في بداية لقائي مع د إيهاب - حكيت قصّة إنّي وانا طفل صغيّر كانت مجلّات ميكي بالنسبة لي هيّا كاتالوجات الماكينات اللي كان بابا الله يرحمه بيشتريها للفلّاحين

وإنّ مكان اللعب بتاعي كان الجراج - حيث كان بابا الله يرحمه بيرمي قطع الغيار التالفة

وإزّاي دا كان السبب في تعلّقي بمجال الميكانيكا

-

سيبك من القصّة نفسها

وتعالى نتكلّم عن ( ليه أنا ذكرت القصّة دي ) ؟!

-

[#نصيحة\_من\_خبير](https://www.facebook.com/hashtag/%D9%86%D8%B5%D9%8A%D8%AD%D8%A9_%D9%85%D9%86_%D8%AE%D8%A8%D9%8A%D8%B1?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUQ685U5ZN-EfMO8ISZ6_q0Om9fxu_AxhqASgu4WP0qDa-Is6AtO3yCNTHRxEcOrat5Y6RusNmi93O03K_6O1yOEhsERU7_VHoM4s-WjMNy91akTj-xEbOzoYjsZn--is8Gc3FLP0jJ1ftaEo9GuQibg4VwhX7-9-UW0LOklF6NZ_anxD6oqBNpxgvu9r2FL4w&__tn__=*NK-R)

احكي قصّة - أو اهتمّ بالـ story telling

-

من الطرق الناجحة جدّا في صناعة البراند هي ( ربط البراند بقصّة )

ويا سلام لو القصّة فيها صعبانيّات

-

أشهر حاجة ممكن نستشهد بيها في المجال ده هيّا قصّة ستيف جوبز مع أبل

وإزّاي بدأ من الصفر

-

مش ده البلوفّ

البلوفّ إنّه بعد ما عمل شركته - حلم حياته - ومستقبل غاياته - ومستحلب راياته - ومشتفحل شلنكباته - اقرص كتير هنا - القرص حلو في حكاية القصّة

إزّاي بعد دا كلّه - جم صحابه الغدّارين - الغدّارين يا بيه - طردوه من الشركة

-

لكنّه لم يتنحنح - ولم يترحرح - ولم يتزحزح - اقرص كتير ما تخافش يا طارق بيه

إزّاي بعد دا كلّه - الشركة فشلت من غيره - واضطرّوا أصدقائه ولاد السيّدة غير النظيفة يستعينوا بيه تاني

ومن هنا بدأ الهوى - من هنا بدأ الكلام - ورجع ستيف جوبز ينهض بشركة أبل من تاني - من تاني - من تاني

وانزل على ركبك ع المسرح - وشدّ ف شعر الباروكة - بسّ مش قويّ للباروكة تتخلع

ولّا أقول لك - شدّ جامد - جامد - واحزق - دا هيجيب صريخ عياط وتصقيف مع الجمهور

-

القصّة دي هيحكيها بفخر واحد شاري جهاز آيفون امبارح وقاعد مع صاحبه ع القهوة - هيلاقي حاجة يحكيها - ومن هنا الشخص ده هيرتبط ((( عاطفيّا ))) بشركة أبل - وبموبايلات آيفون - فما تبقاش تستغرب لمّا تلاقي الناس بايته قدّام محلّات أبل في العاصمة الإداريّة عشان تشتري الجهاز الجديد بربع مليون جنيه !!!

-

ضروريّ جدّا تربط البراند بقصّة - تربط براند العربيّ مثلا بشخص الحاجّ محمود العربيّ - اللي بدأ بيبيع مساطر وأساتيك لزمايله في المدرسة - وبعد كده اشتغل في محلّ في الموسكي - وكان حلمه يشتري محلّ البرنسيس

وبعدين اشترى محلّ البرنسيس - وتتوالى القصّة

-

ضروريّ تربط قصّة سيّارات مرسيدس بزوجة صاحب الشركة اللي لفّت ألمانيا مع ابنها في سيّارة زوجها - عشان تثبت للناس إنّ دي سيّارة فعلا - وممكن تمشي من غير خيول بتجرّها !!!

-

احكي قصّة - دا هيرتبط مع الناس أكتر من الأرقام والإحصائيّات

اربط البراند بتاعك بقصّة - ويستحسن لو القصّة يكون فيها صعبانيّات - وما تقلقش - كده كده هتلاقي الصعبانيّات - أيّ حدّ نجح ضروريّ يكون مرّ بصعبانيّات - فإنتا مش هتغلب إنّك تلاقي صعبانيّات - لكن هتغلب إنّك أساسا تكون مهتمّ بحكاية القصّة

-

دا ما يخصّ التسويق

فيه نقطة تانية تخصّ الكتابة والإلقاء - وأنا أكّدت على أهمّيّة الاهتمام بالكتابة الأدبيّة والإلقاء في لقائي مع د إيهاب بردو

النقطة دي إنّي كنت داخل على لقاء متوقّع يكون من 3 لـ 4 ساعات - فمحتاج اسرق الناس في أوّل خمس دقايق إنّهم يتخدّروا ويكمّلوا معايا - فكان ضروريّ أبدأ بحكاية قصّة - ويا سلام لو قصّة هترجّعنا للطفولة

-

اهتم بحكي القصص

واهتم بالبدايات

إنتا مكمّل البوست ده عشان قلت لك في أوّل سطر ( في لقائي مع د إيهاب )

وبعد السطر دا حكيت لك 3 قصص عن ستيف جوبز والعربيّ ومرسيدس

-

الإنتاج مهمّ - والجودة مهمّة - والسعر مهمّ - لكن التسويق يحيط بكلّ ده

وحكاية القصص جزء مهمّ جدّا من التسويق