

# **БИЗНЕС-СТОРИТЕЛЛИНГ ПОЧЕМУ ИСТОРИИ УВЕЛИЧИВАЮТ ПРИБЫЛЬ КОМПАНИИ И ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ**

Научные данные, статистика и  
примеры: как истории помогают  
бизнесу продавать больше,  
дороже и чаще



**APPPTEM STAROSTIN  
@STAROSTIN\_CREATOR**

# НАШ МОЗГ СОЗДАН ДЛЯ ИСТОРИЙ, А НЕ ДЛЯ ФАКТОВ И ПРИЗЫВОВ К ДЕЙСТВИЮ

Продают все. Везде. 90% контента в соцсетях призывает что-то купить. Одни производят бессмысленный контент, другие его пролистывают. Устали все.

Поэтому маркетинг быстрых транзакций переходит в маркетинг отношений. Хочешь ты этого или нет.

## ПРОДАЮЩИЙ БЛОГ

Заходят только за выгодой  
Выбирают из-за цены  
Покупают один раз  
Не возвращаются

## АВТОРСКИЙ БЛОГ

Читают регулярно  
Покупают из-за доверия  
Не смотрят на цену  
Покупают много и часто  
Поддерживают автора

## КОФЕ-АВТОМАТ

Зависит от трафика  
Скидки, низкие цены  
Выбирают по цене  
Покупают из-за срочности  
Купил и забыл

## ЛЮБИМАЯ КОФЕЙНЯ

Постоянные клиенты  
Повторные покупки  
Сарафан  
Покупают ощущение  
Не смотрят на цену  
Купи, влюбился, вернулся,  
порекомендовал

**НИЗКАЯ МАРЖА, ДОРОГАЯ  
РЕКЛАМА, НОЛЬ ЛОЯЛЬНОСТИ**

↑  
**ТУТ ВЫШЕ МАРЖА, ДЕШЕВЛЕ  
РЕКЛАМА, ЛОЯЛЬНЕЕ КЛИЕНТЫ**

Это не тренд, а фундаментальное изменение рынка и психологии покупателей.

Безликие бизнесы умирают, выживают сильные бренды. Чем они отличаются? **Историями.**

# ВОТ СТАТИСТИКА

## СТОРИТЕЛЛИНГ УВЕЛИЧИВАЕТ СТОИМОСТЬ ПРОДУКТА В 32 РАЗА

Есть такой эксперимент: писатели собрали 200 игрушек с барахолки общей стоимостью на \$250. Каждой придумали уникальную историю и продали всё на eBay на общую сумму \$8000.

Примерно так же работает Apple. И твой бренд тоже может.

### ПЛОХО (В РЕКЛАМЕ)

Мы продаём офигенные кофемашины, которыми пользуются лучшие бариста со всего мира

### ХОРОШО (В РЕКЛАМЕ)

Такие модели раньше передавали по наследству: чем дольше в ней варишь кофе, тем вкуснее он становится

## 63% ЛЮДЕЙ ПОМНЯТ ИСТОРИИ, 5% ПОМНЯТ СТАТИСТИКУ

Студенты Стэнфордского университета выступали с докладом. Каждый третий использовал статистику и данные. Каждый десятый приводил примеры и истории. В конце профессор провёл опрос. Итог: всего 5% слушателей вспомнили цифры. Зато 63% вспомнили истории и примеры. Истории + факты запоминаются в 12 раз лучше, потому что активируют эмоции.

### ПЛОХО (НА САЙТЕ)

Вы увеличите продажи на 75% за счёт внедрения технологий учёта расходов и остатков по складам

### ХОРОШО (НА САЙТЕ)

Наши клиенты забывают как выглядит отрицательный график продаж. Прибыль растёт минимум на 60% первые три месяца

# И ЕЩЁ СТАТИСТИКА!

## ЧЕСТНЫЕ ИСТОРИИ ВЫЗЫВАЮТ В 2,5 РАЗА БОЛЬШЕ ДОВЕРИЯ

Эксперименты показывают, что большинство людей доверяют незнакомцам только на 30%. А вот знакомым доверяют априори на 70%. Поэтому мы прислушаемся к рекомендации друга, но игнорируем те же самые слова из уст незнакомца.

Через честный сторителлинг проще всего добиться доверия, стать понятным и дружелюбным.

### ПЛОХО (В РЕКЛАМЕ)

У нас лучшая пицца в городе!

### ХОРОШО (В РЕКЛАМЕ)

Мы стабильно доставляем горячую пиццу. Иногда опаздываем. Но клиенты всё равно возвращаются, потому что видят, как сильно мы стараемся

## САРАФАН НА 92% ЛУЧШЕ ЛЮБОЙ РЕКЛАМЫ

92% потребителей доверяют рекомендациям знакомых больше, чем любой другой форме рекламы. Чтобы клиенты сами становились продавцами бренда — их нужно убедить в том, что ваш бренд лучше всех.

Как это сделать? Историями!

### ПЛОХО (НА САЙТЕ)

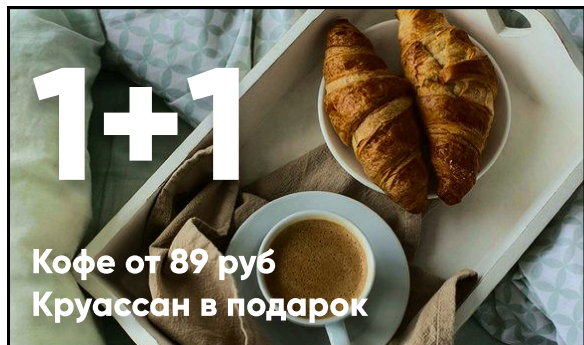
Наши клиенты довольны, потому что мы уже 10 лет предоставляем качественный сервис по сопровождению юридических сделок

### ХОРОШО (НА САЙТЕ)

97% клиентов рекомендуют нас друзьям, потому что к каждому делу мы относимся так, будто судят наших близких родственников

# КАК РАБОТАЕТ НА ПРАКТИКЕ?

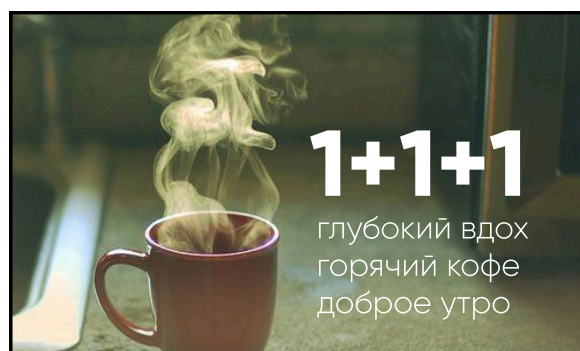
## 1 этап воронки РЕКЛАМА



**✗** срочность + жадность

заменим выгоду  
на проблему,  
которую решаем

упакуем её в  
эмоциональную  
историю, знакомую  
каждому



- ✓ внимание привлекли
- ✓ рассказали историю
- ✓ показали продукт  
через ритуал

# ТЕПЕРЬ НАУКА

## ИСТОРИИ ПОПАДАЮТ В ЦЕНТР ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ МОЗГА

Любые решения человек принимает сначала эмоционально, а потом оправдывает их логикой. Поэтому самый эффективный способ донести ценность своего бренда — через истории + факты, используя рациональные и эмоциональные аргументы.

Так мы сразу попадаем в центр принятия решений, а не надеемся только на логику.

### **ПЛОХО (В ПРЕЗЕНТАЦИИ)**

Наш новый смартфон оснащен процессором A17 Bionic и 12 ГБ ОЗУ

### **ХОРОШО (В ПРЕЗЕНТАЦИИ)**

Бывало, что телефон завис и испортил важный звонок? Больше такого не будет. Внутри этого смартфона — мощнейший процессор A17 Bionic

## ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ КАЧЕЛИ — ИСТОЧНИК ДОФАМИНА

Мы биологически настроены любить истории. Переживания, наблюдение за конфликтом и катарсис от развязки — всё это вызывает в теле эмоциональные горки: всплески кортизола, окситоцина и дофамина.

### **ПЛОХО (НА САЙТЕ)**

Наш фонд помогает нуждающимся больным детям

### **ХОРОШО (НА САЙТЕ)**

Это маша. Она слепа с детства: не может играть с друзьями, рисовать, учиться. Её мама была в отчаянии, пока мы не принесли ей ваши пожертвования. После операции Маша видит мир на 80%. Это чудо!

# ИИИИ ЕЩЁ НАУКИ НЕМНОГО

## ЭФФЕКТ «ЗЕРКАЛЬНЫХ НЕЙРОНОВ» заставляет зрителей проживать даже самую простую рекламу

Когда мы наблюдаем за действиями других людей, в мозгу активируются особые нейроны, которые имитируют тот же опыт.

Зрители плачут, когда видят утрату в фантастическом кино: они проживают то же самое, что и персонажи, хотя находятся в разных ситуациях.

Рассказывай истории о своих клиентах, чтобы твои читатели проживали такой же опыт на нейронном уровне. Так они почувствуют и примерят продукт ещё до покупки.

### **ПЛОХО (В ОТЗЫВАХ)**

Мой курс улучшит твои навыки копирайтинга и сторителлинга.

Вот что говорят клиенты:  
«Очень понравилось, всё структурировано и по полочкам, куча полезных материалов, которые можно использовать сразу после курса!»

### **ХОРОШО (В ПРЕЗЕНТАЦИИ)**

У меня учился предприниматель. Круто говорил, но не умел доносить мысли в тексте.

Мы нашли его подход: разговор с собой перед зеркалом. У него стали получаться честные тексты, которыми он начал влиять на людей и перестраивать компанию — бонусом стал выражаться точнее даже в обычной жизни

  
**реальный случай, кстати**

## 2 этап САЙТ



### ЛУЧШАЯ КОФЕЙНЯ РЯДОМ С ДОМОМ. ЛАТТЕ ОТ 89 РУБЛЕЙ

Оформите нашу  
карту лояльности

Подписывайся на  
соцсети

Открыть меню

✗ ОФФЕР ПРО ЦЕНУ И УДОБСТВО

✗ ВЫГОДНАЯ АКЦИЯ

✗ ПРИЗЫВ ПОДПИСАТЬСЯ

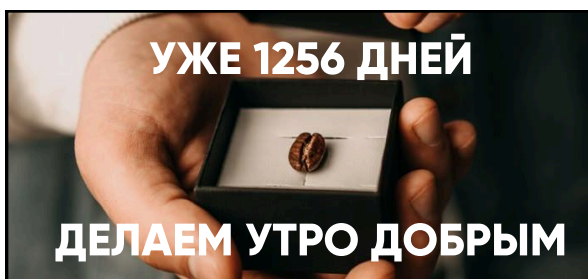
✗ КНОПКА С МЕНЮ

не сайт, а витрина

убираем цены

добавляем бренд

рассказываем истории,  
которые доказывают  
ценности



УЖЕ 1256 ДНЕЙ

ДЕЛАЕМ УТРО ДОБРЫМ

Ритуал простой:

Вдох  
Запах  
Музыка  
Эспрессо

Нам привезли 100 кг свежих  
зерён из Эфиопии,  
дегустируем по  
понедельникам с утра.

Го с нами?

Расписание в инсте

НАША ИСТОРИЯ

МЕНЮ

КОМАНДА

РЕКЛАМА ПРОДУКТА ЧЕРЕЗ РИТУАЛЫ ✓

ЦЕПЛЯЕМ ЭМОЦИИ ЧЕРЕЗ СТИЛЬ ✓

ДОКАЗЫВАЕМ КАЧЕСТВО ФАКТАМИ ✓

ПРИЗЫВ В СОЦСЕТИ = ПОЛЬЗА ДЛЯ КЛИЕНТА ✓



# ТЕПЕРЬ ЖИЗНЕННЫЕ ФАКТЫ

## ИСТОРИИ ЗАРАЗНЫ

Никто никогда не скажет: «Вау, ты не поверишь, какую PowerPoint-презентацию я только что видел!». Но люди постоянно пересказывают друг другу хорошие истории.

Расскажешь хорошую историю — твой клиент сам станет твоим же продавцом.

### плохо (в блоге)

Я написал книгу по сторителлингу, продал 1000 штук, теперь я эксперт!

### хорошо (в блоге)

Один чувак купил у меня книгу, прям наличкой достал пачку денег из кармана и протянул купюру. Через 3 месяца позвонил в Вацап и сказал, что прочитал и теперь хочет всё бросить и делать кино

## ИСТОРИИ ДАЮТ УНИКАЛЬНОСТЬ

Поверь, твои клиенты тысячу раз слышали банальные скрипты и заученные питчинги. Но твою личную историю они не слышали никогда. Это гарантированная отстройка от всех конкурентов.

### плохо (на сайте)

Подпишитесь на нашу рассылку, будете получать свежие новости по туризму

### хорошо (на сайте)

Из-за этой рассылки 958 людей получили визу и уехали жить в страну своей мечты

# ЕЩЁ ФАКТЫ?

## истории обезоруживают

Студенты напряжены, когда профессор бубнит под нос знания и пишет на доске формулы. Но когда он разворачивается, чтобы рассказать жизненную историю — все расслабляются.

Когда человек слышит историю, он перестает воспринимать тебя как продавца. Вместо «Мне сейчас будут впаривать» появляется «О, прикольно, что дальше?».

### плохо (в блоге)

Наш курс по продуктивности поможет вам стать эффективнее

### хорошо (в блоге)

Все мои коллеги ненавидят утро понедельника. И вторника. А я каждый день прихожу в офис на час раньше и делаю задачи на неделю вперёд. Сейчас покажу как это работает

## Доверие выгодно

В некоторых нишах с огромной конкуренцией привлечение новых клиентов в 5–25 раз дороже, чем удержание старых.

Это не значит, что новые клиенты не нужны. Но наглядно показывает, что лояльность старых клиентов окупается в несколько раз даже при меньших затратах.

### 3 этап

## ПЕРВАЯ ПОКУПКА



- Здравствуйте, что вам приготовить?
- Латте? Сиропы добавим?
- Картой или наличными?

**это первый контакт!**

**мы хотим  
впечатлений!**



- Доброе утро, американо?
- На Эфиопии или на Колумбии?
- Не понимаете? Давайте я налью оба варианта продегустировать?

**гость никогда не чувствовал  
себя таким важным**

**он расскажет о нашей  
щедрости друзьям и вернётся**

# И ЕЩЁ ФАКТЫ? ЧТО?

## ПОКУПАТЕЛИ САМИ ХОТЯТ СЛЫШАТЬ ИСТОРИИ

Только 1 из 5 продажников приводит релевантные примеры и рассказывает про кейсы/историю компании. Остальные зачитывают абстрактные скрипты. Пять историй, которые вызовут у ваших клиентов больше доверия:

- Как и почему появилась ваша компания
- Кто вы и в чём ваши ценности
- Как и зачем вы придумали свой продукт
- Как делается ваш продукт?
- Какую вовлеченность от вас можно ожидать и почему?

### **ПЛОХО (В СКРИПТАХ)**

Функциональное SaaS-решение  
для управления и  
масштабирования бизнеса

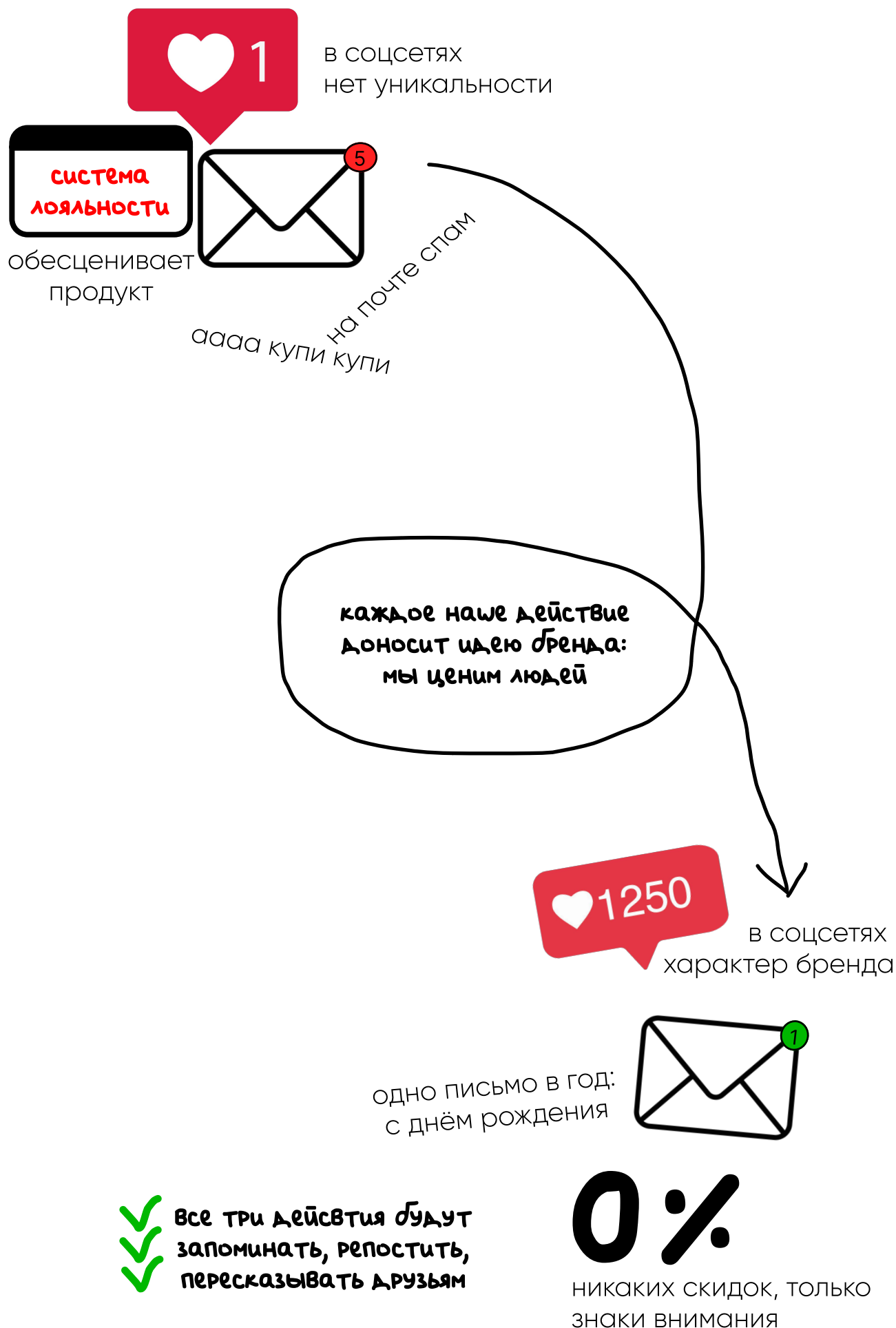
### **ПЛОХО (В СКРИПТАХ)**

Добрый день, меня зовут Артем, я представляю компанию СТАРОСТИН, хочу предложить вам наше решение по упаковке франшиз. Это самое лучшее решение на рынке ресторанов и хорики, наши клиенты расположены по всей стране

### **ХОРОШО (В СКРИПТАХ)**

Мы устали от сложных систем и умных слов, поэтому сами сделали простой интерфейс, где легко вести учёт каждого сотрудника по 80 параметрам. Захотите — сможете управлять целой страной в одном окне

## 4-6 этапы ПРОГРЕВ И ЛОЯЛЬНОСТЬ



# ЗАКРЕПЛЯЕМ

**Истории увеличивают ценность.** Обычный товар становится уникальным и стоит в 32 раза дороже.

**Истории помнят лучше, чем факты.** 63% людей запоминают истории и примеры, и только 5% — факты.

**Истории = доверие.** Честный сторителлинг увеличивает доверие к бренду в 2,5 раза, потому что переносит его из категории «незнакомых» в категорию «знакомых».

**Истории запускают сарафанное радио.** Ничто не сравнится с силой рекомендаций: 92% потребителей доверяют знакомым больше, чем рекламе.

**Истории попадают в центр принятия решений мозга.** Люди покупают эмоциями, а оправдывают логикой.

**Истории активируют зеркальные нейроны.** Потенциальные клиенты могут прожить опыт других клиентов на нейронном уровне, сформировать эмоциональную связь до покупки.

**Истории укрепляют лояльность.** Удержание старых клиентов в 5–25 раз выгоднее, чем привлечение новых, а сторителлинг помогает строить долгосрочные отношения.

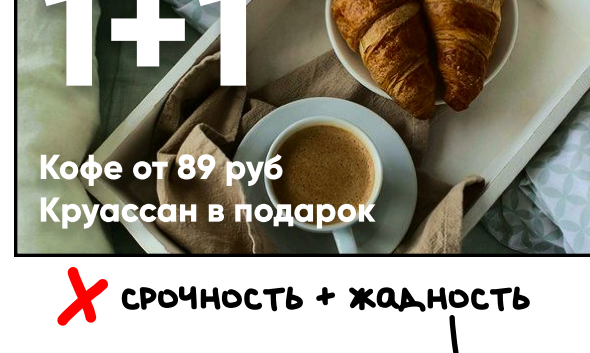


# КАК ТАКИЕ ВОРОНКИ РАБОТАЮТ НА ПРАКТИКЕ?

## СТАНДАРТ

### Продаём продукт

Давим на срочность, разум, страх упущенной выгоды



**X** срочность + жадность

заменяем выгоду на проблему, которую решаем

## СТОРИТЕЛЛИНГ

### Продаём ощущение

Строим доверие через эмпатию, сопричастность, эмоции + факты

### 1 этап РЕКЛАМА



**✓** внимание привлекли

**✓** рассказали историю

**✓** показали продукт через ритуал

### 2 этап САЙТ



**X** оффер про цену и удобство

**X** выгодная акция

**X** призыв подписаться

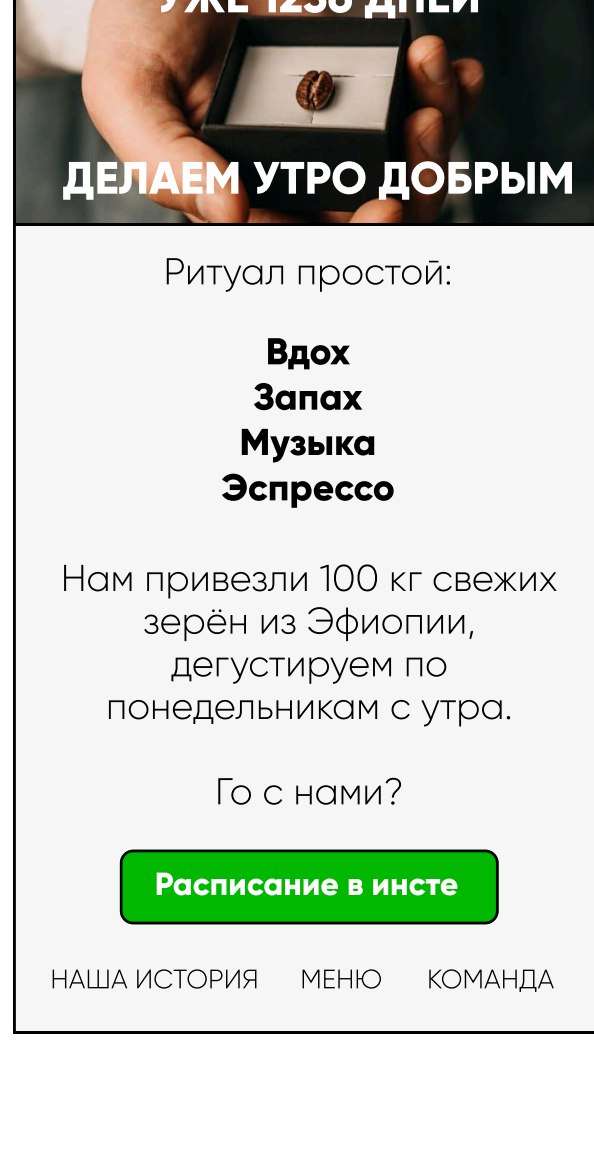
**X** кнопка с меню

не сайт, а витрина

убираем цены

добавляем бренд

рассказываем истории, которые доказывают ценности



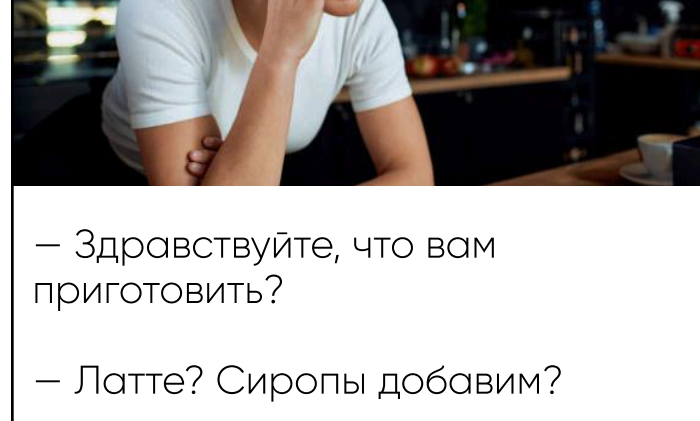
реклама продукта через ритуалы **✓**

цепляем эмоции через стиль **✓**

доказываем качество фактами **✓**

призыв в соцсети = польза для клиента **✓**

### 3 этап ПЕРВАЯ ПОКУПКА



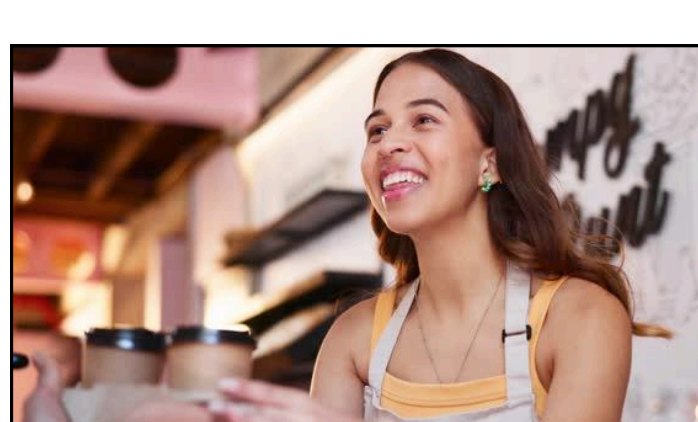
~~установил кассир~~

~~удовлетворит потребность~~

~~пытается сделать дополнительную продажу~~

это первый контакт!

мы хотим впечатлений!



гость никогда не чувствовал себя таким важным

он расскажет о нашей щедрости друзьям и вернется

### 4-6 этапы

### ПРОГРЕВ И ЛОЯЛЬНОСТЬ



система лояльности

обесценивает продукт



аааа купи купи

каждое наше действие доносит идею бренда: мы ценим людей



одно письмо в год: с днём рождения



**✓** все три действия будут запоминать, репостить, пересказывать друзьям

**0%**

никаких скидок, только знаки внимания

## ИТОГ?

### Воронка продаж только через триггеры



Бренд без смысла

Случайные покупки

Зависимость от рекламных бюджетов, акций, скидок

Низкий средний чек: просто кофе с собой не может стоить дороже 100 Р за чашку

**продают по 250 чашек в день со средним чеком 90 рублей**

**22 500 руб/день**

**выше объём**

**ниже маржа**

**это голый маркетинг**

### Воронка продаж через сторителлинг



Бренд, которому доверяют

Место, куда возвращаются

Повторные продажи без скидок

Сарафан, рекомендации

Высокий средний чек: важный ритуал может стоить от 300 Р за чашку

**продают по 150 чашек в день со средним чеком 300 руб**

**45 000 руб/день**

**ниже объём**

**выше маржа**

**это сторителлинг**

# ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ?

Внимание — главная валюта. Доверие — самый дорогой актив.

**Рассказывать истории — значит общаться с клиентами на одном языке, привлекать внимание и формировать доверие.**

## **Обычная воронка**

Апеллирует только к рациональной выгоде: функции, цены, страх потери. Отвечает на вопросы «что?», «сколько?», «как быстро?», «как легко», но не затрагивает эмоции.

Если правильно подобрана ниша, а ценность сформулирована в оффер — она будет работать и приносить деньги.

## **Воронка со сторителлингом**

Обращается и к чувствам, и к разуму. Отвечает на все те же вопросы, что и классическая воронка ПЛЮС «почему?» и «как это изменит мою жизнь?», создавая эмоциональную связь, и убеждая рациональными аргументами.

Такая будет работать и приносить деньги в 2 раза больше и чаще. Минимум.

Обычная воронка = просто окупить трафик.

Воронка со сторителлингом = окупить трафик, инвестировать в будущее, снизить стоимость трафика, создать больше лояльных клиентов.