

"We verkopen geen tickets
maar herinneringen".



TOTAAL BELEVING

Het personeel
speelt een rol in
storytelling. Hun
bijdrage maakt de
beleving compleet.



UNIEK VERHAAL PER ATTRACTIE

Bij de Vliegende
Hollander is zo'n
45% van de kosten
uitgegeven aan
de 'storytelling'.



BETOVERING BUITEN DE DEUR

Voor promotie
wordt o.a. gebruik
gemaakt van
social media. Zo
heeft "The Making
of Baron 1898"
serie op YouTube
ruim 2,5 miljoen
views.

DE KRACHT VAN STORYTELLING

Echtheid is van groot belang voor
merken en producten. Storytelling
speelt hierbij een belangrijke rol.



SAMENHANG

Samenhang zorgt dat
verhalen makkelijk in het
geheugen worden
opgeslagen.



VERBEELDING

Verhalen spreken tot de
verbeelding en kunnen
zelfs kippenvol
bezorgen.



ECHTHEID

In de huidige economie
"echt zijn" van groot
belang is voor merken
en hun producten.

Coca-Cola

Bringing Happiness

"We delen persoonlijke
verhalen over 'happiness'"



INVESTEREN IN 'HAPPINESS'

Dit wordt o.a. gedaan
door Olympic Moves en
door het introduceren
van een 'recycle village'
op festivals.



PRODUCTEN PERSONALISEREN

Zo waren er limited
edition verpakkingen
ontworpen door
Marc Jacobs en ook
de flesjes gelabeld
met je eigen naam.



ONDERSTEUNEN 'HAPPINESS' GEVOEL

Dit gevoel wordt
ondersteund door
de kersttruck en dit
jaar met het
Coca-Cola labels als
Kerststrik.

