

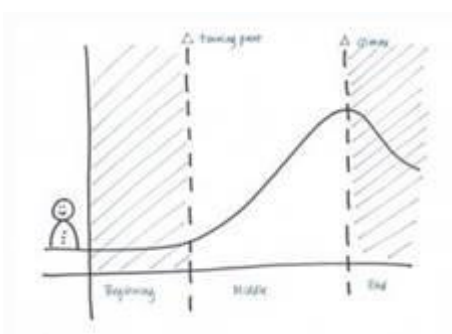
### Enkele tips om in te zetten tijdens je kennismaking met het mkb

- Wat is informatie die een mkb'er nodig heeft om een vertrouwensrelatie met jou op te bouwen?
- Durf je verhaal persoonlijk te maken! 'Als kind werd ik al gedreven door... Ik verwonder mij over...'
- Test je verhaal op anderen: hoe voelen zij zich na dit verhaal, wat willen ze nog meer over je weten?
- Ga samen met je (toekomstige) partner op zoek naar toegevoegde waarde van samenwerking: hoe kunnen we bij een gezamenlijk doel komen? Laat daarbij ook de mijlpalen zien hoe je daar eventueel zou kunnen komen, zodat de ander ook snapt welke stappen hij of zij kan verwachten.

### Enkele tips om je propositie aantrekkelijk te communiceren via een storytelling structuur

#### Structuur van verhaal

- Een verhaal heeft een begin, midden en eind.
- Er is altijd een held: de hoofdrolspeler van je verhaal. Er zit een gat tussen wat de held nu kan/waar hij staat en waar hij graag zou willen staan (einddoel). Hij moet vaak nog iets leren om bij het einddoel te komen.
- Deze held maakt vaak dus een interne of externe transformatie door. Bijvoorbeeld: de transformatie van een mkb'er die zoekende is naar iemand die de toekomst aan kan of de transformatie van student naar collega in het team.
- De structuur van je verhaal kun je tekenen aan de hand van onderstaand plaatje:



- Toelichting hierbij:  
De held heeft in het verhaal een aha moment/spanning, wat leidt tot de climax (transformatie) van de held. Denk dus na over:
  - o de startsituatie van je held (hier begint je verhaal);
  - o het doel waar je held naartoe wil werken;
  - o welke actie/gebeurtenis bij je held zorgt voor een omslagpunt richting dat doel (waarschijnlijk is dat de oplossing van jouw pps);
  - o de interne of externe transformatie van de held in jouw pps-verhaal.
- Het helpt om op deze gestructureerde, maar simpele manier over je verhaal na te denken. Immers: zonder een duidelijk model wordt het net als koekjes bakken zonder recept: het lukt wel maar duurt lang om écht lekker te worden.

#### Eén perspectief per verhaallijn

- De held die je kiest, bepaalt het perspectief van je verhaal.  
Denk maar aan de verhalen van JK Rowling over Harry Potter. Als in dit verhaal Malfidus en niet Harry Potter de held zou zijn, zou het verhaal compleet anders op ons overkomen.

- Zorg dat je perspectief (en dus held) aansluit bij de belevingswereld van je publiek. Het kan helpen om na te denken over de vraag: welke 'helden' spreken mijn publiek aan? (Bijv. een werknemer, de werkgever, hr-medewerker, branchevereniging, de student etc.).
- Het komt vaak voor dat mensen er bij het vertellen van een verhaal vooral boven blijven hangen. Daarmee behandel je alle mogelijke perspectieven en helden (bijv. onderwijs, bedrijfsleven, overheid) én blijf je in algemeenheden.
- Houd je liever per verhaallijn aan één gekozen perspectief (dus wissel niet tussen het perspectief van de mkb'er en de student).
- Voor meer 'commerciële'/verkopende doeleinden geldt: Het werkt het allerbeste als je van je klant de held kunt maken.

En verder:

- Vertel niet alleen het resultaat/einddoel, maar ook de reis, of anders gezegd: het proces naar het einddoel. Ook obstakels en hoe deze zijn overkomen, zullen de luisteraar/lezer boeien.
- Maar houd ook focus: keuzes maken dus! Dus alleen datgene vertellen wat bijdraagt aan de kernboodschap.
- En onthoud: wat je doelgroep wilt weten, is belangrijker dan wat jij graag wil vertellen.
- De beste verhalen zijn universeel – Vertel iets waarin mensen zich kunnen herkennen (qua ervaringen, emoties, dilemma's).
- Show, don't tell. Gebruik verbeeldende taal, metaforen, laat het zien (maak het visueel).

### Meer lezen?

Kijk naar onderstaande blogs:

- Story Craft Methode basis: [The Story Diagram at the Core of the StoryCraft Method](#)
- Meer over het sort details die je verhaal wél interessant maken [3 ways to find the details that make your story lively](#)

Deze boeken zijn aanraders:

- Building a Story Brand – Donald Miller
- The Writers Journey - Christopher Vogler