

社企行銷 從說故事開始

張依心



想做社企？
先學會說故事吧



獲利時代：新創產業的九塊積木



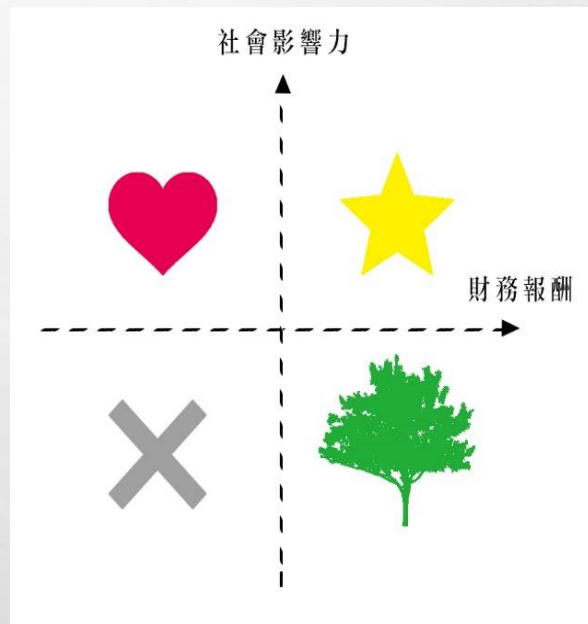
社會企業

用創新的方式解決社會問題



社會企業的5P

- 行銷4P：產品、價格、通路、員工
- 社會企業的行銷：4P之外，還可加上第五個P
— 目的(PURPOSE)
- 社會企業的 <價值主張3Y>
 - 動人的故事(STORY)
 - 豐富的產品(LUXURY)
 - 尊嚴的工作(DIGNITY)



重點是 打動人心

每一次購買決定的背後，不論是服務還是產品、想法或論點，
其實都存在無法言喻的情感動機，我稱之為

「隱藏議題」

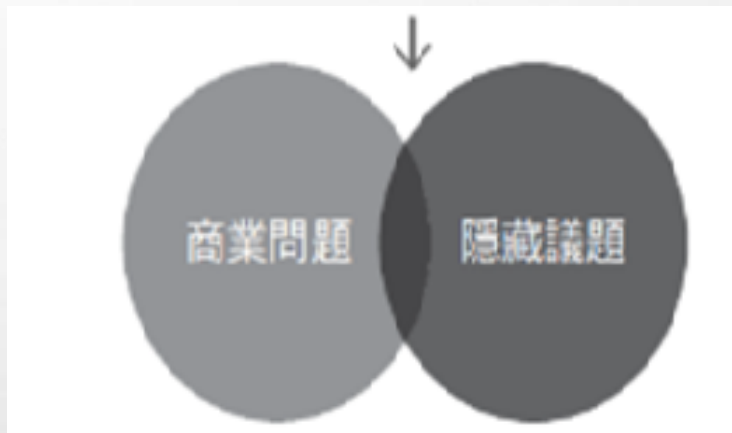
需要與想要

- 『需要』是理性的部分，而『想要』則是情感的部分
- 購買是出於情感的
- 推銷完全是一種人性的行為，重點在人，在於人的抱負、恐懼和欲望

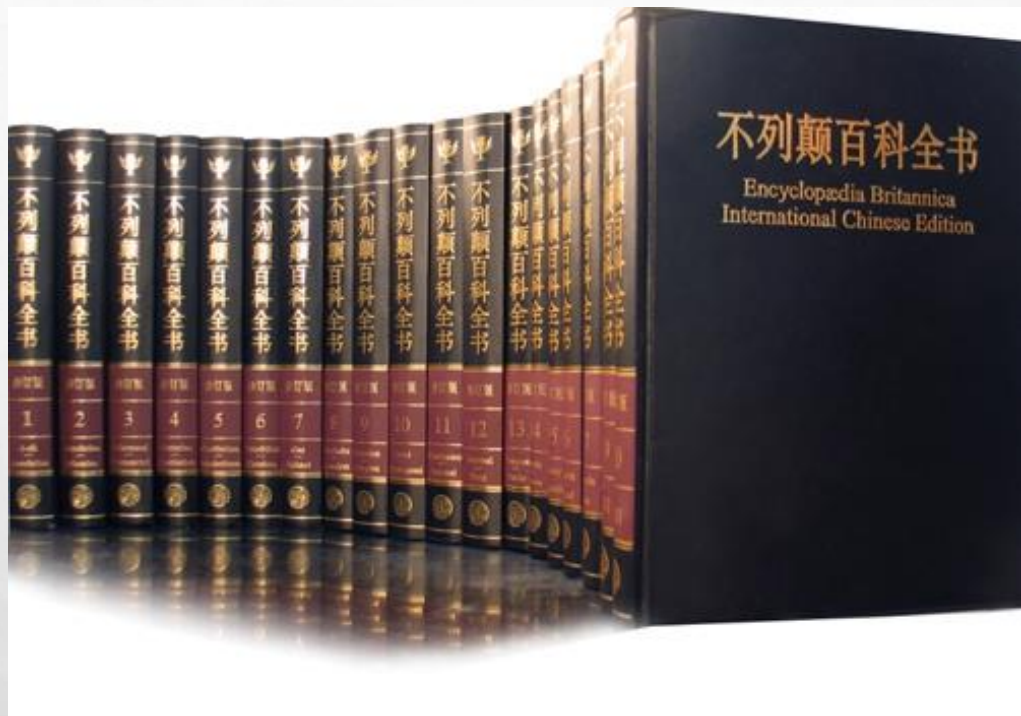
「**隱藏議題**」是藏在訴求對象心中、沒說出口的情感動機。這個情感核心，是每個決定背後的真正動力。

隱藏議題

- 希望
- 需求
- 價值觀



雖然「隱藏議題」確實存在，但很多從事銷售的人，並沒有試著去找出來，反而只顧著處理理性的問題。



如何賣一套百科全書？

「早安，我是**INGRID**，是《世界百科全書》的業務代表。我想府上一定有家庭娛樂中心，但是府上有教育中心嗎？我可以進來嗎？」

掌握到溝通對象是誰，設法和訴求對象的情感
建立連結。

想給孩子全世界的母親，就會看重百科全書帶
來的價值。

不如這樣試試看？

「我真的相信，給孩子最好的禮物，就是良好教育帶來的益處。年輕的心靈如果沒機會獲得知識和教育，會是一大浪費。我知道自己所做的事，可以為他們帶來不一樣的人生。我喜愛自己銷售的東西，這些產品絕不是什麼便宜貨。」

重點就在人的欲望。

年輕媽媽可能想買全套百科全書，但她更想要的是
讓孩子成為總統

「隱藏議題」

核心策略

1. 極簡思考

「極簡思考」的公式

簡單事實

+

品牌真理

=

主張

簡單

放諸四海皆準

有相關性的事實

關於品牌的絕
對真理

信念和行動的
催化劑

2. 說故事的三個心法

真實：聰明與各種算計都不足以打動人心，只有真實的故事（即使不完美），才能讓人感受到力量與溫度。



2. 故事三個心法

人性：每個人都是自戀，不管再大的事，哪怕天要塌下來，如果不能做到跟普通人有情感共鳴、利益攸關，這樣做出來的東西、提供的服務就很難產生“同感”



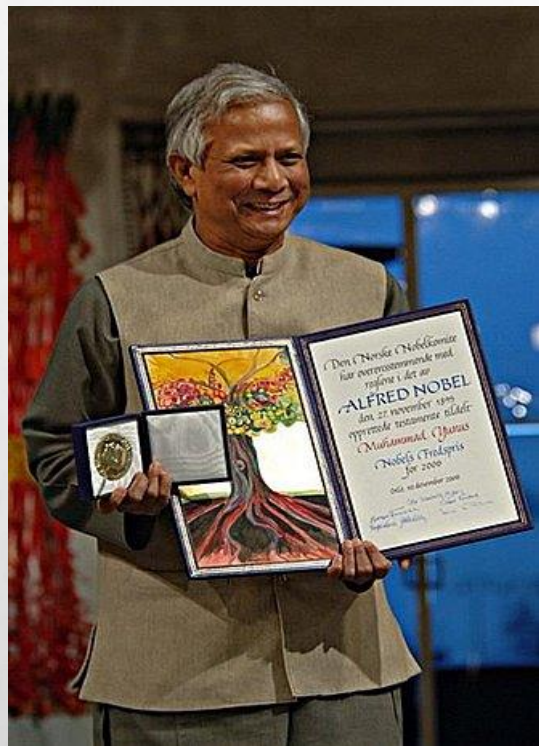
2. 故事三個心法

觀察：永遠對生活保持興趣。不要只說自己想說的話，而疏於觀察對方是否想聽。





動人的故事



1983年，尤努斯(YUNUS)創立了「鄉村銀行」，專注於向最窮苦的孟加拉人提供小額貸款，他的目標是：幫助窮人實現個體創業，從而使他們永遠地擺脫貧困生活。

這個理想誕生於**1976**年，孟加拉發生大飢荒，餓死了成千上萬的人。他發現只要**27**美元就可以幫助**42**個家庭脫貧，且還款率達**100%**

婦女為主要放款對象，取消擔保品限制，改採「五人互保」擔保方式，創下了連續三十年還款率接近**99%**的紀錄。

與日本最大成衣服飾品牌**UNIQLO**異業結盟的服飾店於**2013**年**7**月**5**日在孟加拉的達卡開幕。

尤努斯亦因此在**2006**年獲頒諾貝爾和平獎

別忘了！說故事是一種傳達熱情、情感和欲望的方法。訴求內容必須將論述和邏輯，編織成一個打動人心的故事。說故事是一種非常具說服力的方法，因為這能加入人性化的特點：英雄、壞人、情節發展、掙扎、旅程和救贖。進行訴求並不是在陳述事實，而是要帶動你的對象、打動他們，讓他們深深感動。

FACEBOOK上說個好故事？



這樣如何？



Air Canada · 494,738 like this

March 20 at 1:45pm · 🌟



我们的第一位空姐露西·加诺·格兰特 (Lucile Garner Grant) 于3月4日辞世，享年102岁。我们诚挚地向她的家属致哀。露西有一颗冒险家的心，我们很荣幸曾有她陪我们走过一段时光。

<http://aircan.ca/SMJvQL>



enRoute | Q&A with Lucile Garner Grant

声名鹊起：环加拿大航线 (Trans-Canada Air Lines) 雇佣的第一位女性，加纳·格兰特，她从1938年担任空中乘务员，一直到1943年。她曾经为了从电台获取天气预报，独自乘坐狗拉雪橇从机场赶往不列颠哥伦比亚省的纳尔逊堡 (Fort Nelson) 。

問題出在哪？

- ❑ 視覺效果不佳
- ❑ 字太多、太冗長
- ❑ 應該是一則以圖片為主的動態而不是一則附鏈接的帖文

不如這樣



Air Canada · 396,299 like this
March 20 at 1:45pm · 公

Like

我们的第一位空姐露西·加诺·格兰特 (Lucile Garner Grant) 于3月4日辞世，享年102岁。我们诚挚地向她的家属致哀。露西有一颗冒险家的心，我们很荣幸曾有她陪我们走过一段时光。

<http://aircan.ca/SMjvQL>

Lucile Garner Grant.
An adventurer
at heart.



AIR CANADA

美國鐵路公司：化腐朽為神奇



Amtrak

银河号列车上有两张椅子，快来标记你最想和谁一起从纽约到迈阿密吧！

好在哪裡？

□**化腐朽為神奇**：這兩張椅子稱為”腐朽”，老是在你身邊、你或許已經視為理所當然的東西。

□**遊戲化**：美鐵不只善用腐朽，還把它遊戲化。”標註你理想中的旅伴”這個有趣、聰明的挑戰，觸動人心。這種營銷手法利用FACEBOOK的特色，每一個收到通知、發現自己被標記的人，會馬上看到這個品牌，這是一個增加品牌知名度的好方法，甚至可以對還不是美鐵的粉絲的人進行營銷。

好在哪裡？

□ **真實性**： 很明顯可以看出這則動態的確有人在管理， 因為當粉絲把賈斯丁·比伯（JUSTIN BIEBER）列為自己最想要的旅伴，美鐵馬上回覆：“ 那他的緋聞女友賽琳娜要去哪裡？” 美鐵只用了一句話就讓大家知道， 它的員工是現代人，和我們一樣， 跟著時代潮流走，有幽默感，而且真的在乎自己的顧客。



INGRID 在印度的故事



別忘了！ 我們每天都在推銷自己、推銷我們的想法，或是推銷公司或產品。從日常和同事、客戶進行的非正式會議，到帶領整個龐大組織完成不可能任務，我們都是在推銷。這一切都需要吸引他人與你同行，跟你一起動起來。如果能夠不斷連結人們的「隱藏議題」，打動深藏在人們心中沒說出口的欲望，你就能成就任何事。



你這裡沒問題嗎