

راهنمای داستان برند

قبل از نوشتن داستان برند خود به سوالات زیر پاسخ دهید.

پاسخ دادن به سوالات زیر به خودمان



- ☐ چه کسی هستیم؟
- ☐ چه کاری انجام می دهیم؟
- ☐ چرا این تجارت را انتخاب و ادامه دادیم؟
- ☐ تاریخچه خود را بیان کنیم؟
- ☐ خصوصیت اصلی تجارت شما چیست؟
- ☐ چشم انداز و اهداف ما چیست؟
- ☐ چگونه به اکنون خود دست یافتیم؟
- ☐ نقاط ضعف و گپ های تجارتمان چیست؟

کسب اطلاعات از مشتریان



- ☐ مشتریانان چه کسانی هستند؟ (مخاطبان هدفان چه خصوصیاتی دارند؟)
- ☐ مشتریانان با چه عناوینی شما را می یابند؟
- ☐ چه مزیتی را به مشتریانان ارائه می دهید؟
- ☐ ما را به چه عناوینی می شناسند؟
- ☐ از نظر آنها ما در کدام محصول و یا خدمات مرجع هستیم؟
- ☐ کانال هایی را که مشتریان خود را می توانید با آنها ارتباط برقرار کنید را بیابید

رصد رقبا و پیشرو بودن



- ☐ مزیت رقابتی ما نسبت به رقبایمان چیست؟
- ☐ نقاط قوت و ارزش های قابل ارائه ما چیست؟
- ☐ تفاوت ما در چیست؟
- ☐ روش داستان نویسی رقبایمان به چه صورت است؟

راهنمای داستان برند

حالا که سوالات را پاسخ دادیم باید آنها را به هم مرتبط سازیم اما چگونه؟؟

- با زبانی صمیمی و دوستانه قصه بگوییم و به صورتی ساده آن را بیان کنیم و از دریچه احساسات با مشتریانمان صحبت کنیم.
- به نحوی داستان را روایت کنیم که تصویری ذهنی برای مخاطب ایجاد کنیم.
- هر داستانی باید ابتدا، متن و پایان قوی داشته باشد.
- پاراگراف های کوتاه و مسرت بخش بنویسیم.
- مهمتر از همه فراموش نکنید که قهرمان داستان مشتری است و نه برند شما و فراموش نکنید که برنده باید در داستانتان مشتری باشد.
- و در انتها داستان را از هر طریقی که می توانیم به گوش مخاطبان خود برسانیم: وب سایت، رسانه های اجتماعی و...