

# SMM 360

# Сторитейлинг

Genius Academy  
by GeniusMarketing





# Истории, которые цепляют и продают



**Катя Ван Хаусте**  
PR-директор/копирайтер

# КАТЯ ВАН ХАУСТЕ

SMM 360

- Специализируюсь на сторителлинге для брендов
- Автор медиапроектов, концептов и сценариев для бренд-коммуникаций (Pravda Awards/silver/most effective & most creative project/Carlsberg)
- Клиенты: PepsiCo, Fly, Yarych, Carlsberg, Ontex, Helen Harper, Lenovo, Royal Canin, Unicef, и другие.

PR-директор, копирайтер

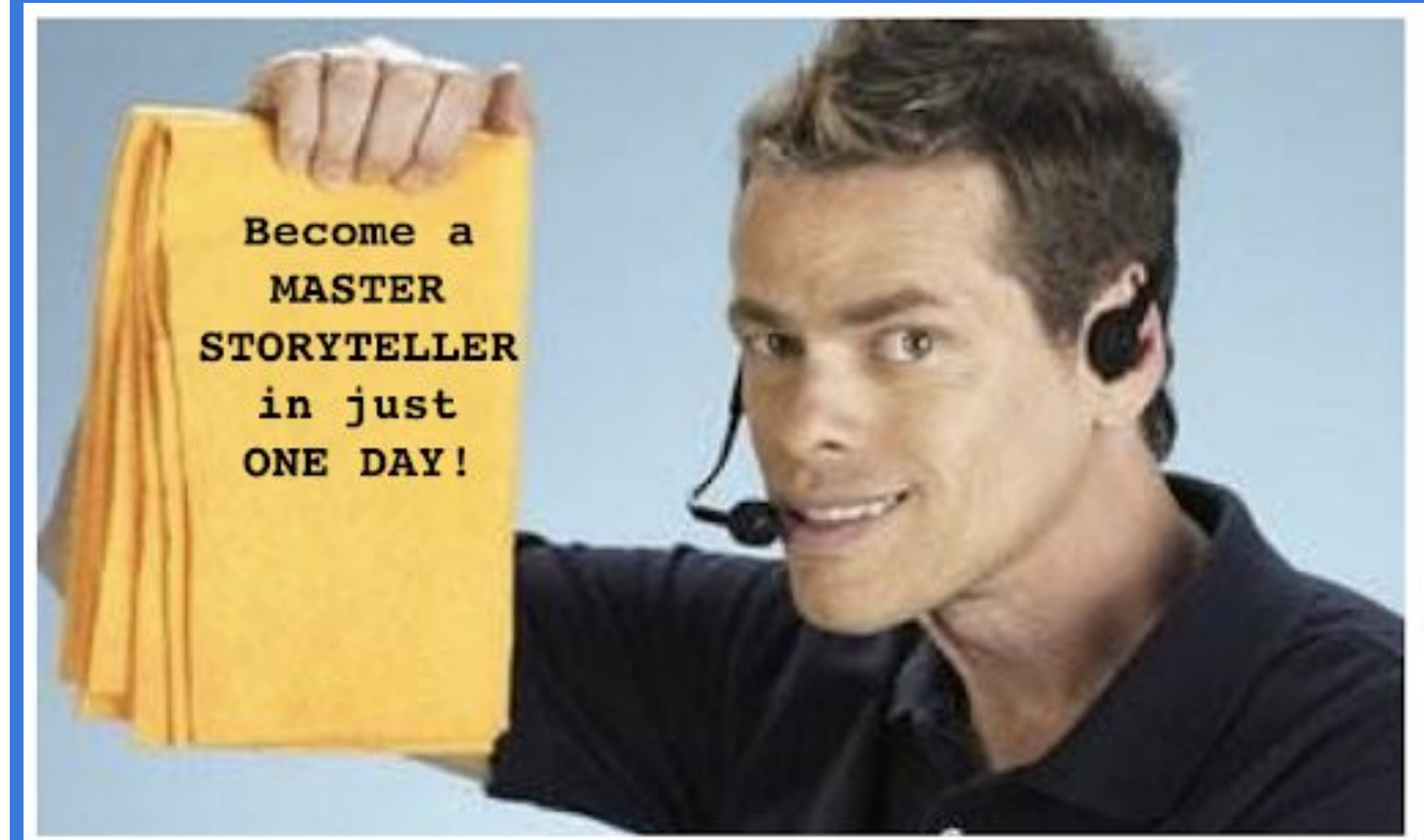
**Катя Ван Хаусте**



# КРИ's ЭТОЙ лекции

1. Понять, какие бренд-истории не годятся, быть готовым к ошибкам и научиться не верить картинке справа
2. Разобраться с критериями качественной бренд-истории
3. Приятно и с пользой провести время

SMM 360





# ОСНОВЫ УСПЕШНОГО СТОРИТЕЛЛИНГА

# Первые рассказчики

SMM 360

Послушай, как  
я мамонта  
вчера  
завалил!  
Короче....

Я сейчас воды  
попью и  
вернусь, ок?



# Главное в сторителлинге

**Эмпатия** — отклик человека на чувства и состояние другого.

Эмпат четко видит и понимает, что именно происходит с собеседником в эмоциональном плане. При этом он соизмеряет свои собственные поступки, мысли и эмоции с состоянием этого человека.

# Когда рассказываешь о бренде

SMM 360





# Когда садишься писать о бренде



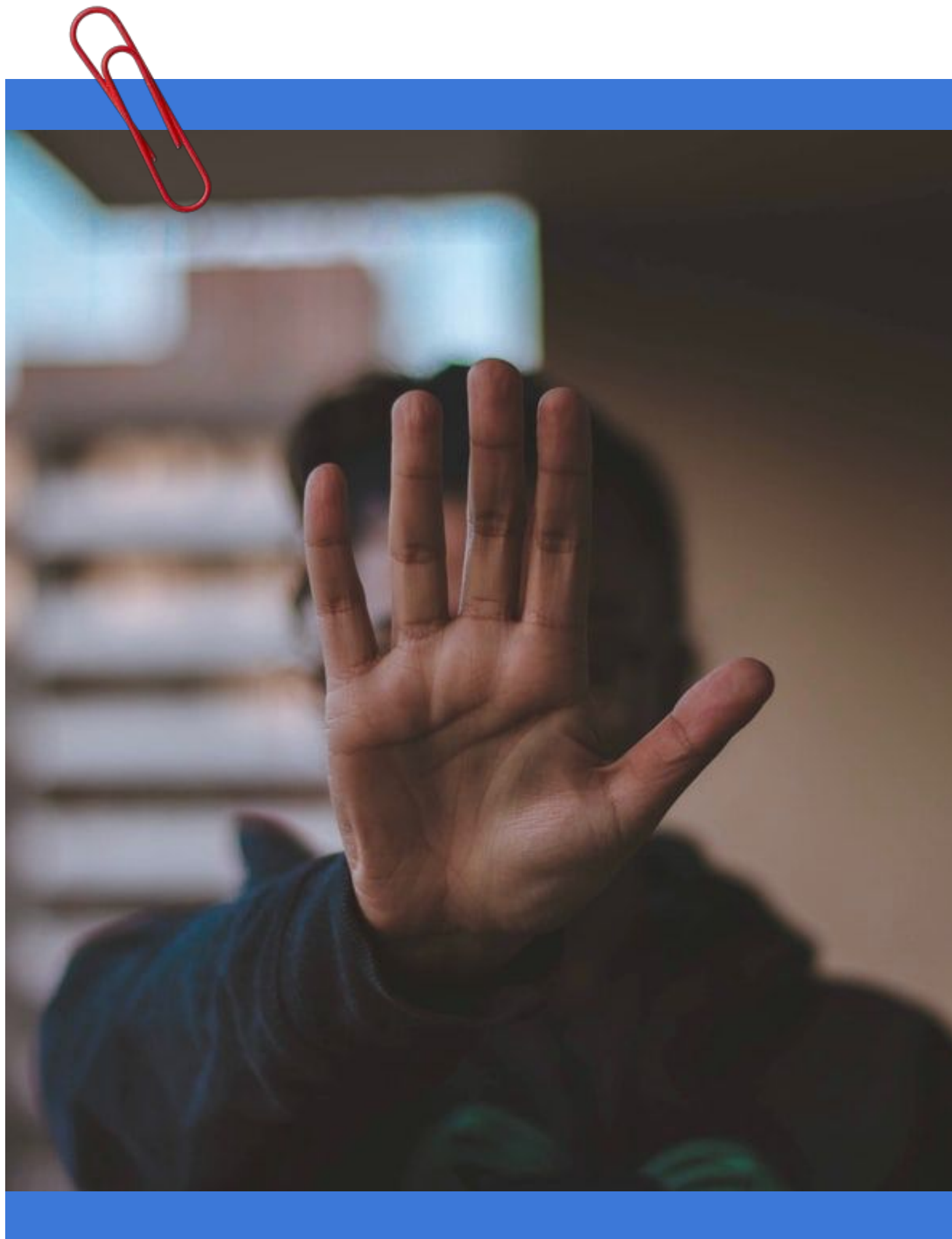
# Этот парень среди нас

SMM 360

Мы с Антоном  
Павловичем Шпаком\*  
основали Строй Буд  
Инвест\* в 1993 году и  
прошли путь от  
небольшой компании до  
крупного холдинга.  
Сейчас наш штат  
насчитывает более ...

Я сейчас  
воды попью  
и вернусь,  
ок?





# Сильная brand story

- ✗ не "льет воду"
- ✗ не продает "в лоб"
- ✗ не бравирует цифрами
- ✗ не повторяет за лавмарками
- ✗ не боится

# История VS Описание

SMM 360



## О бренде

Впервые под брендом «Бархатные ручки» вышла в свет серия кремов для рук в 1997 году, выпущенная концерном «Калина». По замыслу авторов, название бренда должно было подчеркнуть невероятный эффект от применения крема.

Вначале продукты выпускались в алюминиевых тубах и футлярах, а в ассортименте было 3 наименования: Питательный, Увлажняющий и Защитный.

*В 1997 году под брендом «Бархатные ручки» впервые вышла в свет серия кремов для рук*



## Наша гордость

Наша гордость – это абсолютно вся наша продукция, поскольку каждое средство является уникальным<sup>2</sup>, эффективным и любимым нашим потребителям. Наша команда, которая совместными усилиями создает тот или иной продукт, ставит перед собой сложные задачи, но всегда достигает успеха.

<sup>1</sup> В ассортименте бренда «Бархатные Ручки»

<sup>2</sup> В ассортименте бренда «Бархатные Ручки»



# Урок от уличного сторителлинга



История про бабушку  
с Осокорков и клубнику



История про дедушку  
с электрички и Канны

# #1 CHECK POINT ИСТОРИИ

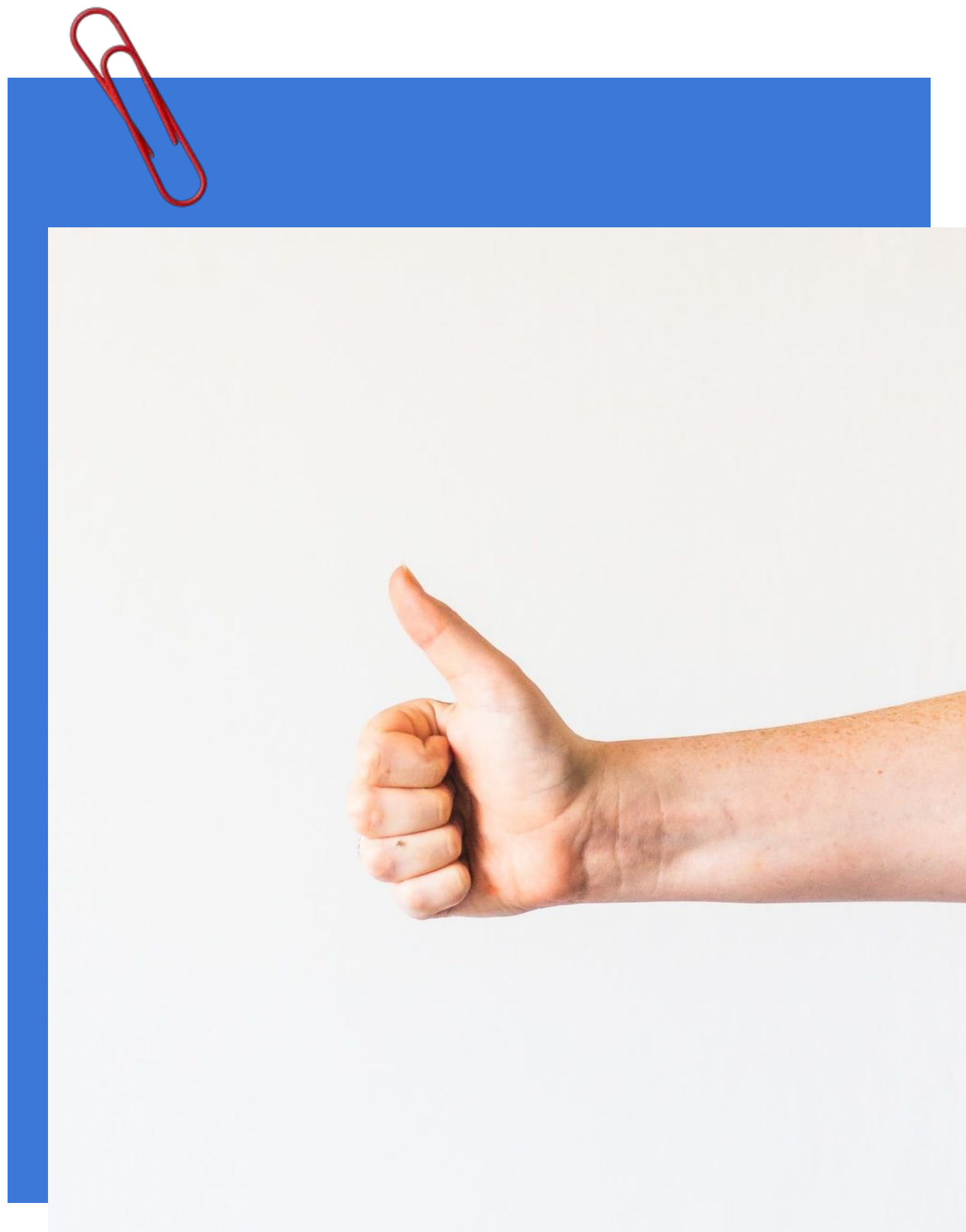
SMM 360

## РИСУЙТЕ МЫСЛИ

Отличная история не рассказывает, а показывает. Мало назвать героя смелым, он должен действиями это доказать.

## ФИЛЬТРУЙТЕ СЛОВА

Слова должны быть подтверждены или выброшены. Каждое слово имеет цель и толкает историю вперед.



# Сильная brand story

- ✓ уникальна
- ✓ интригует
- ✓ связывает эмоционально
- ✓ провоцирует вовлечение
- ✓ порождает новые мифы



# Выбор темы и платформы



# Эволюция brand story

То, что работало раньше, больше  
не цепляет



SMM 360

## 01

Круто делай свою работу и  
будь труднодоступным  
(Birkin)

## 02

Привлеки большое имя (Dali-Chupa  
Chups)

## 03

Продолжи крупный семейный  
бизнес, создавай традиции и  
стандарты качества (Ritz-Carlton)

# Сейчас

SMM 360

Ну давай, удиви меня...



# Зачем вам бренд-стори?

## **01** Заполнить графу «о нас»

Не всем и не всегда нужна бренд-история. Хорошая — ресурсна, плохая — может навредить.

## **02** Выделиться

Отличный выбор, если ваша цель — привлечь внимание к точечной активации или начать развивать новый бренд.

## **03** Стать лавмаркой

Это амбициозная цель. Так же, как и желание увеличить продажи. Готовы ли вы ждать?



**Brand storytelling — это не одна история. Это процесс**



Counter-Strike у 60 років

Смотреть... Поделиться

**COUNTER STRIKE**  
**у 60 років**

A video player interface for a YouTube video. The video content shows a woman with short dark hair and glasses, wearing a black jacket with 'LEGION by Lenovo' printed on it, holding a virtual assault rifle. She is superimposed over a blurred background of a Counter-Strike game scene featuring several players in tactical gear. The video player includes a title 'Counter-Strike у 60 років', a play button, and sharing options 'Смотреть...' and 'Поделиться'.

# Ageless Shooters

<https://bit.ly/3bhftpG>

**10** млн

Медиаконтактов



**29,7** тыс.

Протестировали Lenovo Legion



**∞**

Органический охват  
продолжается





SMM 360



# Биосфера

SMM 360

## “Окремо ми разом”

<https://bit.ly/3gPY7BB>

**2,5** млн

Просмотров на Youtube

**100 %**

Реальные семьи



Запуск истории  
совпадает с лончем  
наборов для уборки с  
бесплатной доставкой





# Площадки для brand story

## **1. Брендовые**

(сайт, страница соцсетей, этикетка, вывеска, рассылка, и т.д.)

## **2. Персональные**

(личная страница основателя и сотрудников)

## **3. Массовые медийные**

(ТВ-радио-онлайн-спецпроекты)

## **4. Офлайновые**

(активации, BTL, wot, слухи)

## **5. Кросс-медийные**

(на стыке разных платформ)

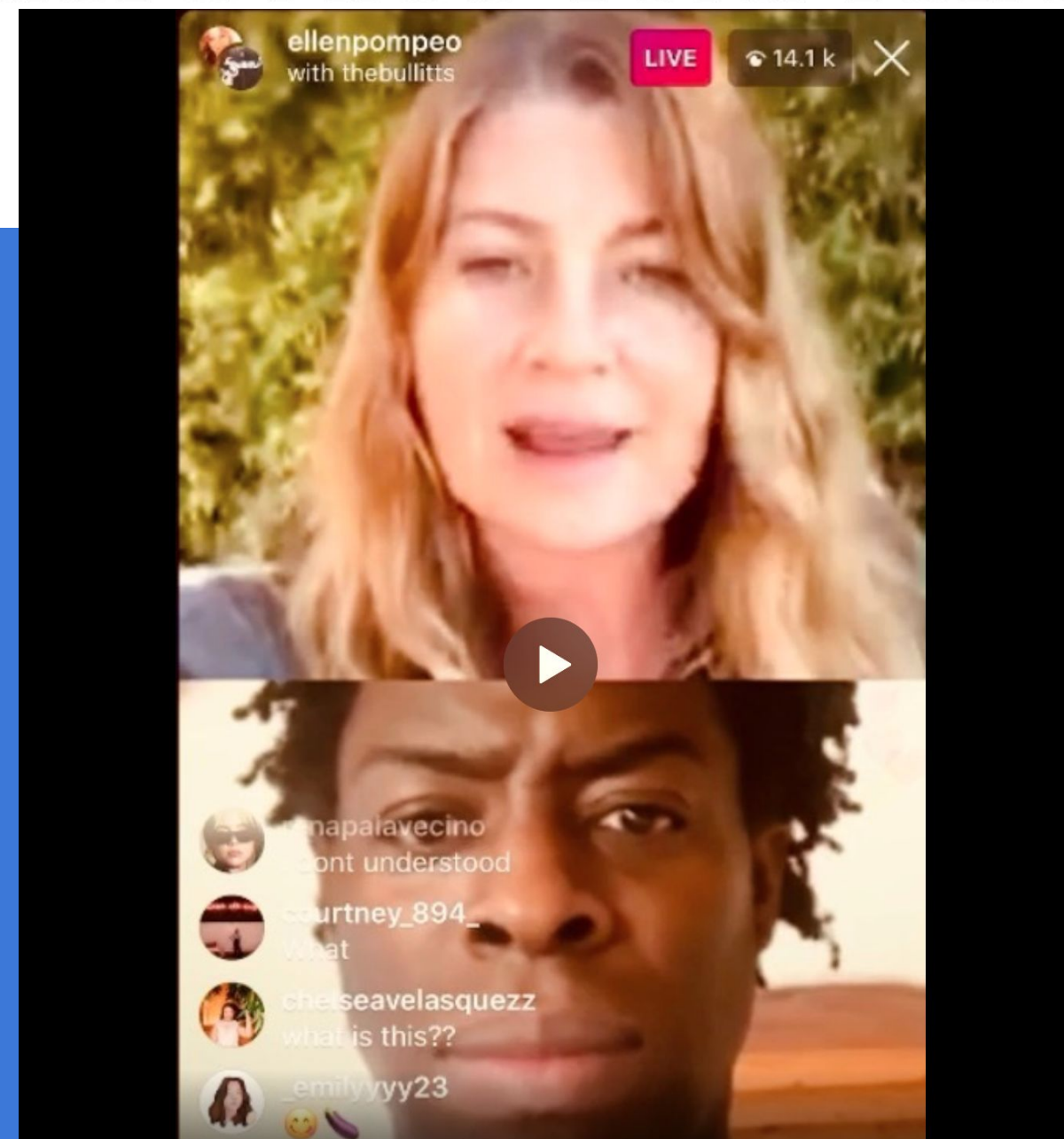


# LIVE СТОРИТЕЛЛИНГ

SMM 360

## Playfully Questioned Over Stealing Jeymes Samuel's Aloe Vera Toilet Paper

<https://bit.ly/31SaY1U>



Jeymes Samuel is on a mission to find a toilet paper thief.

The British multi-hyphenate, a.k.a. The Bullitts, has spent the last couple of weeks confronting various celebrities about his leather backpack that was purportedly stolen at Jay-Z and Beyoncé's 2020 Gold Party. Samuel's quest generated a lot of social media buzz earlier this week, when he hopped on Instagram Live with Young Guru and began accusing Hov of swiping his bag that was full of aloe vera toilet paper.

The broadcast shows Guru, one of Jay's most frequent collaborators, expressing concern of Samuel's state of mind, before Samuel pleads with the producer to connect him with Hov.

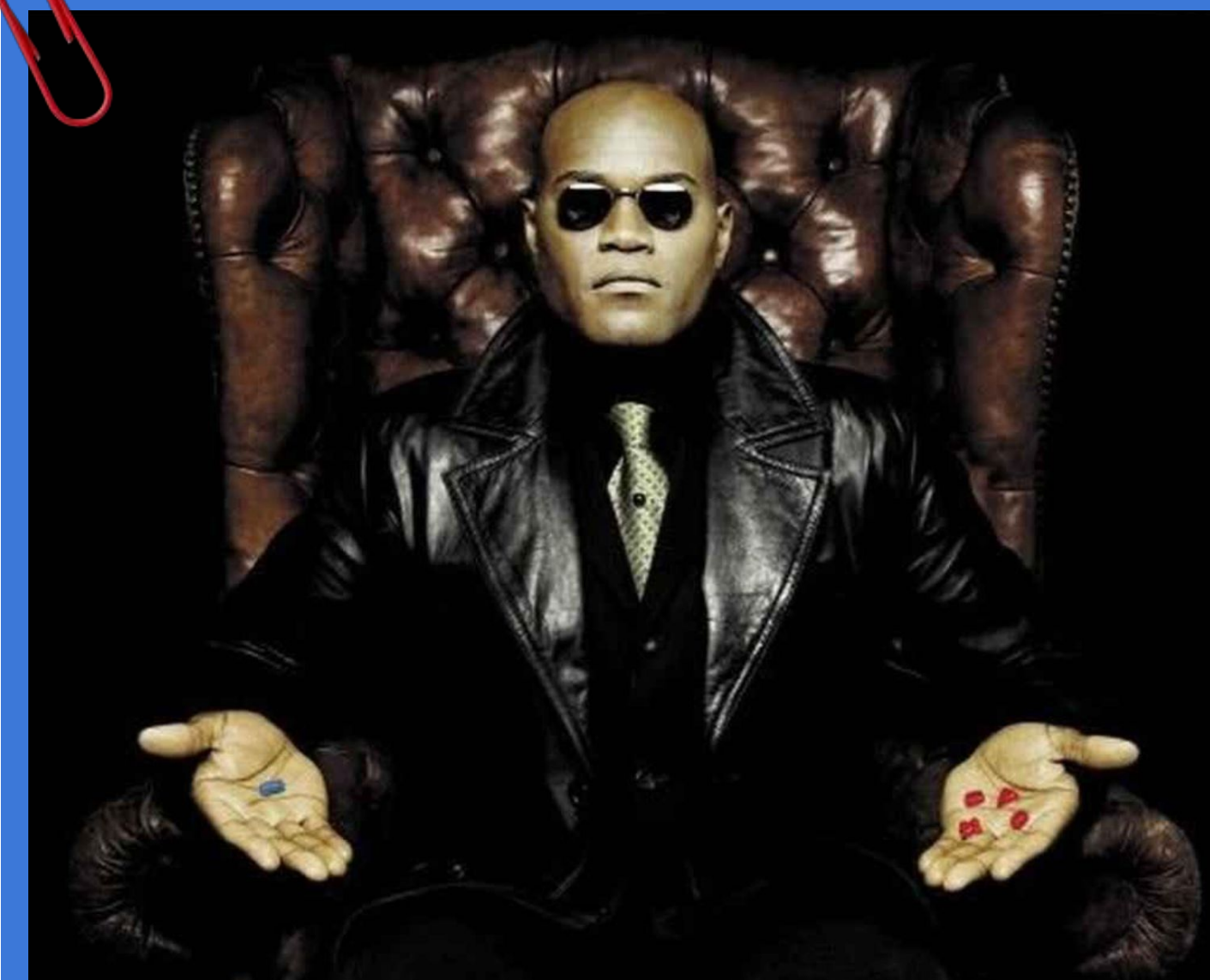
"I'm not nuts, man. I need to speak to Hov, man," Samuel says, before someone off camera asks Guru who he's speaking to. The voice is clearly Jay's.

"I can hear you, go ahead," Hov tells Samuel without showing his face on the screen.

"Please, I just need you to come to the camera," Samuel says; though his request is ultimately denied.

# СОБЛАЗН

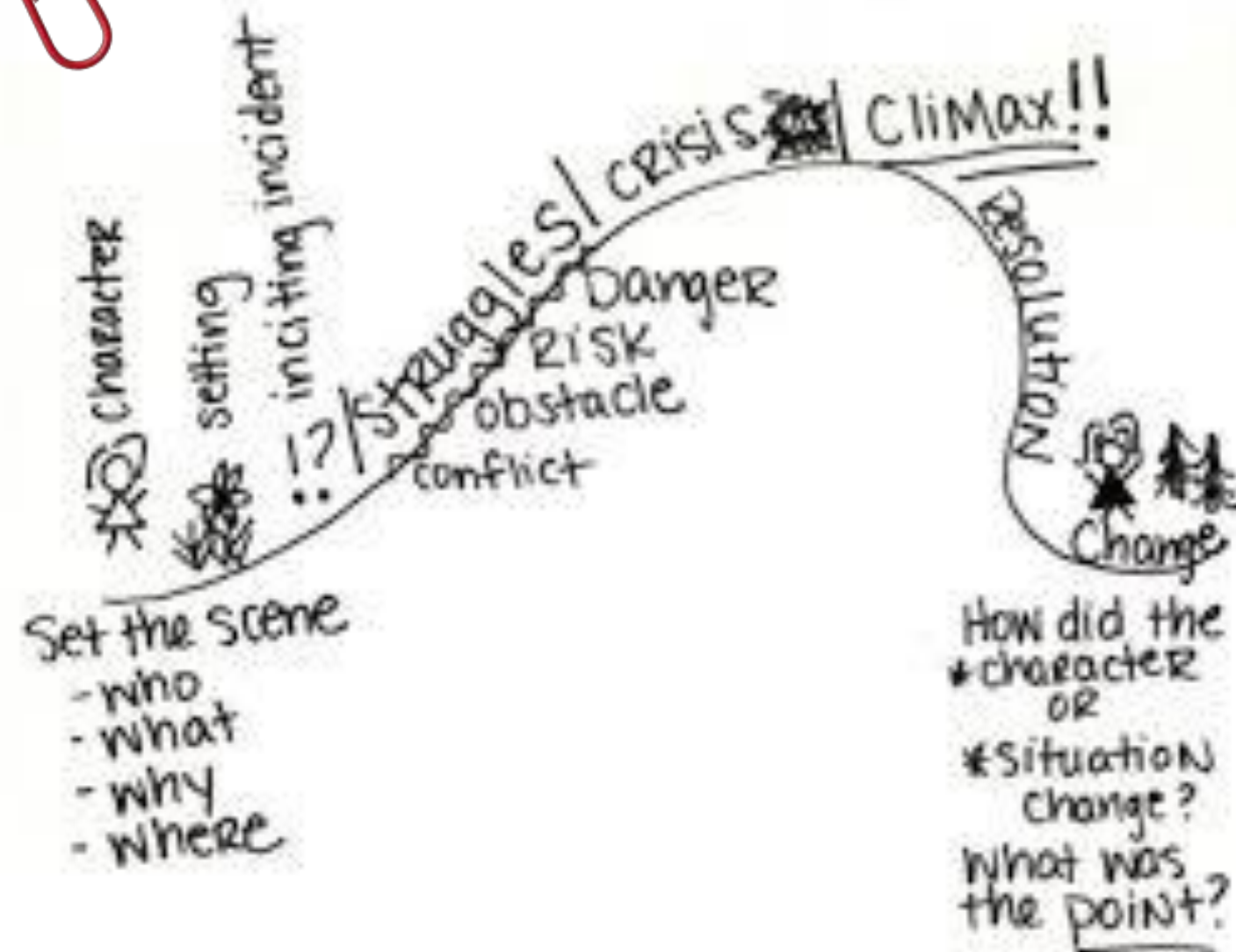
- Архетипы, правила, схемы, формулы
- Вы — бурильная установка для фактов, эмоций, наблюдений и сюжетов



# Красная таблетка

Полезна для общего понимания,  
прокачивает структурно, помогает  
не «изобретать велосипед».

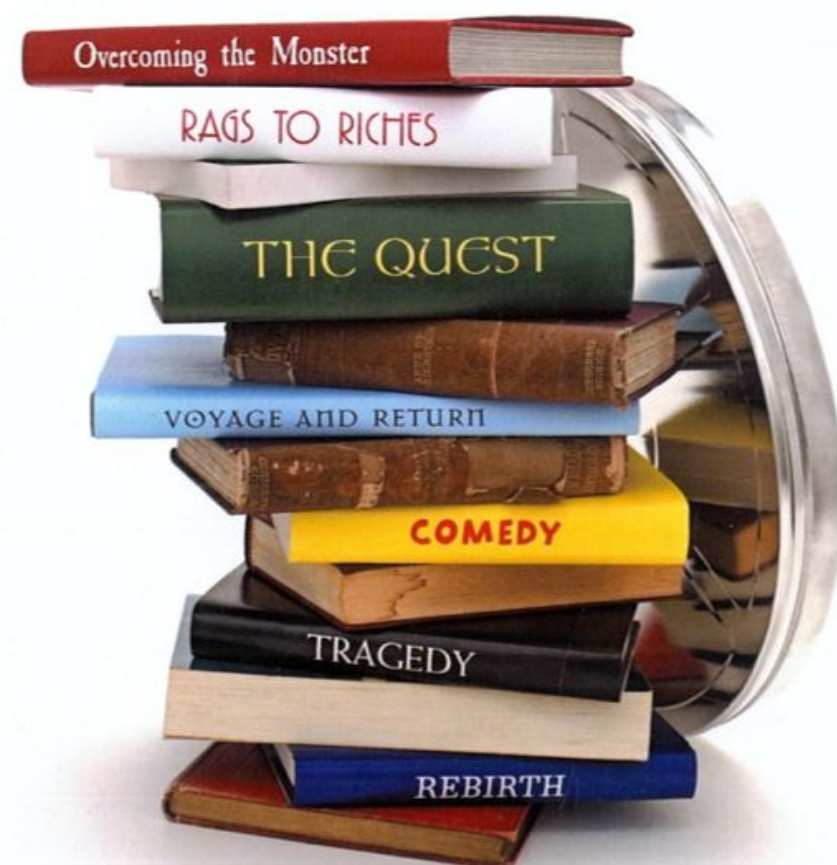
Риск — создание искусственной  
истории «по схеме», сюжет  
которой притянут за уши.



*'This is the most extraordinary, exhilarating book.'* FAY WELDON

# THE SEVEN BASIC PLOTS

*Why we tell stories*



CHRISTOPHER  
BOOKER



# 7 базовых сюжетов

Победить монстра, Из грязи в князи, Квест, Путешествие туда и обратно, Комедия, Трагедия, Перерождение

# Синяя таблетка



Вы сами раздобудете все детали и оформите сюжет, следуя правилам драмы, но и выдумывая его с нуля.

Вы научитесь смотреть глубже и видеть интересное там, где никто не замечает.



# Как слепить бренд-историю

# ЭТАПЫ РАБОТЫ НАД БРЕНД-СТОРИ

SMM 360

## Добыча фактов



Задавать вопросы,  
искать в необычных  
местах, общаться с  
теми, с кем не  
общались раньше

## Поиск и отсев



Найти главное и самое  
интересное,  
структурировать  
информацию

## Драма, эмоции



Докрутить сюжет до  
нужной степени накала  
(в помощь красная  
таблетка)





# ЭТАП 1

## Бурите факты! Станьте самому себе Дудем



# Шорт-лист вопросов



- 1. Для кого** эта история? (портрет ЦА, где обитает? что читает? как отдыхает?).
- 2. Почему** основатели занялись именно ЭТИМ бизнесом?
3. У кого из сотрудников **самая интересная/самая нудная работа?**
- 4. Над чем все смеются на курилке?**
5. Какую **наибольшую трудность** преодолел/преодолеывает бизнес? И так до 100...



# «РЫБАЧКА СОНЯ» — НОВОЕ ПИВО Carlsberg



ЦА

## Коренные одесситы



## Туристы



# Задача

Через историю закрепить ассоциацию: «Рыбачка Соня» — настоящее одесское пиво. Выбор коренных одесситов и туристов.



SMM 360

## 01

Создать бренд-легенду для новой марки пива от Carlsberg

## 02

Заинтересовать историей коренных одесситов и туристов

## 03

Использовать слухи, как инструмент презентации выдуманных фактов

# Что у нас было?



- ✓ ассоциация с Костей-моряком
- ✓ образ на этикетке
- ✓ портрет ЦА
- ✓ позиционирование – легкое пиво с южным характером

# ПОДГОТОВКА

## Изучить песню

Присмотреться к персонажам и структуре



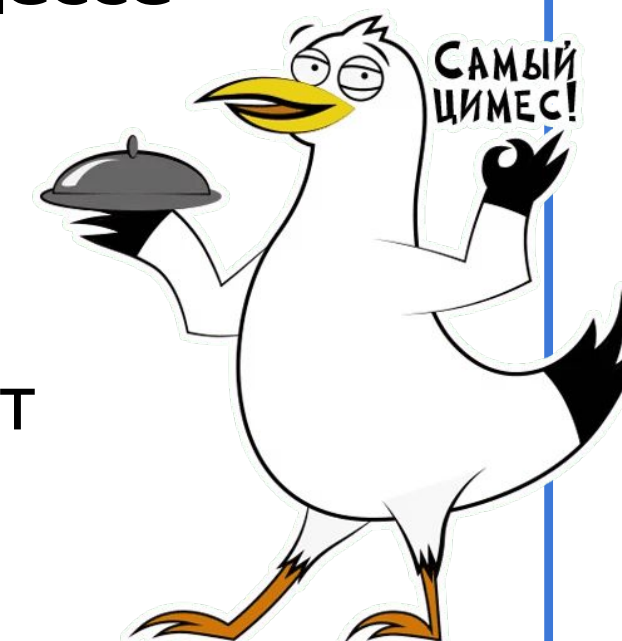
## 100+ Одесских шуток

Насытиться лексикой и тем, что веселит ЦА



## Мифы об Одессе

Использовать стереотипы, как фундамент





# ЭТАП 2

## ВЫТРЯСТИ ВСЕ СЛОВА- АССОЦИИ

Костя-моряк  
Ракушки  
Моряки  
Разлука

Песок  
Пляж  
Город  
Гости

Разлука  
Корабль  
Бутылки  
Крышки .....





# Легенда бренда

Известно, что песня о Рыбачке Соне и Косте-моряке закончилась веселой свадьбой. Но говорят, что их история имела продолжение... Костя часто уходил в плаванья, а Соня оставалась дома, что очень противоречило ее южному, общительному характеру. Кроме того «интересная чудачка» переживала, как там Костя «справляется» без нее, и не заглядывает ли в морские дали чужого декольте.

Поговаривают, что Соня наконец-то нашла решение своим тревогам. На этикетку любимого Костиного пива ревнивица поместила сама себя, чтобы Костя не забывал о ней ни на суше, ни на море.

**Согласно легенде, если пиво «Рыбачка Соня» приставить к уху, то можно услышать шум Черного моря и уже после первой пробы навсегда полюбить Одессу.**

**Так Рыбачка Соня призывает не уплыть далеко и обязательно вернуться в этот город, если только приехал погостить.**

Из обычных одесситов Рыбачка Соня делает коренных, а приезжих навсегда влюбляет в Одессу. Говорят, в этом пиве есть и «смешинка» от Рыбачки Сони, от которой все начинают шутить по-одесски.

# Бренд оживает с историей и персонажем



# PR-ВЫХЛОП

SMM 360

## 36

Выпусков радиопередачи  
«За всю Одессу с  
Рыбачкой Соней»  
на Просто Радио

## 3

Полноценных PR-ивента  
(развиртуализация  
персонажа, Дегустация на  
Приводе, фест красноречия,  
Свадьбы по-одесски)

## Silver

Pravda Awards ,  
не спонсируемые  
материалы в прессе,  
сюжеты на ТВ

# Правда про работу с фактами

## ВОКРУГ СВЕТА В ОДИН КЛИК

Непридуманные истории о путешествиях по разным континентам





**Интересной жизни самой по себе не существует.  
Есть отношение к жизни с интересом.**



# Триггеры интереса



ограничение



вторжение



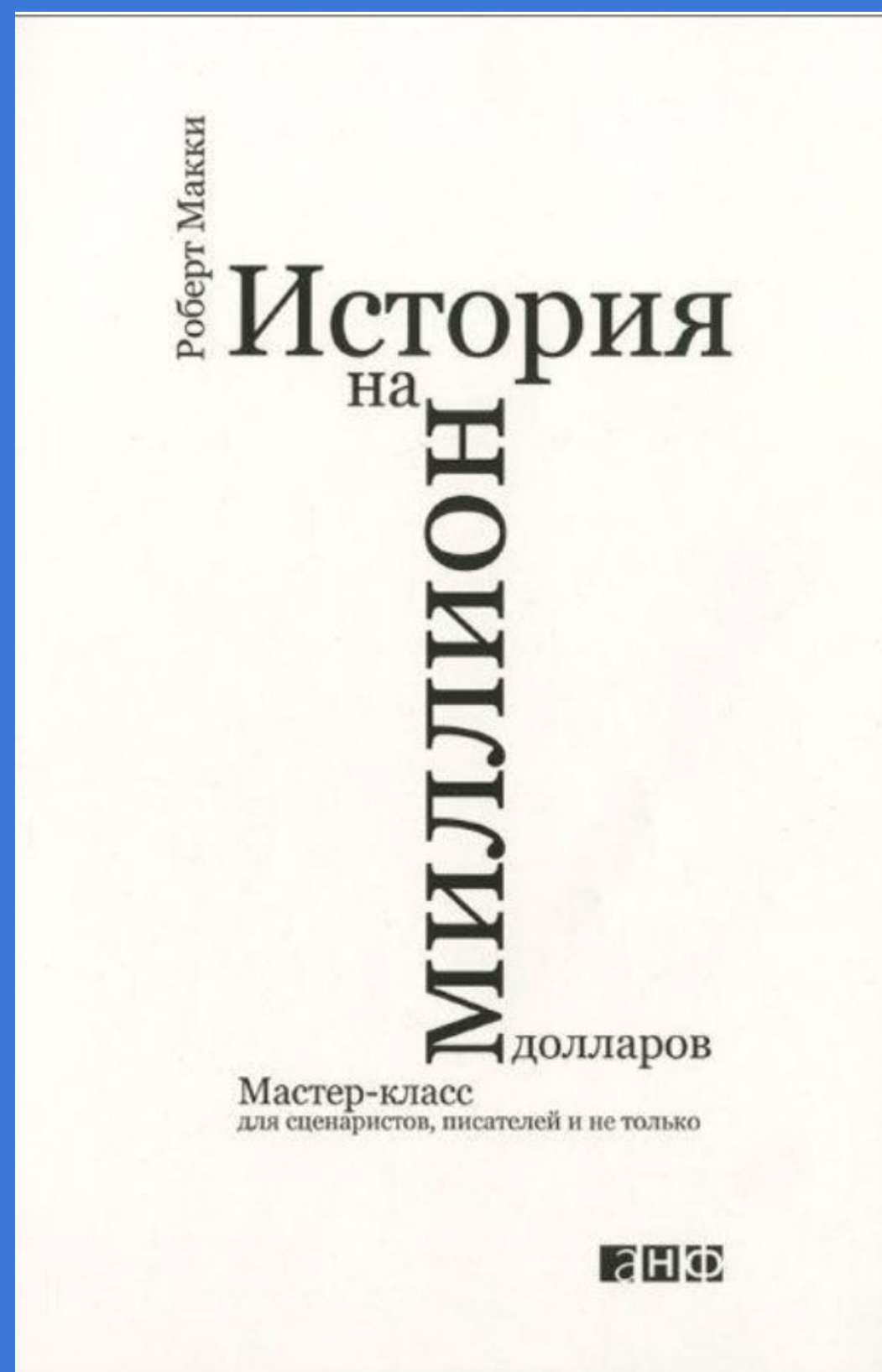
конфликт



скрытое



провал





# Что я чувствую и почему?

# Сила социального запроса

SMM 360



Как поплыть на  
собеседовании в «Банду»

Форма поиска



## ПОСЛЕДНИЕ СТАТЬИ



Консультация с Оскаром  
Бренифье: “Это больно, но  
это полезно”. Часть 1

AUGUST 8, 2018



Влад Прутяну:  
“#Минимализм – это когда  
все есть”

JULY 2, 2018



Креативность VS  
социальные сети

JUNE 20, 2018

РУБРИКИ

# All stars

Мы живем в такое время, когда история может выстрелить, даже если вас в соцсетях читают несколько родственников. Просто должны сойтись звезды.

## 01

Быстрая реакция на социальный запрос и точку боли

## 02

Не просто провал, а потеря мечты, драма, провоцирующая эмпатию

## 03

Тон оф войс — самоирония, стремление к объективности, желание передать полезную информацию

# Результат

SMM 360

**20** тыс.

Прочтений статьи на  
доморощенном сайте

the SCOUT blog

**0**

Вложений в рекламу

**VECTOR**

**∞**

Трафик, который до  
сих пор поддерживается  
за счет органического  
охвата

# Бренд-история и SMM



# История ИЗ КНИГИ



концентрация, место на полке



потребность в полноценном сюжете







место для «раскачки», возможность поднять много тем



обратная связь затянута

# История из соцсети



-  низкая концентрация,  
эмоциональный фаст-фуд
-  нет потребности в четком сюжете
-  моментальная обратная связь
-  одна ключевая тема

# Главное в SMM-истории

SMM 360

**Сила начала**

**Внимание,  
Red Fish**

**Стиль**





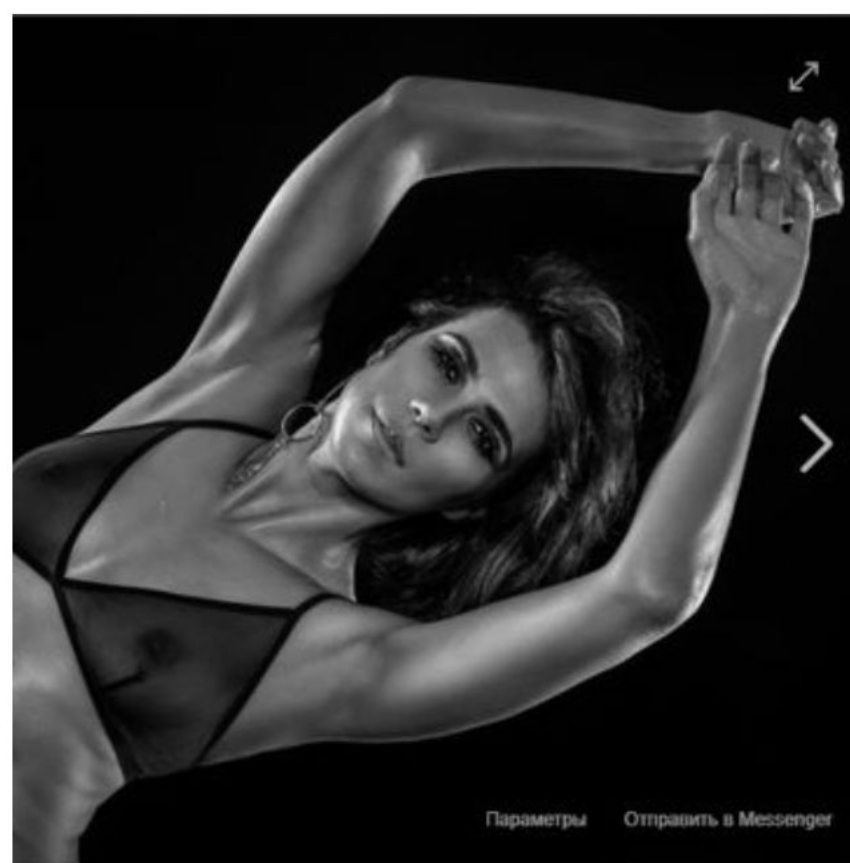
# «Удар» с первого предложения

SMM 360

Проект «кольцо безопасности» Nimb собрал

\$50 000

на Kickstarter  
меньше чем  
за сутки



**Катя Кермлин** · Подписаться · 21 июня 2016 г. рядом с Нью-Йорк, New York, Соединённые Штаты Америки · 🇺🇸

I am a crime survivor, not a crime victim

Меня зовут Катя, мне 41 год, я люблю кино и жару.


Шестнадцать лет назад среди белого дня на глазах у толпы прохожих со мной попытался заговорить неприметный молодой человек. Я была горда и занята, поэтому разговор у нас не задался. Но парень оказался находчивым, второй раз решил с вопросами не церемониться, достал охотничий нож, перерезал мне горло, вскрыл живот и очень хотел завершить знакомство проникающим в сердце, но ему каждый раз мешали мои ребра и другие кости.


Вероятность дожить до следующего дня стремительно уменьшалась, потому что мне не хватало рук. Одной я затыкала красный фонтанчик, бьющий из горла, другой хваталась за лезвие, а ведь надо было еще следить, чтобы из брюшной полости не вывалилось что-нибудь, но с этим как-то справились плотные штаны.


Не было бы тут сейчас никакого текста, если бы

# Стиль



 tone of voice

 лексика

 динамика

 объем текста



**«Хороший стиль — тот, что  
передает больше смысла  
с самой большой экономией  
СЛОВ»»**

Айн Рэнд «Искусство беллетристики»



# Структурная зацепка

SMM предлагает простые структурные формы, которые помогают присобрать историю

SMM 360

## 01

Повторение. «Я говорила, что никогда не буду...никогда не буду...никогда не буду»

## 02

Нумерация. «В этом городе я бывала трижды. 1, 2, 3....»

## 03

Контраст. «Мы всегда были разными. Он — ... Я — ...»

**Моветон бренд-истории —  
экспертные эксперты,  
идеальная картинка, хейт**

# Финал истории

## Финал нытика

«И вопреки всему  
наша компания  
развивается по  
сей день»

## Ленивый финал

«Наша компания  
развивается, и  
делает многое  
другое»

## Рандом финал

«Пожелайте нам  
удачи!»

# Летящий финал — всегда «смотрит» вверх и всегда позитивен



*«С азартом и любовью к своему делу мы  
заглядываем наперед — а что там дальше?» 🤩*

# А что там дальше?

SMM 360

Так а что  
дальше было,  
пожалуйста,  
не молчи?





**СПАСИБО.  
ПРИЯТНОГО  
ОБУЧЕНИЯ!**