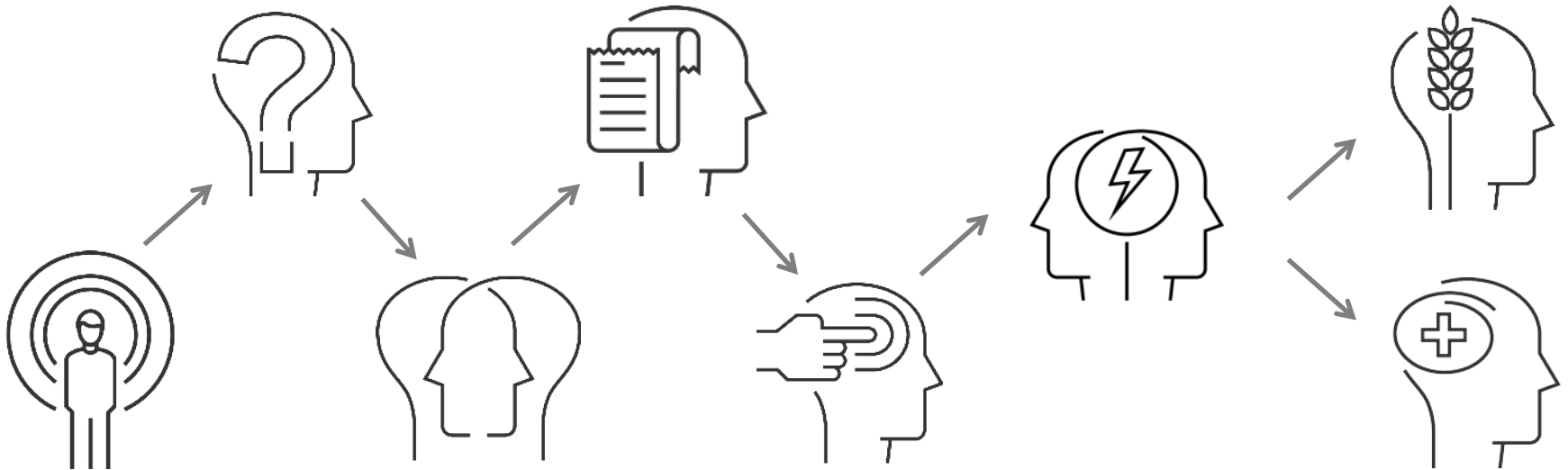


Herobrand® Story Script

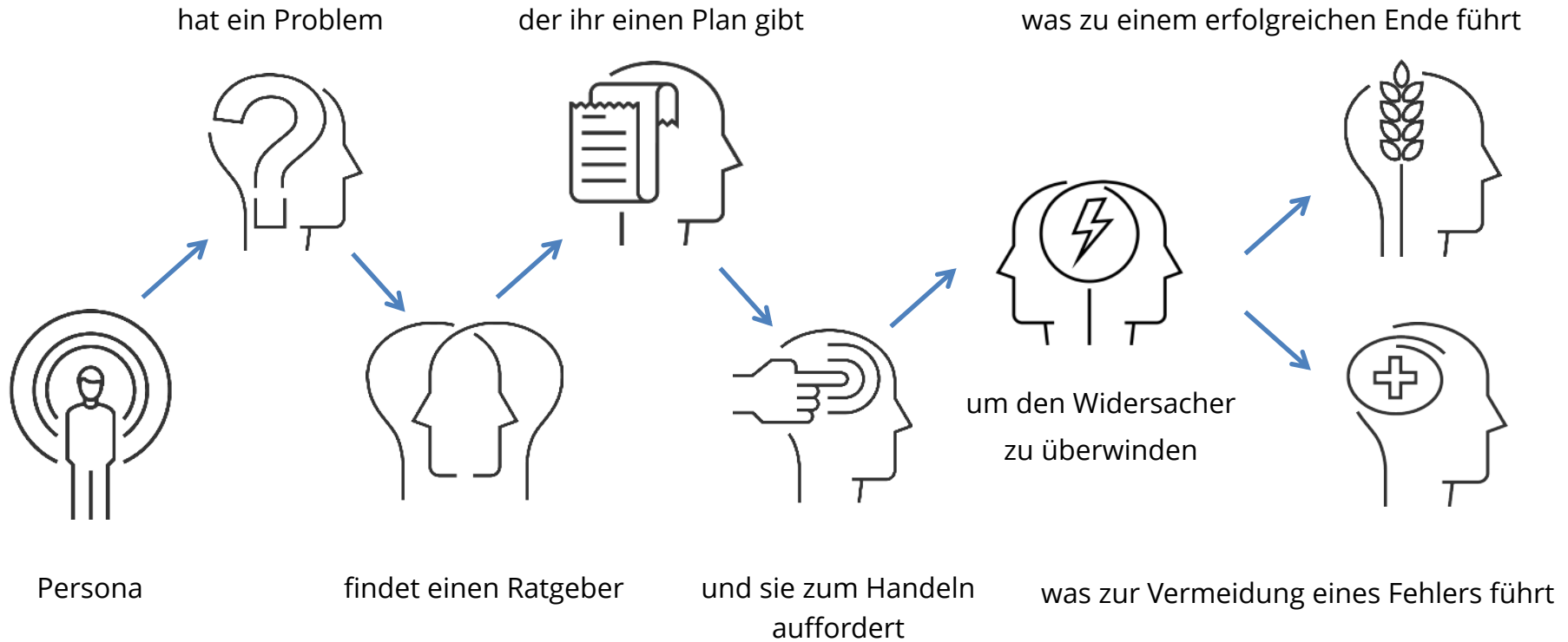
In 8 Schritten zu glasklaren Marketingbotschaften



HEROBRAND®

Das Herobrand® Story Script. Das Drehbuch für Ihr Marketing

Das Herobrand® Story Script



A

>> Transformation >>

B

1. Die Persona

Personas helfen die Herausforderungen Ihrer idealen Käufer zu adressieren und zu verstehen, was ihn zum Handeln motiviert.



1. Die Persona

Personas helfen die Herausforderungen Ihrer idealen Käufer zu adressieren und zu verstehen, was ihn zum Handeln motiviert.



- Demografie
- Bildung
- Familie
- Aufgaben
- Motivation
- Name

2. Das Problem

Ein Problem hat verschiedene Ebenen. Menschen kaufen keine Produkte für sachliche Probleme, sondern Lösungen für interne Probleme.



2. Das Problem - extern

Ergründen Sie die drei Ebenen des Problems.

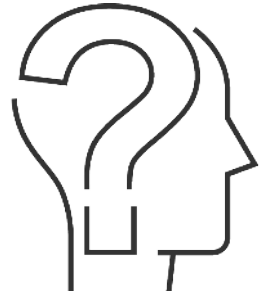
1. Externes Problem = sachliches Problem



2. Das Problem - intern

Ergründen Sie die drei Ebenen des Problems.

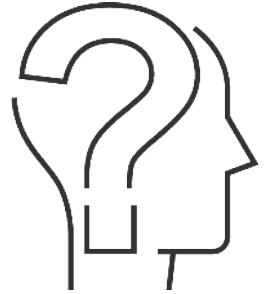
2. Internes Problem = Emotionen



2. Das Problem - moralisch

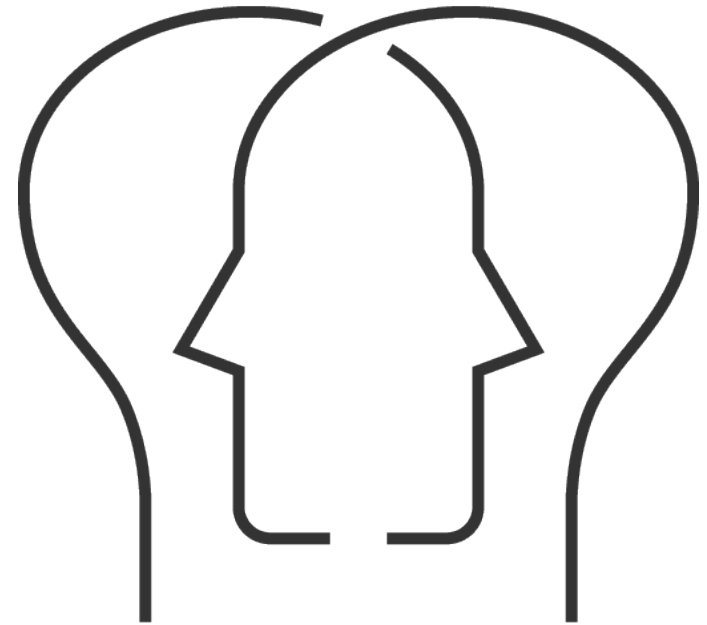
Ergründen Sie die drei Ebenen des Problems.

3. Moralische Ebene des Problems



3. Der Ratgeber

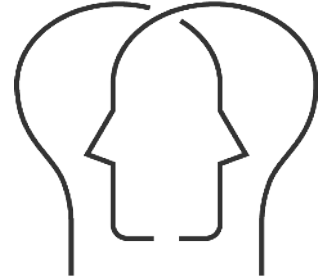
Warum sind Sie
der richtige Ratgeber?
Wie stellen Sie
Ihre Empathie und Ihre
Kompetenz unter Beweis?



3. Der Ratgeber

Wie stellen Sie Ihre Empathie und Ihre Kompetenz unter Beweis? Warum sind Sie der richtige Ratgeber?

Ich verstehe das Problem, weil...



3. Der Ratgeber

Wie stellen Sie Ihre Empathie und Ihre Kompetenz unter Beweis? Warum sind Sie der richtige Ratgeber?

Ich kann es lösen, weil...



4. Der Plan

Wie erreicht die Persona
mit Ihrer Unterstützung
- Schritt für Schritt -
ihr Ziel?



4. Der Plan

- Mit welchen Ihrer Produkte und Services erreicht die Persona ihr Ziel?
- Gibt es eine Produktleiter?



Produkt 1

Produkt 2

Produkt 3

Produkt 4

Produkt 5

Produkt 6

4. Der Plan

- Welche Informationen und Angebote bieten Sie potentiellen Kunden?
- Erfahrungen aus vorhandenem Vertriebsprozess



Schritt 1

Schritt 2

Schritt 3

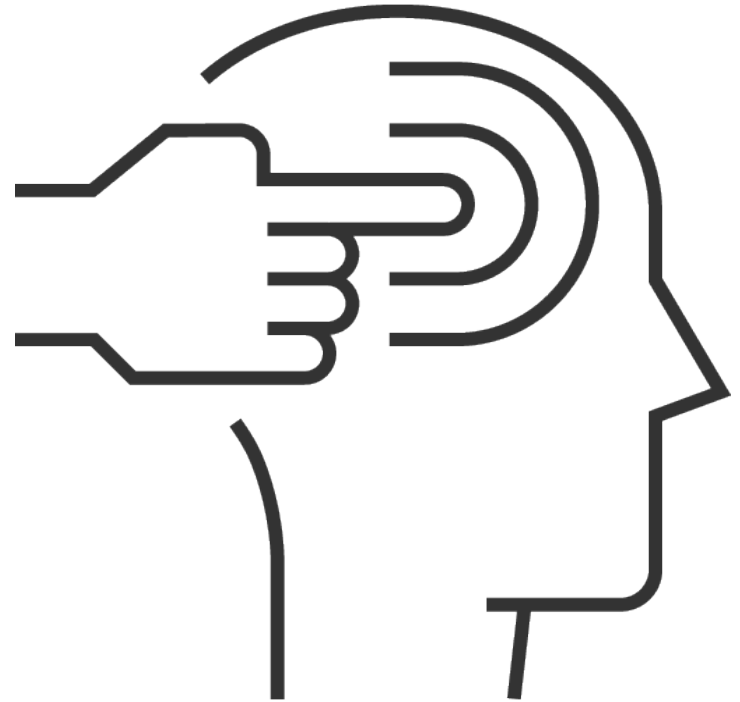
Schritt 4

Schritt 5

Schritt 6

5. Die Handlungsaufforderung

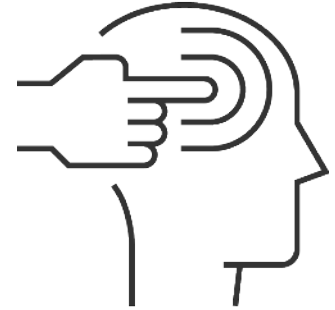
Die Möglichkeiten zu
kennen reicht nicht aus.
Menschen brauchen
klare Aufforderungen
und Impulse.



5. Die Handlungsaufforderung

- Erstellen Sie eine klare Handlungsaufforderung
- Was bekommt oder erreicht die Persona?

Primäre Handlungsaufforderung (CTA 1)



5. Die Handlungsaufforderung

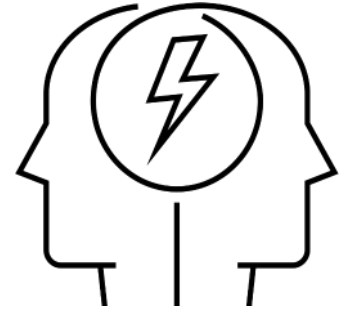
- Erstellen Sie eine klare Handlungsaufforderung
- Was bekommt oder erreicht die Persona?

Sekundäre Handlungsaufforderung (CTA 2)



6. Der Widersacher

- Was hindert die Persona Ihr Kunde zu werden?
- Welche äußeren und inneren Widerstände gibt es?



Äußere / innere Widerstände:

7. Das erfolgreiche Ende



Wie fühlt es sich an,
auf der Seite des Tals
anzukommen,
auf der das Gras
soviel grüner ist?

7. Das erfolgreiche Ende

- Welches positive Ergebnis erhält Ihr Kunde?
- Wie fühlt es sich für ihn an, dass sein internes Problem gelöst ist?



8. Vermeidung eines Fehlers



Was wird es im schlimmsten Fall für die Persona bedeuten, wenn sie nicht Ihr Kunde wird?

8. Vermeidung eines Fehlers

Welchen dramatischen und schmerzhaften Verlust kann Ihr Kunde durch den Einsatz Ihrer Produkte und Services verhindern?



HEROBRAND®

www.herobrand.eu