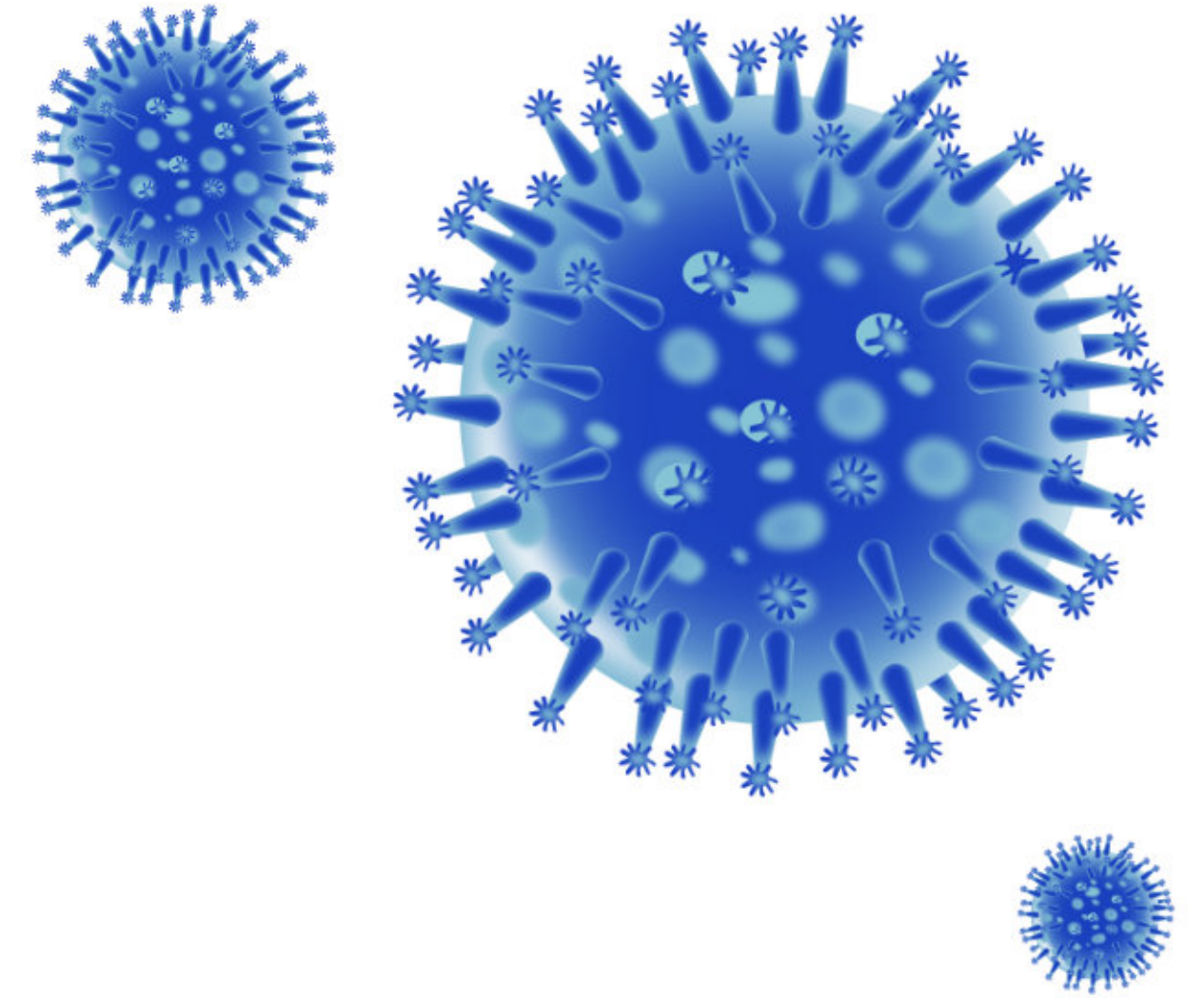
NANDO DIETZ

- Diplom Kommunikationsdesigner (FH Nürnberg, Design für elektronische Medien)
- Ich hatte neben Grafik-Design auch Fächer wie Dramaturgie, Film und Animation
- Seit über 25 Jahren selbständig, Geschäftsführer der Firma need.film / need.digital (vormals nandodesign)
- Wir bieten Lösungen im Bereich Filmproduktion, Online-Marketing und Digitale Medien
- Heute Regisseur und Kameramann
- Mit meinem Team die letzten Jahre im Bereich Video- und Film für internationale Unternehmen tätig
- Also: Dramaturgie und Storytelling ist seit Jahren mein täglich Brot

***... UND 2020 SIND WIR
FAST PLEITE GEGANGEN***



BEDROHUNG



- Durch Pandemie und vorallem Lockdown hatten wir im Filmbereich einen massiven Einbruch
- Gezwungen zu handeln und eigenes Businessmodell zu überdenken
- Mit Positionierungsmodellen beschäftigt und da habe ich für mich eine interessante Entdeckung gemacht
- **Aber: Dazu später mehr ...**

WAS IST EIGENTLICH EINE STORY?

KURZFORMEL EINER STORY

Story = Figur + Ziel + Hinderniss(e) + strebt Verwandlung an

Dabei gilt:

Je mehr/grössere Hindernisse, desto höher die Spannung.

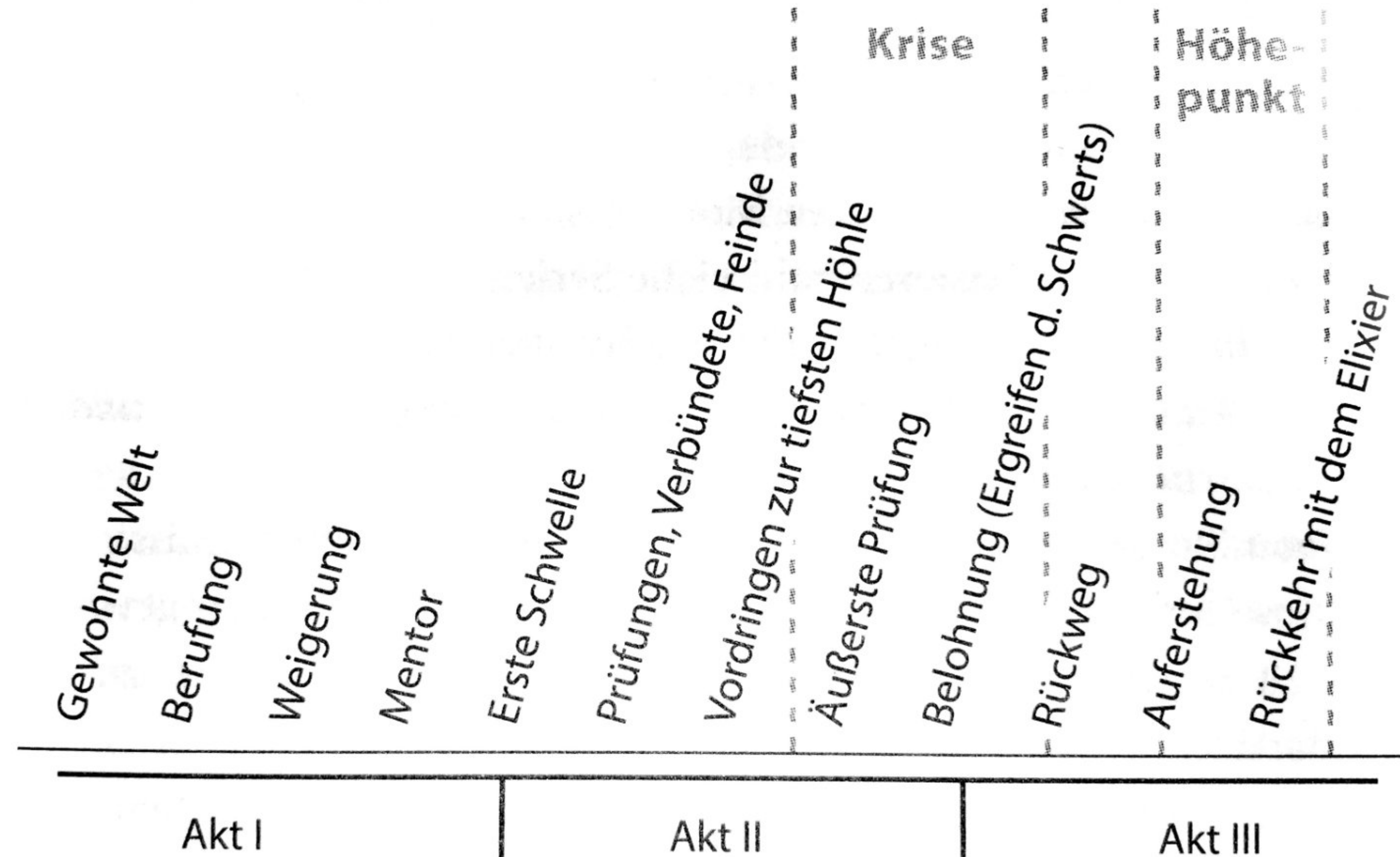
Aaron Sorkin sagt dazu: It's all about intention and obstacles!



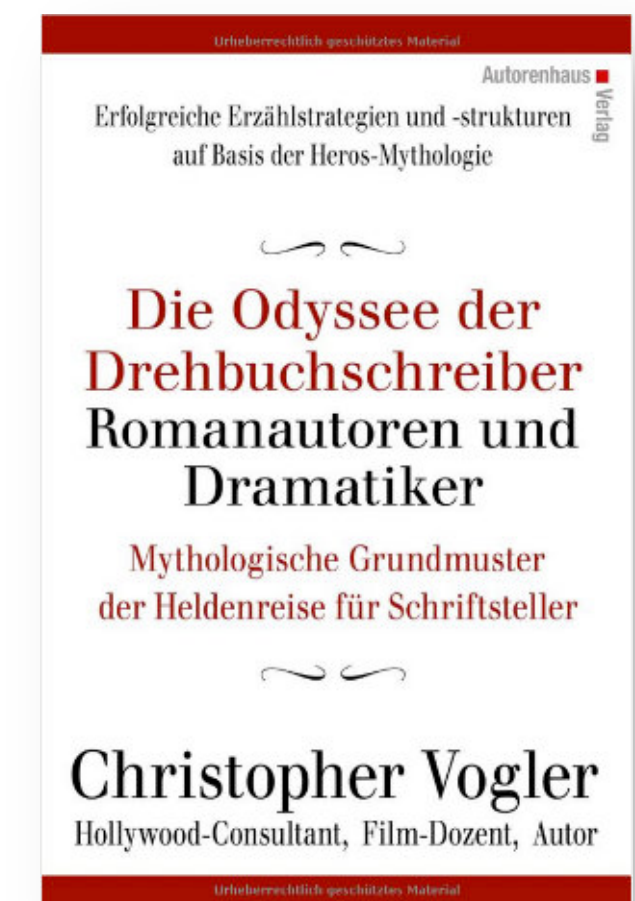
STORY SPINES

- Knorriger, alter Mann lebt alleine, will seine Ruhe. Eine (unerfahrene) Figur betritt seine gewohnte Welt, braucht Hilfe, aber er verweigert sich erst ... ändert dann doch seine Meinung (Mentor) ... Beide überwinden gefährliche Hindernisse, scheitern fast, erreichen ihr Ziel am Ende dennoch und kehren verwandelt zurück
- Ein Hobbit lebt im Auenland, eines Tages erscheint ein Magier und gibt ihm einen wichtigen Auftrag, der Hobbit ist not very amused ...
- Der Sohn eines ängstlichen Clownfisches wird entführt. Er bricht zu Abenteuern auf, scheitert fast, trifft (s)eine Mentorin Dori, rettet am Ende seinen Sohn, kommt verwandelt zurück – nämlich mutig

HELDENREISE NACH CHRISTOPHER VOGLER



Quelle: Christopher Vogler aus „Die Odyssee der Drehbuchschreiber“ / nach „Die Reise des Helden von Joseph Campbell“



DRAMATURGIE MIT SYSTEM

- Gemeinsamkeiten in guten Geschichten / steckt System dahinter
- Joseph Campbell hat eine Vielzahl von Geschichten aus der griechischen Mythologie untersucht und ein System dahinter entdeckt
- Er hat daraus ein Modell entwickelt und es „Die Reise des Helden“ getauft
- Christopher Vogler hat Campbells Erkenntnisse nochmals komprimiert und daraus die Heldenreise kreiert
- Viele heutige Dramaturgien von Kinofilmen oder Romanen beruhen auf diesem Aufbau

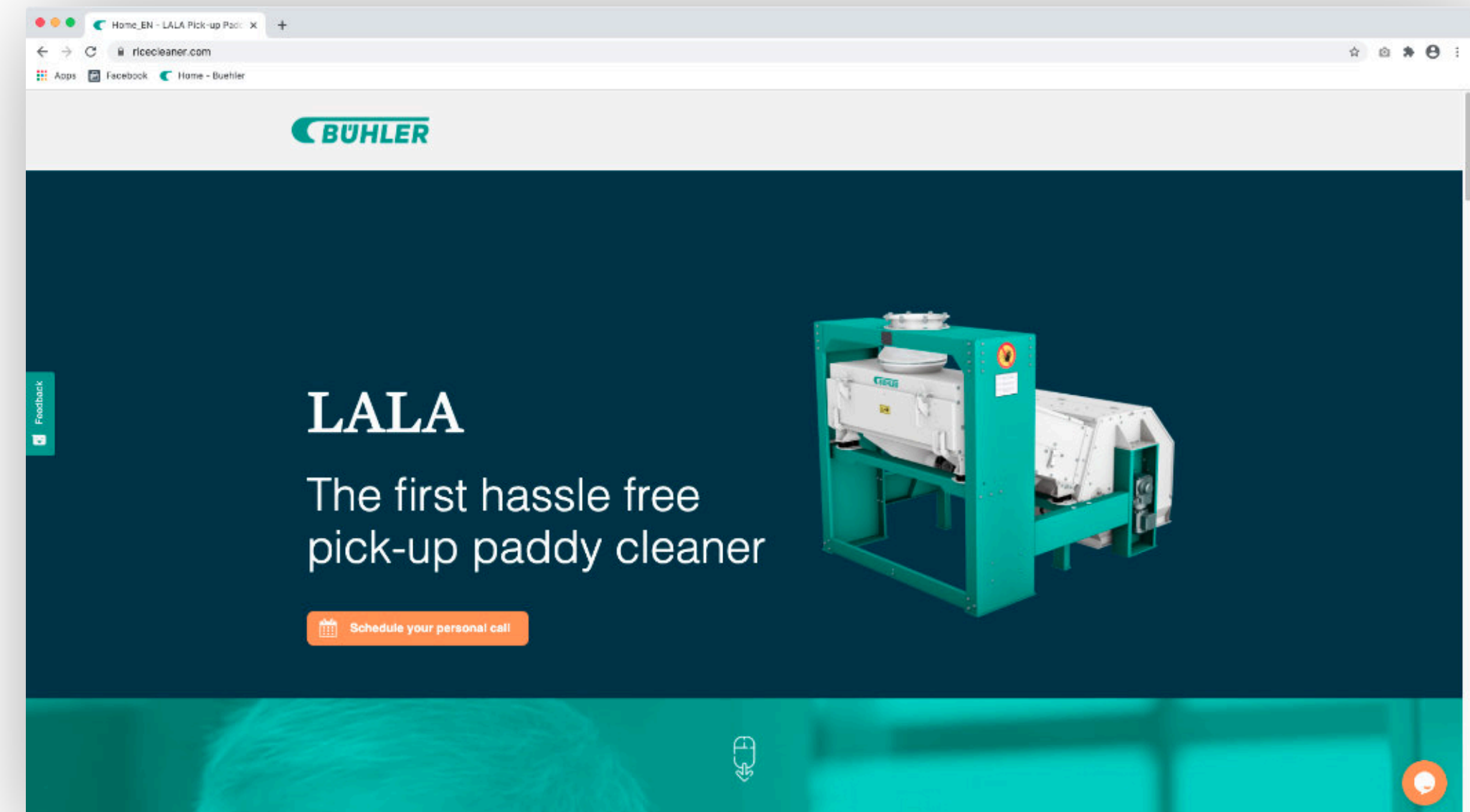
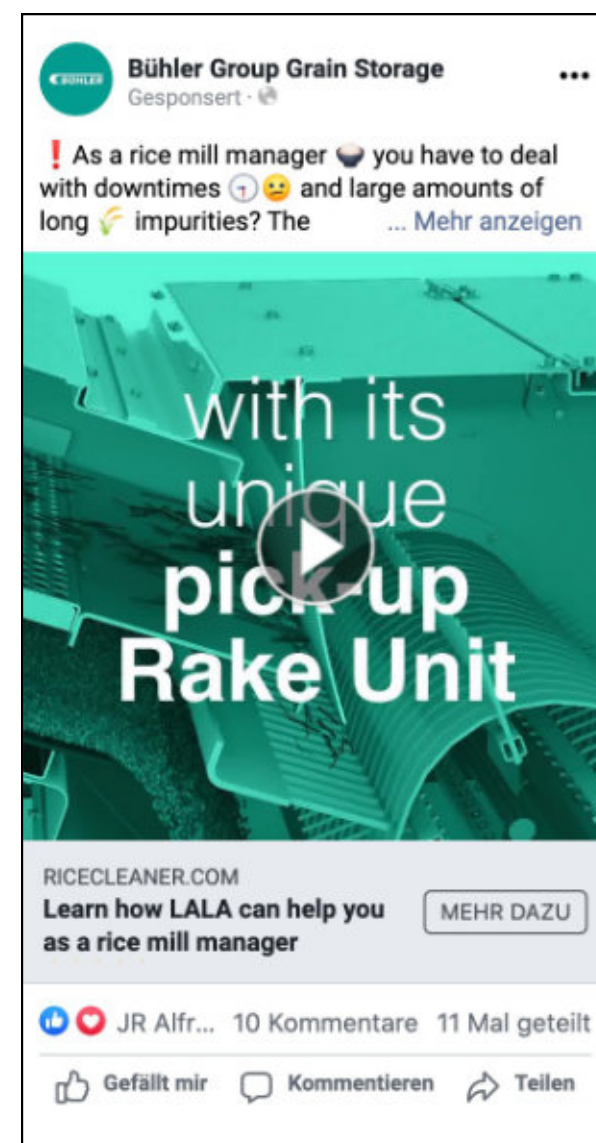
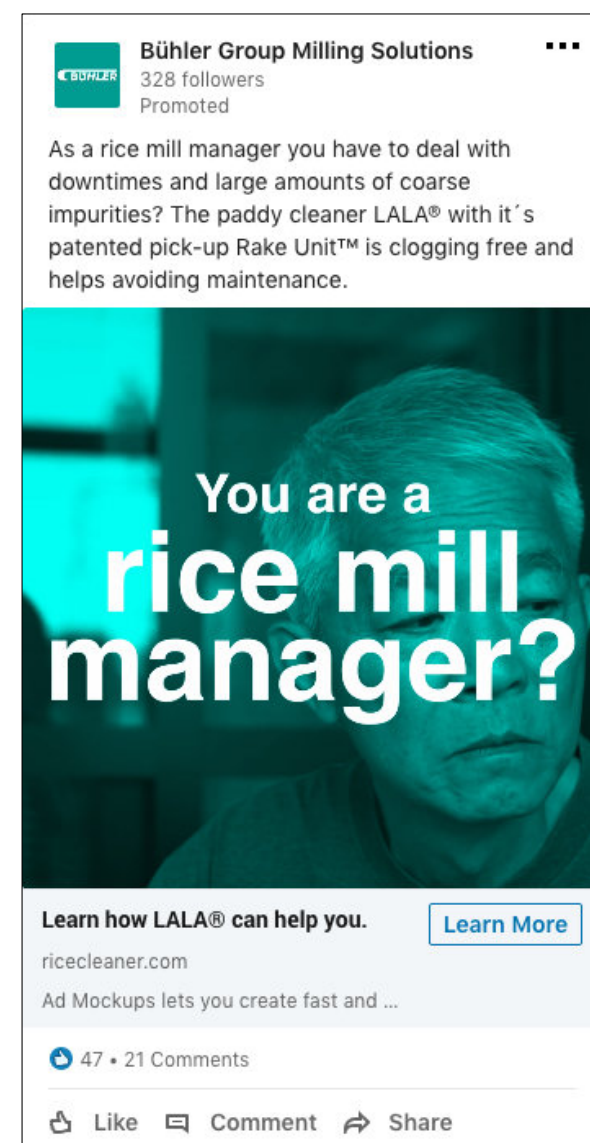
***WESSEN GESCHICHTE MUSS ICH WO
ERZÄHLEN?***

2 PERSPEKTIVEN / SICHTWEISEN

- **Empfänger = Kunde** (Zielgruppe) als Held für Anzeigen
- **Sender = Unternehmen** oder auch **Produkt** als Held für Landingpage



ERFOLGREICHES SOCIAL-MEDIA-ADVERTISING BESTEHT AUS MINDESTENS 2 TOUCHPOINTS



1. Touchpoint
Anzeige

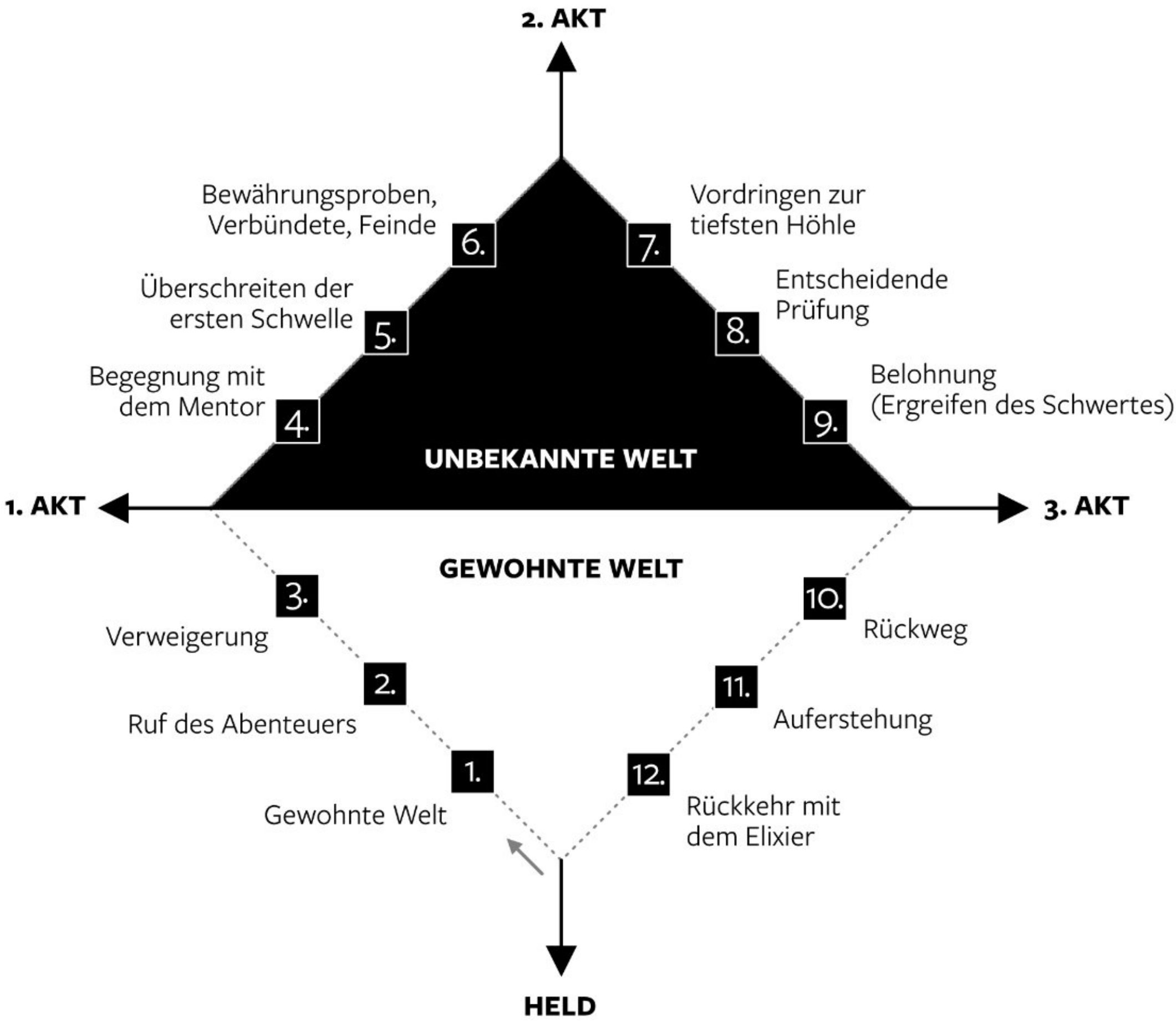
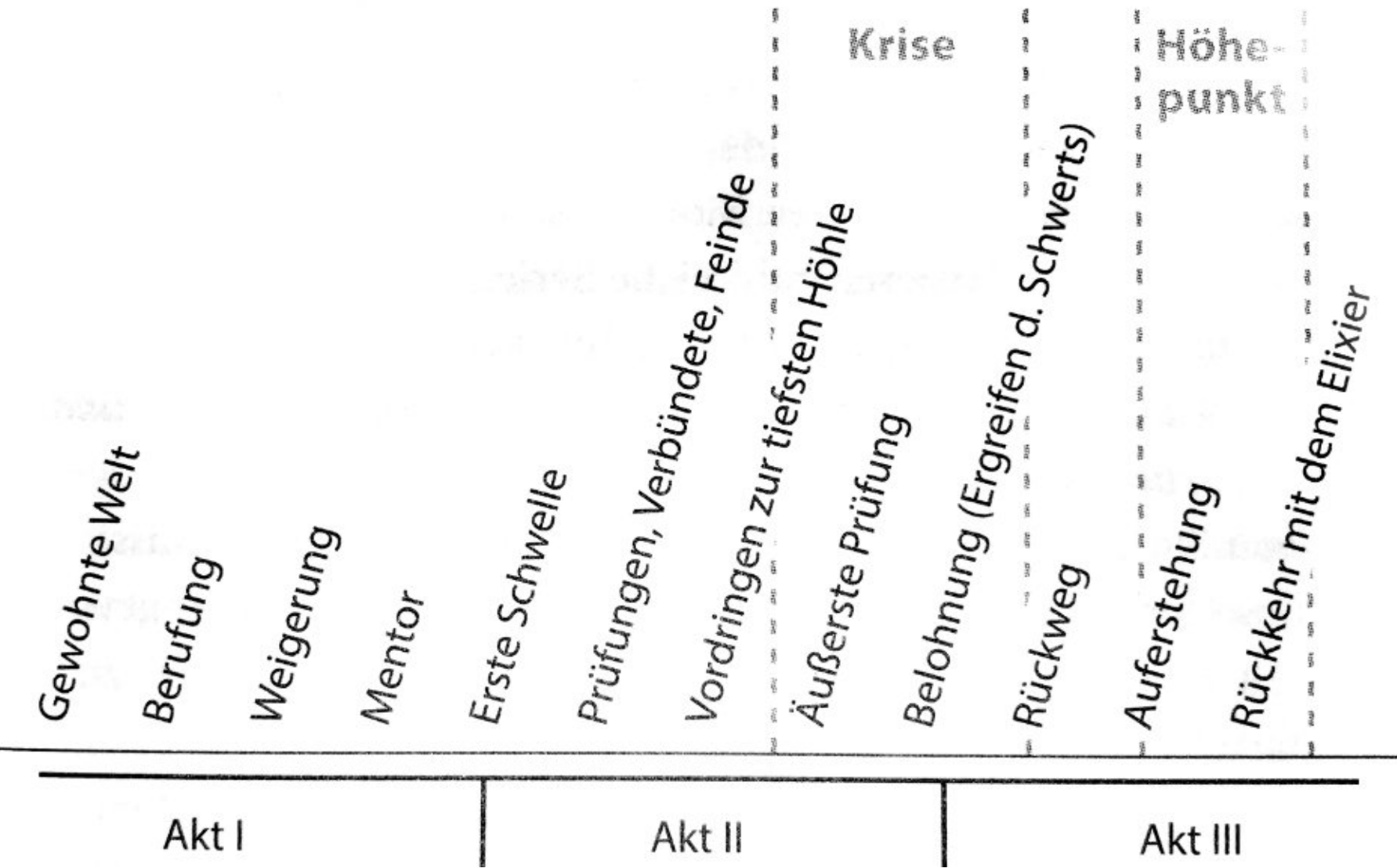
2. Touchpoint
Landingpage (Conversion / C2A)

***UND NUN? WIE FINDE ICH JETZT
(M)EINE STORY?
(DIE ENTDECKUNG)***



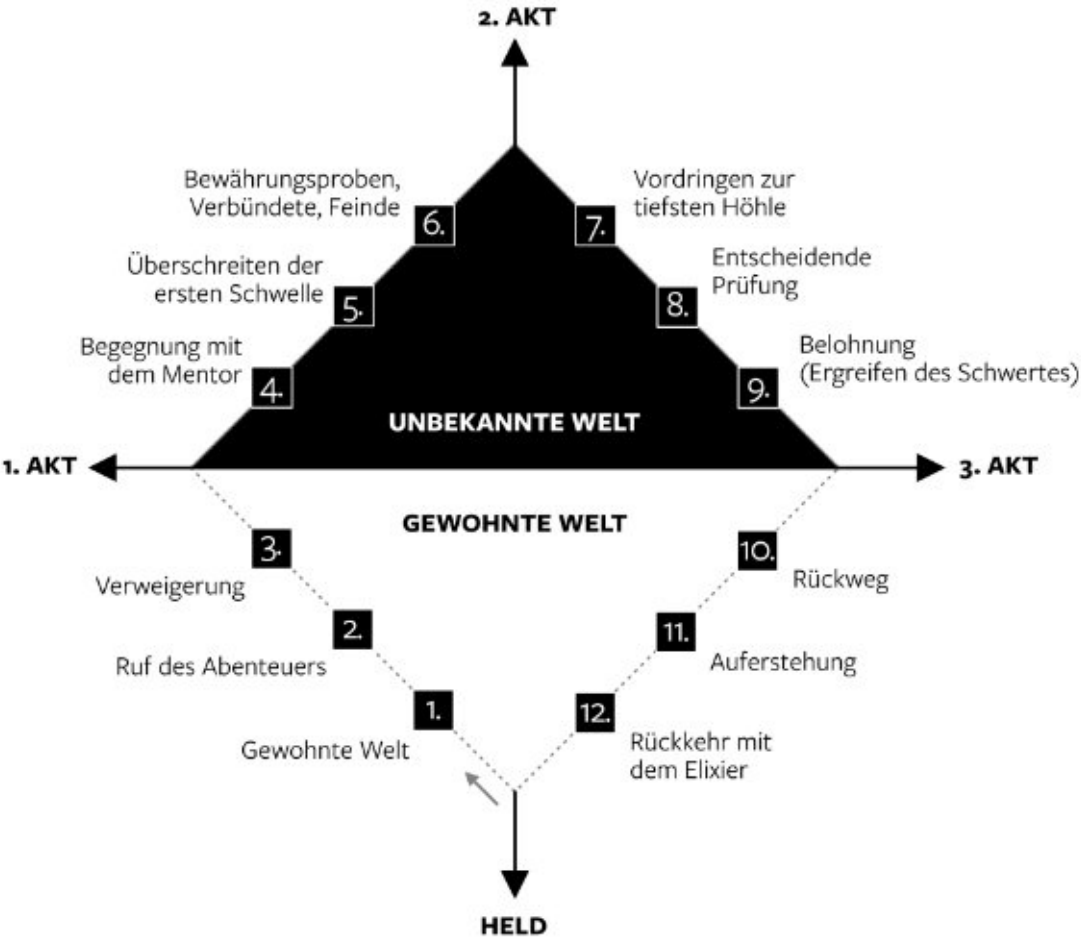
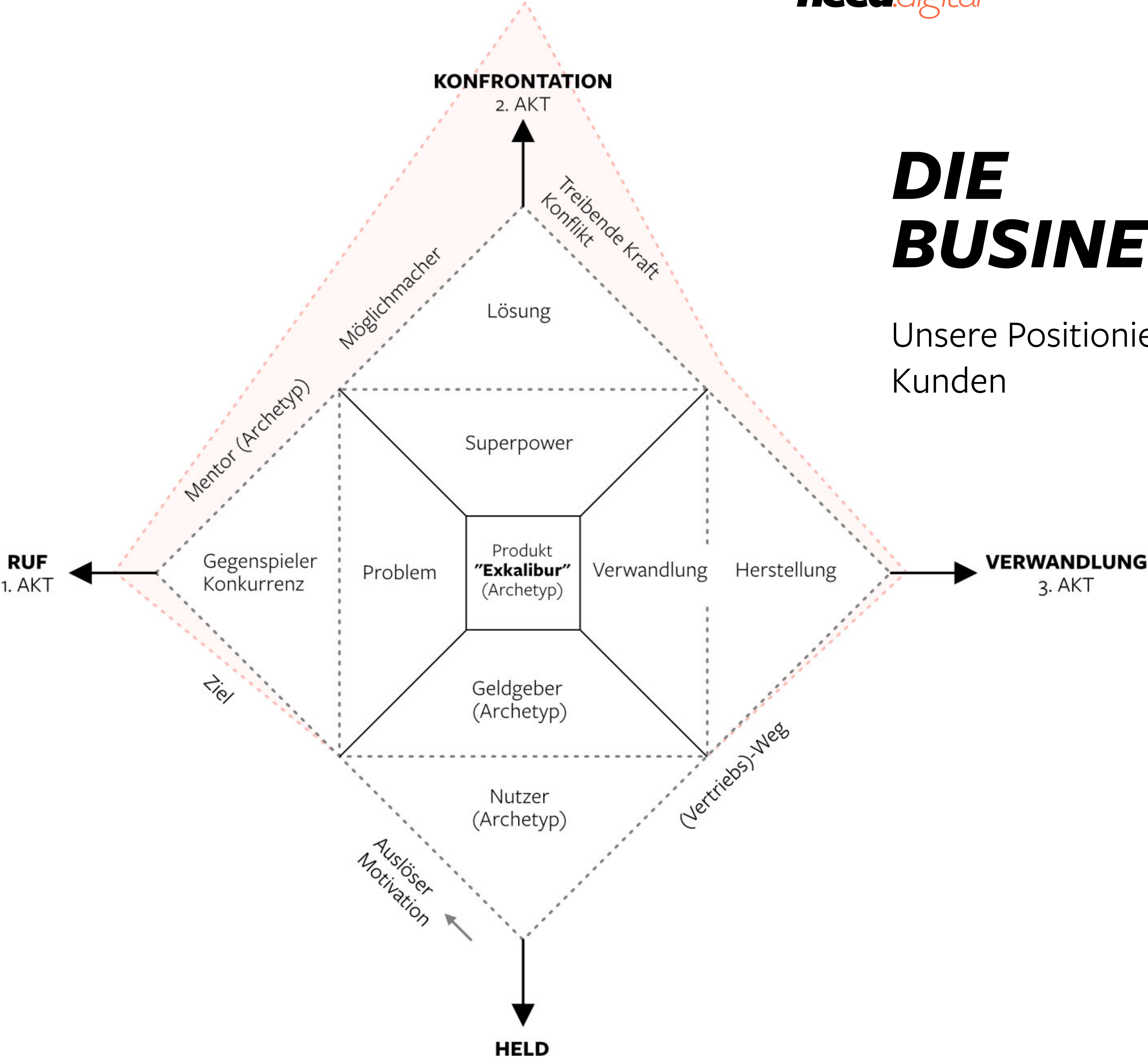
STORY = POSITIONIERUNG

- **Die Entdeckung: Die Bestandteile einer Positionierung im Businessumfeld sind gleichzeitig die Bausteine für eine klassische Dramaturgie im Film (z.B. Heldenreise)!**
- Um eine starke Story zu finden, muss ich mich oder mein Produkt positionieren um so Kundenbedürfnisse und Kundennutzen heraus zu finden
- Erst wenn ich weiss, was die Bedürfnisse meines Kunden sind, kann ich Geschichten erzählen
- Deshalb habe ich eine Matrix entwickelt, die hilft eine Positionierung zu erarbeiten



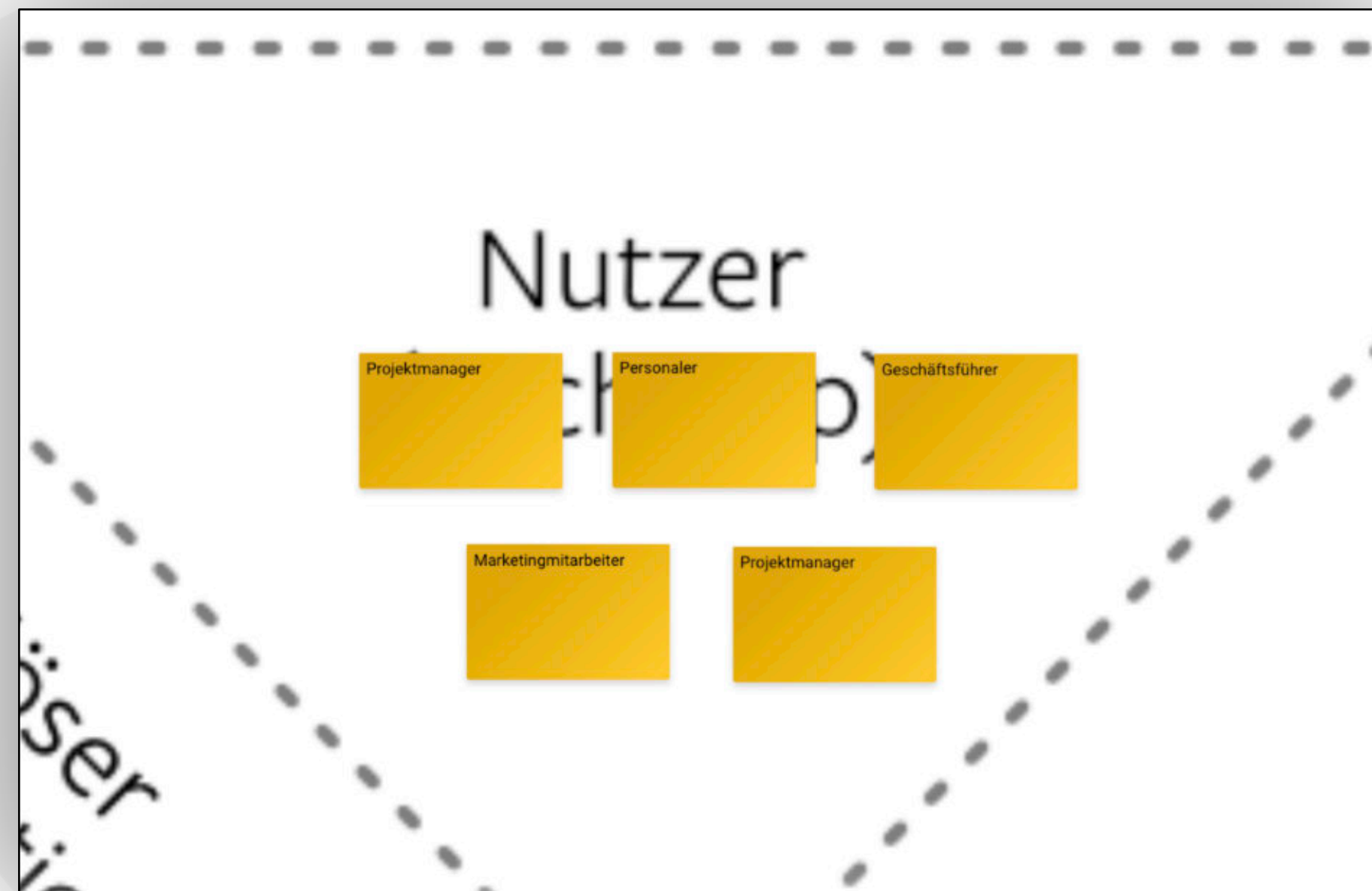
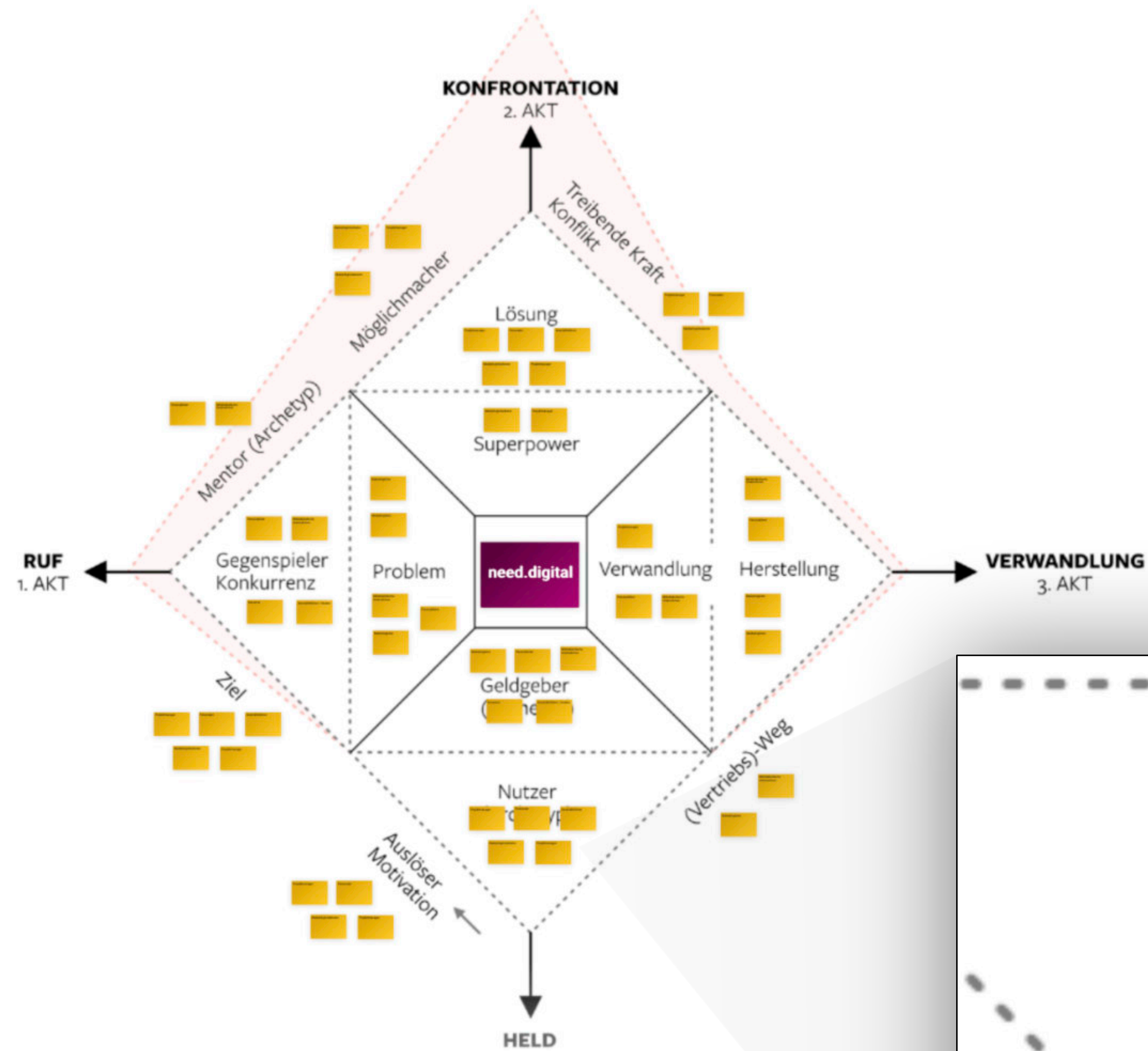
DIE BUSINESS-HELDENREISE

Unsere Positionierungsmatrix im Einsatz mit unseren Kunden



DIE BUSINESS-HELDENREISE

Positionierungsmatrix im Workshop ausgefüllt mit virtuellen Post-Its



HeldenMatrix_needdigital_ND_01.ods															
Undo Redo Arial 12 pt Bold Italic Underline Font Color Background Color Borders (Shift to overwrite) Border Style Border Color Align Left Align Center Align Right Justified Wrap Text Merge and Center Cells Align Top Center Vertically Align Bottom															
A4 f_x Σ ▾ = need.digital															
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Businessheldenreise														
2	1. Akt					2. Akt							3. Akt		
3	Produkt	Nutzer	Geldgeber	Auslöser / Motivation (was möchte der Nutzer {nicht}?)	Probleme (was hält ihn davon ab, sein Ziel zu erreichen?)	Ziele (was ist sein eigentliches Ziel hinter der Mot.?)	Alternativen Konkurrenz	Mentor(en)	Möglichmacher	Lösungen / Methode	Superpower (USP)	Treibende Kräfte Konflikte	Herstellung	Verwandlung	Vertrieb(sweg)
4	need.digital	Marketingmitarbeiter	Marketingleiter	Wissen vermitteln	Keine Kenntnisse/Expertise	Mehr Umsatz	Full-Service-Agenturen	Nando Dietz	Teamwork	Positionierung	Businessheldenreise als Methode	Druck vom Chef	Inhouse	Kunde ist happy	Website / Landingpages
5		Geschäftsführer	Personalleiter	Informationen verbreiten	Kein Gespür für eigene Positionierung	Mehr Aufmerksamkeit	Inhouse-Abteilung		Mitarbeiter	KnowHow	Verbinden von Disziplinen Film + Web + Onlinemarketing Ganzheitlichkeit / Weitsicht	Kunden-Ängste	Freelancer	Vertraut jetzt	Social-Media-Ads
6		Personaler	Mittelständische Unternehmen	Authentizität	Sind nicht bereit Geld auszugeben, weil sie den Sinn nicht verstehen	bessere Mitarbeiter	One-Man-Shows		Freelancer	Storytelling		Zu geringe Verkaufszahlen	Partner	Sieht den Unterschied	GoogleAdwords
7		Projektmanager	Konzerne	geiler sein als Konkurrenz	Haben das Gefühl etwas aufgedrängt zu bekommen	mehr Glaubwürdigkeit	Freelancer		Geld	Beratung	Scrollytelling / Storytelling	Existenzängste		schätzt die Leistung	Mundpropaganda
8		Web-Agenturen	Geschäftsführer / Inhaber	will eine geile Agentur finden	Quacksalber	mehr Kunden	Keine Werbung machen		Hardware	Umsetzung	Empowerment / Wissen weitergeben			bekommt Lob	OnlineMarketing / Funnel
9		Produktmanager		Budgets unterbringen	Kein Budget	Anerkennung vom Chef	Digital-Agenturen		Software	Webentwicklung	Proaktives Handeln			Hat seine Ziele erfüllt	
10				zu wenig Umsatz	fehlende Innovation	Mehr Gehalt	Social-Media- Agenturen		Website Builder	Problemlöser				Verkauft mehr	
11				Neue Produkte launchen	Konservativ	Mehr Provision	Beratungs-Agenturen		DaVinci	Online-Marketing				bekommt tolle Mitarbeiter	
12				zu wenig Aufmerksamkeit / Bekanntheit	Glaubenssätze		Film-Produktionsfirmen			Flexibiliät					
13				USPs unbekannt	Fehlendes Know-how					Engagement					
14				Haben bei Mitbewerber etwas gesehen	Brauchen Beratung					Langjährige Erfahrung					
15				Sie wollen was verändern	Haben keine Vorstellungskraft					Investitionssicherheit					
16				Geschäftsgründung	Finden keine Fachkräfte										
17				will sich verlassen können	Sind überfordert von Möglichkeiten / deshalb Stillstand										
18					Ängste										
19					Fehlende Langzeitstrategie / Konzept										
20					müssen ihr Produkt vermarkten										
21															
22															
23															
24															
25															
26															
27															
28															
29															
◀ ◀ ▶ ▶ + Eingabemaske Helden-Matrix Personas Auto-MatchPitch															
Find Find All Formatted Display Match Case															
Sheet 1 of 4 PageStyle_Eingabemaske German (Germany) Average: ; Sum: 0 65%															

***ICH JETZT SO:
WHOTSEFACK?!?!***

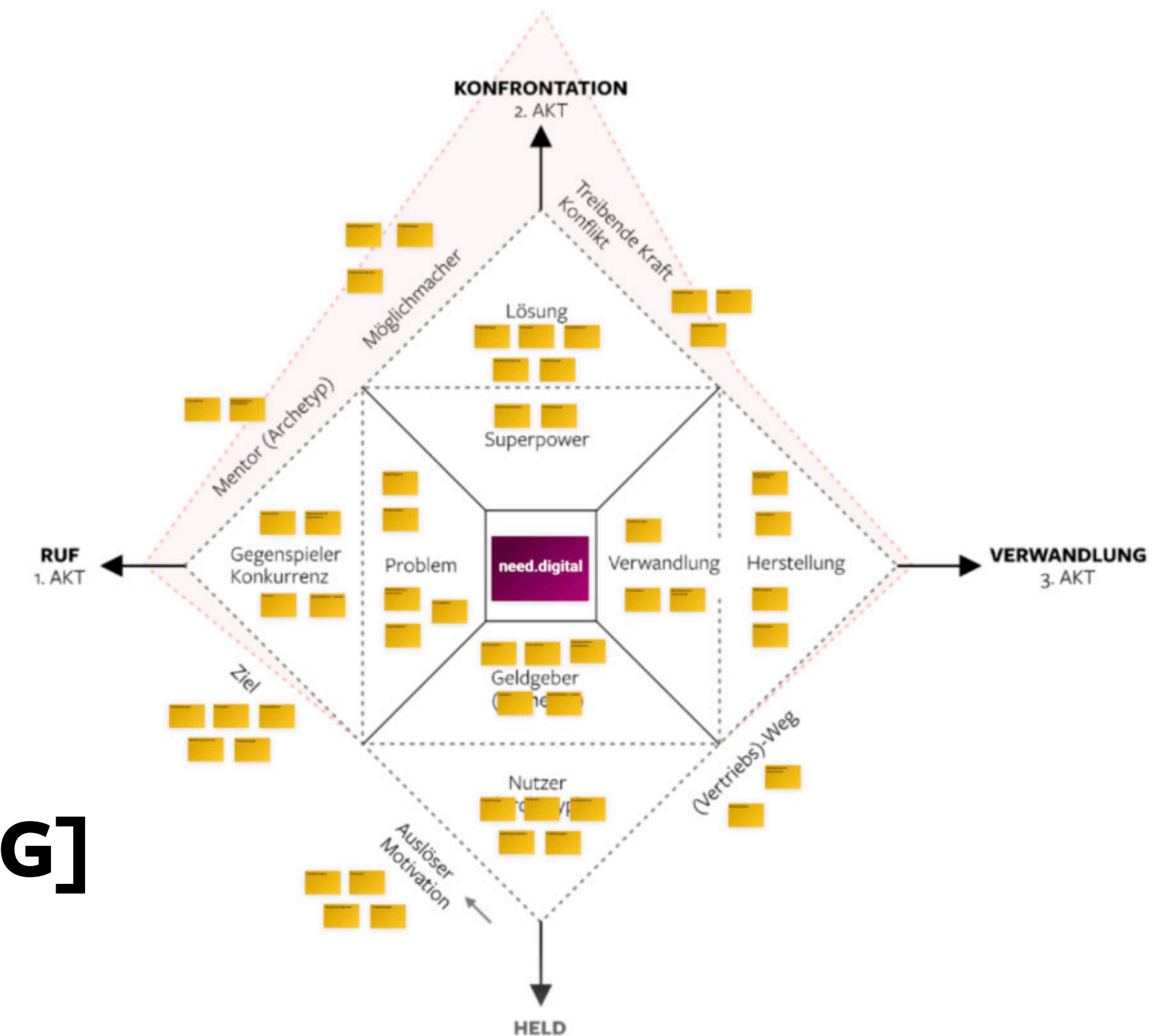


DER ELEVATOR-PITCH ALS HILFESTELLUNG ZU EINER STORY

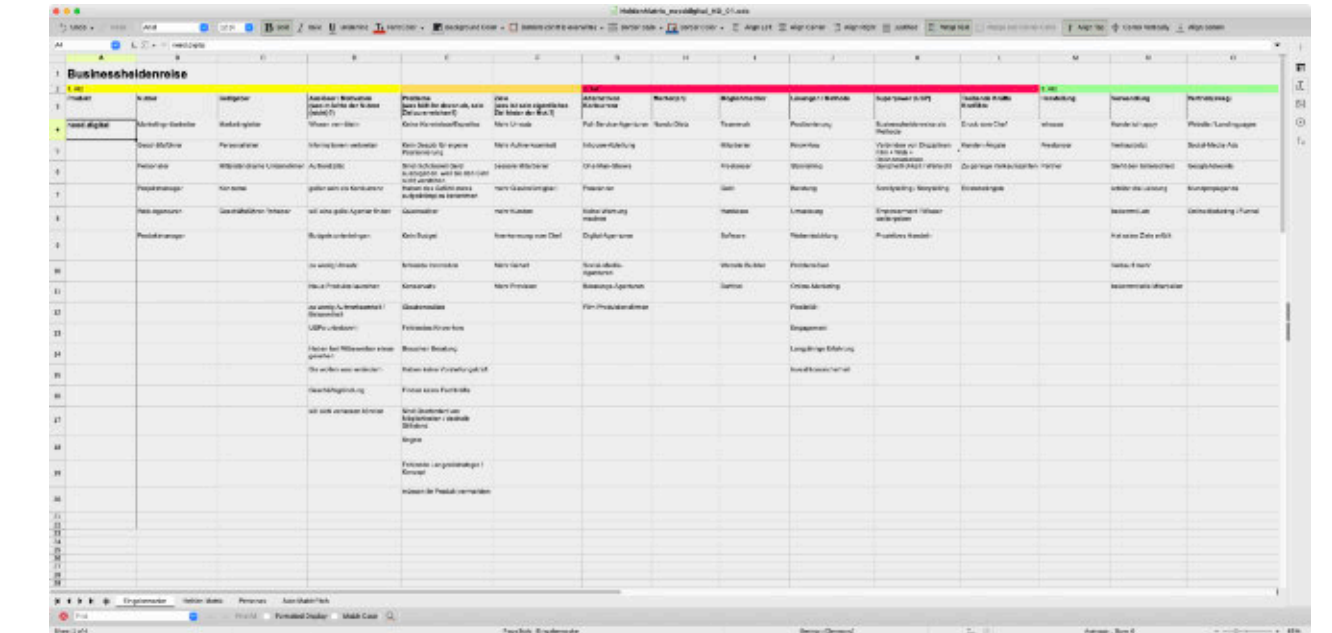
- Ein Elevator-Pitch, auch genannt Elevator-Speech, Elevator-Statement oder Match-Pitch, ist eine Methode für eine kurze Zusammenfassung einer Idee. Der Fokus liegt auf positiven Aspekten wie zum Beispiel der Einzigartigkeit.
- Ist quasi eine ultrakompakte Kurzform einer Heldenreise
- Um Euch etwas direkt an die Hand zu geben, zeige ich Euch die Anwendung von Storytelling anhand des Elevator-Pitches
- Das ganze ist sehr vereinfacht und nur als Hilfestellung gedacht um in das Thema einsteigen zu können

ELEVATOR-PITCH: EMPFÄNGER

Für **[NUTZER]**
die auf der Suche nach **[MOTIVATION]** sind
ist **[PRODUKT]**
eine Methode um **[ZIEL]** zu erreichen
und ist **[HERSTELLUNG]**, bestehend aus **[LÖSUNG]**
Anders als **[KONKURRENZ]**
hat unser Produkt **[SUPERPOWER]**
Das führt dazu, dass **[VERWANDLUNG]**



ELEVATOR-PITCH: EMPFÄNGER



Für **ALLE MARKETEER**

die auf der Suche nach **MEHR AUFMERKSAMKEIT** sind

ist **BUSINESSHELLENREISE**

eine Methode um **EIGENE POSITIONIERUNG** zu erreichen

und ist **VON UNS ENTWICKELT**, bestehend aus **POSITIONIERUNG**

UND STORYTELLING IN EINEM TOOL KOMBINIERT

Anders als **SWOT-ANALYSE**

hat unser Produkt **DIREKT UMSETZBARE STORYLINES**

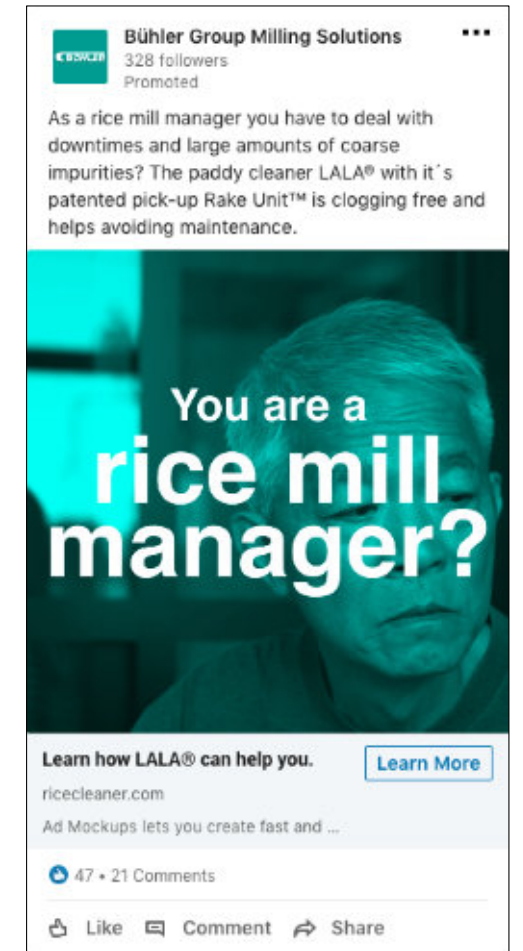
Das führt dazu, dass **KLARHEIT IN MARKENFÜHRUNG.**

ELEVATOR-PITCH: HELD = EMPFÄNGER

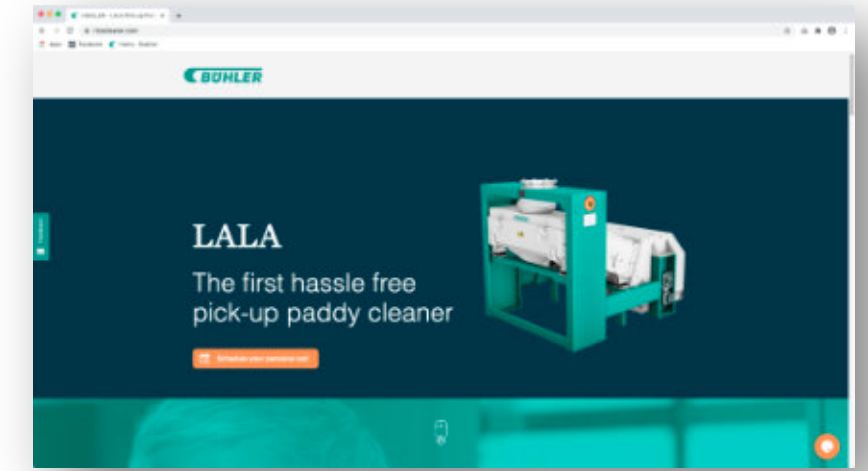
Für alle **Marketeer**, die mehr **Aufmerksamkeit** und dadurch mehr **Umsatz** erzielen wollen, ist die **Businessheldenreise** eine intuitiv und universell anwendbare **Methode** um die **eigene Positionierung** zu finden und darzustellen.

Anders als bei traditionellen Methoden, wie beispielsweise der **SWOT-Analyse**, haben wir Positionierung und Storytelling in einem Tool kombiniert und erzeugen dadurch direkt **umsetzbare Storylines** zum unmittelbaren Einsatz im Marketing.

Das führt zudem zu **mehr Klarheit in der Markenführung** und **sicherer Targetierung** im **Social-Media-Advertising**.



ELEVATOR-PITCH: HELD = SENDER



need.digital ist darauf **spezialisiert mittelständischen Unternehmen** höhere Aufmerksamkeit, mehr **Klarheit im Online-Marketing** und dadurch **mehr Umsatz**, mehr **Kunden** oder neue **Mitarbeiter** zu bringen.

Das erreichen wir durch eine **ganzheitliche Methode**, welche auf einer **Positionierungsmatrix** basiert, die nicht nur eine umfassende Grundlage für **erfolgreiche Targetierung** sein kann, sondern **gleichzeitig** auch konkrete Ansätze für **Storytelling** liefert und das wahre Kundenbedürfnis befriedigt.

Unsere Motivation ist es dabei durch proaktives Hinterfragen das **wahre Kundenproblem zu erfassen** um so **optimale Lösungen** bieten zu können. Dabei bieten wir die **Contentproduktion inhouse**, langjährige **Erfahrungen** in **Storytelling, Videoproduktion, Konzeption** und der **Erstellung von Creatives**.

Anders als bei anderen Digital-Agenturen möchten wir unseren Kunden **nicht nur einmalige Leistungen erbringen**, sondern durch **Wissenstransfer befähigen**, ihre **Probleme langfristig selbst lösen zu können**.

***NOCH EIN TIPP ZUM ENDE:
SCHEITERN IST SEXY!***



ZEIGE DICH VERLETZLICH!

- Kein Held ist sympatisch, wenn er unverwundbar ist
- In guten Geschichten hat jeder Held eine Schwachstelle, sei es durch Kryptonit oder einen geliebten Menschen
- Scheitern schafft Identifikation und Authentizität
- **Zeige Dich also auch verwundbar, und erzähle, wie Du eine bedrohliche Situation gemeistert hast und was Dein Outcome war!**

FAZIT

Durch unsere bedrohliche Situation war ich gezwungen umzudenken und habe daraus eine Methode entwickelt, mit der wir aktuell erfolgreich und krisensicher Kundenprojekte umsetzen und Menschen dabei helfen können, ihre wahren Ziele zu erreichen.

Nando Dietz

n.dietz@need.digital

Online-Marketing www.need.digital

Filmproduktion www.need.film



VORSTELLUNG PROJEKT „HEI-VOLUME“

- Kunde hat bei Umsetzung mitgewirkt, sogar bei der Produktion des Videocontents und Texte und Inhalte selbst erstellt und eingepflegt
- Schaltet jetzt nach Schulung selbst FB- und LI-Anzeigen
- Bekommt unseren Support wo er ihn benötigt
- Marketingabteilung hat durch uns die bisher erfolgreichste Landingpage für einen Produktlaunch und bekommt viel Lob
- Erreichbar unter: <https://hei-volume.com>



**Viel zu tun?
So einfach ist Abgeben!**

Hohe Volumina automatisiert und intuitiv verarbeiten

Ob Sie im täglichen Umgang mit einem Großrotationsverdampfer aufkonzentrieren, Lösungsmittel rückgewinnen, aufbereiten oder rezyklieren – die meiste Arbeitszeit entfällt auf die Befüllung, Entleerung und Reinigung. Nicht so bei einem Hei VAP Pro Großrotationsverdampfersystem! Das Automatenmodul Hei-VOLUME Distmatic Pro ist dafür konzipiert, Ihnen diese zeitsparenden und beschwerlichen Arbeitsschritte abzunehmen. Dabei ist die Bedienung bewusst intuitiv gestaltet, damit Sie Zeit für Wichtiges haben!





**Innovativ verdampfen,
Zeit für Wichtigeres haben**

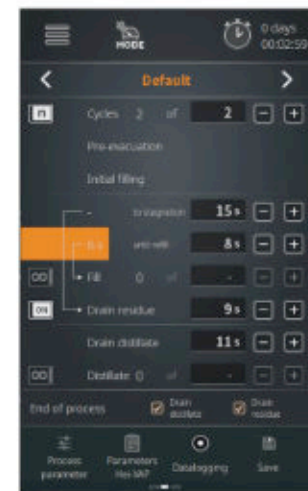
Sie müssen sich um nichts kümmern: Einmal programmiert, füllt und entleert das Hei VOLUME Distmatic Pro Automatenmodul selbstständig und unbeaufsichtigt den Hei VAP Industrial Großrotationsverdampfer im Hei VAP Pro System. Es erkennt, wenn Ihr vorgelegtes Medium verarbeitet ist und schaltet sich inklusive der Peripheriegeräte selbstständig ab. Durch die Automatisierung entfällt für Sie die beschwerliche Handhabung großer Rotationsbehälter, denn die Ausbringung viskoser Rückstände kann durch das Modul erfolgen. Auch die Reinigung führt das Automatenmodul durch – Sie gewinnen Zeit und schaffen Freiraum für Wichtiges.

Arbeitsvereinfachung in der Übersicht



Das erledigt sich von selbst!

Verlieren Sie zu viel Zeit mit dem Be- und Nachfüllen des Rotationsbehälters? Das Hei-VOLUME Distmatic Pro Automatenmodul nimmt Ihnen diese und weitere Arbeitsschritte ab!



**Alles ganz
(selbst)verständlich**

Ein innovatives und übersichtliches Bedienkonzept

Eine echte Hilfe und Entlastung sind innovative Technologien, wenn sie einfach zu verstehen und zu handhaben sind. Bei der Entwicklung des Hei VOLUME Distmatic Pro Automatenmoduls wurde besonderer Fokus darauf gelegt, den Anwender zu unterstützen – nicht zu überfordern. Die strukturierte Bedienoberfläche gibt schnell den Überblick über die Systemkomponenten, Prozesszeiten und Parameter. Die Integration eines Hei VAP Pro Systems in Ihre täglichen Abläufe wird damit ohne langes Warten einer Betriebsanleitung möglich.

Klicken zum Weiterlesen




©2021 Heidelberg Instruments GmbH & Co. KG, Heidecksdorfer Str. 11 | D-41135 Schwabach