

AUGMENTA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AMB STORYTELLING

Mònica Carbonell_Directora de Sodabites
www.sodabites.com

monica@sodabites.com

Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

24 d'octubre de 2023

sodabites
brand & cultural transformation

sodabites



Mònica Carbonell

Directora de Sodabites
Consultora de Transformació de Marca i Cultura

Formadora
Del 2014 al 2021 Coordinant el Màster d'Estratègia i Gestió Creativa de la marca (UPF), realitzo formació per empreses i programes d'emprenedors.

He treballat dins de Consultores i agències internacionals per marques com:

Coca Cola, Jack Daniel's, Fontvella, SEAT, CHNY, Levi's, Port Aventura i Time Out, entre d'altres.

Com a Directora de Sodabites

Hem treballat per clients com *Olives from Spain* (Interaceituna), Cerveses Almogàver, Conserves Trevijano, Galetes Coral, Pernils Nico, Showee (Start up), formatges Ravel i Fira de Barcelona entre d'altres

Poso al servei de les PIMES les eines metodològiques amb les que he treballat per grans multinacionals i les adapto a la seva realitat.


www
sodabites.com
@wearesodabites
sodabites
Sodabites és una Consultora de Marca i Transformació Cultural per empreses que volen créixer amb propòsit i avançar cap al triple benefici:
PERSONES, PLANETA, NEGOCI.

sodabites

Acompanyem a les empreses a crear marques

que són d'alt rendiment pel negoci.

i ho fem des de dins, activant la màgia de la cocreació i el sentiment de pertinença dels equips.



sodabites

Què veurem en aquesta píndola de Storytelling:

- Què aporta Storytelling a la meva marca?
- Les 3 “regles d’or” del Storytelling
- 8 camins per narrar les vostres històries de marca
- Consells per connectar

sodabites

Neurociència

95%

de les decisions de compra
estan basades en desitjos i
sentiments no conscients*

*The Buying Brain (A.K. Pradeep)

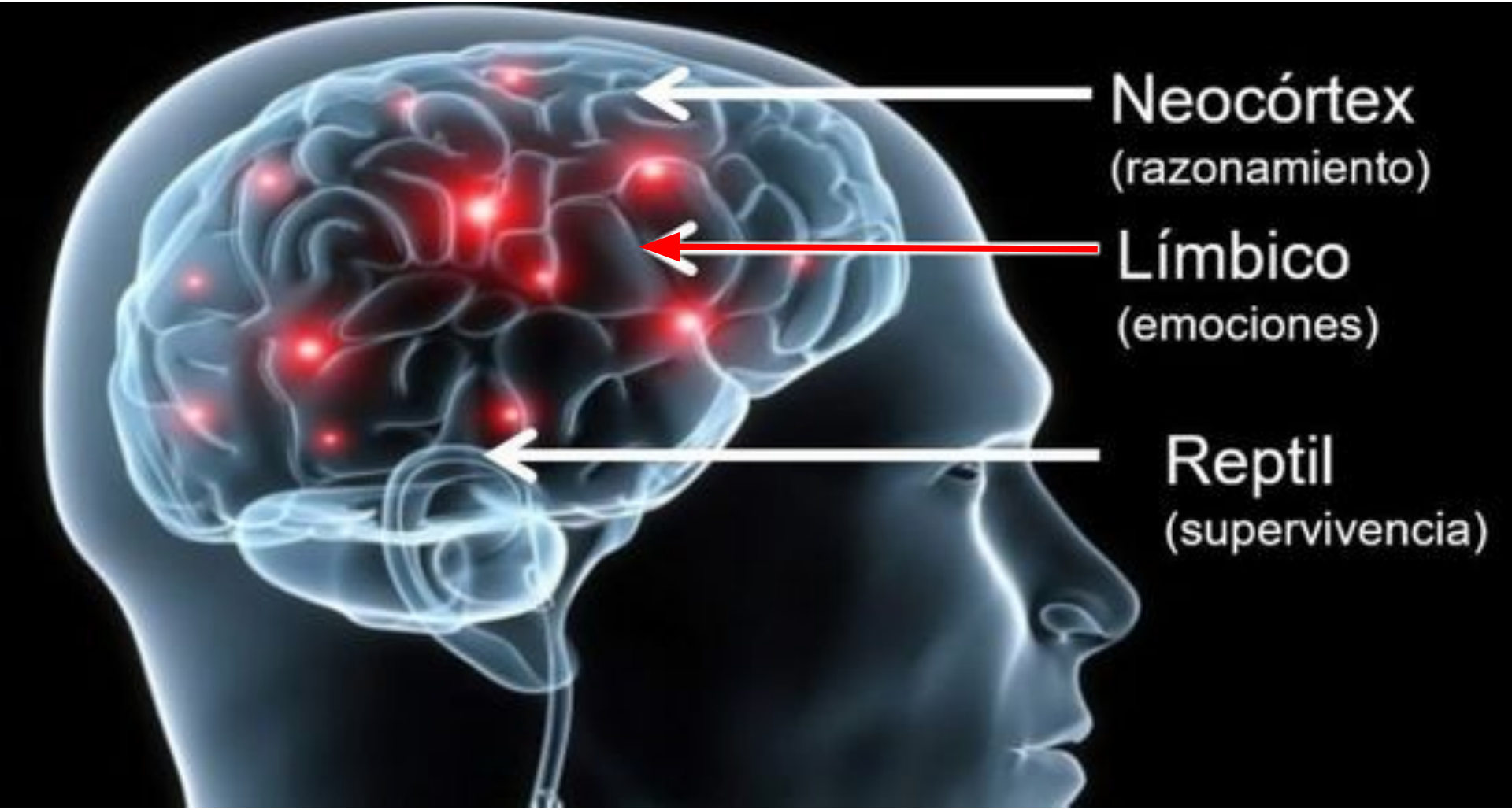


sodabites

Segons la Harvard Business Review el Storytelling **és l'eina de comunicació més rellevant del nostre segle.**



sodabites


Neocórtex
(razonamiento)
Límbico
(emociones)
Reptil
(supervivencia)

sodabites

QUÈ ÉS UNA MARCA?



Una marca és la suma de percepcions
que tenen els clients potencials i actuals sobre nosaltres.

Significats que s'han acumulat en la ment dels nostres clients.



La fortalesa d'una marca es medeix per

la capacitat que té de diferenciar

els nostres productes de competidors

i ser rellevants pel nostre públic.

sodabites

LLEY Nº 1 del Marketing

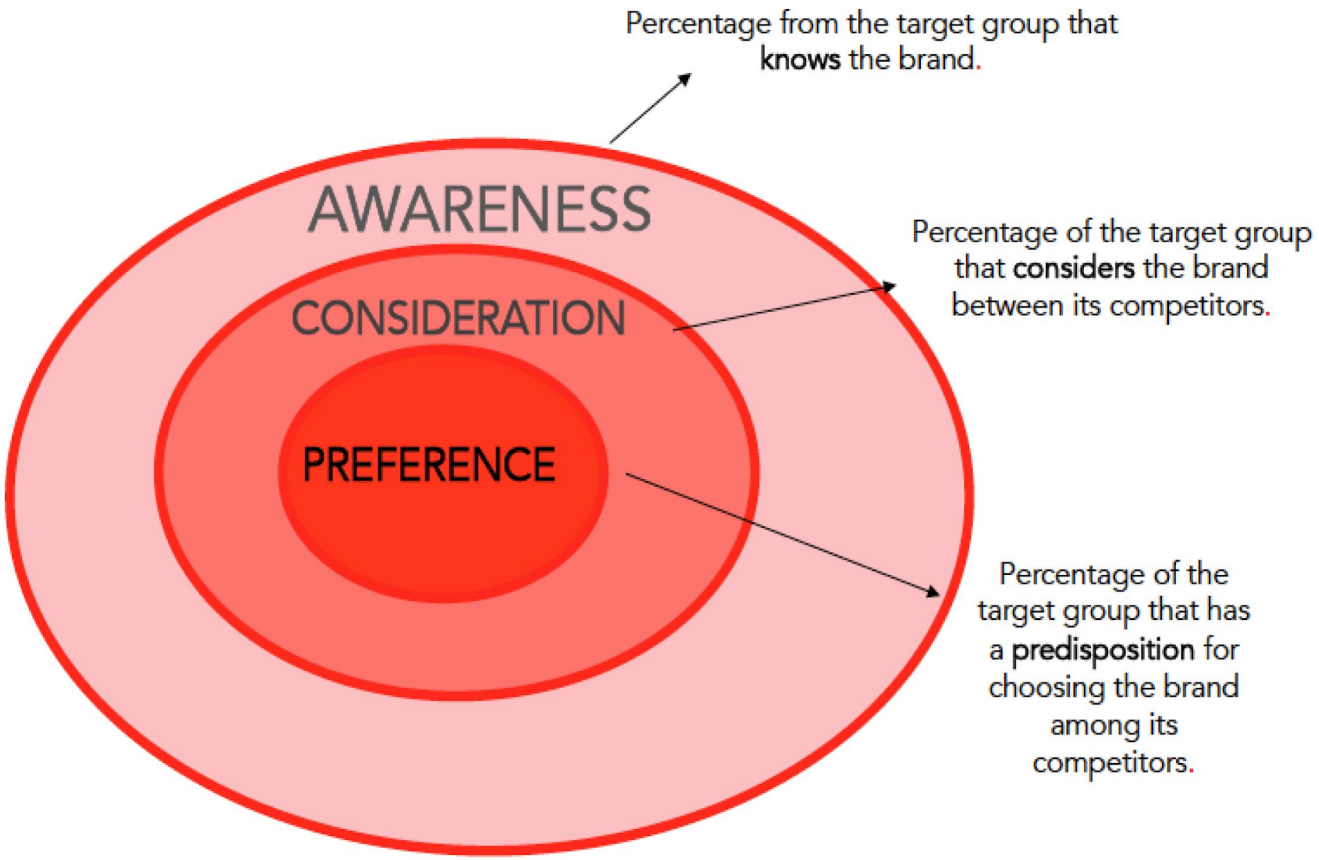
“Al final, o ets diferent o ets més econòmic”

Guy Kawasaki



sodabites

Tres fases que el client atravessa amb més facilitat
en tant que som capaços de construir més **diferenciació i més rellevància durant aquest itinerari.**



QUÈ APORTA EL STORYTELLING A LA MEVA MARCA?



sodabites

DESPERTANT **EMOCIONS**

CREANT **VINCLES**=
CONFIANÇA, PROXIMITAT

INCREMENTANT **RECORD**

ACTIVANT LA **PUBLICITAT BOCA ORELLA**
(LA MÉS EFECTIVA)

sodabites

El Storytelling, s'ha convertit en un bàsic per a no ser un *commodity.*

"3 de cada 5 consumidors globals afirmen que conèixer la història darrere d'un producte d'alimentació influeix en la seva decisió de compra"



Font: Innova Market Insights, «Top 10 Trends 2020: Opportunities for Dairy», GlobalData 2020: TrendSights Overview Sustainability & Ethics.

A més emoció, més vincle, més record...

i...

Més preu



4,75 €

450G



2,49 €

750G

Qualsevol història serveix?

NO.



- VIVIM EN UN CONTEXT DE **COMUNICACIÓ FRAGMENTADA**
- **COMPETIM PER ATENCIÓ**
- CAL **CONSTRUIR HISTÒRIES RELLEVANTS** I DOTAR-LES DE **COHERÈNCIA MULTICANAL**
- CREAR **EIXOS DE SIGNIFICACIÓ I NARRACIÓ I ADAPTAR-LOS ALS PÚBLICS I CANAL**

sodabites

3 regles d’or del Storytelling

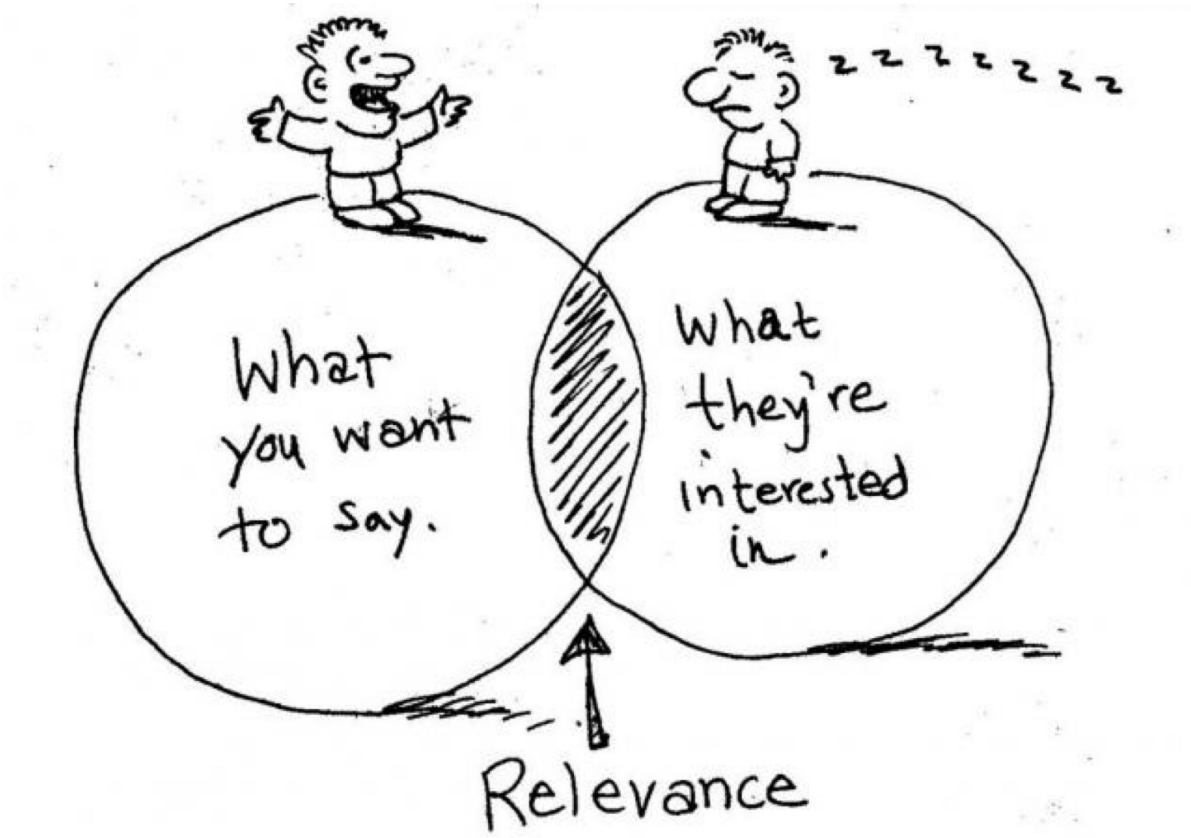
sodabites

3

1. RELLEVÀNCIA
2. FES QUE M'IMPORTI
3. AUTENTICITAT

sodabites

1. Principi de rellevància



Com podem fer que m'importi una marca i els seus productes?

sodabites

FES QUE M'IMPORTI

Construir significats

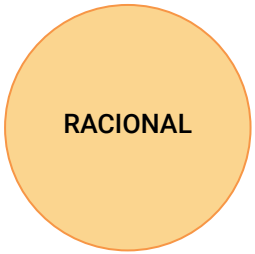
Marca

FUNCIONALITAT

Beneficis racionals
Arguments de qualitat
Justificacions físiques i de preu
Disponibilitat
Reviews...

CONNEXIÓ

M'identifico amb els seus valors o punt de vista
Expressa la meva identitat
Ajuda a estructurar o facilita la meva vida
El packaging i elements visuals em criden l'atenció





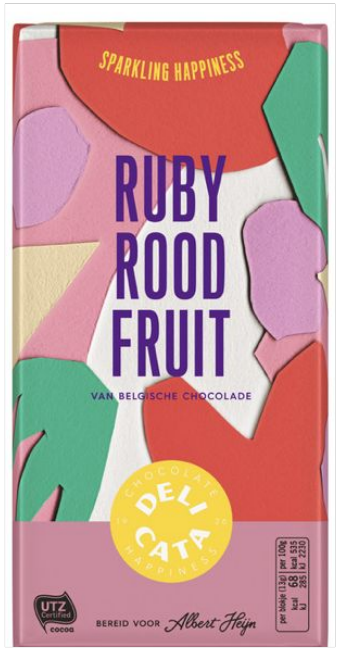



NOTHING ARTIFICIAL
MSG? No thank you!
GLUTEN FREE
Just in case you were wondering.
VEGETARIAN FRIENDLY
Free from animals.

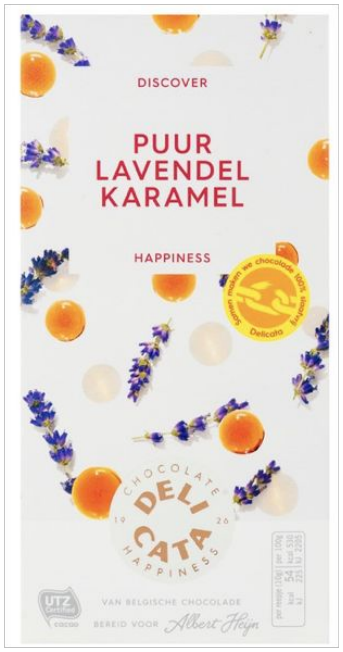

They're made with the finest Herefordshire potatoes, complete with jackets, hand-cooked on the farm in small batches and spun to achieve our signature crunch.


Tyrrells
hand-cooked English crisps
smoked paprika
150g

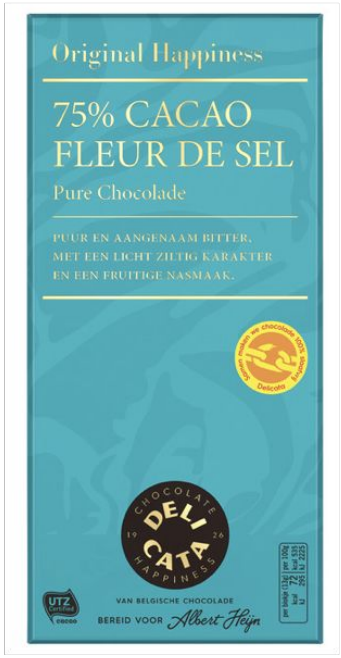
sodabites



Joves



Food adventures



Sibarites


Exclusive Flavor
Vermont's Finest
BEN & JERRY'S
ICE CREAM
Peanut Butter Jam Session
Peanut Butter Ice Cream with a Crunchy Peanut Butter Swirl and a Raspberry Swirl


New!
Vermont's Finest
BEN & JERRY'S
ICE CREAM
Red Velvet Cake

FUNCIONALITAT
(Evidències de qualitat, garanties, facilitat d'ús)

5 años de garantía

Pagar en 3 cuotas sin comisiones

Devolución gratuita durante 60 días

Entrega previa cita

Traduir les dades en comparatives o metàfores:



3. AUTENTICITAT



sodabites

sodabites

HUMANITZAR EL TO DE MARCA, PARLAR MÉS COM LES PERSONES I MENYS COM LES MARQUES

WE'RE CHANGING THE FOOD GAME

Every decision we make at Dig Inn starts with a deep respect for our ingredients and where they come from. Our recipe development process always involves a conversation between chef and grower about what we really want to cook and harvest. We work one-on-one with 102 farmers and partners to bring those recipes to life, planning crops specifically for our menus. Mindful sourcing is our bread and butter. We buy from minority-run and small-scale farms, using our purchasing power to support sustainable growing practices and invest in the future of farming. Our own farm in Upstate New York connects chefs in our kitchens to produce where it's grown.







sodabites

MOSTRAR LES *BAMBALINES* DE L'EMPRESA



conscious_carnivore • Seguir

conscious_carnivore Happy birthday, Eric! #Repost @e_rbusse with @get_repost
• • •
What a surprise at work today! Thanks, @itsleahbusse you are amazing to me! ❤️ ❤️ ❤️

31 Me gusta

4 DE JUNIO

Añade un come



Digital Menta
9.416 seguidores
1 semana •

+ Seguir

María Díaz Oliva, #NewMenter

Little Miss Sunshine es su película favorita, "lo hacemos y ya vemos" la frase que más repite y su plan más habitual es ir de cañas con los amigos. Bueno, eso y aprender idiomas de forma autodidacta. Que aunque en la mayoría de casos lo termine dejando, podemos confirmar que sabe decir "Hola" y "Adiós" en más de 8 idiomas.

Descubrió su carrera, Comunicación Digital, por casualidad y ha terminado siendo su pasión y a lo que asegura quiere dedicarse toda la vida. De momento sabemos que está en lo cierto porque se ha incorporado a nuestro equipo de Email Marketing en Valencia.

¡Bienvenida al equipo! 🙌




8 CAMINS
PER EXPLICAR HISTÒRIES
sodabites

sodabites

1. **Proposta de valor**
2. **Propòsit i valors**
3. **Ingredients**
4. **Temps** (Inicis o aha moments)
5. **Lloc**
6. **Passió/ Procés**
7. **Insights/ moments de consum**
8. **Contingut de valor per al meu públic** (per estil de vida o valors)

sodabites

1. PROPOSTA DE VALOR



CAMPANYA LIVE TRUE DE DEWARD'S WHITE LABEL

2. PROPÒSIT I VALORS



Creemos que la amabilidad puede cambiar el mundo. Por eso tenemos la misión de hacer el mundo un poco más amable desde nuestra fundación en el 2004.
Le llamamos movimiento Kind…..El primer paso es considerar la diferencia entre lo que es agradable y amable…

make the world a little kinder

We believe that kindness can change the world. That's why we're on a mission to make the world a little kinder and have been since we were founded in 2004. We call this the **KIND Movement.**

We'd love for you to join us on this journey. As a first step, consider the difference between "nice" and "kind." It's a subtle difference, but it has changed how we see things here at KIND.

Nice means well, but it's not enough. Kind is different. Nice is polite, but it stays out of it. Kind is honest – it speaks up and rises to the occasion. Nice doesn't add to problems, but Kind rolls up its sleeves and solves them. Nice doesn't bully, but Kind stands up to bullies. Nice is something you say, whereas Kind is something you do. If we had to sum it up, we'd say this: **Nice is passive, but Kind is active.**

Now, more than ever, it's time to act with kindness. When we do, we all have the power to make a difference. Ready to get started?

see how you can be KIND every day

sodabites

2. PROPÒSIT i VALORS

We knew the contents of everything that went onto and into our bodies — why not wine?



Our journey to answer this question led us to create Avaline — delicious, organically farmed wines full of natural goodness and free from unwanted and undisclosed extras.



3. INGREDIENTS



Amb poderosa cúrcuma
i un pessic de gingebre
per un sabor tan alegre
com el seu color!



"...all-powerful turmeric and a hint of ginger for a flavor *as bright as its color! "*



achieve a balance of health AND taste

We believe that people don't need to choose between health and taste when it comes to snacking. We use high-quality, delicious ingredients that taste good, energize you and help keep you satisfied.

GIVE KIND A TRY

4. TEMPS - AHA MOMENTS

Paz, Amor y Helado



Todo empezó en una gasolinera renovada de Burlington, Vermont (Estados Unidos), cuando en 1978 dos chicos construyeron su heladería, tan legendaria como la euforia que causan los helados.

Descubre más

Historia [editar]

En 1977, amigos de toda la vida, ex-hippies, Ben Cohen y Jerry Greenfield completaron un curso por correspondencia sobre hacer helado desde la Universidad Estatal de Pensilvania. El 5 de mayo de 1978, con $ 12,000 de inversión de la pareja abrió una heladería en una gasolinera renovada en el centro de la ciudad de Burlington, Vermont. En 1979, marcaron el aniversario mediante la celebración de la primera jornada de *first-ever free cone day* (día de cono gratis), ahora una celebración anual a nivel nacional.

Los fundadores fueron capaces de combinar el helado con el activismo social mediante la creación de la Misión Estatal en tres-partes que considera a los beneficios como una medida de éxito. Trisección por su grado de éxito en una misión de productos, una misión económica y una misión social, fueron capaces de diferenciarse de compañías de tamaño similar de alimentos, y generar la atención nacional en sus esfuerzos.

En 1980, Ben y Jerry alquilaron un espacio en un molino en el sur Champlain Street en Burlington y comenzaron a comercializar sus helados en botes de 1 pinta . En 1981, la primera franquicia de Ben & Jerry's abrió en la Ruta 7 en Shelburne, Vermont. En 1983, el helado de Ben & Jerry's se usó para construir "el helado más grande del mundo " en St. Albans, Vermont, el helado pesa 27.102 libras. En 1984, Häagen-Dazs trató de limitar la distribución de Ben & Jerry's en Boston, lo que llevó Ben & Jerry's a presentar una demanda contra la empresa matriz, Pillsbury, en su campaña ya famoso "¿Cuál es el miedo de Doughboy?". En

4. TEMPS- AHA MOMENTS



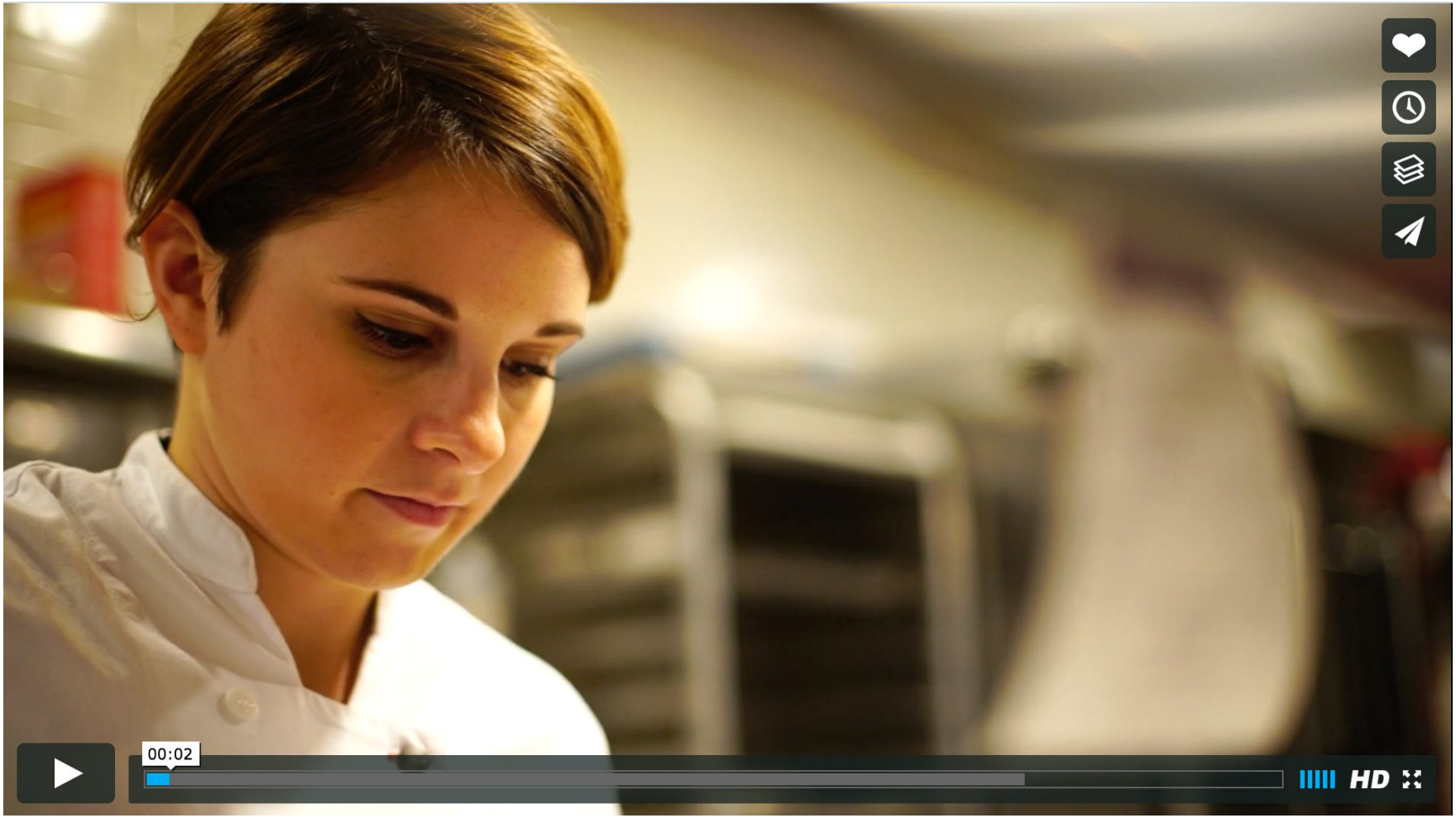
sodabites

6. LLOC

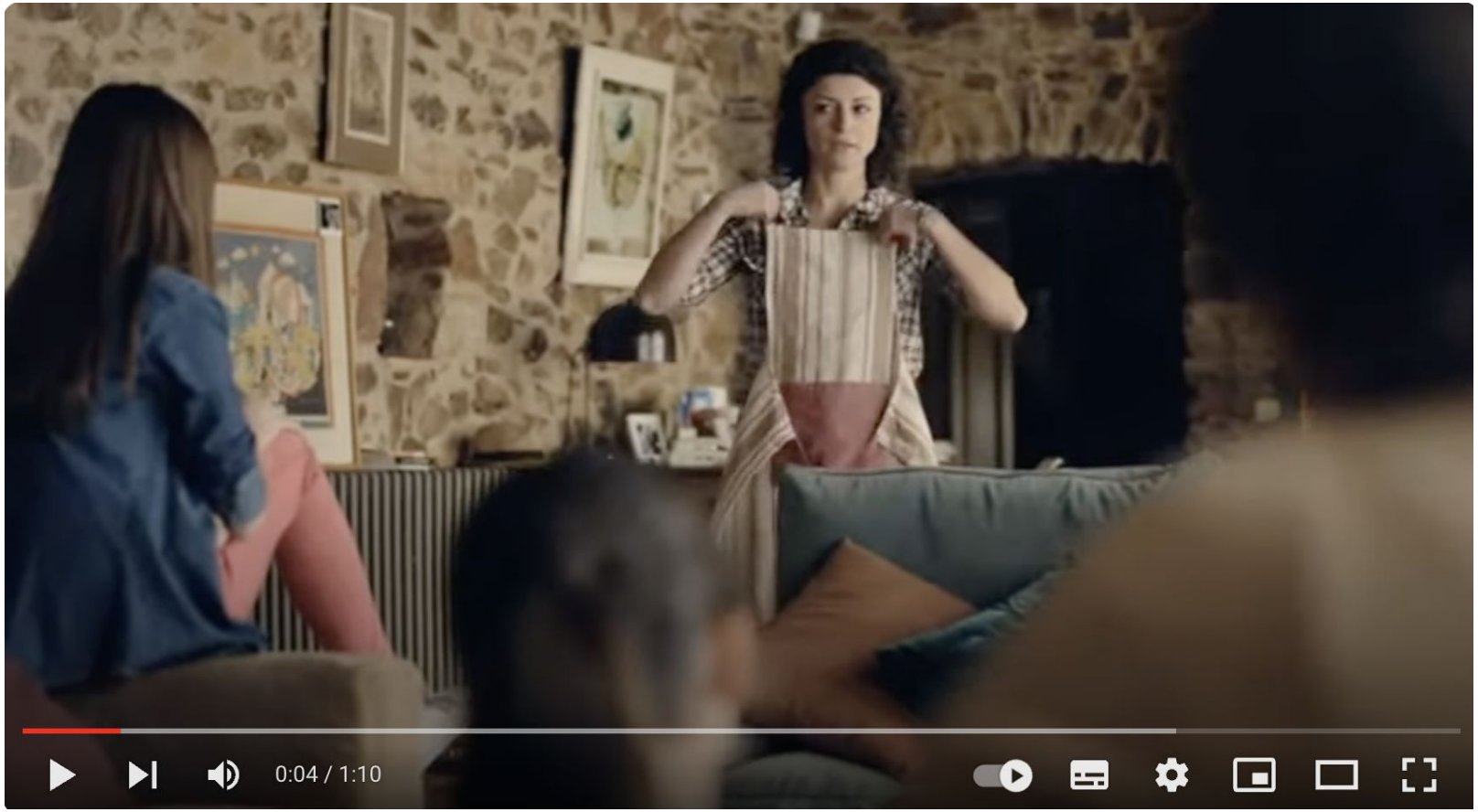




7. PASSIÓ - PROCÈS



8. INSIGHT DE CONSUM



8. CONTINGUT DE VALOR PER ALS MEUS PÚBLICS

Trevijano®









moltes gràcies :)
i molt d'èxit amb les vostres històries!

Mònica Carbonell

Transformació de Marca i Cultura a Sodabites.com

Teniu dubtes o més consultes?

Escribiu-me!

monica@sodabites.com

Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Prodeca
Promotora dels aliments catalans

sodabites
brand & cultural transformation