



Kreative B2B- Kommunikation

Komplexes einfach und Abstraktes
emotional erzählen

*You have to do it so simple that you
simply have to do it.*

Steve Jobs

Exposé

Wie kann man technische Features spannend erzählen? Wie übersetzt man „Ingenieurs-Sprech“ in „Kundensprache“? Wie können B2B-Kampagnen kreativer und wirkungsvoller werden?

B2B-Kommunikation verkauft, wenn sie Bilder im Kopf erzeugt, wenn sie gute Geschichten erzählt und wenn sie pointiert formuliert. Wir lernen die wichtigsten Methoden und Kriterien der B2B-Kampagnen-Konzeption kennen und entdecken den Weg zu mutigen Texten und neuen kreativen Lösungen.

Zielgruppe

Fach-/Führungskräfte aus Marketing, Online-Marketing, Kommunikation, Vertrieb, Agenturen, PR sowie der internen und externen Kommunikation. Verantwortliche, die im B2B- Bereichen Ideen und Texte entwickeln oder beurteilen.

Seminarinhalte

Einheiten

Strategie: die Grundlagen kreativer B2B-Kommunikation

B2B vs. B2C: Besonderheiten des B2B-Marketings und Ableitungen für die Kampagnen-Konzeption.

Was wirkt im Kopf von B2B-Kund:innen? Methoden, die nicht überreden, sondern überzeugen.

Ideen beurteilen: die Kriterien fürs Killer-Konzept.

Text Sells: Sprache als Wettbewerbsvorteil im B2B

Wie Botschaften haften bleiben: 12 Mechaniken für kreative Headlines.

Endlich verständlich: die Kriterien für verständliche Texte.

Vom Feature zum Benefit: Aus technischen Fakten wird emotionaler Kundennutzen.

B2B kann kreativ: die Werkzeuge kreativer B2B-Kommunikation

Abstraktes greifbar machen: Bilder im Kopf erzeugen.

Komplexes einfach erzählt: Marken- und Produktbotschaften in Geschichten verpacken.

Von Benchmarks lernen: Beispiele kreativer und erfolgreicher B2B-Kommunikation.

Didaktik

Vorab-Analyse der Texte

Unternehmens-Texte vorab einreichen. Die Texte werden analysiert, die Beispiele daraus in den Praxis-Übungen aufgegriffen und überarbeitet.

100% Praxisbezug

Im Seminar arbeiten die Teilnehmer:innen am eigenen Text. Das Gelernte wenden sie in Praxis-Übungen direkt auf ihren Text an.

Kreative Inspiration

Viele B2B-Case Studys und Praxis-Beispiele zu allen Einheiten.

Jede Menge Interaktion

Kreative und interaktive Einheiten sorgen für Abwechslung und Spaß beim Lernen (u.a. Lego, Teamplay, Magic Box...).

Format

Auf das Unternehmen abgestimmt

2tägiges Praxis-Seminar, Online oder Präsenz.

Feinjustierung der Inhalte in gemeinsamer Abstimmung.

Transfer in die Praxis

Praktische Checklisten und Regelsammlungen zum Nachlesen.

Inklusive vorab Text-Analyse, umfangreiche Seminar-Unterlagen und Fotoprotokoll.



Kai Schmelzle

Customer Experience Coach
BDVT Business-Trainer

Kai Schmelzle hat in Tübingen Allgemeine Rhetorik studiert und begann im Anschluss als Texter und Konzeptioner bei JUNG von MATT. Nach sieben Jahren mit Stationen in Stuttgart und Wien verließ er die Agentur mit zahlreichen Auszeichnungen und wechselte als Creative Director zu REINSCLASSEN Hamburg.

Hier war er vier Jahre lang tätig, zuletzt als Executive Creative Director und Leiter der Seminar-Abteilung. Irgendwann hat er sich dann gefragt, wie lange er noch nachts und am Wochenende arbeiten möchte...

Heute ist er Customer Experience Coach bei der Techniker, mit 11 Millionen Mitgliedern die größte Krankenkasse Deutschlands. Kai ist zertifizierter Business-Trainer und seit 2016 Gastdozent für Corporate Language an der Universität Tübingen.

Eine kleine Auswahl seiner Arbeiten findet sich hier www.kaischmelzle.com