



**VEIT ETZOLD**

Strategy & Storytelling

# STORYTELLING IM VERKAUF

AM TÜRSTEHER IM GEHIRN

DES KUNDEN VORBEIKOMMEN

**FOR SALE FACHTAGUNG**

17.10.2019

STRATEGIE & STORYTELLING PROF. DR. VEIT ETZOLD

# STORYTELLING@ TRUMP







**TRUMP**

**MAKE AMERICA GREAT AGAIN!**





DIGI-  
TAL



**IMPULS-**  
**KAUF?**



A close-up photograph of two snifter glasses filled with white wine, positioned in the foreground. In the background, a bottle of wine is visible, slightly out of focus. The lighting is warm and soft, highlighting the golden color of the wine.

**IMPULS-**  
**KAUF?**



IMPULS-  
KAUF?

A young man with glasses is shown in a close-up, looking slightly to the side with a thoughtful expression. The background is dark and out of focus, showing another person's face. The text is overlaid on the right side of the image.

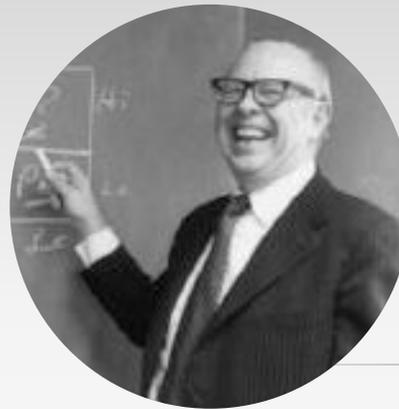
FÜR JEDE  
LÖSUNG

EIN PROBLEM



„Jeder hat eine **STRATEGIE**.  
Bis er eins in die  
Fresse bekommt.“

MIKE TYSON



„**STRATEGIE** ist die nicht auf den ersten  
Blick erkennbare Führung eines Systems  
über einen längeren Zeitraum.“

BRUCE HENDERSON



„**STRATEGIE** ist die Verfolgung eines Ziels  
unter sich ständig wandelnden Vorzeichen.“

HELMUTH KARL BERNHARD VON MOLTKE



„**STRATEGIE** hält bis zum ersten Schuss.“

CARL FREIHERR VON CLAUSEWITZ

A dramatic battle scene featuring knights in armor fighting a large dragon amidst a massive firestorm. The dragon is breathing fire, and the knights are using spears and shields. The scene is set in a dark, rocky landscape with a castle in the distance.

VON DER  
STRATEGIE  
ZUR STORY



# SABVA

SICHERES AUFTRETEN BEI VOLLSTÄNDIGER AHNUNGSLOSIGKEIT



STORYTELLING

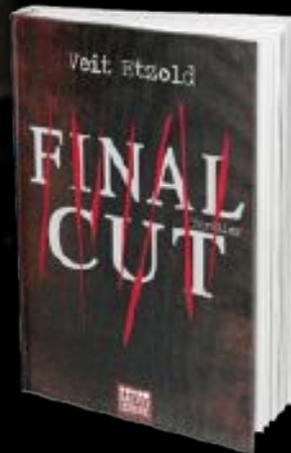
#

FAIRYTELLING!

WAS IST  
EINE  
GUTE  
STORY?



» IT'S NOT  
OVER,  
TIL IT'S  
OVER



Berlin  
Berlin



Das glückliche  
Paar in der  
Wahlkapelle  
Münsters hat  
Choreo vor  
seinem Saal

# Berlins gruseligste Hochzeit

## Berühmte Rechtsmedizinerin heiratet Thriller-Autor

VON OLAF WEYEMANN

Heute - Eine glückliche  
Verheiratete  
Choreo-Beziehungs-  
eine über die Leber  
des Schädels.  
Das - Beginn  
Dass - auch  
1988.

... Die Ehe ist ge-  
... Der Rechtsmediziner  
... Aber Spätkin hat  
... durch diese dramatische  
... Auf dem Foto links  
... Kluge - der  
... von Berlin - der  
... themen - Berlin mit  
... Klaus - aber im Berlin  
... "Der Fall" mit  
... über...



... der Fall  
... der Fall  
... der Fall





WAS  
SCHIEF  
GEHEN  
KANN...





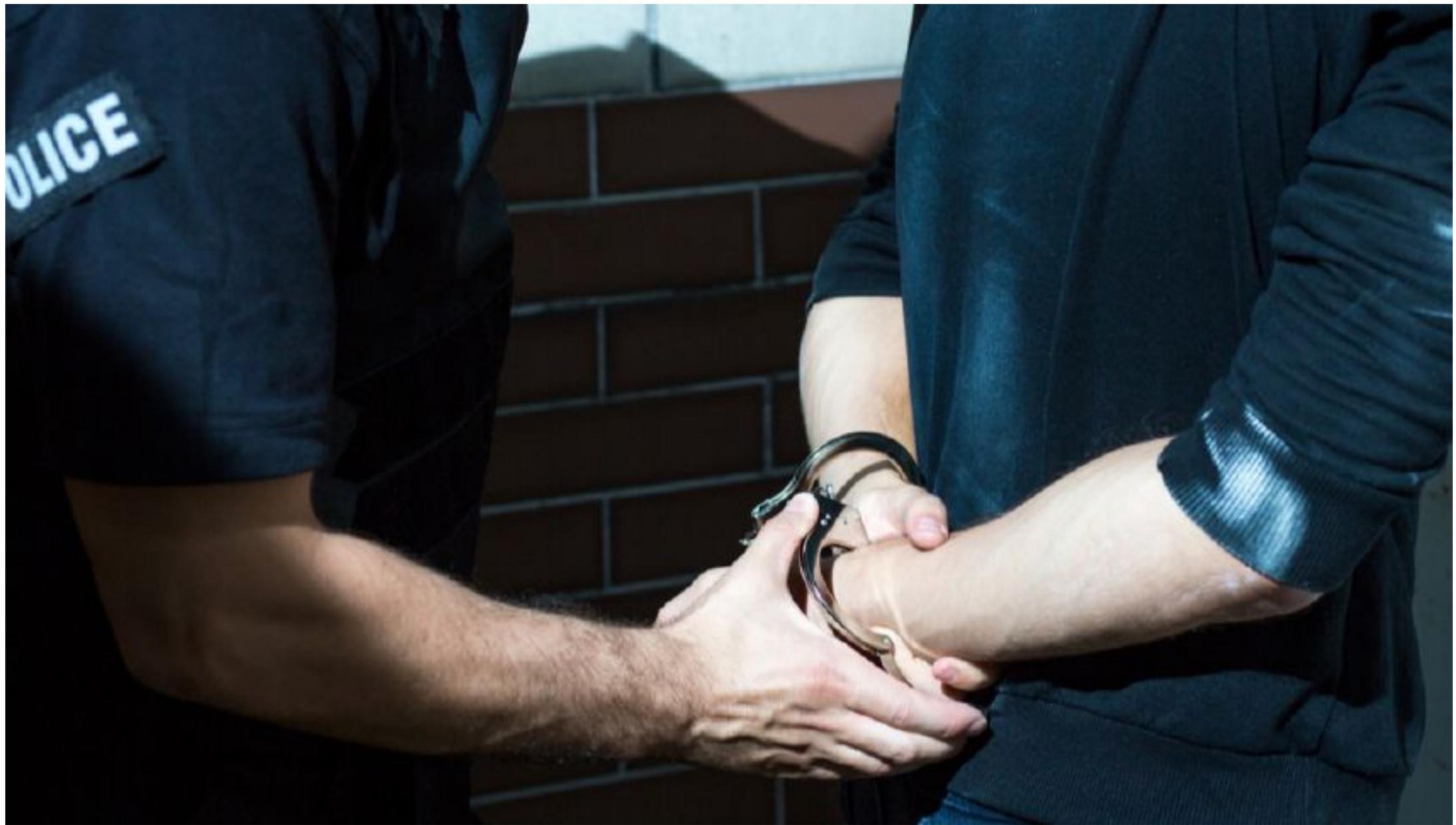
ES  
BEGINNT  
HIER ...!











DER  
VORSTANDS-  
CHEF IM  
GEHIRN



DIE  
CHEF-  
SEKRETÄRIN  
IM  
GEHIRN



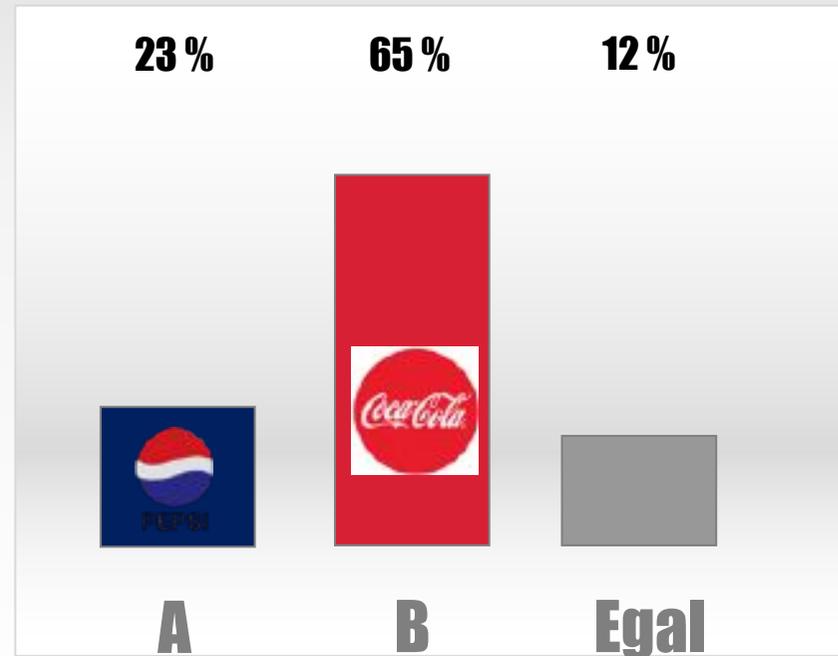
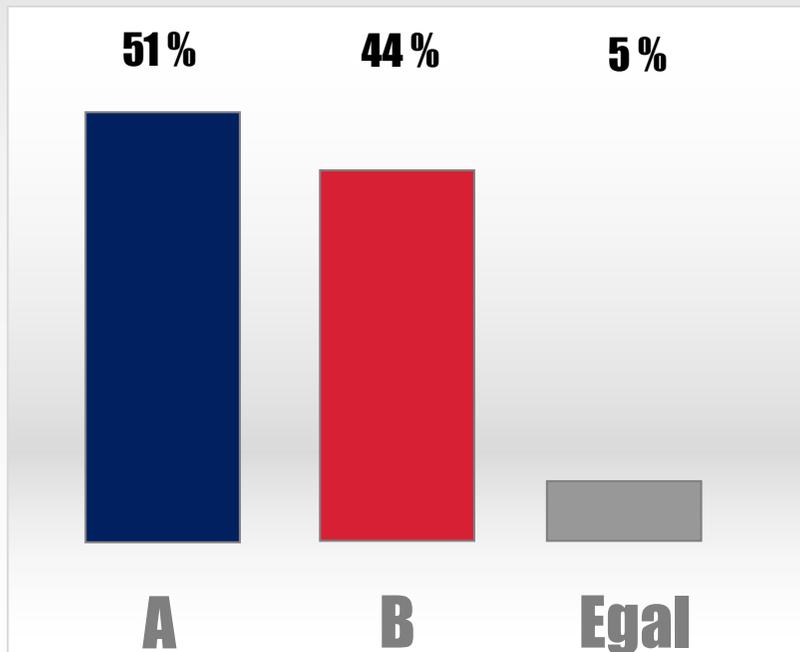
A photograph of Will Smith on a red carpet. He is wearing a dark suit, a patterned tie, and sunglasses. He has his hands raised in a gesture, palms facing forward. Behind him, a large crowd of people, mostly women, are cheering and waving their hands. The scene is lit with bright spotlights, creating a high-contrast, celebratory atmosphere.

DER  
TÜRSTEHER  
IM GEHIRN

# COCA COLA EXPERIMENT

Probanden bekommen verdeckt Cola und Pepsi

Zweiter Versuch: Die Gläser waren mit  
Markennamen gekennzeichnet

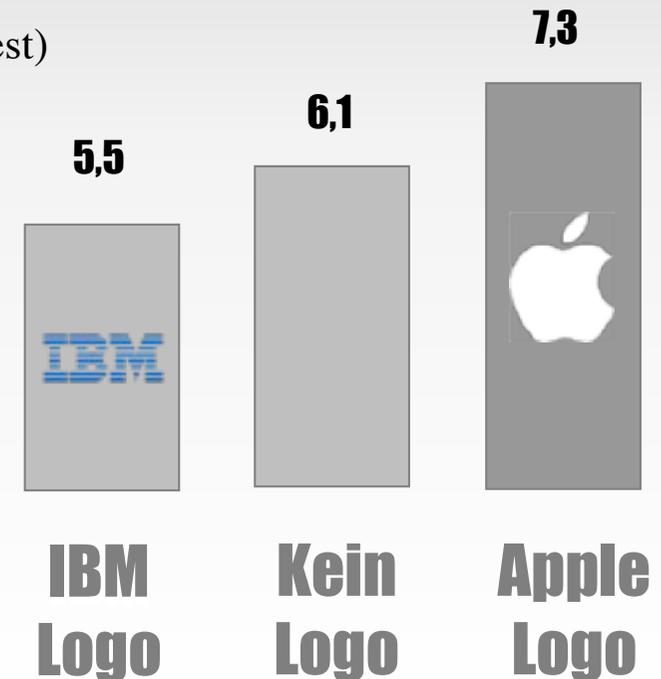


# MARKEN UND KREATIVITÄT

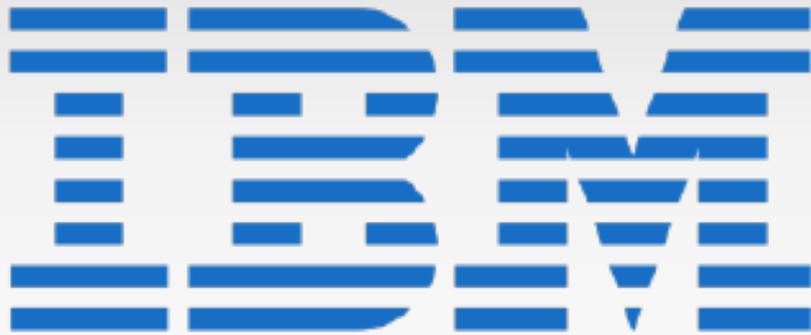


- 400 Probanden bekamen scheinbaren Reaktionstest.  
Mussten bei Signal Taste drücken (Auge / Hand Koordinations-Test)
- Tatsächlich wurden jeweils für Mikrosekunden  
Symbol eingeblendet
- bei Gruppe 1 (1/3) **IBM Logo**
- bei Gruppe 2 (1/3) **nichts**
- bei Gruppe 3 (1/3) **Apple Logo**
- Marke konnte bewusst nicht wahrgenommen
- Danach Kreativitätsaufgabe:

*„Was kann man alles mit einem Stein machen?  
Wieviele Ideen haben Sie?“*



# WAS SIND DIE CLAIMS DER MARKEN?



*„No one was ever fired  
for using IBM“*



*„Think different“*

MERKEN SIE,  
OB JEMAND  
ZUHÖRT?



*Epic split ...*



*Chuck Norris*







A dark, atmospheric landscape with a dirt road leading into the distance under a cloudy, overcast sky. The scene is dimly lit, with the road curving towards the horizon. The sky is filled with heavy, dark clouds, and a faint light source is visible through a break in the clouds near the horizon. The overall mood is somber and mysterious.

DAS  
GEGEN-  
ÜBER

DEPLOY NAVIGATE

TRANSFORM CAPABILITIES

ENABLE INNOVATE

FRAMEWORK

COMMUNICATE

GREATEST STRUCTURE

PROCESS ORIENTED

TEAM ORIENTED

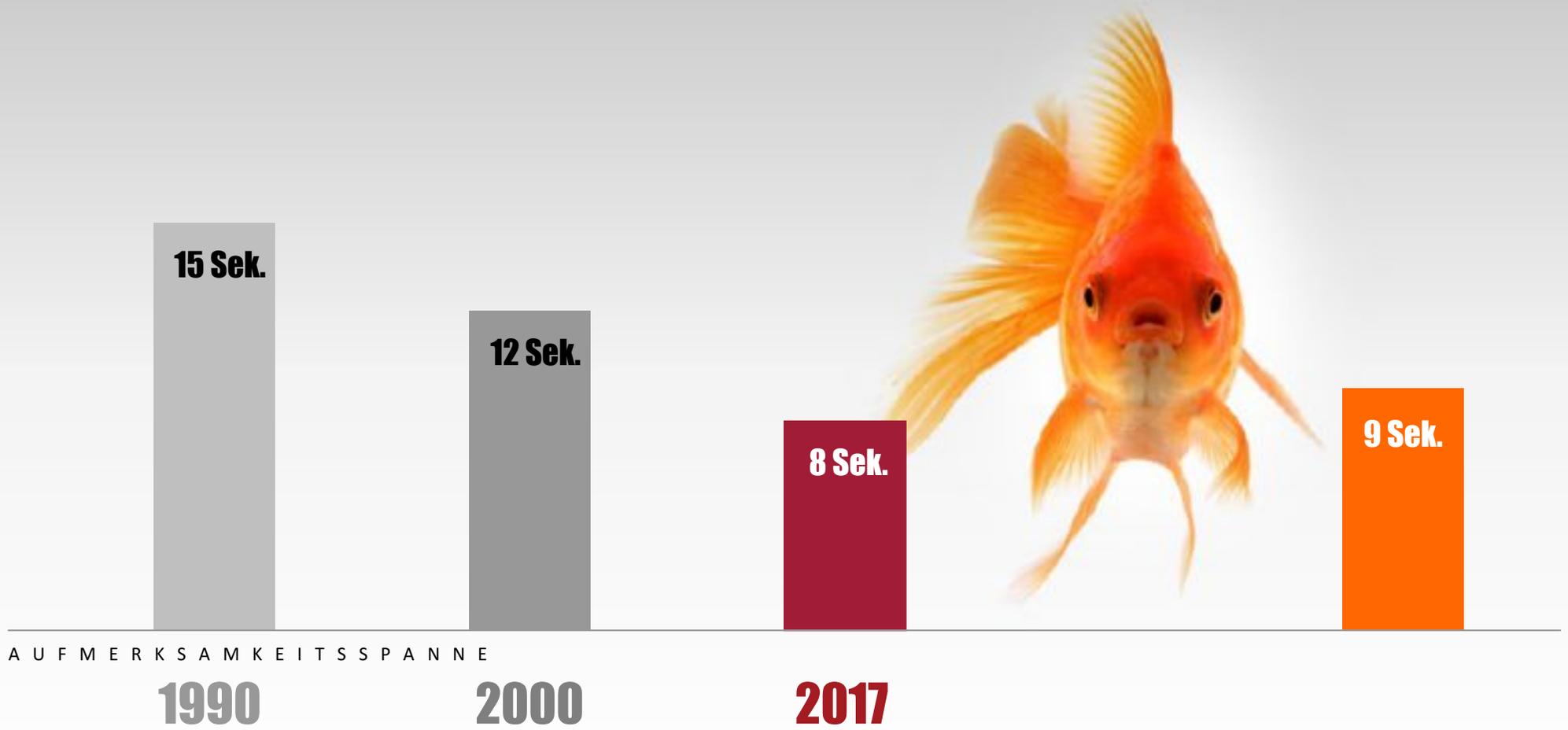
DESIGN

EFFICIENT

EFFECTIVE

HITS OF DYNAMIC DRIVEN

EMPOWERING OPERATE

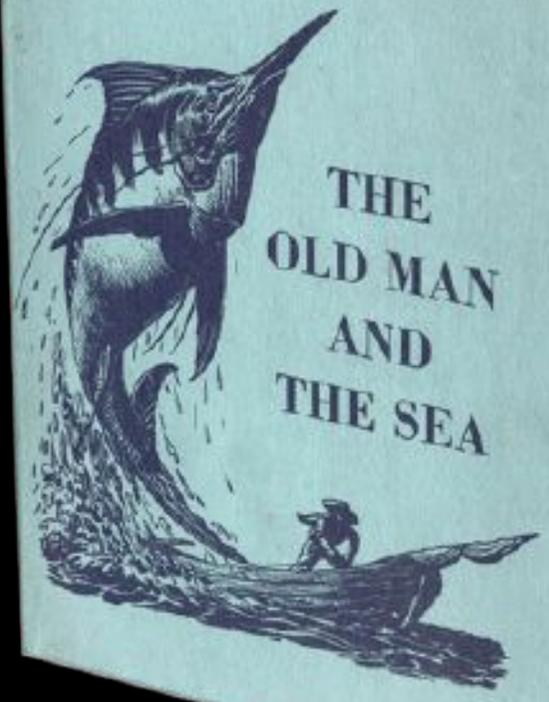


Source: National Center of Biotechnology, Maryland, March 2015

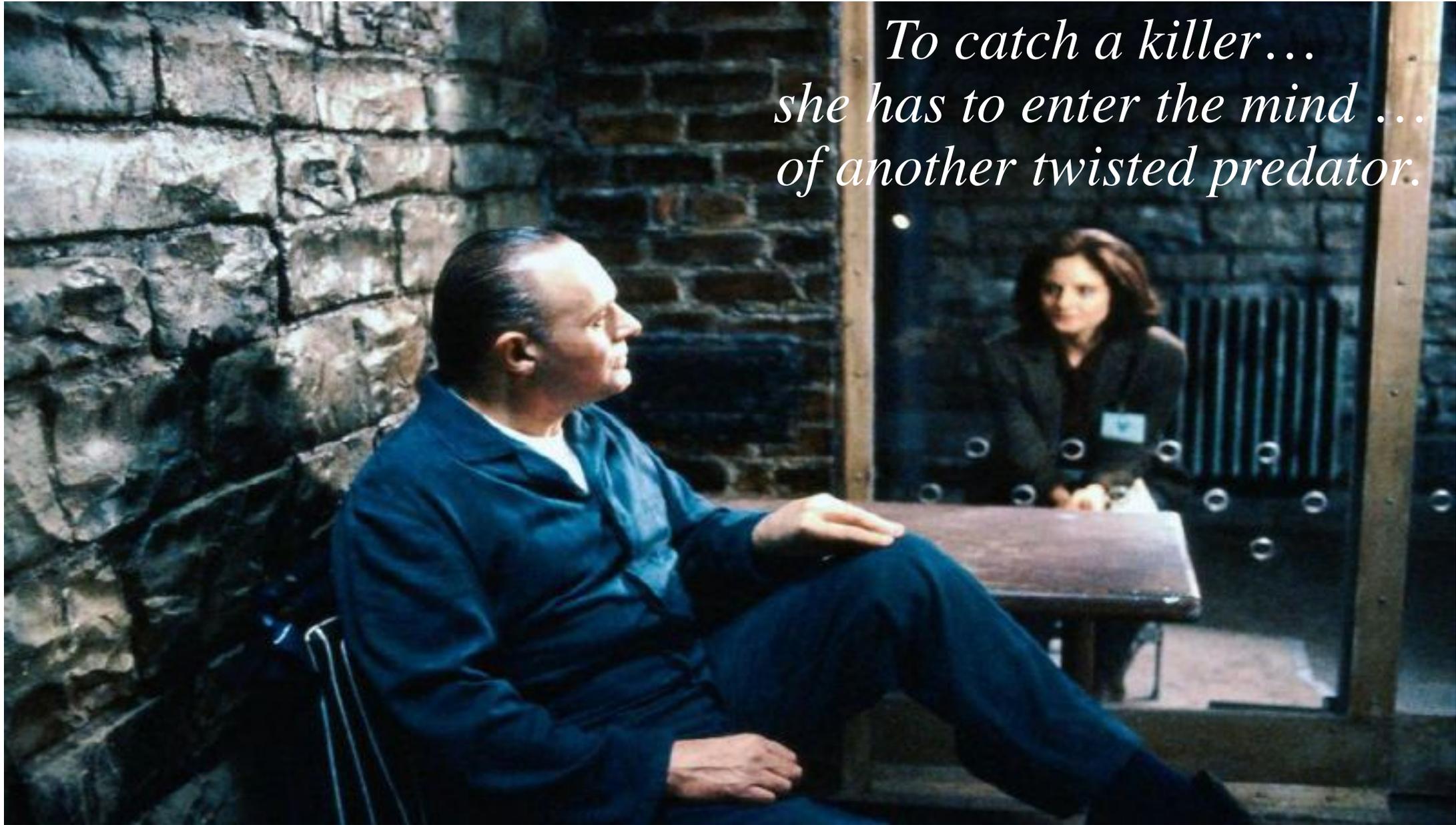


ERNEST HEMINGWAY

THE  
OLD MAN  
AND  
THE SEA



*To catch a killer...  
she has to enter the mind...  
of another twisted predator.*





DEUTSCHE BANK, ANNUAL REPORT, 2014



**2015 WAR DIE DEUTSCHE  
BAHN MIT BESONDEREN  
HERAUSFORDERUNGEN  
KONFRONTIERT.**



*Rüdiger Grube*  
 ▶ **Dr. Rüdiger Grube**  
 Vorsitzender des Vorstands  
 Jahrgang 1951  
 Beistellt bis 2017  
 war 2006 im DB-Konzern

*Ulrich Weber*  
 ▶ **Ulrich Weber**  
 Personal  
 Jahrgang 1950  
 Beistellt bis 2017  
 Seit 2009 im DB-Konzern

*Ronald Pofalla*  
 ▶ **Ronald Pofalla**  
 Wirtschaft, Recht  
 und Regulierung  
 Jahrgang 1959  
 Beistellt bis 2018  
 Seit 2015 im DB-Konzern

KOSCHWITZ

# DIE NEUEN SIXPACKS VON ASTRA.

*Jetzt überall, wo es Astra gibt.*



*Astra. Was dagegen?*

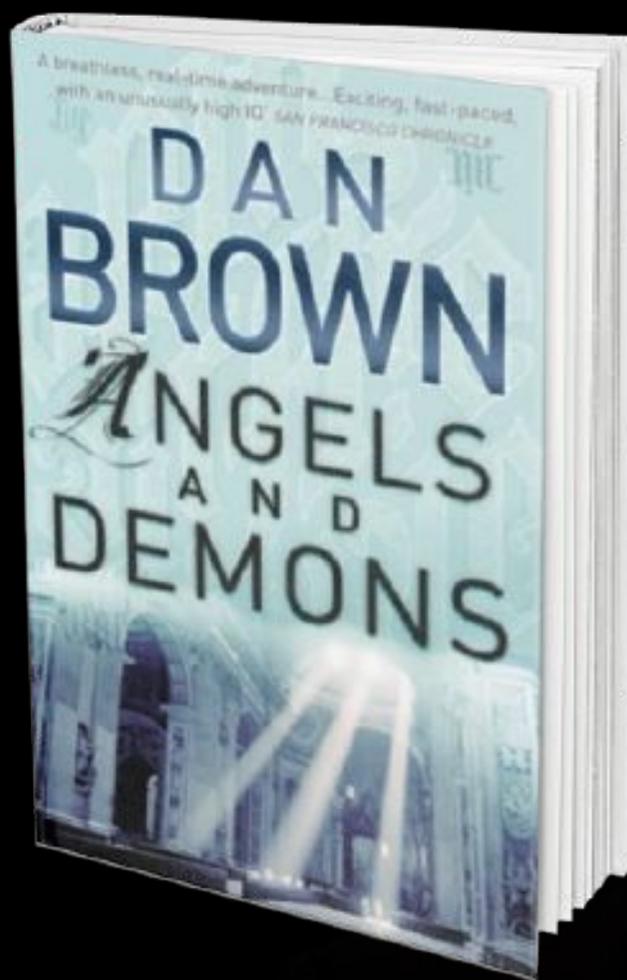


# DIE BERÜHMTESTE ZIGARETTEN- MARKE?

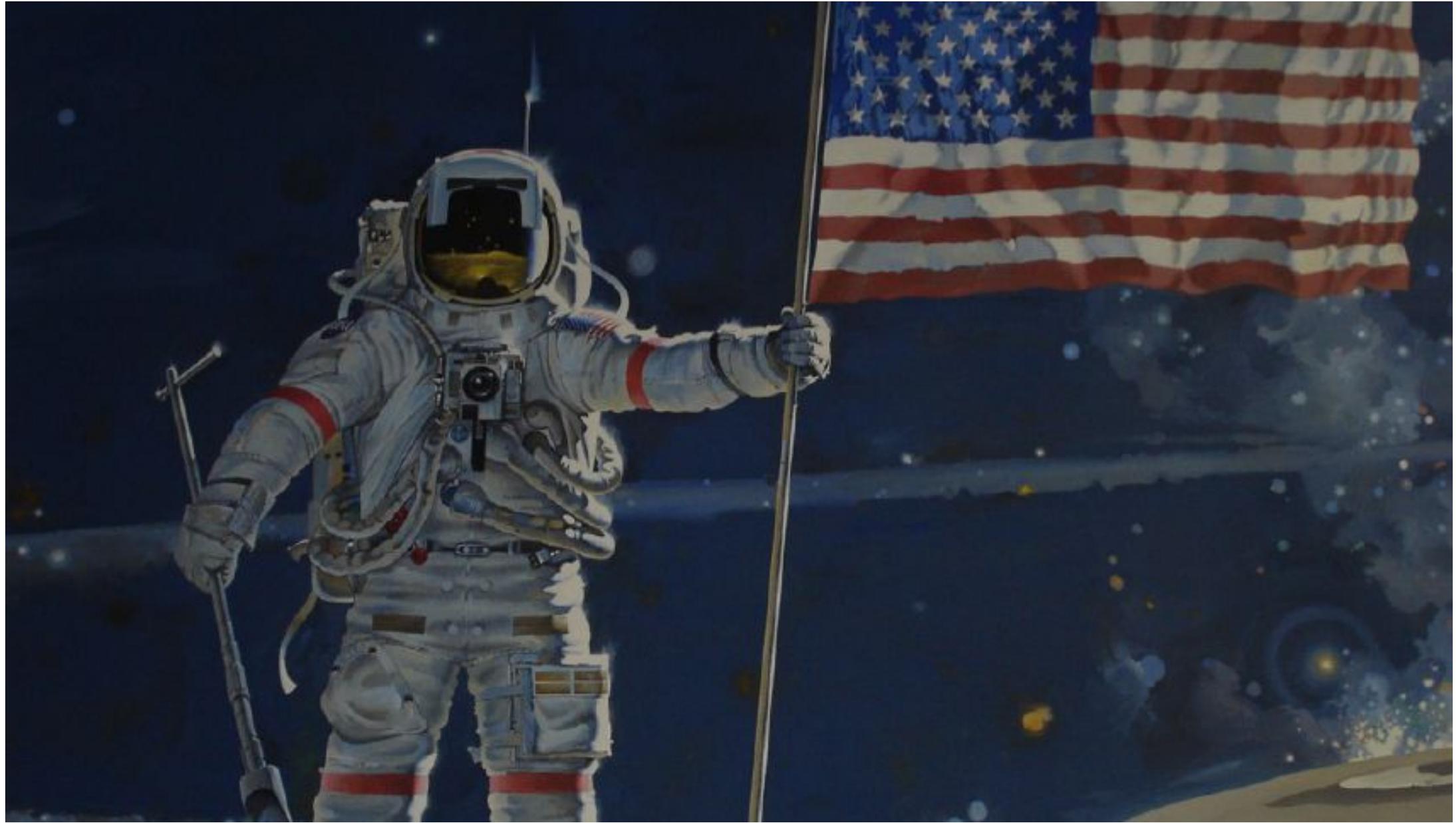


A silhouette of a cowboy on a horse, holding a lasso, set against a bright, hazy sunset background. The scene is framed by red triangular corners in the top left and top right. The overall mood is classic and rugged.

**Come to Marlboro Country**









DONT GAMBLE WITH THE REST, PHONE: 209-4446 / 082 338-7249

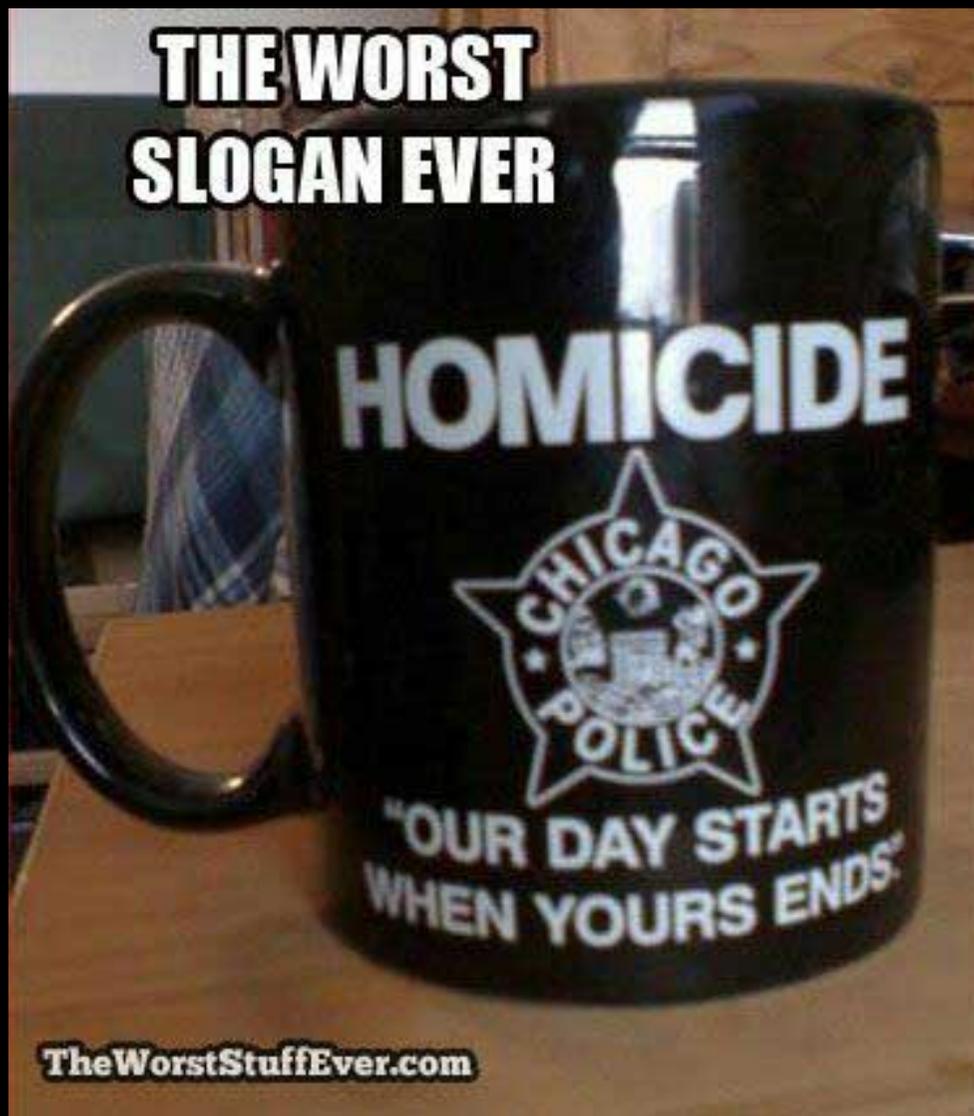
# Royal Flush Plumbers

**ANDREW SCHUIL**

Cell: 082 338 7849 / ☎ (031) 209-4446

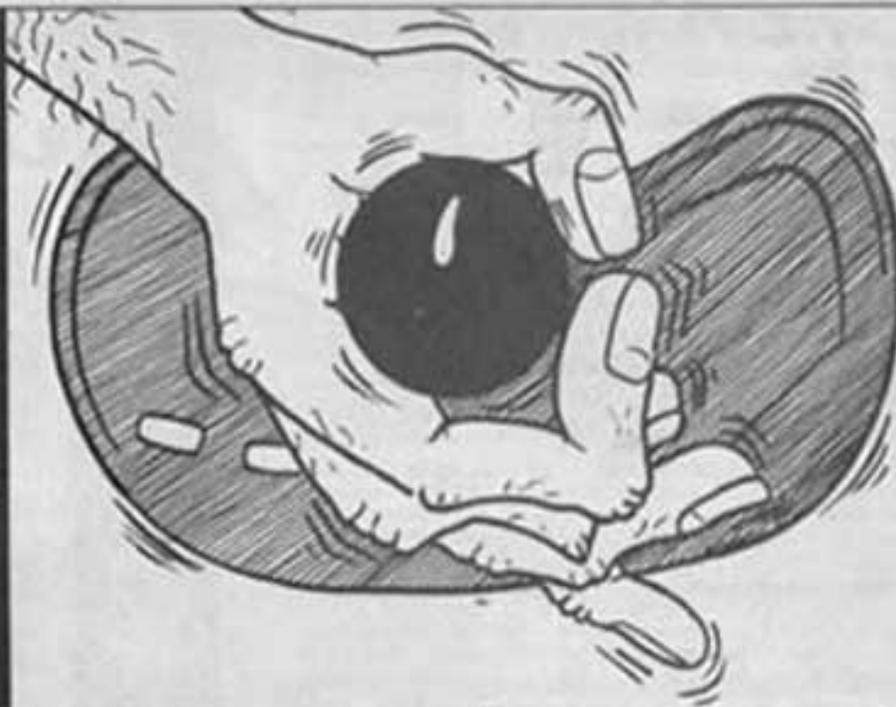
CALL NOW..... YOUR SHIT IS MY BREAD & BUTTER

**THE WORST  
SLOGAN EVER**



**TheWorstStuffEver.com**

**THE MORE  
YOU  
PLAY WITH  
IT, THE  
HARDER  
IT GETS.**



You sit there, eyes glued to the writhing, arcade-quality graphics, pulling and squeezing your knob. Now you're breathing heavily over the digital stereo sound. Now you're shooting all over the place, but it's no use... "GAME OVER."

JOYSTICK £34.99

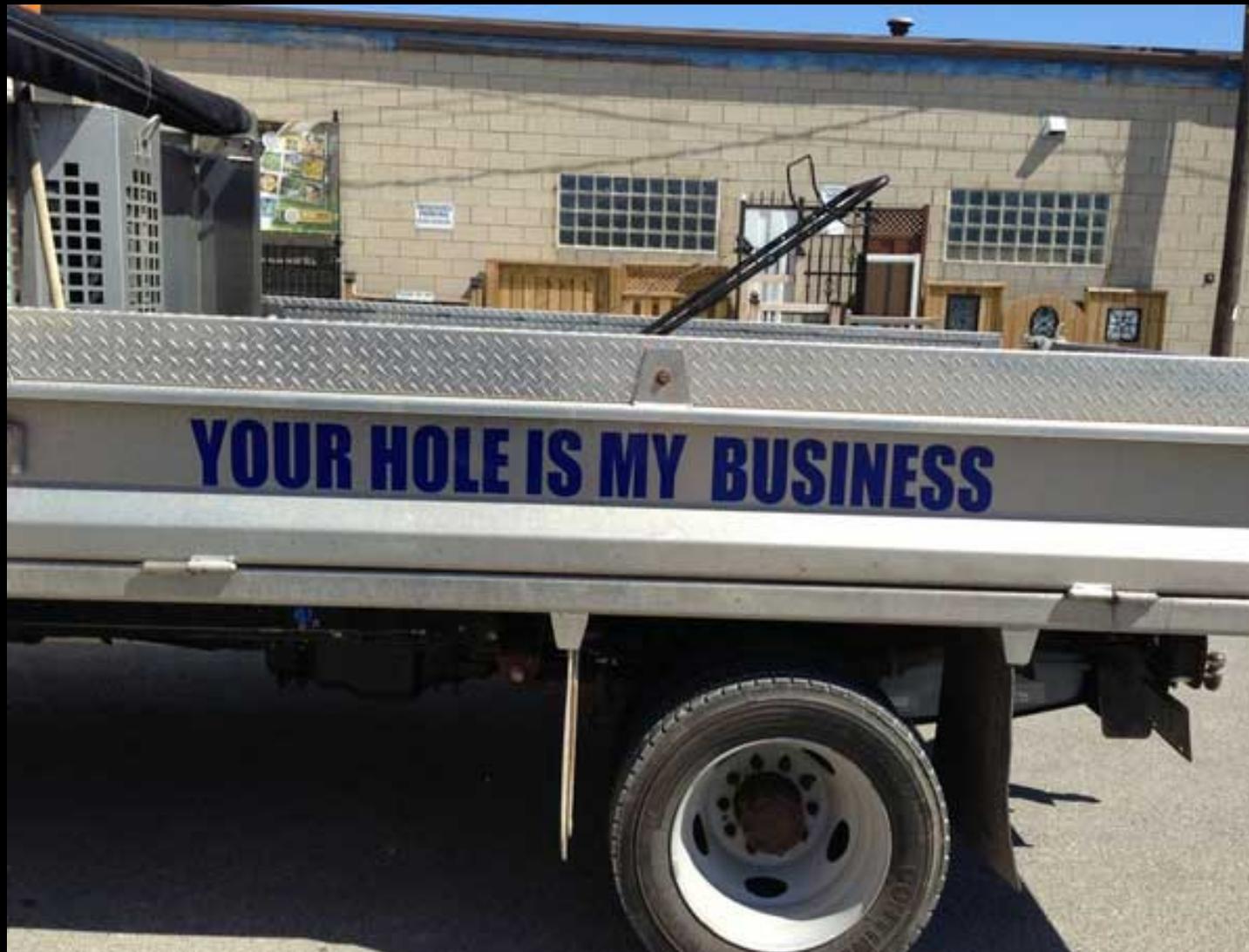
14 BIT MEGADRIVE WITH ALTERED BEAST GAME £149.99



**TO BE THIS GOOD TAKES ARCS**

**TO BE THIS GOOD TAKES**

**SEGA**



# Douglas

*Come in and find out*

Kommen Sie rein,  
finden Sie raus



## SAT.1

POWERED BY  
EMOTIONS

Kraft durch Freude

# Schlecker

FOR YOU. VOR ORT.

FINANCIAL TIMES:

»VORBEI!«



**MITSUBISHI**  
**DRIVE. ALIVE.**

Public Viewing  
Leichenschau

LIFE IS

SHORT ...

NUR GUTE  
DINGE MÜSSEN  
BEWIESEN  
WERDEN



Kunde zufrieden:

Empfehlung an **drei** Freunde

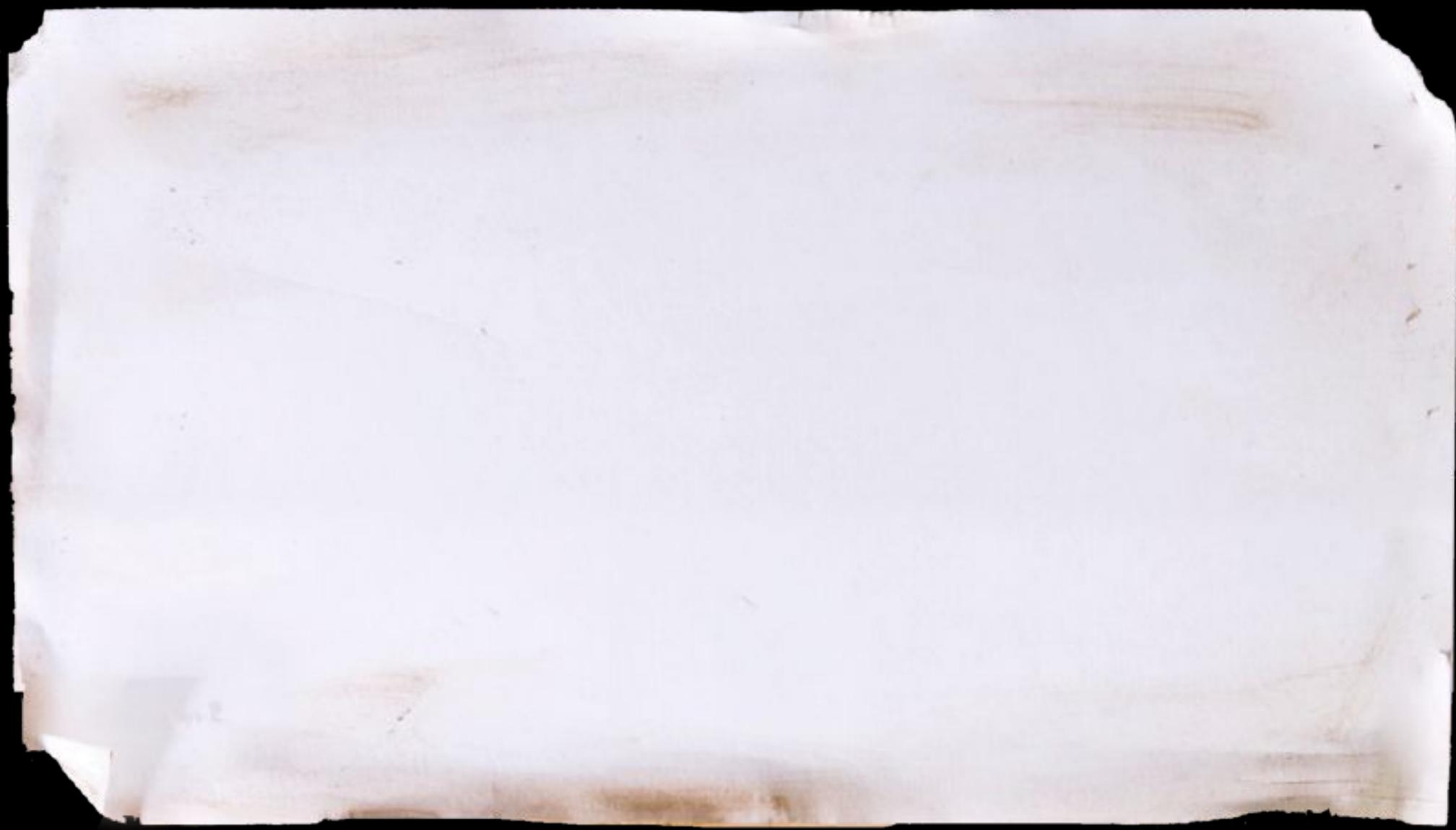
Kunde unzufrieden:

Beschwerde an **neun** Freunde

JEDER  
HELD

BRAUCHT EINEN EINEN  
SCHURKEN





1



Ort, Zeit  
und Szene

1

Ort, Zeit  
und Szene



2

Einführung  
des Helden



1

Ort, Zeit  
und Szene

2

Einführung  
des Helden

3

Start der  
Reise

4

Hindernisse



1

Ort, Zeit  
und Szene



2

Einführung  
des Helden



3

Start der  
Reise



4

Hindernisse



5

Hindernisse  
besiegt!



1

Ort, Zeit  
und Szene



2

Einführung  
des Helden



3

Start der  
Reise



4

Hindernisse



5

Hindernisse  
besiegt!



6

HAPPY  
END!



1

Ort, Zeit  
und Szene



2

Einführung  
des Helden



3

Start der  
Reise



4

Hindernisse



5

Hindernisse  
besiegt!



6

HAPPY  
END!



7

Moral von der  
Geschichte



KLEINER SCHURKE

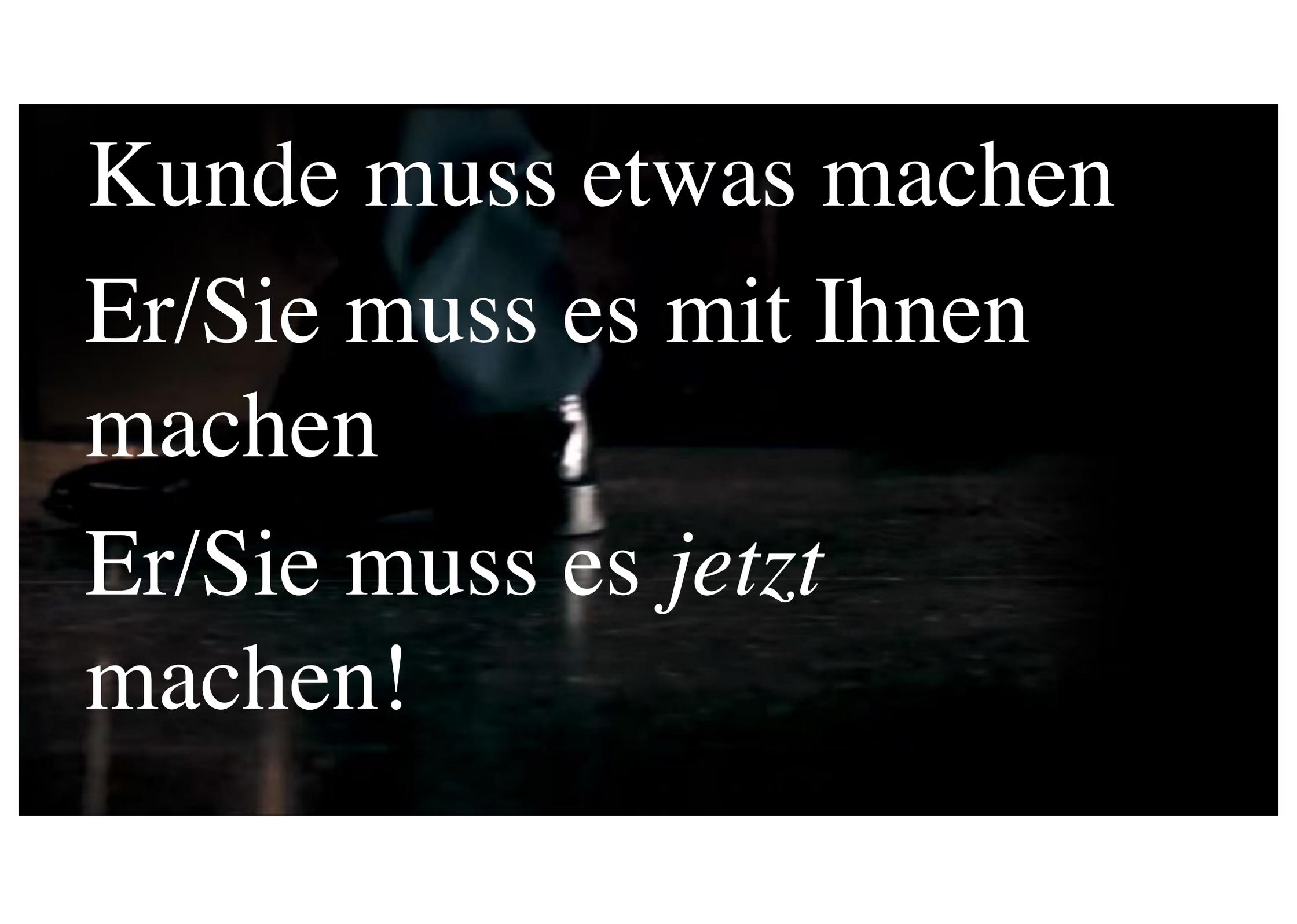


GROSSER SCHURKE

Etwas zu ändern, kostet Sie  
Geld....



...das falsche zu tun, kostet Sie  
Nerven (und ebenfalls Geld!)



Kunde muss etwas machen

Er/Sie muss es mit Ihnen  
machen

Er/Sie muss es *jetzt*  
machen!

# NEXT STEPS

- **Überzeugen Sie zu Beginn!**

Wenn der Kunde bei Ihnen ist, dürfen Sie nicht so langweilig sein, dass der Kunden am liebsten wieder gehen würde.

- **Zeigen Sie was Sie differenziert!**

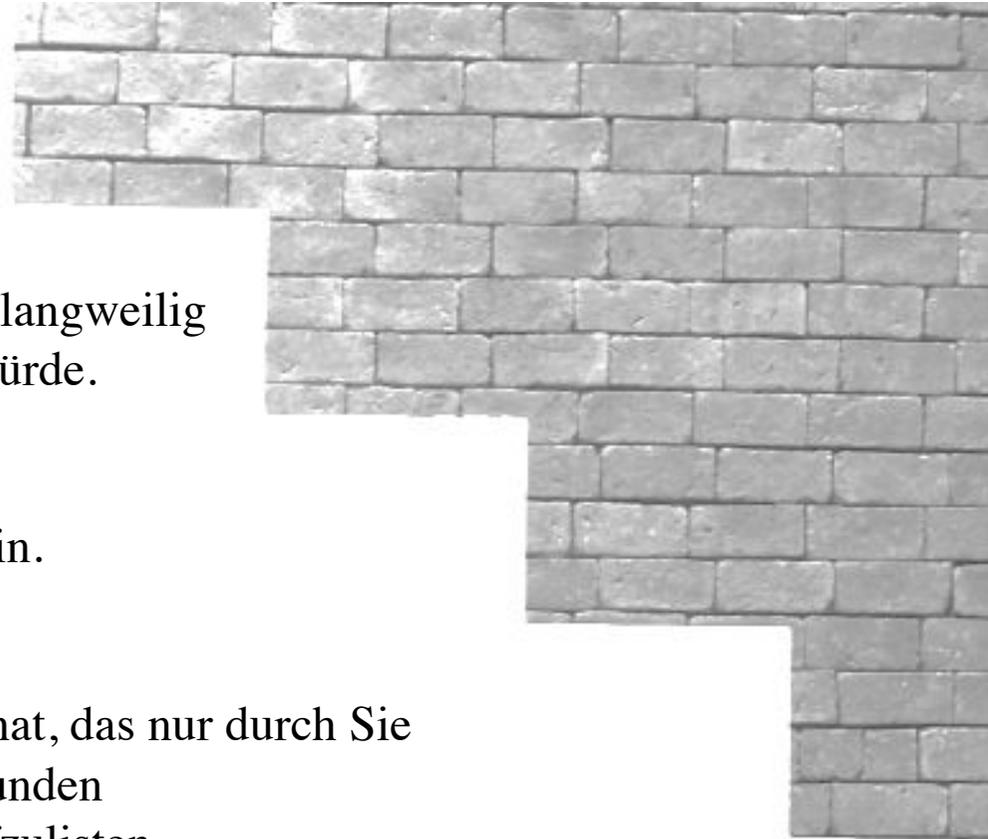
Ihr Elevator Pitch oder USP muss klar zu sehen sein.

- **Inszenieren Sie den Schurken!**

Dem Kunden muss klar sein, dass er ein Problem hat, das nur durch Sie am besten gelöst wird. Der Verkäufer muss den Kunden zu dieser Erkenntnis führen, anstatt nur Fakten aufzulisten.

- **Enden Sie mit einem Call to Action!**

Das Ziel ist die Conversion. Führen Sie den Kunden zum Happy End, so dass er gar nicht anders kann, als zu kaufen. Bei Ihnen natürlich.



**\$TOR¥**

**GESCHICHTE**

# Die Hammerstein-Equord Matrix:

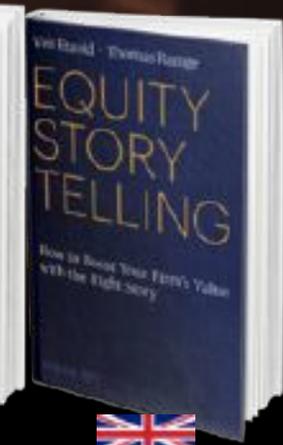
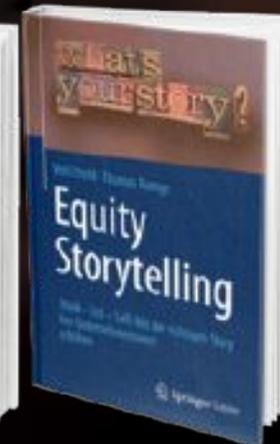
	<b>KLUG</b>	<b>Höchste Führungsaufgaben</b>	<b>Generalstab</b>
<b>INTELLIGENZ</b>		<b>Routineaufgaben</b>	<b>Richtet nur Unheil an!</b>
<b>DUMM</b>			
		<b>FAUL</b>	<b>FLEISSIG</b>
		<b>ARBEITSEINSTELLUNG</b>	

# VEIT ETZOLD

Strategy & Storytelling



► [info@veit-etzold.de](mailto:info@veit-etzold.de)  
[www.veit-etzold.de](http://www.veit-etzold.de)



# Auf gute Storys!



► [info@veit-etzold.de](mailto:info@veit-etzold.de)  
[www.veit-etzold.de](http://www.veit-etzold.de)

