

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Ann-Louise Erlund (2019). *En bra företagsberättelse säljer bättre*. Västra Nyland, 3.12.2019, s. 19.

En bra företagsberättelse säljer bättre

Alla har säkert någon gång hört uttrycket ”en bra bild säger mer än tusen ord”. Det uttryck som åtminstone för mig var obekant är ”en bra företagsberättelse säljer mer än hårda fakta” och efter en stunds funderande konstaterade jag att det ligger ett bekant och viktigt budskap bakom uttrycket.

Storytelling, eller att berätta företagets historia, är en central del av marknadsföringen av sig själv som företagare och den egna verksamheten och används av många företag, både små och stora, med stor framgång. Att företagaren använder den egna historien kan ge för konsumenten en känsla av ett genuint och ärligt företag. Berättelsen kan lyftas fram som ett sorts bevis på att man vet vad man håller på med och man håller vad man lovar. En bra historia fastnar dessutom bättre i lyssnarens eller konsumentens minne.

Många människor älskar en bra berättelse och det är alltid intressant att lyssna till företagets historia som kan presenteras via en berättelse och bilder från företagets arkiv. Dessa arkiv är en guldgruva för att skapa intressanta berättelser om företaget för presentationer i olika sammanhang. I Västnyland finns cirka åtta tusen företag och lika många berättelser som kunde berättas. Årligen grundas cirka fem hundra nya företag i regionen och nettoökningen är 200 - 300 företag på årsnivå och lika många nya berättelser kommer då till. Näringslivets historia och en beskrivning av näringslivet idag i Västnyland kunde bestå av många mycket intressanta företagsberättelser som beskriver utvecklingen inom olika branscher och också hur näringslivet utvecklats genom tiderna inom byarna i Västnyland.

Alla tycker om att lyssna till en bra historia och företagshistoria kan användas mångsidigt i marknadsföringen av företagen själva. Att använda sig av berättelsen gör kommunikationen mera engagerande och om berättelsen dessutom har ett bra innehåll så stöder den företagets varumärken. Vilken möjlighet det kunde vara att marknadsföra regionen via engagerande företagsberättelser som visar på mångfalden av företag som finns i Västnyland. Nyligen gavs det ut en bok om Västnyland som beskriver lokalt producerad mat och boken är ett bra exempel på ett initiativ att med engagerande berättelser och bra bilder beskriva lokal matproduktion i Västnyland.

Berättelsens och bildens betydelse i kombination ökar och dessa krafter är inte att ringakta utan guldgruvor att använda när man kommunicerar med andra för att beskriva den egna verksamheten. Storytelling är inget nytt – människor har sedan långt tillbaka i tiden samlats kring lägereldar och berättat historier för varandra. Berättelserna samlade människor och man kunde förmedla viktig information. Vi har alltid använt oss av berättelser för att förstå våra liv och världen runt oss. Berättelserna hjälper oss att nå fram, bygga broar, skapa tillhörighet och igenkännande. Företagens berättelser väcker känslor och som alla vet, känslor slår högre än fakta!

Ann-Louise Erlund är projektledare vid Yrkeshögskolan Novia i Raseborg.