

Kennen Sie Ihr Publikum?

Wien, 30. Juli, 2018 – Im zweiten Teil unseres exklusiven Interviews mit Patti Sanchez, Storytelling-Expertin und Chief Strategy Officer bei Duarte, gehen wir über die Grundlagen des Pitching hinaus. Sie erklärt wieso Botschaften an einzelne Zielgruppen gerichtet werden müssen und wie Events helfen können, diese Botschaften zu vermitteln, und nimmt ihren Kunden Hyperloop One als Beispiel für erfolgreiche Positionierung.

Sanchez teilt zunächst Tipps, wie Unternehmen mit hochtechnischen Produkten oder Lösungen eine Vision verkaufen können, die für Laien langweilig oder überwältigend wäre.

„Diese Herausforderung haben wir jeden Tag“, gibt Sanchez zu. „Tech-Unternehmen reden immer über ihre besondere ‚Sache‘, anstatt darüber, wieso diese ‚Sache‘ wichtig ist und wie sie Menschen oder Organisationen weiterhelfen kann.“

„Ich glaube, dass Gründer vergessen können, dass ihre Technologie trotzdem noch von Menschen verwendet wird. Natürlich müssen irgendwann die Komponente einer Plattform im Detail besprochen werden, aber das ist keine Entschuldigung dafür, den Leuten nicht zu erklären, was der eigentliche Mehrwert für sie ist.“

Auch wenn man mit einem informierten Publikum spricht, so Sanchez, sollten die Grundlagen von Storytelling angewendet werden. Es ist daher nicht notwendig, mit technologischem Wissen zu prahlen, um ernst genommen zu werden.

„Ich rate Menschen oft dazu, Storytelling anzuwenden, um Fallbeispiele zu beschreiben. Was sind z.B. vier Szenarien in denen eine Plattform verwendet werden kann? Das hilft immer, um etwas Abstraktes greifbar darzustellen. Und es hilft auch im Verkauf: Situationen zu nennen, in denen eine Technologie angewendet werden kann, weist gleichzeitig potentielle Gründe auf, um dieses Produkt zu kaufen.“

Letztendlich ist es ja nicht so, als würde man nie mit Menschen zu tun haben – auch wenn man z.B. eine Cloud Data Protection Software verkauft.

„Man sollte natürlich nicht zu weit gehen und die Story zu emotional aufladen, wenn das Produkt nicht in diese Rolle passt. Aber es ist trotzdem etwas, das Mitarbeitern hilft oder Geld einspart– und das ist ein emotionaler Vorteil. Was ermöglicht Datenschutz für die Manager einer IT Abteilung? Wieso ist es dringend? Welchen Schmerz lindert es?“

Obwohl die Geschichte etwas abgeändert werden muss wenn es sich um B2C Kommunikation handelt, bleibt das Ziel gleich, so Sanchez. Die Grundlagen sind universal.

„Ich glaube, dass Menschen Menschen sind. Das Fundamentale, was uns dazu treibt, eine Entscheidung zu treffen, ist bei allen gleich: wir fühlen erst und rationalisieren später. Wir sind emotionale Wesen. Sobald das einem bewusst ist, kann auf einer Art und Weise kommuniziert werden, die entweder bei Unternehmen oder Konsumenten ankommt. Weil man eben versteht, wovor sie Angst haben und was sie bewegt – wenn man mit diesen Informationen im Hinterkopf kommuniziert, wird man am ehesten erfolgreich.“

-fortgesetzt-



Als Beispiel hierfür dient Hyperloop One, ein Kunde, welcher trotz interessantem Produkt mit einigen Herausforderungen zu kämpfen hatte.

„Als sie das erste Mal zu uns kamen und erklärten, was sie machen wollten, dachte ich mir ‚Meine Güte, das wird schwierig!‘ Bei einer so großen Angelegenheit besteht eine so große potentielle Opposition.“

„Aber ihre brillante Idee war es, diese Transportmöglichkeit als komplementär, und nicht als wettbewerbsfähig, zu positionieren. Ihre Geschichte war, dass Hyperloop One alles verbessern würde, anstatt es zu ersetzen. Sie erklärten auf einfacher Art und Weise, was es überhaupt ist und wieso es für die Menschheit gut wäre.“

„Beim Storytelling ist es schwierig für Startups sich zu positionieren. Sie müssen nicht nur darüber berichten, in welchem Geschäft sie sind, aber auch wie sie im Vergleich zum Wettbewerb stehen.“

Ein Ort, um mit anderen Spielern eines Unternehmensumfeldes bekannt zu werden, sind Innovationsevents wie unsere Hauptveranstaltung in Wien, bei der Sanchez sprach.

„Leute schätzen Events nicht so mehr sehr, wie sie es sollten,“ sagt sie. „Veranstaltungen sind Gelegenheiten, um Momente zu schaffen, die Menschen nicht vergessen. Sie sind eine kollektive Erfahrung. Alleine können wir alle zu einem gewissen Grad emotional beeinflusst werden, aber wenn wir in einem Raum mit hunderten anderen Menschen sitzen, die alle dasselbe erleben, hat das Ganze ein anderes Momentum.“

„Das ist besonders wichtig im Storytelling, weil Storytelling im tiefsten Sinne emotional ist. Wenn man eine Vision übermitteln möchte, dieses Produkt aber noch nicht existiert, ist es unheimlich wichtig, dass alle sehen, wie alle anderen mitnicken und sagen, ‚Da will ich mich beteiligen!‘“

Events bieten auch die Möglichkeit, eine Vision persönlicher (und daher bemerkenswerter) zu vermitteln, z.B. wie Aiva Technologies Mitbegründer Pierre Barreau es auf unserer Pioneers'18 Hauptbühne tat, als er den ersten offiziellen Titelsong einer Tech-Konferenz, der von künstlicher Intelligenz komponiert wurde, spielte.

„Ich werde seine Rede nie vergessen“, sagt Sanchez. „Es ist ein bewiesener Fakt, dass sich Menschen eher an Erfahrungen erinnern, die sie mit anderen geteilt haben. Und das stimmt! Ich habe diese Geschichte bereits ein paar Mal weitererzählt: der Moment, als ich zum ersten Mal Musik hörte, die von einem Roboter komponiert wurde!“

- Ende -



Für die Redaktion

Media Kontakt: Für weitere Informationen, schreiben Sie uns unter media@pioneers.io.
Für mehr Neuigkeiten aus der Pioneers Welt, folgen Sie uns auf Social Media:



@pioneers.io



@pioneers



pioneers.io



Pioneers.io

Über Pioneers:

Pioneers ist der ultimative One-Stop Hub für globale Tech-Innovatoren, um auf hochwertige und qualifizierte Daten über europäische early-stage und Series A Startups zuzugreifen. Es etabliert und ermöglicht direkte und bedeutungsvolle Geschäftsbeziehungen zwischen Startups, Führungskräften und Investoren. Seit der Gründung in 2009 in Wien, unterstützt Pioneers anhand einer großen Auswahl von Plattformen die Neudefinition von Industrien, die Entwicklung zukünftiger Technologien und das Vorantreiben innovativer Lösungen. Dienstleistungen des Unternehmens umfassen digitale Services, Beratung, Ventures Services, Events und inspirierende, perfekt angepasste offline-Erfahrungen. Pioneers Discover, der 2013 gegründete Beratungszweig des Unternehmens, unterstützt etablierte Unternehmen und öffentliche Institutionen darin, ihr Umfeld neu zu gestalten, indem unternehmerische Tools, Methoden und von Innovation getriebene Unternehmenskulturen vorgestellt werden. Der Investitionszweig Pioneers Ventures, welcher 2015 gegründet wurde, treibt das Wachstum von early-stage Startups voran.

