

Von der Macht der Narrative

- Wie Sie mit Storytelling im Gedächtnis bleiben

ALEXANDER TROST ist Trainer und Autor aus Leidenschaft. Mit über 150.000 verkauften Büchern und weit über 80 Fortbildungen kann er wie kaum ein anderer Synergie-Effekte erzeugen. Seine große Stärke ist es, komplexe Sachverhalte verständlich zu machen und dies humorvoll und engagiert zu vermitteln. Mehr Tipps und Tricks erhalten Sie in meinem Workshop.

Business Stories sind Erzähltechniken, die dazu dienen, Informationen zu vermitteln, die Zuhörer zu begeistern und zum Handeln zu inspirieren.

Die Reise des Helden

Dieses Erzählmodell basiert auf Joseph Campbells Forschungen zum Monomythos und folgt einem Protagonisten durch die Phasen der Herausforderung, der Transformation und des Triumphs.

Erzählen Sie, wie der Gründer Ihres Unternehmens ein Problem erkannte, mit zahlreichen Hindernissen konfrontiert wurde, eine innovative Lösung entwickelte und schließlich Erfolg hatte und andere inspirierte, sich seiner Mission anzuschließen.



▼ Erzählmodelle können einprägsame Hilfen sein, um ein Produkt oder ein Brand im Gedächtnis der Kunden zu verankern.

FOTO: ALEXANDER TROST GRAFIKEN: DALL-E2 TEXT ALEXANDER TROST WWW.ATROST.DE

Das Problem-Lösungs-Modell

Bei diesem Modell geht es darum, ein Problem zu identifizieren und Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung als Lösung zu präsentieren.

Beschreiben Sie die Herausforderungen, mit denen Ihre Zielkunden konfrontiert sind (z. B. zeitaufwändige manuelle Prozesse), und erklären Sie, wie Ihr Produkt (z. B. Automatisierungssoftware) diese Herausforderungen bewältigt und zu mehr Effizienz und geringeren Kosten führt.

Das Transformationsmodell

Diese Darstellung zeigt die Vorher-Nachher-Ergebnisse der Nutzung Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung.

Erzählen Sie die Erfolgsgeschichte eines Kunden, in der er seine anfänglichen Schwierigkeiten beschreibt, wie er Ihre Lösung im-

plementiert hat und welche positiven Ergebnisse sich daraus ergeben haben (z.B. eine Umsatzsteigerung oder verbesserte Kundenzufriedenheit).

Das Modell der persönlichen Anekdote

Verwenden Sie persönliche Erfahrungen oder Geschichten, um eine emotionale Verbindung zu Ihren Zuhörern herzustellen und einen Punkt zu veranschaulichen.

Erzählen Sie eine persönliche Geschichte darüber, wie Ihre eigene Frustration über ein bestimmtes Problem Sie dazu gebracht hat, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu entwickeln, und erklären Sie, wie es seitdem Ihr Leben und das Leben anderer, die es nutzen, verbessert hat.

Metaphern / Analogien

Ziehen Sie Vergleiche zwischen bekannten Konzepten und Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung oder Ihrer Situation, um Ihren Zuhörern zu helfen, Ihre Botschaft besser zu verstehen und sich damit auseinanderzusetzen.

Vergleichen Sie die Wachstumsstrategie Ihres Unternehmens mit einem Marathonlauf und erklären Sie, wie wichtig es ist, das Tempo beizubehalten, langfristig zu planen und Hindernisse zu überwinden, um die Ziellinie zu erreichen und erfolgreich zu sein. ◀

**LERNEN SIE IN MEINEM WORKSHOP
FESSELNDE UND EINPRÄGSAME NARRATIVE
ZU VERFASSEN, DIE DEM KUNDEN
NACHHALTIG IN ERINNERUNG BLEIBEN.**

Weitere Workshops und Vorträge unter:
www.atrost.de

