

Naslagpresentatie Storytelling

Welk 'gereedschap' willen wij meegeven?

Wat is een verhaal?

Een verhaal is een serie gebeurtenissen vol conflict, uitdagingen en verandering, welke emotioneel intelligent is en een interessante paradox creëert, zodat de ontvanger *in hun hart* geboeid genoeg is om ervan te leren.

Verhalen hebben een kop en een staart en draaien niet om het einddoel maar om de emotionele reis daar naar toe.

Daarom is het belangrijk voor een verhaal om haar hoofdfiguren heel goed te kennen, functionele dingen emotioneel uit te leggen, de tijdgeest te begrijpen, haar medium te ontstijgen, audiovisueel aantrekkelijk te zijn en universele waarden en emoties te raken.



85 to 95% of all our decisions are based on emotions

(sources: Harvard University, Nobelprice winner Kahneman)

De gereedschap die jullie meegeven...

1. ...is emotioneel intelligent
2. ...omarmt conflict en verandering
3. ...creëert een interessante paradox
4. ...gaat over de reis, niet het einddoel
5. ...maakt een transitie mogelijk
6. ...bouwt een brug tussen functie en emotie
7. ...begrijpt de context van zender en ontvanger
8. ...is persoonlijk relevant
9. ...betrekt mensen
10. ...heeft een helder doel
11. ...houdt het simpel en kort (synopsis)
12. ...maakt de verteller kwetsbaar

1. Emotioneel Intelligent

Alle succesvolle dingen maken een superieure emotionele connectie. Mensen zijn sociale dieren die elkaars emoties overnemen. Het raken van de juiste emotionele snaar is dus cruciaal voor een goed verhaal, want we nemen emotie 'over'.

Welke emotie(s) wil ik raken?

2. Conflict en verandering

Niemand reageert of onthoud perfecte verhalen, omdat niets in het leven perfect is, en zo'n verhaal dus niet herkend *kan* worden.

Mensen reageren wél op verhalen over hoe we onze obstakels, veranderingen en tegenslagen hebben overwonnen, omdat ons leven vol uitdaging zit. In storytelling heet dit 'conflict'.

Wat is de uitdaging?

Van een grafdag naar verbinding

Omarm Weerstand

Weerstand als basis voor verbinding...

- Hoe ontstaat conflict? Vooroordelen
- Begin bij jezelf: maak ik contact?
- Negeer de vorm, niet de inhoud
- Ga het gesprek aan met RED Methode
 - Respect, Eerlijkheid, Duidelijkheid
- Blijf weg van zinnen, waar je “Sukkel” achter kan zetten... ;)

...tenzij iemand te ver gaat, dan de 5G's

Met JIJ wordt iemand echt persoonlijk en dan mag je de G's gebruiken

- GESCHIEDENIS
- GEDRAG
 - Benoem het... en dan stilte
- GEVOEL
- GRENS
- GEVOLG

3. Creëer een paradox

Paradoxen zijn schijnbare – niet échte – tegenstellingen. We onthouden ze omdat ze ons verrassen: we hadden niet verwacht dat twee uiteenlopende zaken bij elkaar zouden passen! Hoe groter de tegenstelling, hoe beter we het onthouden.

Kan datgene wat wrijft toch bij elkaar passen?

4. De reis, niet het doel

In onze communicatie hebben we de neiging om te proberen ons einddoel meteen te vertellen. De finishline! Soms kan dat inderdaad goed werken (wij van WC Eend)... maar de vuistregel is dat een verhaal vooral boeiend is als weg ergens *naartoe*.

Hoe ziet de reis eruit?

5. Kop, Staart en Transitie

Vanaf het allereerste verhaal ooit opgeschreven – The Epic of Gilgamesh – hebben goede verhalen een kop, een middenstuk, een climax en een staart, met in het centrum een ‘verandering’.

Wat is de verandering die mijn hoofdonderwerp doormaakt?

6. Balans functie en emotie

Alhoewel functie nooit belangrijker is dan emotie, hebben functionele zaken wel degelijk meerwaarde. De truc om deze veranderingen succesvol te communiceren is echter door de emotie erachter goed te begrijpen.

Wat levert een functie emotioneel op?

7. Zender vs Ontvanger

De meest gemaakte fout in communicatie is het verhaal te zien vanuit de zender. Jij als zender hebt een boodschap... maar is dat ook wat de ontvanger interessant vindt?

Wat denkt en voelt mijn ontvanger?

8. Persoonlijk relevant

Hoe verder weg de boodschap staat van een ontvanger hoe belangrijker het wordt dat er persoonlijke relevantie in het verhaal komt te zitten

What's in it for me?

9. Betrek mensen

Tell me and I will forget

Show me and I will remember

Inspire me and I will get involved

Hoe kan iemand meedoen?

10. Het doel (resolutie)

Natuurlijk is 'de weg ernaar toe' het belangrijkste... maar het einddoel is ook enorm belangrijk. Een goede resolutie hoeft niet per sé perfect of happy te zijn... maar is wel altijd logisch.

Waar willen we uitkomen?

11. Simpele Samenvatting

Hollywood scripts worden soms op basis van één zin verkocht voor miljoenen dollars... als die ene zin – de synopsis – interessant genoeg is! Zo belangrijk is dus die ultieme *elevator pitch*: een pakkende one-liner waar de ontvanger direct meer over wilt horen.

Wat is mijn verhaal in één zin?

12. Durft kwetsbaar te zijn

Hoe meer stelling, conflict, uitdagingen en obstakels je durft op te zoeken, hoe beter je verhaal. Maar ook: hoe kwetsbaarder voor commentaar en kritiek. Een goede storyteller laat zijn ego los en durft fouten te maken, toe te geven wat minder goed is, te leren... de weg ernaar toe is immers belangrijker dan het einddoel!

Waar ben ik kwetsbaar?