



Mercedes-Benz



## SUBJECT

What is the story about?

**Emisiones Contaminantes de las 3 marcas Premium alemanas**

## GOAL

What do you want to achieve with this story?

**Concienciar de la importancia de reducir las emisiones y la ventaja competitiva que puede suponer**

## AUDIENCE

What is your story's audience? What are their needs?

**Ejecutivos de las empresas Audi, BMW y Mercedes**

## BEFORE

What does your audience think, feel, know, want, before they have experienced your story?

**La audiencia es consciente de que:**

- El medio ambiente es importante, pero no hasta qué punto.
- Se debe seguir desarrollando para reducir las emisiones pero no conocen el progreso.

## 1. SET THE SCENE

What do you need to introduce? What should be set up or explained?

- Importancia del sector automovilístico en la emisión de gases contaminantes.
- Importancia de reducir las emisiones de gases contaminantes debido a los problemas que generan tanto para el planeta como para el ser humano.

## 2. MAKE YOUR POINT

The audience's A-Ha moment.

**Reducir las emisiones es una ventaja competitiva entre las marcas rivales por:**

- Contribuye a la lucha a favor del medioambiente mejorando la imagen.
- Mayor cantidad de posibles clientes.
- Evitar sanciones por parte de los gobiernos.

## 3. CONCLUSION

The end of your story. What is the conclusion? What is your call to action?

- Potenciar la reducción de emisiones.
- Potenciar los combustibles que producen menos emisiones.
- Entender la reducción de emisiones como una ventaja de negocio, no como un gasto en desarrollo sin sentido.

## AFTER

What does your audience think, feel, know, want, after they have experienced your story?

- Es necesario invertir en el desarrollo de los vehículos para hacerlos menos contaminantes
- La reducción de emisiones es un punto clave en la lucha por ser la mejor marca de coches tanto en fama como en número de ventas e ingresos