

STORY BRAND

Donald Miller

**BUILDING
A STORY
BRAND**



Дональд Міллер

СТВОРИ STORY BRAND

РОЗКАЖИ ІСТОРІЮ БРЕНДУ,
І ТЕБЕ ПОЧУЮТЬ

Харків



2022

УДК 316.6
М60

Серія «Бізнес»

Опубліковано за домовленістю з *HarperCollins Leadership*,
підрозділом *HarperCollins Focus, LLC*

Перекладено за виданням:
Miller, Donald. *Building A Storybrand*.
Clarify Your Message So Customers Will Listen / Donald Miller. —
New York : HarperCollins Leadership, 2017. — 240 p.

Переклад з англійської *Владислава Денешка*

Дизайнер обкладинки *Рената Куртвелієва-Бережна*

Міллер Д.

М60 Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують / Дональд Міллер ; пер. з англ. В. Денешка. — Х. : Віват, 2022. — 240 с. — (Серія «Бізнес», ISBN 978-966-942-862-2).

ISBN 978-966-982-237-6 (укр.)

ISBN 978-0-7180-3332-3 (англ.)

Дональд Міллер розробив дієвий спосіб просування бренду через використання сторітелінгу та власної унікальної методики під назвою сторібренд (*StoryBrand*). Цей революційний метод допомагає опанувати принципи спілкування з клієнтами, завдяки яким ви зможете переконати будь-кого в перевагах саме вашого продукту, ідеї чи послуги. Ідеться про цілий спектр кроків до розбудови історії бренду: які сім універсальних елементів оповіді здатні викликати реакцію в людей; якими насправді мотивами керуються люди під час здійснення покупок; як звернутися до клієнтів, щоб це спонукало до дії; як створити неповторний ефективний контент для сайтів і соцмереж. Хай ким ви є нині — чи то директор з маркетингу багатомільярдної компанії, чи то власник малого бізнесу, а чи політик або рок-музикант, — ця книжка допоможе знайти власну модель поведінки й досягти успіху.

УДК 316.6

ISBN 978-966-942-862-2 (серія)

ISBN 978-966-982-237-6 (укр.)

ISBN 978-0-7180-3332-3 (англ.)

© Donald Miller, 2017

© ТОВ «Видавництво “Віват”», видання українською мовою, 2022

Присвячую:

Тіму Шуреру і Кайлу Рейду за віру в мою ідею від початку.

*Найбільше в StoryBrand я люблю те,
що в нас є можливість стати друзями.*

Також дякую:

Бетсі Міллер,

Ейвері Ксорба,

Коулі Каллаган,

Джей-Джею Петерсону,

Чеду Снейвелі,

Сьюзан Норман.

*Ви є доказом того, що, коли друзі роблять пожертви заради
спільного блага, вони можуть стати родиною.*

ВСТУП

Ця книжка не про те, як правильно розповідати історію компанії. На таку книжку не варто було б гаяти час. Покупців менше за все турбує ваша історія, їм значно цікавіша історія власна.

Головним героєм історії має бути покупець і аж ніяк не ваш бренд. Ось у чім секрет кожного успішного бізнесу.

На вас чекає система із семи частин, яка змінить ваш підхід до реклами свого бізнесу і, можливо, навіть до *керування* ним.

Щороку ми допомагаємо більш ніж трьом тисячам компанії позбавитись зайвих витрат на маркетинг і забезпечити зростання їхнього бізнесу завдяки більш чіткому меседжу. Цей підхід працюватиме будь-де незалежно від сфери діяльності компаній.

Щоб дістати максимальну користь від цієї книжки, треба:

1. Прочитати її до кінця і зрозуміти принципи роботи системи *SB7*.
2. Оцінити меседж своєї компанії за допомогою поданої системи.
3. Зробити меседж таким чітким, щоб його усвідомили якнайбільше людей.

Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують

Останнім часом маркетинг змінився.

Невпинно зростають компанії, що здатні розповісти своїм клієнтам справді епічну історію про них самих. А про ті компанії, які цим нехтують, забувають.

Нехай кожен з нас буде щедро нагороджений за те, що ставить історії клієнта вище за власні.

ЧАСТИНА ПЕРША

ЧОМУ БІЛЬШІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ НЕВДАЛА?

ЯК ЗРОБИТИ ТАК, ЩОБ ТЕБЕ ПОМІТИЛИ, ПОЧУЛИ І ЗРОЗУМІЛИ?

Більшість компаній витрачає величезні суми на маркетинг. І всі ми знаємо, якими приголомшливими є витрати на нові маркетингові зусилля, які не дають результату. Аналізуючи звіти, ми намагаємося зрозуміти, що ж пішло не так, або, що ще гірше, чи справді наш продукт такий якісний, як ми вважали?

Але що, як проблема не в самому товарі? Що, як проблема в тому, як саме ми про нього розповідали?

Проблема досить проста. Художники та дизайнери, яких ми наймаємо для створення сайтів і рекламних брошур, мають дипломи з мистецтва і знають усе про фотешоп, але чи є поміж них ті, які прочитали бодай одну книжку про написання якісних рекламних оголошень? Ті, хто знає, як правильно донести інформацію до клієнта?

Найгірше, що фірми на кшталт вищезгаданих раді отримати гроші, не даючи гарантій щодо результатів своєї роботи.