

Storytelling

Botschaften auf allen Kanälen in kreative
Geschichten verpacken

People don't buy goods and services. They buy relations and stories.

Seth Godin

Exposé

Früher haben Menschen über Geschichten das Wissen ganzer Generationen vermittelt. Damals vor dem Lagerfeuer galt das gleiche Gesetz wie heute: Nur die besten Geschichten werden erinnert und weitergetragen. Das Seminar vermittelt das Handwerkszeug erfolgreichen Storytellings – und die crossmediale Verbreitung: Wir lernen Mechaniken kennen, nach denen großartige und preisgekrönte Geschichten funktionieren.

Die Erfolgs-Formel wenden wir auf unsere alltägliche Arbeit an: Für die Entwicklung von TV-Spots ebenso wie kurze Social-Media Clips, für Texte in Blogs, Mailings und Magazinen. Aber auch für PR, für Podcast-Formate oder für Präsentationen.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Unternehmens-Kommunikation, die fundierte Grundlagen und neue Methoden des Storytellings nutzen möchten, um Botschaften kreativ zu verpacken und auf die einzelnen Kanäle anzupassen.

Seminarinhalte

Einheiten

Was Stories wertvoll macht

Grundlagen der Aufmerksamkeits-Ökonomie: Menschen wollen keine Werbung – aber gute Geschichten.

Einprägsam erzählen: wie Stories garantiert im Kopf bleiben.

Der Bauplan: selber zum Storyteller werden

Die Erfolgs-Formel: Bausteine und Struktur einer starken Story.

Komplexes anschaulich verpacken: mit Geschichten Bilder im Kopf erzeugen.

Auch trockene Themen in fesselnde Geschichten verpacken: die trojanische Methode.

Die Tricks der Profis

Lernen von Pixar, Disney & Co: das Handwerkszeug der Hollywood-Writer.

Short Story Contest: Was starke Tweets mit Ernest Hemingway gemeinsam haben.

Sofort loslegen

Stories finden: Welche Geschichten im eigenen Unternehmen stecken.

Crossmedial erzählen: Texte, Filme, Podcasts, Präsentationen... jeden Kanal mit der passenden Story bestücken.

Didaktik

Vorab-Analyse

Unternehmens-Content vorab einreichen. Der Content wird analysiert, die Beispiele in den Praxis-Übungen bearbeitet und optimiert.

100% Praxisbezug

Im Seminar arbeiten wir an eigenen Stories. Zudem gibt es crossmediale Praxis-Übungen für das Storytelling in den unterschiedlichsten Kanälen.

Kreative Inspiration

Viele Beispiele erfolgreichen Storytellings aus unterschiedlichsten Branchen und Anwendungsfällen.

Jede Menge Interaktion

Kreative und interaktive Einheiten sorgen für Abwechslung und Spaß beim Lernen (u.a. Short Story Contest, 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 Content-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