WORKSHOP STORYTELLING

Praktisch

Van random story naar goed punt

Antje Veld

Storytelling in de praktijk

WAT GAAN WE DOEN?

- Het belangrijkste ingrediënt
- Het verschil tussen een anekdote en een verhaal
- 9 categorieën om verhalen te vinden
- Een brug bouwen
- Oefenen

“

Het is deze middag mijn doel om je te laten zien dat alles een verhaal kán zijn

True Story?

‘Non-fictie, je verzínt het niet.’

Ik geloof....

Dat het grootste deel van je onderscheidend vermogen in jou zit. In wie jij bent, hoe je bent, wat je denkt, meemaakt, doet en vindt.

‘Ja maar….’

‘IK MAAK NOOIT IETS MEE’

‘WAT DOET HET ER NOU TOE?’

‘HOE HOU IK HET KORT?’

Nogmaals: denk klein

MENSEN ONTHOUDEN JE

Als je kleine verhalen vertelt. Al praat je over garnalenkroketjes.

Wat maakt iets een goed verhaal?

Wat maakt iets een goed verhaal?

Conflict

Het hóeft niet van jou te zijn

Het hóeft niet negatief te zijn

Het hóeft geen burgeroorlog, burenruzie of belevenis met veel toeters en bellen te zijn

Het hóeft niet in het heden te gebeuren

Wat is dan het verschil tussen:

een anekdote

&

een verhaal?

“

Nobody wants to hear anything you have to say.

unless....

“

Nobody wants to hear anything you have to say,

unless you give them a reason to listen

(Matthew Dick)

Wat is dan het verschil tussen een anekdote en een verhaal?

Wanneer noteer ik iets in mijn notitieboekje als:

‘Potentieel interessant verhaal voor storytelling in mijn marketing of sales’

Hier moet het aan voldoen:

HERKENNING

Hier moet het aan voldoen:

HERKENNING

VERRASSING

Hier moet het aan voldoen:

HERKENNING

VERRASSING

GRAPPIG

Vragen?

Waar vind je die verhalen?

1. **Iets waar je 10 of 1 jaar geleden anders over dacht**

   (Druk zijn, fietsvakanties, je grootste voorbeeld)

2. **Dingen waar je mee bent gestopt of begonnen**

   (Vliegen, ‘s avonds werken, je haar wassen)

3. **Boeken, tv, social media**

   (Een quote, een inzicht of verrassende les, een karaktertrek van een personage)

4 Dingen die je opvallen

(Trends, gesprekken van anderen, iets op straat)

5 Geheimen en gekke gewoontes

(Pakje kauwgom gejat, je slaapt met een knuffel, hebt een hekel aan softijs/kittens/klavertjes)

6 Dingen die misgaan

(Drie uur in de keuken gestaan voor een taart die je vergat uit de oven te halen, vlak voordat je naar huis vliegt en je huurauto inlevert, gooi je de tank nog vol, met de verkeerde brandstof)

7. **Frustraties of irritaties**

(De vrijdagmarkt gaat naar dinsdag, IG blokkeert je account, je hebt nieuwe buren, met een hond)

8. **Interactie met (potentiële) klanten**

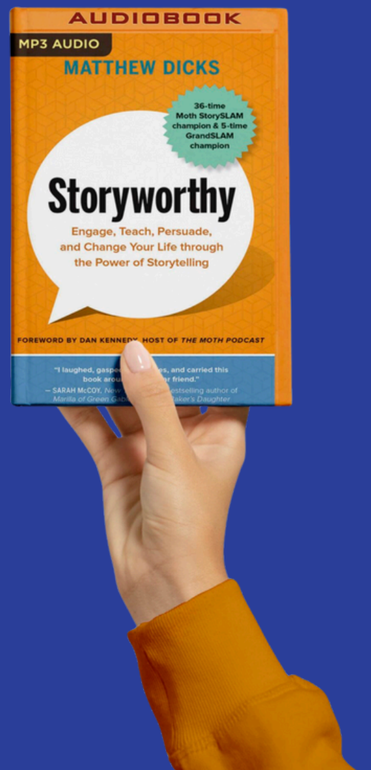
(Dingen die ze tegen je zeggen, zich afvragen, meemaken, jou leren)

9. **Iemand die je bewondert**

(Je moeder, baby in je buik, mede-ondernemer, een historisch figuur, je tien jaar jongere zelf)

10 Bonuscategorie

Onderwerp	Eerste	Laatste	Slechtste	Beste
Auto				
Vakantie				
Woning				
Huisdier				
Blessure				
???				



En nu?

NU GAAN WE VERBINDEN

(Van random story naar goed punt)

Hiervoor moet je twee dingen doen

1. JE PUNT BEPALEN

2. DE OVERGANG MAKEN

1

Je punt bepalen

Optie A: VAN VERHAAL NAAR PUNT

Optie B: VAN PUNT NAAR VERHAAL

‘Heb je een spoedtarief?’

(Optie A)

Social media post

antjeveld HEB JE EEN SPOEDTARIEF?

‘Mijn oma zou jou nooit hebben aangenomen’, zei mijn vriend al tijdens een van onze eerste dates.

Zijn opa en oma hadden een restaurant. En oma nodigde potentieel personeel altijd eerst een keer uit om mee te eten met het gezin.

Klinkt aardig, maar ze deed het vooral om te zien hoe snel iemand at. Want langzame eters zijn langzame werkers, vond oma.

Dus nee, ze zou mij nooit hebben aangenomen. Ik was pas halverwege m’n lasagne toen mijn vriend zijn bord al lang leeg had.

Story of my life.

Ik ben een diesel, kom langzaam op gang. En laat me niet graag opjagen.

Best een uitdaging anno 2022. Zeker als eigenaar van een account op Instagram, waar de afgevinkte to-do-lijstjes en productiviteitscursussen je om de oren vliegen. En waar bijna iedereen bezig lijkt te zijn met sneller, beter, meer.

Als ondernemer doe ik heus mijn best om mijn tijd zo nuttig en efficiënt mogelijk te besteden. Maar als (creatief) mens heb ik ook ruimte nodig om mijn handen rond een kop thee te kunnen vouwen en een tijdje ongepland voor me uit te staren.

Of om een lange wandeling te maken.

Te twijfelen tussen paprika en naturel chips.

Kattenfilmpjes te kijken. Video’s van slapende koala’s. En van mensen die liedjes zingen in hun auto. Of 48 verschillende accenten in 60 seconden na kunnen doen.

Dus toen iemand tijdens een kennismakingsgesprek laatst vroeg of ik ook een spoedtarief had, verslikte ik me bijna in mijn thee.

Niet omdat ik het geen goede vraag vond. Integendeel. Ik had hem nog nooit eerder gehad, dus vond het een geweldige vraag.

Hij riep ook meteen allerlei nieuwe vragen bij me op.

Hoe zou dat precies in zijn werk gaan dan?

En waarom heb ik het eigenlijk niet?

Is toch slim, spoedjes tegen een hoger tarief?

Maar het past niet bij me.

Ik heb geen tijd voor spoed.

Eerst rustig m’n bord leegeten.

PS: Wat is de mooiste/leukste/grappigste vraag die jij ooit kreeg in een kennismakings- of salesgesprek?

‘Hebben jullie ook pekmez?’

(Optie A)

E-mail

Ik probeer dit zo casual mogelijk te zeggen, alsof ik precies weet wat het is en zojuist heb gevraagd of ze ook bananen hebben.

De jongen achter de kassa fronst zijn wenkbrauwen en loopt naar zijn collega die het fruit aanvult.

‘Hebben wij pekmez?’

‘Wat?’

‘Pekmez.’

‘Bedoelt ze pezmek?’

De kassajongen kijkt vragend naar mij.

Ik heb geen idee wat pekmez is

Of pezmek.

Het stond in een recept van een kookboek dat ik voor m’n verjaardag kreeg. En ik heb het nodig om een bulgursalade te maken. Ik haal m’n schouders op.

‘Eh ja….kan’, stamel ik. ‘Het is voor een dressing.’

De mannen lopen druk discussiërend naar het achterste deel van de winkel.

‘Pezmek, pezmek…..’ Al zoekend zweeft de vinger van de fruitmedewerker langs de schappen. Hij roept iets richting het magazijn. Er komt een derde man aan die zich ermee bemoeit. De fruitmedewerker wijst naar zijn kassa-collega en dan naar mij.

‘Pezmek’, zegt hij.

Het rumoer trekt ook een dame uit het magazijn aan. Ze heeft een telefoon aan haar oor.

We zijn nu met vijf mensen aan het zoeken

Even droog oefenen……

Het punt van...

HET KASTJE WAAR NIET ACHTER IS GESCHILDERD

VERKEERDE BRANDSTOF IN JE HUURAUTO GEGOOID

JE VINDT BATTERIJEN, MAAR ZIJN ZE LEEG OF VOL?

Welke les zit er in...

HET KASTJE WAAR NIET ACHTER IS GESCHILDERD

VERKEERDE BRANDSTOF IN JE HUURAUTO GEGOOID

JE VINDT BATTERIJEN, MAAR ZIJN ZE LEEG OF VOL?

Waarmee vergelijk je...

HET KASTJE WAAR NIET ACHTER IS GESCHILDERD

VERKEERDE BRANDSTOF IN JE HUURAUTO GEGOOID

JE VINDT BATTERIJEN, MAAR ZIJN ZE LEEG OF VOL?

Optie B (van punt naar verhaal)

Optie B (van punt naar verhaal)

- Een vaak voorkomend probleem van je klant laten zien
- Een bezwaar wegnemen
- Een resultaat van je dienst of product benoemen
- Een merk- of kernwaarde duidelijk maken voor je personal branding
- Iets benadrukken waarin jij je onderscheidt van anderen of alternatieve opties

‘Bye bye wachtlijst’

(Optie B)

Social media

antjeveld Toen ik op mijn 18e voor een jaar naar Australië vertrok, had mijn moeder maar één grote zorg.

Dat ik niet meer terug zou komen, omdat ik verliefd zou worden op een surfdude.

Is niet gebeurd.

Maar ik weet nu wel hoe ze zich voelt.

Want mijn wachtlijst die in december met sabbatical ging, komt voorlopig niet meer terug.

Ik had ‘m geïntroduceerd uit klantvriendelijkheid. Tenminste, zo had ik het aan mezelf verkocht. Dat ik ‘m nodig had om aan verwachtingsmanagement te doen.

Want het lijkt me zo rot als iemand al een tijdje overweegt om met mij te werken. En dan op het moment dat je al je moed, geld en enthousiasme bij elkaar hebt geraapt, van mij te horen krijgt dat ik vol zit.

Daarom voerde ik een jaar geleden een wachtlijst in.

Die ik overal duidelijk communiceerde (geen verrassingen).

En zo gezellig mogelijk probeerde te maken (wel verrassingen, maar dan leuk).

Zodat iedereen weet waar ie aan toe is en ik wat meer lucht heb.

Een goed idee. In theorie.

In de praktijk was ik voor elke aanmelding super dankbaar, maar kreeg ik er tóch een beetje stress van. Want ik zag die lijst groeien. En dat voelde alsnog als een taak die steeds op me lag te wachten.

Maar ik ontdekte nog iets anders.

Na wat graven bij mezelf (free writing), kwam ik erachter dat ik die wachtlijst niet alleen maar had ingevoerd uit klantvriendelijkheid.

Ja, verwachtingsmanagement was één ding. Maar het is natuurlijk ook een manier om de kans te vergroten dat je nooit een lege agenda hebt.

Wat dáár weer onder ligt, is angst. En ik wil mijn bedrijf niet runnen vanuit angst. Ook niet vanuit angst verpakt in klantvriendelijkheid.

Daarom heb ik besloten dat die wachtlijst helemaal niet bij me past. En komt ie dus niet terug van sabbatical.

Betekent dit dat ik volgende week al tijd voor je heb?

Nee.

Sorry als je net al je moed, geld en enthousiasme bij elkaar aan het rapen was.

Maar als je me een bericht stuurt via het formulier op m’n website, dan reageer ik binnen 24u. Zodat je meteen weet waar je aan toe bent.

Ga ik nu eerst even m’n wachtlijst uitzwaaien👋👋👋👋👋👋👋

2

De overgang maken

HOE GA JE VAN VERHAAL NAAR PUNT?

Handige overgangszinnetjes:

- Waarom is dit belangrijk?
- Wat wil ik hier nou mee zeggen?
- En dat is precíes zoals….
- Wat heeft dit te maken met…..[jouw vakgebied]?
- Dat gevoel herken je misschien als…..
- Dat doet me denken aan…
- Wat kan je hier van leren?
- Zo werkt het ook met…..
- Ik zie dit ook vaak gebeuren bij……

Handige overgangszinnetjes:

- Zo voel jij je misschien ook over….
- Klinkt raar? Misschien. Maar dat is nog niet half zo raar als [iets wat je doelgroep of een concurrent doet bv]
- Toen dit gebeurde, moest ik meteen denken aan…..
- En dat is nou precies wat jij [je lezer/potentiële klant] doet als…..
- En daardoor realiseerde ik me ineens dat…..
- Zoals je misschien al kon raden, is dit een metafoor voor [of ‘kan je dit vergelijken met’]…
- Waar ik naar toe wil?

Oja……

Niet alles hoeft áltijd met storytelling

Let's practice again

WAT JE HAD VOORBEREID:

- Schrijf 3 problemen of bekende frustraties van je ideale klant op

- Schrijf 3 verlangens, wensen of dromen van je ideale klant op

- Schrijf 3 voordelen of resultaten van jouw product of dienst op

Nog twee opdrachten voor thuis

1. HOMEWORK FOR LIFE

2. SCHRIJF EEN POST OF NIEUWSBRIEF OF BLOG MET FOCUS OP ÉÉN VAN DE TECHNIEKEN VAN VANOCHTEND.

(MAIL NAAR MIJ VIA INFO@ANTJEVELD.NL)

Dit ga ik nog sturen:

- Een digitaal exemplaar van *True Story*

- De sheets van deze presentatie

- Linkjes naar teksten die ik vandaag heb laten zien