

INHALT

Was spricht mehr für uns als unsere Kunden?	10
Vorwort: Story-Marketing mit Herz und Verstand	15
Einleitung: Erwecke Deine Botschaft zum Leben	29
▪ Die großen Geheimnisse des Marketings	32
▪ Story gut, alles gut?	34
▪ Für Global Player und Mittelstand gleichermaßen geeignet	36
▪ Seiten voller Story-Erfolge	39

Teil I: Warum Stories?

Kapitel 1: Die Geschichte des Blockbuster StorySkripts	61
▪ Der Hein Blöd des Storytellings	62
▪ Storytelling funktioniert immer und überall	65
▪ Ein magisches Video sorgt für den Durchbruch	69
▪ Nicht nur für Diamantenhändler oder Weltretter	73

Kapitel 2: Drei Marketing-Geheimnisse, die Dir garantiert noch niemand verraten hat	77
▪ Erkenntnis #1: Die Kommunikationsstrategie Hochwertige Qualität, exzellenter Service und langjährige Erfahrung< funktioniert nicht	78
▪ Erkenntnis #2: Die Agentur-Meinung >Deine Webseite braucht regelmäßig ein frisches Design< ist Bullshit	84
▪ Erkenntnis #3: Die Traffic-Hoffnung >Dein Kommuni- kations-Müll braucht mehr Reichweite< ist vergeblich	86

Kapitel 3: Stories als Ausweg aus dem Marketing-Dilemma	89
▪ Das menschliche Gehirn liebt spannende Geschichten	90
▪ Von nichts kommt nichts	96
▪ Satte Conversion Rate, satte Gewinne	103
▪ Bei diesen Zahlen wird einem schwindelig ...	107
▪ Die Golden Nuggets aus Teil I	108
▪ Jetzt bist Du am Zug – drei Schlüsselfragen für Deine Story	110

Teil II: Der richtige Story-Bauplan

Kapitel 4: Von Steve Jobs lernen heißt Storytelling lernen	115
---	-----

Kapitel 5: Das Skript für Deine perfekte Story	125
▪ Die Fünf-Punkte-Struktur von John Lasseter	126
▪ Deshalb merke Dir: Dein Kunde ist der Held!	132
▪ Warum Hochglanz-Broschüren nicht wirken	136
▪ Zeige der Welt, was Dich besonders macht	138
▪ Finde Deine Kernbotschaft	140
▪ Mit dem Blockbuster StorySkript in ungeahnte Höhen fliegen	143

Kapitel 6: Filtere die zentrale Botschaft heraus!	151
▪ Filter A bis C: Wie sieht Dein Wunschkunde aus?	152
▪ Filter D bis F: Auf das innere Erleben des Kunden kommt es an!	155
▪ Filter G bis I: Deine Mentor-Qualitäten sind gefragt!	157
▪ Filter J bis L: Gut geplant ist halb gewonnen	160
▪ Filter M bis O: Der Aufruf zu einer besseren Welt und die Reise Deines Kunden	163

Kapitel 7: Das Blockbuster StorySkript in Aktion	169
▪ Ein Held wird geboren	169
▪ CarMax lässt grüßen – appelliere an das innere Problem	172
▪ Setze auf Gemeinsamkeiten mit Deinen Kunden	178
▪ 30 Prozent mehr Umsatz – mein Mentor-Plan zeigt Wirkung	183
▪ Auf geht's ins Paradies!	185
▪ Aus 15 Filtern wird eine Blockbuster Story	188
 Kapitel 8: »Wir sind Papst!«	193
▪ Die Goldenen Nuggets aus Teil II	200
▪ Jetzt bist Du wieder am Zug – erstelle Dein individuelles Blockbuster StorySkript	202

Teil III: Story-Marketing aus einem Guss

Kapitel 9: Eine Story für alle Fälle	207
▪ Drei Helden-Filter für die perfekte Positionierung	209
▪ Wie Du starke Produkt-Nutzen-Stories aus dem Ärmel schüttelst	220
▪ Mach Deine Headlines selber – niemand kann das besser als Du!	225
▪ Der Elevator Pitch – mehr Zeit braucht kein Mensch	227
▪ Die Macht des Blockbuster StorySkripts	230

Kapitel 10: Was ich vom Laufpapst Ulrich Strunz gelernt habe	233
▪ Das große Warum	234
▪ Das superkonkrete Was	236
▪ Motivation pur: Training mit Gleichgesinnten	237
▪ Der Mentor kennt den (Lauf-)Weg	238
▪ Die Ulrich-Strunz-Formel wirkt auch beim Storytelling!	239
▪ Die Golden Nuggets aus Teil III	244
▪ Jetzt bist Du nochmal am Zug	246
Umsetzungsaufgabe Teil 1	246
Umsetzungsaufgabe Teil 2	247
 Trage den Story-Staffelstab weiter	 248
 Über Christiani Story-Marketing	 253
▪ Über Alexander Christiani	255
▪ Über Raphael Christiani	259
▪ Über Constantin Christiani	260
 Bonus	 264