

STORYTELLING ...ist „GROSSES KINO“ als Management- und Marketing-Tool

Nichts ist erfrischender und nachhaltiger als das fesselnde „Eintauchen“ (Immersion) in gut erzählten (narrativen) und inszenierten Geschichten.

Sie wollen keine Geschichten, sondern Botschaften und Informationen? Paul Watzlawick sagte „man kann nicht nicht kommunizieren“. Ich sage „zur Kommunikation gehören Gefühle. Erhört werden heißt, nur mit Gefühlen“. Niemand kann ernsthaft versuchen seine Gefühle auszublenden und sagen „diese Gefühle will ich jetzt mal nicht empfinden...Trauer, Scham, Furcht.... Die anderen positiven Gefühle aber ... Freude, Liebe, Mut... die lass ich jetzt zu.

Mit Storytelling (*s. am Ende des Textes) lernen „wir“ die Seele eines Unternehmens, eines Produktes, einer Region/Stadt kennen. Emotional „tauchen“ wir in sie ein.

Wir, LCF, gehen mit unseren Kunden auf eine Entdeckungsreise (Prozess). Dabei finden wir u. a. durch gezieltes, vor allem immer wertschätzendes Zuhören die relevanten und sehr individuellen Geschichten und lassen daraus die Kernstory entstehen. Diese Kernstory kann und wird weiter entwickelt... vom Unternehmen und deren Mitarbeiter, aber auch (s. z. B. Soziale Medien) Kunden, Partner, Bewohner... Öffentlichkeit. Wichtig (!), immer unter „Wert“ erhaltender Begleitung.

Richtige, gut erzählte Geschichten sind in passenden Momenten in der Lage ...- Vertrauen aufzubauen, - Kreativität anzuregen, - Menschen zu bewegen/zu inspirieren, - Menschen zur Zusammenarbeit anzuregen, - neue/ andere Perspektiven zu vermitteln, - Menschen in die Zukunft zu führen, - Innovationen „loszutreten“, - vorgestern, gestern und heute zu verstehen.

Für den „Transport“ und die angestrebten Begegnungen mit den und der Geschichten analysieren wir (LCF) alle relevanten Touchpoints (Berührungspunkte; s. a. Touchpoints Management) und sorgen dort für inszenierte Begegnungen. Basis aller Begegnungen sind unsere immersiven Strategien, eng gekoppelt mit unseren narrativen Konzepten.

Storytelling ist wie „3 Sterne Küche“ in der Gastronomie. Ein großes Erlebnis! Und die Gäste freuen sich jeweils auf den nächsten Gang und beim Verlassen des Restaurants auf die nächste Begegnung, von der sie gerne LOYAL „erzählen“.

(*Storytelling ist kein Märchenerzählen. Geschichten im Storytelling sind häufig Erinnerungen, Erzählungen, die nicht selten als Dokumentationen, Biografien daher kommen, aber wie Märchen, Legenden, Sagen ... funktionieren)

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

...und denken Sie daran "bleiben Sie wertschätzend"

Ihr
frank e. w. fromme
UnternehmensErfrischer