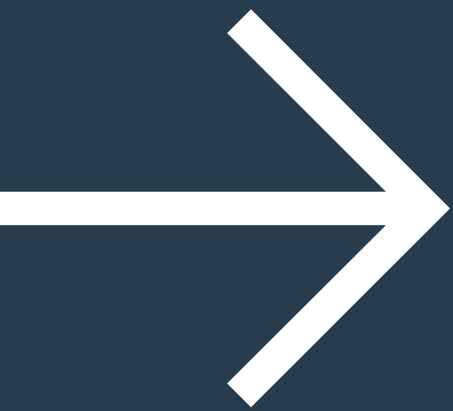


STORYTELLING IN CONTENT MARKETING



**MIT DER RICHTIGEN
ERZÄHLUNG ZUM ERFOLG**


WAS VERSTEHT MAN UNTER STORYTELLING IM MARKETING?

AUF GEHT'S...



Storytelling bezeichnet eine kommunikative Herangehensweise, im Rahmen derer Informationen nicht nur deskriptiv aufbereitet und dargestellt, sondern über einen gelungenen Spannungsbogen anschaulich und gefühlvoll vermittelt werden. Nicht nur reine Fakten, sondern auch Lösungsanleitungen und tiefergehendes Wissen können auf diese Weise verarbeitet werden - genauer gesagt wird Storytelling gerade zur Auflockerung bei komplexeren Inhalten gerne als Methode herangezogen.

Was nun den Bereich des Content Marketing betrifft, so zielt **Storytelling darauf ab, die zentralen Botschaften des jeweiligen Dienstleisters, Händlers oder Unternehmers mit erzählerischem Elan aufzuladen und dadurch auf Kundenseite nicht nur flüchtige Aufmerksamkeit, sondern vertiefte Resonanz zu erzeugen, die idealerweise einem langfristigen Identifikationsprozess den Weg bahnt.**



WEITER
GEHT'S

NOCH
MAL
SWIPEN



WELCHE LEITLINIEN GIBT ES FÜR GELUNGENES STORYTELLING IM CONTENT MARKETING?

- Das richtige Ziel verfolgen
- Die richtige Form der Realisierung wählen
- Ein glaubwürdiges Versprechen abgeben
- Einen zugkräftigen Protagonisten einbauen
- Eine Herausforderung skizzieren
- Eine Lösung anbieten
- Das richtige Erzählschema einhalten

FAZIT: STORYTELLING ALS EFFEKTIVE CONTENT- MARKETING-METHODE

Wer seine Content-Marketing-Strategie durch **Storytelling** aufwerten möchte, kann dazu auf eine Vielzahl an etablierten narrativen Leitfäden, Faustregeln und Checklisten zurückgreifen. Der zusätzliche Aufwand lohnt sich jedoch, verspricht das Storytelling doch einen direkteren und emotional privilegierten Draht zur jeweiligen Zielgruppe, welche den Beginn einer langfristig verbesserten Kundenbeziehung darstellen kann.



JANA

@webadvice

DU MÖCHTEST
MEHR
ERFAHREN?
WE ADVICE YOU



für später speichern

