

Börja med storytelling.

- Storytelling är en av de mest grundläggande sätten att fånga en publik. Tidigare satt vi runt lägerelden och berättade historier. Idag har vi en uppsjö av kanaler att berätta historierna i. Människan är nyfiken och vill ta till sig information. Det är något vi kan använda oss av i vår marknadsföring.
- Storytelling är ett mycket mer intressant sätt för en organisation att förmedla ett budskap istället för att trycka på ett "inifrån och ut perspektiv" som är ett mer klassiskt reklambudskap. Storytelling är en metod som säkerställer att du får en större chans att nå ut genom att beröra och intressera.
- Kom ihåg att det måste finnas relevans. Den berättelse du väljer att kommunicera måste vara relevant för organisationen. Annars blir det ett påklistrat försök att trollbinda målgruppen. Budskapet måste bygga på en insikt om vad varumärket kan bidra med. Din story måste böttna i varumärkets värderingar. Annars genomskådar publiken dig och då är den inte villig att tro eller lyssna på din berättelse.
- Rannsaka dig själv. Vad är det du vill förmedla? Vad är budskapet? Vilken insikt kan budskapet bygga på? Har vi ingen insikt om målgruppens behov eller intressen kan vi inte nå fram hur bra storyn än är. Först behövs det strategiska arbetet och du behöver vara klar över budskapet och hur det bygger på en insikt om målgruppens behov. Sen klär vi budskapet i en story.
- Du kan lära dig mycket genom att läsa många stories, böcker och se mycket film. Fundera på hur dramaturgin är uppbyggd. Du har säkert vänner som är bra på att berätta historier. Det finns mycket att lära där, hur man bygger en berättelse och trollbinder din publik. Det är välinvesterad tid att se och lära av goda exempel och förfina din egen teknik.
- I slutänden bygger allt på mänskliga behov och intressen.