

A woman with blonde hair, wearing a blue sweater, is sitting at a wooden table with a red and black patterned top. She is smiling and looking towards the camera. The setting is a library or bookstore with wooden bookshelves on the ceiling and walls. The ceiling shelves are filled with books. The wall shelves also contain books, with some titles visible like 'UTROLLEN IS HET NIEUWE DOORPAKKE', 'ODYSSEE', 'HARRY MULISCH', and 'Maarten t'Hart'. The lighting is warm and focused on the woman.

socializious

BOOST YOUR STORYTELLING

Door Socializious

Boost your Storytelling



Introductie

Super leuk dat je mijn training 'Boost your Storytelling' e-book hebt gedownload. In mijn e-book staan tips & tricks om je op weg te helpen bij het toepassen van storytelling.

Om jouw creatieve geest aan de gang te krijgen raad ik je aan een mooi notebook te kopen en elke dag even 10 minuten gaan schrijven. Het maakt niet uit waarover, als je maar schrijft. Hierdoor kom je los van een vast patroon en zal je je vrijer voelen in het schrijven van storytelling.

Ik wens je alle succes als storyteller en hoop dat je met dit e-book een stukje op weg geholpen bent.

Je kan mij altijd vragen stellen via info@socializious.nl of een privé bericht sturen op Instagram @socializious.

Liefs Liza
Miss storyteller, Socializious

Wat is storytelling en hoe gebruik je het in jouw contentstrategie?

Ook al word je bijna doodgegooid met de term storytelling, het is toch wel fijn om te weten hoe het precies zit. Kortgezegd is storytelling het toepassen van verhalen om een doel te bereiken en betrokkenheid te creëren met jouw doelgroep.

Verhalen zijn namelijk een ideale manier om contact te maken, mensen te raken, te verleiden, zingeving of helderheid te bieden, fans te krijgen of de community te vergroten. Verhalen raken ons, maken concreet, zijn gemakkelijk te delen en geven betekenis. Onderzoek heeft aangetoond dat content in de vorm van een verhaal beter overtuigt dan niet-verhalende content. Verhalen roepen meer empathie en emotie op. De ontvanger herkent zichzelf in de afzender. Kijk maar naar jezelf. We onthouden verhalen die je raken en daardoor vertel je makkelijker door. Dus een verhalende contentstrategie is een must om te gebruiken.

Storytelling heeft een bijzondere werking en kan in veel situaties toegepast worden:

- ✓ Marketing & communicatie
- ✓ Presentatie
- ✓ Dienst, product of een beleving
- ✓ Sollicitatie gesprek
- ✓ Film, theater of muziek

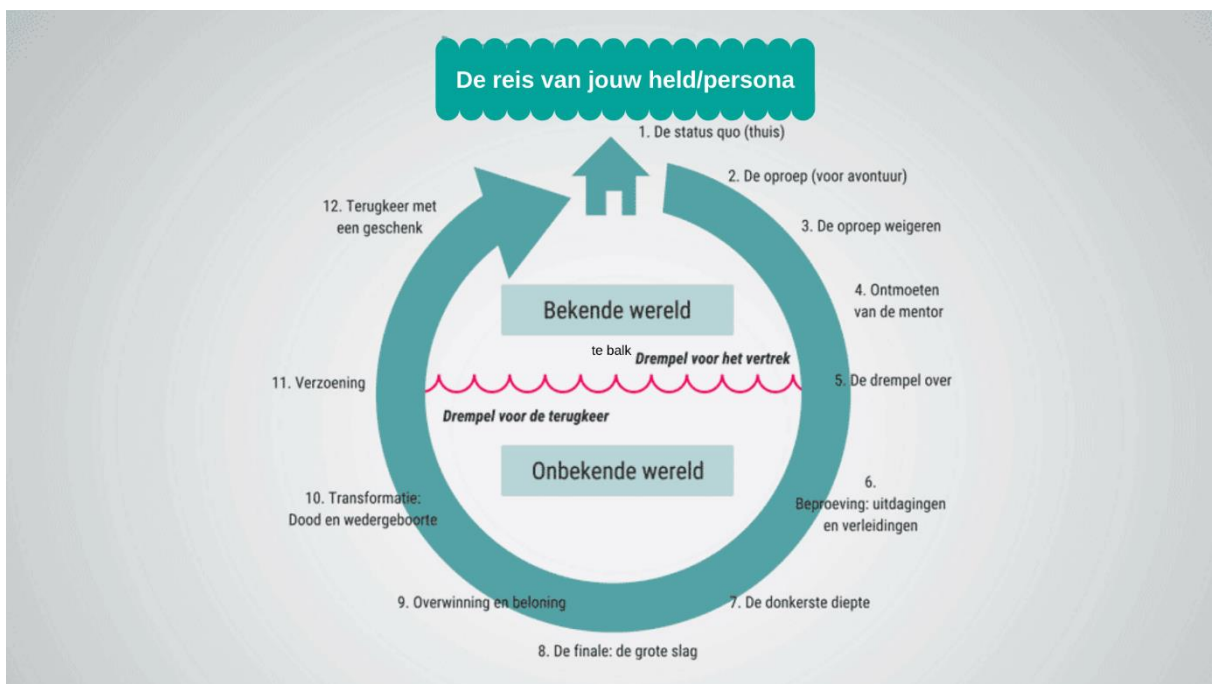
Tips & modellen voor het toepassen van storytelling

Stappenplan voor het vertellen van een verhaal

1. Begin met een vraag of een feit.
2. Introduceer een hoofdpersoon in een andere tijd en plaats. Dit kan jijzelf zijn of jouw ideale klant.
3. Introduceer een dagelijkse routine.
4. Onderbreking van de routine, oftewel een probleem.
5. Emotionele impact op de hoofdpersoon.
6. Stel het gewenste resultaat of de behoefte vast.
7. Stel de struikelblokken, obstakels en belemmeringen vast.
8. De vraag die daarna gesteld wordt: Wat heb je nodig om die struikelblokken/obstakels te overwinnen?
9. Omschrijf de uitkomst
10. Welke emoties komen los na het overwinnen van die obstakels.
11. Schrijf de conclusie en sluit af met een vraag om interactie te creëren.

De held van jouw verhaal

Wil je het echt goed doen, dan maak je je klant de hoofdpersoon oftewel held van jouw verhaal. Maak eerst een profiel van jouw doelgroep (een persona) en zet die centraal. Ben zo specifiek mogelijk en doe waar nodig extra onderzoek. Het maakt niet uit als je klanten die niet precies voldoen, uitsluit. Ze gaan zich zeker herkennen in een aantal kenmerken van jouw droomklant. Tip: maak je ideale klant tastbaar. Schets een profiel, maak 'm visueel, geef hem of haar een naam en hang bijvoorbeeld een poster van die persoon bij jouw werkplek.



Schrijf een verhaal met je klant centraal

Het verhaal heeft een begin en dat is het moment waarop de klant beseft dat hij of zij een probleem, uitdaging of wens heeft. En een eind: het moment waarop je klant jouw product of dienst heeft afgenomen en naar tevredenheid gebruikt. Als je de volgende structuur aanhoudt doe je het goed:

- De Missie: de held van het verhaal (jouw persona) gaat een missie of uitdaging. Hij wordt namelijk geconfronteerd met uitdagingen, problemen, wensen waar hij iets mee wil of moet.
- De Metamorfose: jouw product of dienst helpt de held om zijn uitdaging te overwinnen. Jouw bedrijf is de wegwijzer die de oplossing mogelijk maakt.

De Triomf: de held overwint de uitdagingen en keert terug naar de bekende wereld met nieuwe inzichten en mogelijkheden. Dit is het resultaat van de oplossing.

Bedenk thema's die aansluiten op je verhaal

Wat vaak lastig is, is om het verhaal om te zetten in concrete content. Om dit makkelijker te maken kun thema's gebruiken. Deze thema's volgen logischerwijs uit je verhaal, waarin de behoeftes en klantreis van je doelgroep en de oplossing die jouw bedrijf biedt, bij elkaar komen. Het gaat om inhoudelijke thema's waarmee je je verhaal onderverdeelt. Denk hierbij nog niet aan de vorm, deze komt later aan bod.

Denk bijvoorbeeld aan een magazine over de wereld van gezond eten. Dit magazine wil graag de lezers een verhaal vertellen. Een verhaal met 1 kernboodschap dat ze onderverdelen in 4 thema's: recepten, voeding, tips van deskundigen en weetjes. Deze 4 thema's maken het makkelijker om content te maken die aansluit op het centrale verhaal.

Maak content die indruk maakt

Pak een vel papier, zet je verhaal en de bijbehorende thema's centraal en ga brainstormen. Bedenk alleen de onderwerpen en de inhoud. Pas daarna bepaal je of het onderwerp aan bod laat komen in een blog, post, video, story, IGTV of iets anders. Hoe lekker zou het zijn als je weer grip krijgt door extra stevige storytelling handvaten. Handvaten waardoor jouw content sterker wordt! Met storytelling maak je gegarandeerd impact op je doelgroep.



Einde van mijn e-book

Bedankt voor het lezen van mijn e-book. Ik hoop dat het waardevol is geweest om te lezen en dat je nu met storytelling aan de slag gaat. Heel veel succes met alle tips & tricks voor het toepassen van storytelling in jouw contentstrategie!

Wil je samen met mij werken aan storytelling, dat kan natuurlijk. Kijk op mijn website naar alle mogelijkheden bij tarieven en aanbod, of neem vrijblijvend contact met mij op via info@socializious.nl of een dm via [Instagram](#) kan natuurlijk ook!

Liefs,

Liza

“Heb jij een verhaal te vertellen waarmee je anderen wilt inspireren? Hoe kunnen menen van jou leren? Jij hebt de kracht om impact te maken. Storytelling zorgt voor vertrouwen, verbinding en herkenning. Wil je je zelfverzekerd voelen? Dan is het podium van jou!”

Dit e-book is geschreven door Liza Roskam, storyteller, content specialist & Social Media lady. Bij haar bedrijf Socializious kun je terecht voor Social Media beheer & ondersteuning voor mkb bedrijven en ondernemers en een storytelling en -contentstrategie sessie!

Website: www.socializious.nl

E-mail: info@socializious.nl

Instagram: [@socializious](https://www.instagram.com/socializious)

LinkedIn: [Liza Roskam](https://www.linkedin.com/in/lizaroskam)