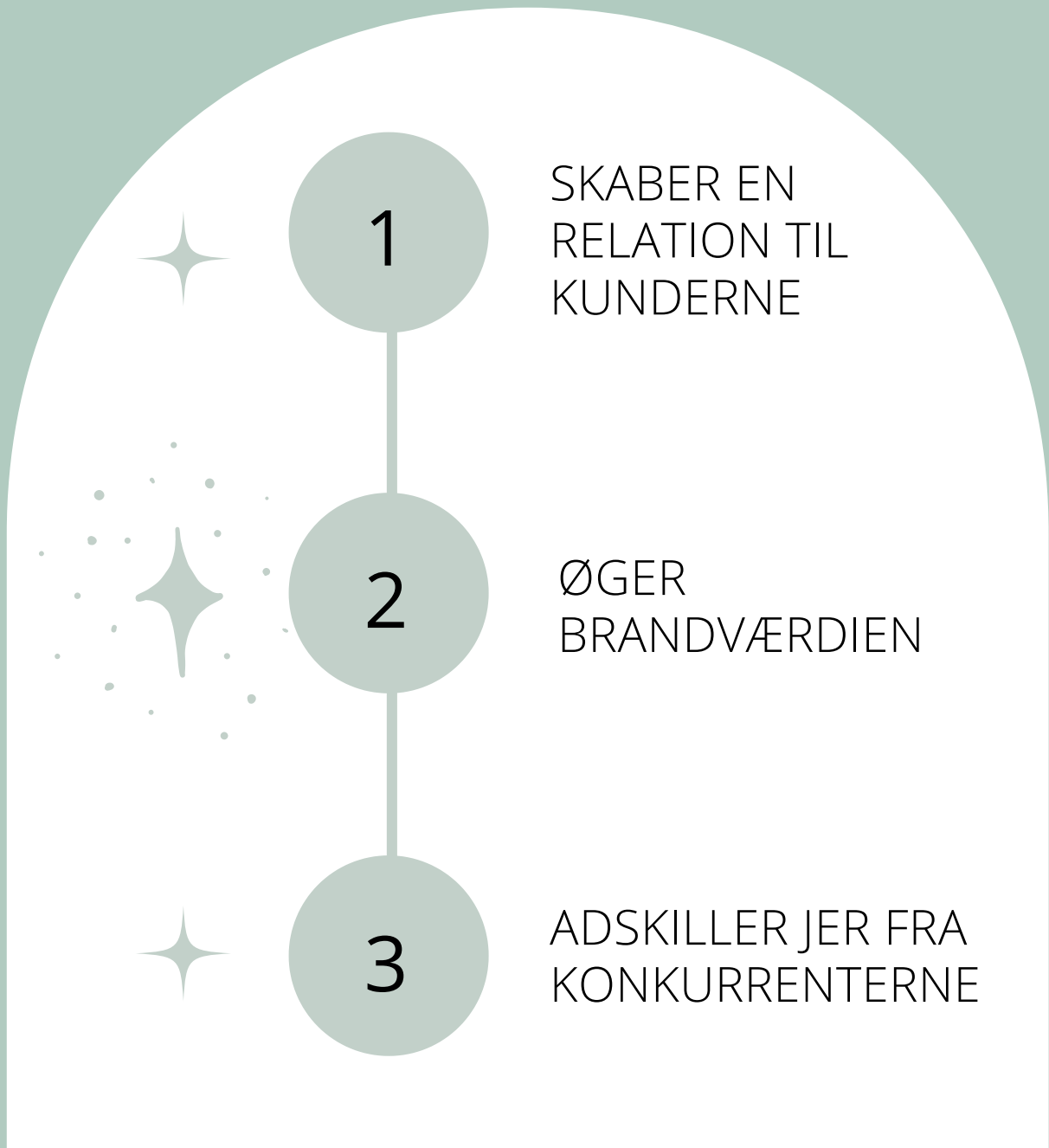


STORYTELLERS PLAYBOOK

MasterClass

STORYTELLING ER VIGTIGT FOR DIN VIRKSOMHED, FORDI DET



DET FORVANDLER JERES FØLGERE TIL JERES AMBASSADØRER, OG DERMED ER DET NØGLEN TIL JERES SALG.

DINE 8 MODULER

01 Velkommen

02 Storytelling med
brainpower

03 Vi skal træne din
storytelling muskel

04 Sådan skaber du plottet, der
fastholder din modtager

05 Kernefortællingen:
Strategisk storytelling

06 Kernefortællingen med
autenticitet, risiko og fejl

07 Kerneelementerne:
Jeres bouillonterning

08 Her er hemmeligheden bag en
Storyteller i verdensklasse



MODUL 1

VELKOMMEN

STORYTELLING
AKADEMIET[®]

Velkommen

Tillykke, du er nu et skridt tættere på at blive en eminent storyteller. Jeg er begejstret for storytelling, og jeg glæder mig til have dig med på dette forløb. Det er målrettet dig, der gerne vil arbejde intensivt med storytelling, lære at mestre de forskellige teknikker og skabe én stærk fortælling til virksomheden.

Helle Rosendahl

Jeg vil gerne hjælpe dig med at skabe en stærk kernefortælling om din virksomhed, og derfor har jeg bygget dette forløb op, så du bliver i stand til at skabe dit eget Storytelling Map målrettet din virksomhed.

Først får du en introduktion til storytelling. Du lærer, hvad der sker i hjernen, når vi fortæller historier, og du lærer elementerne, så du kan bygge spændingskurven op i dine fortællinger.

Så lærer du at anvende strategisk storytelling. Det kalder jeg det, fordi det skal gøre en forskel, der taler til hjernen og hjertet - og kan ses på bundlinjen.

STRATEGISK STORYTELLING



STORYTELLING
AKADEMIET®

til os, der spiser slikket, før filmen starter

SNYDETIPS

Det behøver ikke være svært eller kompliceret at arbejde med storytelling. Her får du tre små tricks, du kan implementere med det samme.



#1. METAFORER

Brug metaforer til at illustrere dit hovedbudskab.
Hvorfor: Fordi det, vi kan visualisere, husker vi bedre.



#2. SAMMENLIGNING

Stil eksempler op, der illustrerer din pointe.
Hvorfor: Fordi data styrker din troværdighed, men ingen kan huske tallene bagefter. De kan derimod godt huske, svarende til XX fodboldbaner, 3 gange rundt om jorden eller lign.



#3. FORTÆL EN HISTORIE

Fortæl en lille historie eller anekdote, der understreger dit budskab.
Hvorfor: Fordi hele hjernen bliver aktiveret, når vi fortæller historier. Det kan man se, når man måler hjerneaktiviteten med elektroder.

DIT STORYTELLING MAP



Her skriver du virksomhedens one-liner, der beskriver essensen af jeres fortælling i én sætning.

Her skriver du virksomhedens kernefortælling, der opsummerer essensen af jeres fortælling. Det beskriver helt kort, jeres passion, hvordan ideen opstod, og hvilken forskel I vil gøre. Det kan også indeholde jeres vision. I udvælger de nøgleelementer, der er mest centrale for jeres fortælling. Kernefortællingen kan altid foldes ud, men det er vigtigt, at essensen er kort og præcis, så alle medarbejdere kan huske den og genfortælle den.

Du kan udvælge del-fortællinger, der er relevante for jer. Det kan være stifterfortællingen om, hvordan virksomheden startede.

Det kan være en fortælling om en udfordring, virksomheden har været igennem. Det kaldes risiko-fortællingen.

Eller det kan være en fortælling med afsæt i, hvordan kunderne anvender produktet. Det kaldes kundefortællingen.

Fundamentet udgøres af jeres strategiske valg. Hvad er I, og hvad er I ikke?