

No Story No Glory

6 februari 2014

Storytelling in programma's

Corporate stories

*Echte verhalen van vlees en bloed
over de **ziel** van de organisatie.*

Functies

1. Uitkomst van zelfonderzoek: *wie zijn we?*
2. Overdragen van missie en waarden
3. Overdragen van positionering en belofte
4. Onderstrepen van binding, versterken van trots
5. Kompas, basis voor in- en extern handelen

*Verhalen zijn een uiterst efficiënte manier
om betekenis te geven, relaties te leggen
en doelen te verhelderen.*

Vergadertaal versus verhalen taal

Informeren

- Vast
- Objectief
- Direct
- Abstract
- Analytisch

Kritisch beschouwer

Vertellen

- Vaag
- Subjectief
- Indirect
- Levend
- Verbeeldend

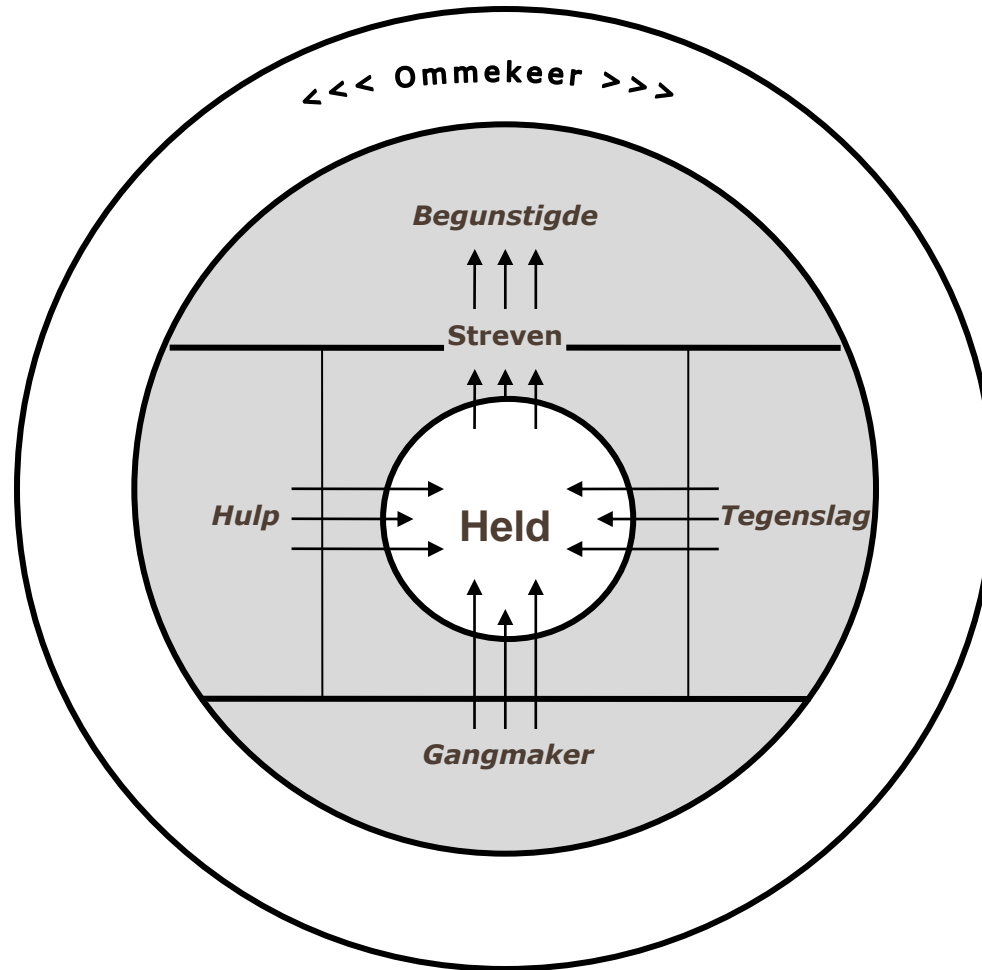
Betrokken deelnemer

***Verhalen vertellen altijd een **waarheid**
feiten misleiden.***

Verhaal

1. Een geheel dat een handelingsverloop uitbeeldt
2. Met een begin, een midden en een eind
3. Delen hangen samen volgens waarschijnlijkheid en noodzakelijkheid
4. Omslag in het lot van de held
5. Overstijgt nergens de grens van overzien en onthouden

Narratieve Analyse



Basisvragen Narratieve Analyse

1. Wie is de held? Wat zijn zijn/haar eigenschappen
2. Waardoor wordt hij op weg gestuurd?
3. Wat is zijn streven?
4. Wie profiteert van het streven van de held?
5. Welke tegenslag ondervindt de held op zijn pad?
6. Welke hulp krijgt de held?
7. Wat bepaalt de ommekeer in het verhaal?

Conflict

- Conflict is een verstoring van het gevoel van harmonie
- Verstoring leidt tot actie om de harmonie te herstellen
inspelen op de behoefte om orde te brengen in chaos
- Het verhaal komt tot leven gedurende het moment van verstoring tot de oplossing van het conflict
- Conflict is de drijvende kracht van een goed verhaal:
zonder conflict geen verhaal

Conflictbarometer



Het **einde van de wereld** is nabij

Een enorme berg van **onoverwinnelijke** uitdagingen

Confrontatie met een onoplosbaar lijkend **dilemma**

Een klein maar te overwinnen **obstakel**

Alles gaat **zoals gepland**

Eigen draai

*Het **geheim** van het **tot leven wekken**
van iedere corporate story is
om binnen de kaders van het **grote verhaal**
nieuwe verhalen te laten ontstaan*

*(en – omgekeerd - **bestaande verhalen**
te **verweven** in de corporate story).*

Eigen draai

- Vanuit eigen selectie uit het grote verhaal ontstaat het eigen verhaal
- Korter, concreter en eenduidiger
- Meer verhaalkenmerken, ze worden vaker doorverteld
- Met alle 'eigen verhalen' wordt het verhaal van iedereen

Eigen draai tips

1. Van complex naar **eenvoudig**
2. Van abstract naar **concreet**
3. Van mechanisch naar **menselijk**
4. Van proces naar **moment**
5. Van beschouwend naar **scenisch**
6. Van gewoon naar **buitengewoon**
7. Van groot naar **klein**
8. Van veraf naar **dichtbij**

Vertellen is spreken in de fantasie van jouw publiek.

Vertelgereedschappen

- **Woorden (inhoud) 9%**
- **Stem (auditief) 33%**
- **Lichaam (visueel) 58%**

Zie het voor je

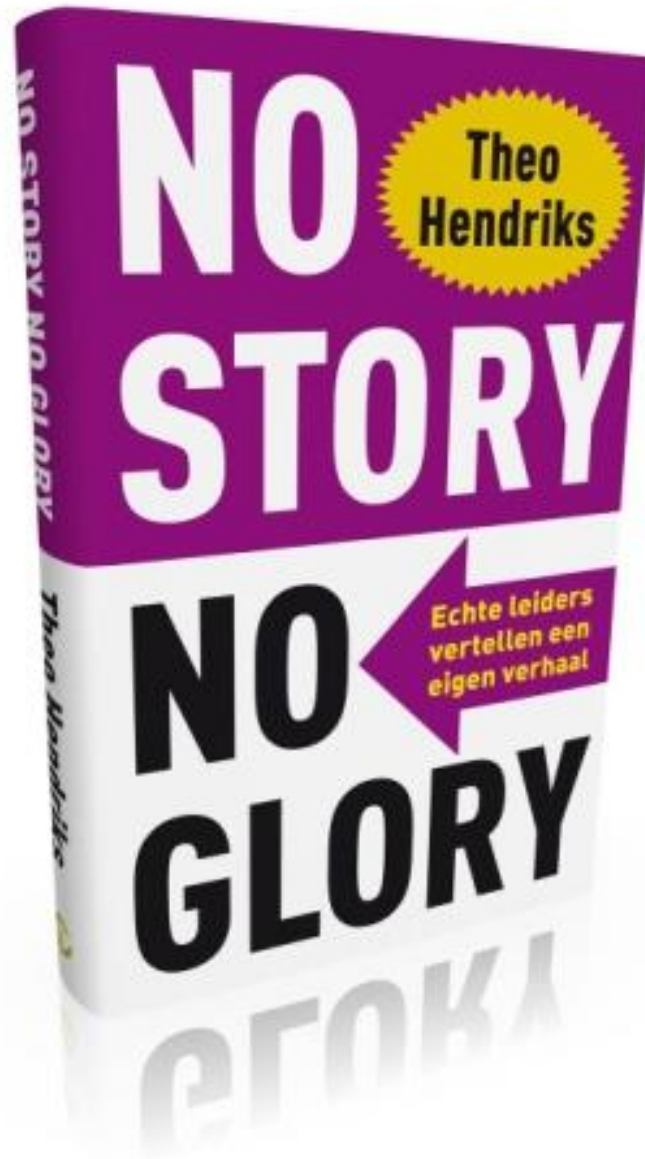
- **Stap in** het verhaal
- Alsof je het zelf weer **meemaakt**
- Laat jouw publiek zien **wat jij ziet**

Gebruik al jouw verbeeldingskracht

- Vertel **beeldend**
- Werk met concrete **details**
- Bespeel alle **zintuigen**
- Maak goed gebruik van **contrast**

Do's & dont's

1. Vertel **wie je bent** en waar je vandaan komt
2. Vertel waar je **naar op weg** bent
3. Zorg voor een verhaal dat **tot de verbeelding** spreekt
4. Zorg dat er **iets op het spel** staat
5. Maak het verhaal **echt van jou**
6. Gebruik **eigen voorbeelden** en eigen woorden
7. **Vermijd** organisatietaal en businessmetaforiek
8. **Vermijd** uitleg en beschouwing
9. Train jouw **verhalenmachine**
10. **Zie** het voor je, **stap** erin



Factsheet

Storytelling in programma's

Kernboodschap

De wereld is voortdurend in verandering, en als programmamanager wil jij daar graag jouw steentje aan bijdragen. Maar voor je het weet zijn jouw goede bedoelingen verpakt in gortdroge, abstracte plannen, vol feiten, cijfers en uitleg.

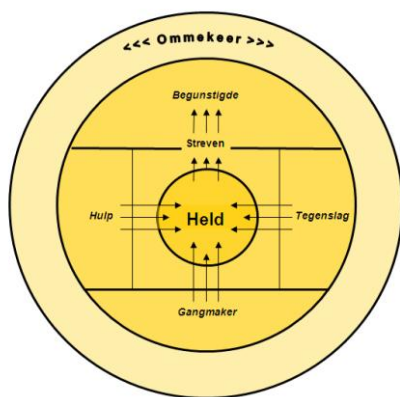
Dat kan anders. Door het roer drastisch om te gooien en een verhaal te gaan vertellen. Een pakkend verhaal waarmee je 'het waarom' van jouw programma volop tot leven weet te wekken. Een inspirerend verhaal dat vernieuwing stimuleert en verandering versnelt. Een eigen verhaal waarmee je jouw publiek niet alleen in het hoofd, maar ook in hart en handen zult weten te raken.

Relevantie voor programmamangers

Binnen programma's worden verhalen meer en meer geaccepteerd als een krachtig vehikel voor communicatie. Visie, missie en veranderambitie komen tot leven met behulp van een goed verhaal. Met verhalen open je mogelijkheden in plaats van ze af te bakenen en onmogelijk te maken. Zo inspireer je mensen in plaats van ze te instrueren, verleid je ze in plaats van te bevelen.

Programmamangers met een eigen verhaal zijn versnellers van verandering. Omdat ze weten waar ze in geloven en wat ze beloven. Omdat ze doen wat ze zeggen, en zeggen wat ze doen.

Kernmodel



Leestips

Theo Hendriks – *No Story No Glory* (A.W. Bruna, 2012)
(over de kracht van verhalen bij leiderschap)

Theo Hendriks – *Change the Script* (A.W. Bruna, vanaf 15 april 2014)
(over de kracht van verhalen bij verandering)