



Wie Sie mit einer spannenden Geschichte Ihren Kunden zum Kauf animieren

Mit diesen Geschichten können Sie Ihren Umsatz erhöhen

Warum funktionieren Geschichten so sensationell gut? Und warum können wir uns Geschichten so gut und so lange merken? Und warum behalten wir Fakten viel länger, wenn Sie in eine Geschichte verpackt sind? Ganz einfach: Storys schaffen Bilder in unserem Gehirn. Und diese Bilder werden lebendig. Eine hervorragende Story ist wie im Kino.

Sie wissen, was passiert, wenn wir eine gute Geschichte hören? Richtig, wir identifizieren uns mit den Personen aus der Geschichte. Natürlich fühlen wir meist mit dem Helden, manchmal auch mit dem Schurken. Überlegen Sie selbst, was besser klingt: „Von der Bürofirma zum Weltmarktführer“ oder „Von der Garagenfirma zum Weltmarktführer“. Ganz klar, letztere klingt doch viel spannender. Ist schließlich die Geschichte von Jeff Bezos, der 1994 eine Garage in Seattle mietete und von dort aus Bücher online vertrieb – heute ist es amazon.

Und jetzt kommt die spannende Frage: Was ist Ihre Story? Was ist die Gründungsgeschichte Ihres Goldschmiede- oder Juweliergeschäfts? Denn die Gründungsgeschichte ist für jedes Unternehmen die wichtigste Story. Meist zeigt sie, wie gegen alle widrigen Umstände eine gute Idee, vielleicht zunächst verkannt, dann aber durchgesetzt wird. So berichtet die Wirtschaftszeitung „impulse“ über den Hersteller für Mass-Schuhe Kay Gundlack: „Bei einer regionalen Veranstaltung baut er seinen Stand auf. Die Besucher sind schockiert von den Preisen [...] sie lachen ihn aus.“ Inzwischen zählt er Thomas Gottschalk und David Garrett zu seinen Kunden.

Was heißt das für Sie? Welche Arten von Geschichten gibt es für Ihr Geschäft, die Sie geschickt zur Kundengewinnung nutzen können?

Mindestens drei, und zwar:

Geschichte #1: Unternehmensgeschichten: Sie können die gesamte Geschichte Ihres Uhren- und Schmuckfachgeschäft oder auch bestimmter Ereignisse, die Wendepunkte im Leben des Unternehmens darstellen.

Geschichte #2: Markengeschichten: Sie können erzählen, wie eine bestimmte Uhren- oder Schmuckmarke entstanden ist und welche Entdeckungen und Entscheidungen sie geprägt haben. Auch herausragende Stationen in der Markengeschichte sind für den Kunden spannend.

Geschichte #3: Produktgeschichten: Sie haben die Möglichkeit zu erzählen, wie ein einzelnes Schmuckstück entstanden ist, mit wieviel Hingabe, Sorgfalt und Liebe und Sorgfalt es designt wurde, wo die Rohstoffe zu Ihrem Schmuck herkommen, wieviel handwerklicher Erfahrung es bedarf, diese zu bearbeiten, welche Schmuckstücke in der menschlichen Geschichte besonders bedeutend waren usw. – gerade in diesem Bereich gibt es für Ihre Kunden unendlich viele spannende Geschichten zu erzählen...!