

年男卓話

ストーリーテリングで顧客の心を掴む



「ストーリーテリングで顧客の心を掴む」

物語がブランドに命を吹き込む

ブランドロゴや顧客とつながる象徴的なイメージ

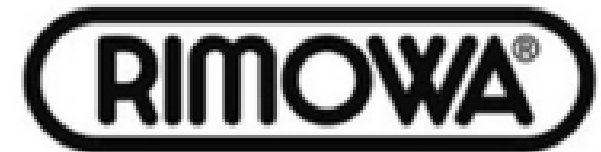
01



02



03



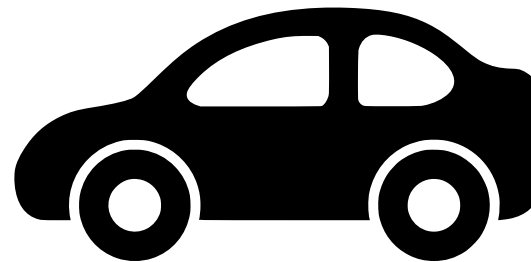
ストーリーテリングとは？

なぜストーリーが重要なのか？

人は「情報」より「感情」に動かされる
ストーリーは「共感」を生む最強のツール

ストーリーテリングとは、体験談やエピソードなどの「物語」を利用して、自分の主張や情報、メッセージを聞き手に伝える手法です。
ストーリーテリングには、次のようなメリットがあります。

- 相手の感情に訴えかけることができる
- 抽象的な単語や情報を羅列するよりも、相手の記憶に残りやすい
- 共感を得たり強い印象を残したりできる
- 聞き手のモチベーション向上につながる



ストーリーが顧客に与える3つの影響

なぜストーリーが重要なのか？

01

- 記憶に残る
事実だけよりも25倍記憶に残る

02

- 感情を動かす
感情的なつながりが購買行動を促す

03

- 共感を生む
顧客が「自分事」として捉える



成功事例1 – ナイキが扱う商品にのせるストーリー

「ナイキ – Just Do It の物語」

挑

スポーツ用品を「売る」だけでなく、挑戦の精神を伝える



感動
共感

実例: パラリンピック選手を起用した広告



選ぶ

メッセージ: 「誰もがアスリート」



◆ 「あなたのブランドも、次の物語を作ろう」

ストーリーテリングは「商品」ではなく「価値」を伝える方法

顧客と「感情的なつながり」を築くことが鍵

質問:「あなたのブランドの物語は何ですか？」