**Begrüßung**

Hallo, liebe Kolleginnen und Kollegen, hier ist Ihr Patrik Luzius. Schön, dass Sie dabei sind, Ihre Steuerkanzlei jeden Tag ein Stückchen zu optimieren.

**Erfolgsimpulse**

Der Titel unseres heutigen Videos heißt: Storytelling

In diesem Video erhalten Sie die wichtigsten Antworten zu folgenden Themen bzw. Fragen:

1. Warum versagt klassisches Marketing zunehmend?

2. Warum lieben Menschen Geschichten?

3. Was ist der „Claus Hipp Effekt“?

**Hauptteil**

**1. Warum versagt klassisches Marketing zunehmend?**

Nach Storytellingexperte Alexander Christiani:

* Botschaften-Inflation: ca. 3.500 Werbeappelle pro Tag in USA
* Social-Media-Marketing erlaubt jedem Kleinunternehmer eine ordentliche Reichweite aufzubauen und es den großen Firmen nachzumachen
* Kunden schotten sich zunehmend vor der Werbeflut ab
* Kunden werden misstrauischer gegenüber Werbebotschaften (z.B. Waschmittel X wäscht noch weißer, weißer geht’s nicht)
* Kunden sind heutzutage durch das Internet oft besser informiert als die Verkäufer
* Kunden können sich leicht über Social-Media-Kanäle Gehör verschaffen und durch schlechte Bewertungen (berechtigt oder nicht) den Ruf eines ganzen Unternehmens gefährden.

**2. Warum lieben Menschen Geschichten?**

* Geschichten werden erzählt, seit der Mensch sprechen kann
* Kindern werden jahrelang nur Geschichten erzählt
* Erwachsene gehen ins Kino oder Freizeitpark, um Geschichten zu erleben
* Storytelling ist eines der wichtigsten verbalen Kommunikationsinstrumente
* Jede Hollywood-Film-Story ist dramaturgisch in etwa gleich aufgebaut (Vorstellung Charaktere, Höhepunkt, Tiefpunkt, Erkenntnis, Happy End)
* Storytelling war früher überlebensnotwendig, weil sich das Gehirn Geschichten besser merken kann, als z.B. ein sachlich erzählter Bericht
  + Beispiel: Vorsicht vor dem Säbelzahntiger

**3. Was ist der „Claus Hipp Effekt“?**

* 1 Minuten Video auf Homepage (oder separate Kundengewinnungsseite)
* „Der Chef“ spricht selbst, wie früher Claus Hipp
* Klare Botschaft, für was das Unternehmen steht in 1 Minute (elevator pitch), bei Claus Hipp: „Dafür stehe ich mit meinem Namen“ (für seine Babynahrung)
* Sinnvoller Aufbau des Videos:
  + Kurzvorstellung der Kanzlei
  + Für was steht Ihre Kanzlei in 1 Satz
  + Welche besonderen Probleme löst Kanzlei für die Kunden
  + Handlungsaufforderung Kunde der Kanzlei zu werden (call to action)
  + Dank im Voraus für den Neukunden
  + Verabschiedung
* Weitere Videos zur Kundengewinnung produzieren und auf Homepage und Social-Media-Kanälen veröffentlichen.

**Umsetzung in Ihrer Kanzlei (siehe unten im Downloadbereich)**

Ich möchte Sie noch auf den Downloadbereich unterhalb dieses Videos aufmerksam machen. Dort finden Sie alles Wichtige zur Umsetzung der Inhalte dieses Videos. Je mehr Ideen und Maßnahmen Sie in Ihrer Kanzlei umsetzen, desto erfolgreicher werden Sie!

**Verabschiedung**

Herzlichen Dank fürs Zuschauen. Ich wünsche Ihnen ganz viel Spaß und Erfolg bei der Umsetzung! Setzen Sie möglichst viel schon in der nächsten Woche um! Es lohnt sich! Und denken Sie immer daran:

Weniger Worte, mehr Transporte!

Ihr Patrik Luzius