

CREATIVE BRIEF

Produkt: "Sellify"

Was das Produkt dir abnimmt:

1. Das Produkt nimmt dem Kunden den Stress und die Zeit, die er braucht, um emotionale Landingpages zu entwickeln, Produkte zu vermarkten und Verkaufsargumente zu finden.

Wie es das macht:

2. Motion Picture, Scrollytelling und einprägsame Interaktionen helfen dem Kunden, seine Produkte zu vermarkten. Zum Beispiel können sie ein Video erstellen, das die Vorteile des Produkts hervorhebt und es auf einer Landingpage präsentiert.

Woraus es besteht:

3. Das Produkt muss technische Komponenten wie eine benutzerfreundliche Benutzeroberfläche, ein Video-Maker, ein Bild-Editor und ein Text-Editor haben, um dem Kunden zu helfen, emotionale Landingpages zu erstellen.

Zielgruppe: "Die Emotionale Käufer"

Customer Journey:

Das Synonym für emotionales Marketing lautet Gefühlsmäßiges Marketing.

Die Geschichte handelt von einer Person namens Maria, die gerade ein neues Unternehmen gegründet hat, das hochwertige Schmuckstücke verkauft. Maria hat viel in den Aufbau ihres Unternehmens investiert und möchte nun, dass ihre Produkte bekannt werden. Sie weiß, dass gefühlsmäßiges Marketing eine gute Möglichkeit ist, um eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen. Deshalb beschließt sie, eine Kampagne zu starten, die ihre Produkte in einem gefühlsmäßigen Kontext präsentiert. Sie nutzt verschiedene Werbemethoden, um eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden herzustellen und ihre Marke zu stärken. Maria hofft, dass diese Kampagne ihr Unternehmen bekannt machen und ihre Verkaufszahlen steigern wird.

Peak Moment of Delight:

Der Nutzer ist mit emotionalem Marketing in der B2B-Branche zufrieden, da es ihm hilft, eine starke und anhaltende Bindung zu seinen Kunden aufzubauen und sie zu motivieren, ihm treu zu bleiben.

Creative Brief: "Sellify"

Goal of Communication:

Eine Marke kann durch Motion Picture, Scrollytelling und einprägsame Interaktionen von Menschen viele Vorteile erzielen. Es kann eine starke emotionale Bindung zu Kunden schaffen und das Bewusstsein für die Marke und ihre Produkte steigern. Darüber hinaus kann es helfen, eine nachhaltige Marke zu schaffen, indem es ein positives Image vermittelt und die Marke als verantwortungsbewusst und zukunftsorientiert präsentiert.

Wettbewerbsvorteil:

Unsere Marke bietet eine nachhaltige Lösung, um emotionale Landingpages, Produkte und Verkaufsargumente zu entwickeln und zu vermarkten. Wir bieten einzigartige Tools und Services, die es unseren Kunden ermöglichen, ihre Ziele zu erreichen und langfristig zu wachsen. Beispielsweise bieten wir ein einzigartiges Tool an, das es unseren Kunden ermöglicht, effizienter und nachhaltiger zu arbeiten.

Brand Positioning:

Ich verdiene Geld, indem ich meine Kunden dabei unterstütze, ihre emotionale Landingpages, Produkte und Verkaufsargumente zu entwickeln und zu vermarkten. Ich biete auch Beratungsdienstleistungen an, die sie bei der Erstellung von nachhaltigen Geschäftsplänen und Strategien unterstützen. Beispielsweise helfe ich einem Unternehmen, ein nachhaltiges Verkaufsmodell zu entwickeln, das auf einer langfristigen Kundenbindung basiert.