

Mach dein Business zur Heldensaga Oder: Mit Storytelling zur Personenmarke

Kapitel 1: Wir erschaffen einen Helden

Mit diesem System wirst du vom Selbstständigen zu einem Helden auf einer Mission. Du entwickelst dich zu einer klar greifbaren Marke, ähnlich wie eine beliebte Figur in einer Serie. Deine Storys transportieren deinen Charakter und bauen die Bindung deiner „Zuschauer“ zu dir auf - Sie werden Teil deiner Saga. Du lässt deine Zuschauer und Zuhörer an deinem Lernprozess, deiner Entwicklung und deiner Reise teilhaben. Damit baust du Sog auf - denn Menschen auf einer Mission die sich zeigen sind einfach anziehend.

Deine Storys teilst du auf deinem Kanal - Beispielsweise Facebook, deinem Blog, Youtube, Instagram oder deinem Podcast. Ich pflege vor allem Facebook und meinen Podcast und empfehle dir Facebook als optimales Einstiegsmedium.

Ich werde bei den Fragen meine persönlichen Antworten als Inspiration zufügen. Fühl dich aber frei, auch deutlich mehr und länger zu schreiben. Ausführliches schreiben bringt dir innere Klarheit, das Kürzen bringt es dann verständlich auf den Punkt.

Deine Heldenfigur

Stell dir dein Leben als einen Film oder einen Comic vor. Du bist die Heldin. Was machst du? Wofür kämpfst du? Was macht dich aus? Gibt es eine bestehende Figur aus Film oder Buch, die als Vorbild dienen kann? Welcher Archetyp passt am besten zu dir als Helden?

Mein Archetyp ist der weise Narr. Meine Mission ist es den Magiern und Heilern dieser Welt beizubringen, wie sie die Menschen erreichen, die ihre Hilfe brauchen.

Meine Figur ist humorvoll, findet klare Worte, ist sehr offen, mag Spaß und Co-Kreation, genießt ihr Leben, ist bodenständig spirituell und ist mit ihrer Mission auf der Welt unterwegs.

Deine Mission

Mit welcher Mission bist du unterwegs? Welches Übel bekämpfst du? Wofür gehst du? Was passiert, wenn du deine Mission erfüllst oder nicht erfüllst?

Ich bringe Ehrlichkeit, Einfachheit und Herz in die Welt des Marketing. Ich helfe Menschen die gutes tun, viele zu erreichen und gut zu Leben. Ich baue eine Brücke zwischen den Heilern, Magiern und Weisen, die in ihren Elfenbeintürmen aus Fachsprache und zu viel Coaching sitzen und den Menschen, um die es am Ende geht. Oh, und ich Sorge dafür, dass das ganze Spaß macht.

Deine Botschaft

Hast du eine Kernbotschaft, die du verbreitest? Etwas, was du am liebsten jedem sagen würdest und womit du in Verbindung gebracht werden willst?

Da draußen sind so viele Menschen, die sind wo du warst. Diese Menschen brauchen deine Story als Inspiration und als Quelle der Hoffnung. Zeig dich mit deiner Wahrheit und verändere damit die Welt.

Dein Charakter:

Mit welchen Glaubenssätzen über die Welt bist du unterwegs? Für welche Thesen gehst du? Für welche Leitsätze gehst und stehst du? (Martin Luther King: Gleichberechtigung. Steve Jobs: Es geht auch einfach, think different etc.)

Diese Leitsätze untermauern deine Mission und Botschaft und machen dich polarisierend und greifbar. Du wirst deinen Zuhörern diese Sätze ins Bewusstsein rufen und dadurch Diskussion auslösen.

*Marketing kann auch einfach gehen.
Storytelling ist der wichtigste Skill in deinem Selbstmarketing.
Mit deinen Storys definierst du die Kultur der Zukunft.*

Welche Werte bilden dein Fundament?

Deine Werte machen dein Handeln nachvollziehbar und dich greifbar. Helden, deren Werte sich laufend ändern, sind nicht interessant. Würde Batman plötzlich beschließen, dass ihm Menschen egal wären, wäre der Konflikt mit dem Joker nicht mehr spannend. Wähle 5 Kernwerte die du lebst und die dich ausmachen. Überlege dir auch, wie du diese Werte vorlebst.

Leichtigkeit - Ich reduziere alles komplizierte aus dem Marketing und mache fast alles nur mit dem Smartphone

Spaß - Ich bringe Spaß ins Marketing, damit Kundengewinnung spielend geht. Ich nehme mich selbst nicht so ernst.

Wirksamkeit - Meine Arbeit ist sehr effektiv und auf den Punkt. Meine Resultate mit meinen Kunden sind hervorragend.

Offenheit - Ich teile, was wirklich Sache ist. Ich spreche auch offen wenns nicht so gut läuft. Ich zerstöre die shiny Filterblasenwelt aus „ich bin Coach also ist alles immer toll und läuft“

Co-Kreation - Ich erwähne meine „Konkurrenten“ offen. Ich kooperiere. Ich Sorge in meiner Community für Zusammenarbeit.

Deine Eigenheiten und Schwachstellen

Eigenheiten machen Menschen spannend. Eigenheiten, auch „Flaws“ genannt, machen einen Charakter aus. Unsere Schwachstellen und Eigenheiten machen uns besonders. Denk an Tyrion Lannister aus Game of Thrones und jetzt stell dir ihn als Aalglatten Prinzen vor. Bäh.

Meine Flaws sind:

Ich nehme die Dinge leicht.

Ich erlaube mir Fehler.

Ich nehme mich nicht so ernst.

Ich stehe auf spiri-kram und rede von Energien, Frequenzen und Manifestation.

Ich reise um die Welt und mache intensive Persönlichkeitsentwicklung und Selbsterfahrung.

Ich bin überdurchschnittlich offen, auch im ganz normalen Alltag.

Deine Hobbys

Hobbys machen oft den Unterschied zwischen zwei ähnlichen Anbietern. Früher oder später können sich deine Hobbys zu deiner Alleinstellung entwickeln. Stell dir einen Personal-Branding Experten vor, der gerne Fotografiert und Leute inszeniert. Geil! Stell dir einen Fotografen vor, der auf Comedy steht. Der kann damit seine Models zum lachen bringen und einzigartige Fotos machen. Unterschätze den Wert deiner Hobbys nicht.

Meine sind:

Improvisationstheater → Guru Ash-Loch lässt grüßen

Pen&Paper-Rollenspiel → Da habe ich gelernt, Identitäten zu entwickeln

Fotos machen → Hilft mir bei meinem Content

Persönlichkeitsentwicklung → Macht mich zu einem reiferen, kraftvolleren Menschen

Meditation → Hält mich entspannt

Strategiespiele → Deswegen fällt mir heute Marketingstrategie so leicht

Kapitel 2: Die Geschichten des Helden

Deine Geschichten halten die Saga am laufen und kommunizieren deine Botschaften. Sie halten die Anziehungskraft deiner Saga aufrecht. Wir arbeiten mit drei Kategorien:

Dein Weg hierher

Deine aktuellen Abenteuer

Deine Ansagen

Dein Weg hierher

Dieser Art der Geschichten beleuchtet, wie du geworden bist, wer du jetzt bist. Welche Feuer haben den Helden geschmiedet? Welche Mentoren haben deinen Weg begleitet? Welche Tiefs hast du überstanden? Was war überhaupt dein Call to Action? Was waren wichtige Learnings und Erfahrungen? Welche Siege hast du bereits erfochten?

Diese Geschichten bauen starkes Vertrauen mit dir auf. Sie stärken die Identifikation mit dir, denn du warst da, wo deine Kunden heute sind. Die Art wie du vergangenes gemeistert hast zeigt auch, nach welchen Grundsätzen du deinen Weg gegangen bist.

Ich arbeite gerade an einer Sektion auf meiner Website, in der ich eine ganze Liste meiner Geschichten erzähle. Damit kann ein Neugieriger lange stöbern. Menschen mit viel Content (Videos, Beiträgen) treffen oft Fans, die sich ihnen unendlich verbunden fühlen, einfach weil sie schon viel von ihnen konsumiert haben.

Deine aktuellen Abenteuer

Diese Kategorie bietet ein unendliches Repertoire an Geschichten. Was erlebst du gerade auf deinem Weg? Welche Learnings ziehst du aus deinem Alltag? Welche Fortbildung lässt dich gerade wachsen? Was erlebst du gerade mit Kunden? Über welche Siege freust du dich gerade? Welchen Menschen begegnest du?

Die aktuellen Abenteuer halten deine Heldensaga spannend. Sie machen deine Audienz sehr neugierig darauf, wie es bei dir weiter geht. Sie geben dir die meiste Aufmerksamkeit und kreieren dir loyale Fans.

Ich erzähle immer wieder von meinen Reisen um die Welt. Besonders oft berichte ich von Erlebnissen auf Workshops oder von Selbsterfahrungen. In letzter Zeit schreibe ich auch immer mehr über die Erfolge meiner Kunden und experimentiere mit einem Vlog über meine Marketing-Learnings. Gerade die lustigen Geschichten bringen mir oft viel Reichweite und Interaktion ein. Die Geschichten über meine Learnings bringen mir Kreditibilität ein.

Stell dir einfach vor: Deine Zuschauer wissen nur das über dich, was du mit ihnen teilst. Wenn sie jede Woche davon hören, wie du etwas neues über dein Thema gelernt haben, dann können sie irgendwann gar nicht anders, als dich als Vollprofi wahrzunehmen.

In diesen Bereich fällt auch dein Fachcontent. Also deine Beiträge die vielleicht weniger Story, dafür mehr Fachinformation und Bildung über dein Thema sind. Ich empfehle dir jede Menge Content gratis rauszugeben, wie ich es tue. Damit steigt nämlich deine Aufmerksamkeit und dein Markenwert immer weiter an und die Leute haben dir immer mehr zu verdanken. Das zahlt sich sowas von aus!!!

Klare Ansagen

Diese Kategorie macht dich scharf, kantig und vor allem zu einem Thought Leader (Gedankenführer. Jemand der seine Szene prägt). Du kommentierst, was gerade in deiner Szene abgeht und wie du das findest. Du sprichst Klartext über das, worüber andere Schweigen. Du erklärst deine Philosophie hinter deinem Schaffen. Du haust inspirierende Klartexte raus, die deinen Tribe (Deine Community aus Fans und Followern) bestärken und motivieren. Du drückst deine Überzeugungen, Prinzipien und deinen Glauben an die Dinge klar aus.

Ich schreibe darüber, dass der ganze Komplizierte Scheiß für mich keinen Platz im Marketing hat. Ich spreche mich dagegen aus, ohne Kompetenz und Erfahrung viele Tausend Euro zu verlangen. Ich bin gegen Schmerz-Marketing und dagegen, mit seinem Marketing negative Gefühle zu triggern. Ich bin für inspirierendes Marketing. Mein Marketing prägt die Kultur von morgen und diese Verantwortung mache ich meinen Leuten bewusst. Ich bin für Offenheit und Ehrlichkeit und für ein Ende der Glitzer-Fake-Insta-Welt.

Kapitel 3: Deine Kunden und dein Tribe

Dein Tribe

Dein Tribe (Stamm) ist die breite Menge an Menschen, die dir folgen und Teil deines Weges sein wollen. Die meisten sind stille Beobachter, viele sind sichtbare Begleiter, die aktiv mit dir durch Kommentare und Aktivität kommunizieren und einige wenige sind deine Kunden.

Wir nähren und inspirieren unsere stillen Begleiter, denn sie sind gleichzeitig unser unsichtbares Vertriebsteam. Sie verbreiten die Saga und bilden das Fundament, aus dem sich deine Kunden rekrutieren.

Dein Tribe findet dich und deinen Weg inspirierend. Du entwickelst dich für sie zu einem Leuchtfener, zu einer Inspiration, zu einem Anführer. Sie können sich mit dem identifizieren, für die du gehst. Du bist ihre Stimme und du nährst ihre Gedanken.

Kennst du deinen Tribe?

Mein Tribe ist die Lerne Storytelling Community, meine Leser und meine Podcast-Hörer. Es sind im Kern Menschen, die schwere Zeiten durchgemacht haben, stärker aus diesen hervorgegangen sind und jetzt ihr Wissen, ihre Erfahrung und Weisheit teilen. Es sind die Heiler, Magier und Weisen unserer Zeit.

Mein Tribe arbeitet daran, unser kollektives Bewusstsein zu erhöhen. Mein Tribe steht auf Offenheit und Einfachheit. Mein Tribe ist der Spiritualität nicht abgeneigt.

Deine Kunden

Über deine Kunden wollen wir folgendes wissen:

Was ist die Geschichte deiner Kunden? Wo sind sie bevor sie zu dir kommen? Welchen Prozess durchlaufen sie mit dir? Welche Geschichte schreiben sie, nach dem du ihnen geholfen hast?

Meine Kunden haben scheiß Zeiten durchgemacht und sind stark aus diesen hervorgekommen. Dadurch haben sie oft großartige Fähigkeiten, viel Weisheit und wertvolle Erfahrung mitgenommen. Sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, zu helfen.

Aaaaber sie haben Selbstvermarktung nicht so drauf. Sie wollen keine Marktschreier sein und können mit Schmerz-Marketing und Spam einfach gar nichts anfangen. Sie wollen mehr Leute erreichen, wollen aber kein Marketing, bei denen sich ihnen der Magen umdreht.

Sie suchen einen leichten, ehrlichen und wirksamen Weg und ihre Gabe unter die Leute zu bringen. Es geht ihnen nicht um die Millionen, sie wollen einfach gutes tun und gut davon leben. Das sind meine Kunden und diesen kann ich optimal helfen.

Kapitel 4: Schreib deine Saga

Dich als Saga zu betrachten, ist eine Art zu denken. Es ist eine Veränderung deiner Identität und deines Selbstbildes. Es ist die Bereitschaft, ein Thought Leader zu werden und Menschen zu inspirieren.

Die Antworten auf die ersten drei Kapitel bilden dein Denkfundament. Von nun an kommunizierst du regelmäßig Geschichten aus den drei Kategorien, die deine Saga Nähren und Weiterführen. Deine Saga entwickelt sich zum Fundament deines Marketings und dein Ruf und Name als Held verbreitet sich immer weiter.

Die größte Hürde auf diesem Weg ist die alte Angst.

Was, wenn ich gesehen werde? Was, wenn ich kritisiert werde? Was, wenn die Menschen mich doof finden?

Diese Angst bringt viele dazu, sich zu verstecken. Denn hinter dem Wall der Anonymität ist alles sicherer.

Das kannst du weiter machen..... aber ganz ehrlich: Was für eine Welt erschaffst du damit? Welche Botschaft sendest du damit an die Welt und deine Kinder?

„Sei lieber nicht ganz du selbst. Steh nicht zu deiner Wahrheit und versuch auch nicht, andere zu inspirieren. Im stillen Kämmerchen ist es viel sicherer. Mach was alle tun und hinter verschlossenen Türen und Seminaren tu so, als wärest du anders. Aber geh nicht raus damit. Spiel lieber klein und überlass es den andern, unsere Kultur zu prägen. Leute wie wir sind dafür nicht gut genug.“

FUCK THIS SHIT.

Ich gehe mit einer anderen Botschaft raus.

„Deine Geschichte zählt. Deine Story prägt, wie unsere Kultur in Zukunft denkt. Ich traue mich in meinem vollen Licht zu scheinen und mit meiner Wahrheit nach draußen zu gehen. Ich inspiriere andere mit meinem Leuchten. Ich öffne mit meinem Mut den Raum für andere, offen zu sprechen. Ich bin ein Geschichtenerzähler weil ich weiß, dass Geschichten die Welt verändern. Ich stehe zu mir, meiner Persönlichkeit und meiner Wahrheit. Ich will eine Welt, in der Offenheit und Ehrlichkeit normal ist. Ich will eine Welt, in der sich niemand zu verstecken braucht. Ich will eine Welt, in der wir uns gegenseitig inspirieren, bestärken und gemeinsam etwas wundervolles kreieren. Dafür gehe ich. Leute wie wir stehen zu unserer Verantwortung. Leute wie wir verändern die Welt. „

Geh jetzt da raus und Schreib deine Saga. Werde zum inspirierenden Leuchtfeuer für andere. Nutze die unendliche Kraft der neuen Medien um etwas gutes zu tun.

Du findest bei mir mehr als genug Ressourcen, um mehr darüber zu lernen.

Hier eine Übersicht über meine kostenlosen Ressourcen:

<http://lerne-storytelling.de/ressourcen/>

Ich bin gespannt auf deine Heldensaga.

Dein,

Mark Oswald