

No Story No Glory

24.11.2015

Verhalen en issues als aanjagers van Verbindend Ondernemen

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

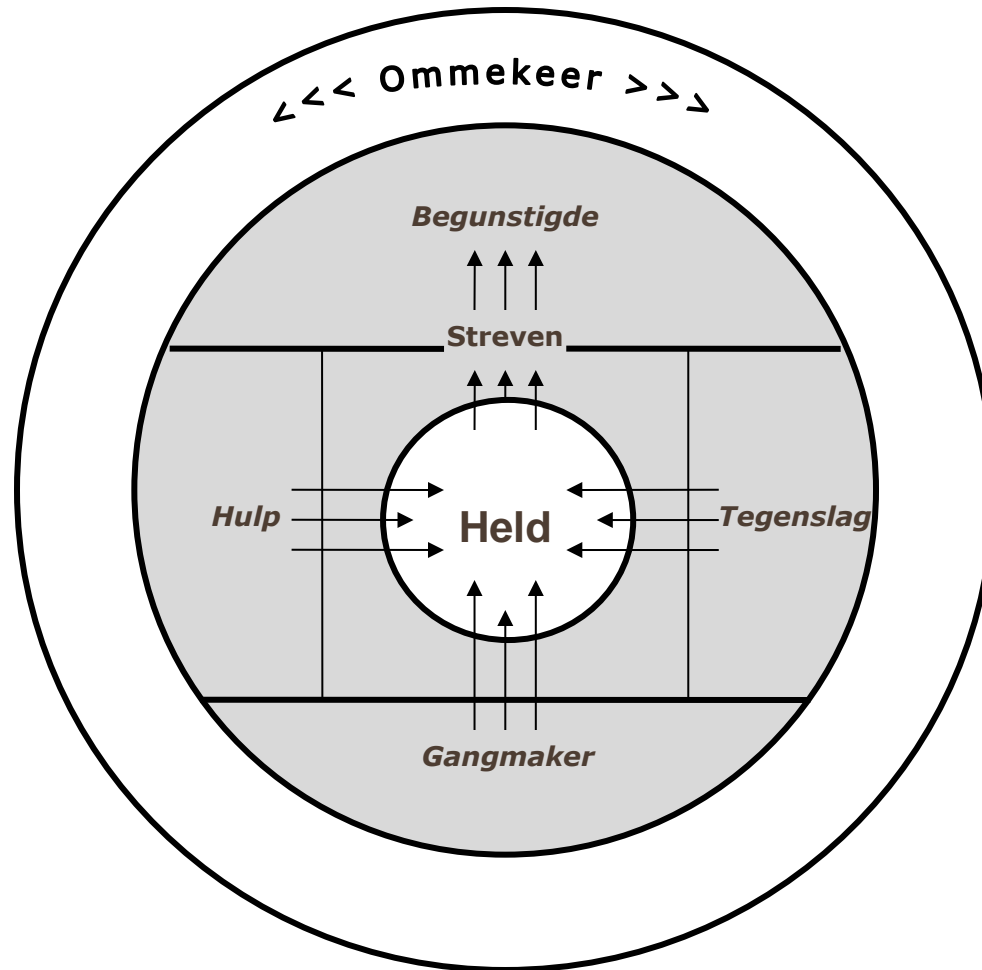
Betrokken deelnemer

***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 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**

Het verhaal als moment

- Waar was het, wanneer was het, hoe laat was het?
- Waarom was je daar?
- Met wie was je daar?

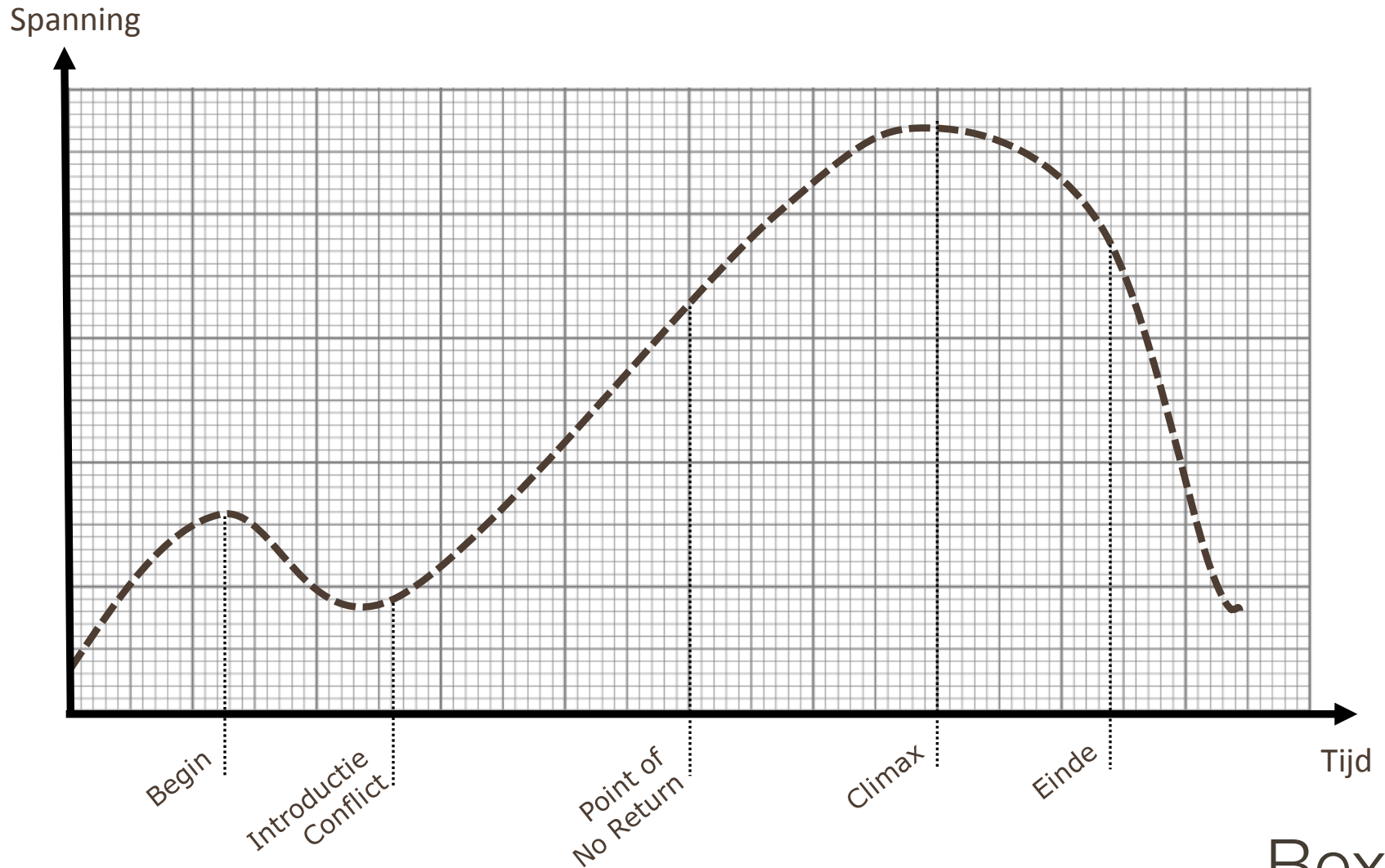
- **Wat gebeurde er?**
- **Hoe reageerde je?**
- **Hoe liep het af?**

- Wat heb je ervan geleerd?

Spanning

- Spelen met verschil in kennis/ervaring tussen verteller, hoofdpersoon en lezer/kijker/toehoorder
- Mensen worden graag in spanning gehouden, mits die goed wordt opgebouwd en uiteindelijk ook wordt ingelost

Spanningsopbouw



Storyboard

1. Begin; het neerzetten van de situatie
2. Introductie van verandering die leidt tot ommekeer
3. Escalatie; de held kan niet meer terug
4. Climax: confrontatie van held met conflict
5. Einde: afloop van het verhaal

Vertellen is spreken in de fantasie van jouw publiek.

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**

Geniet van het vertellen

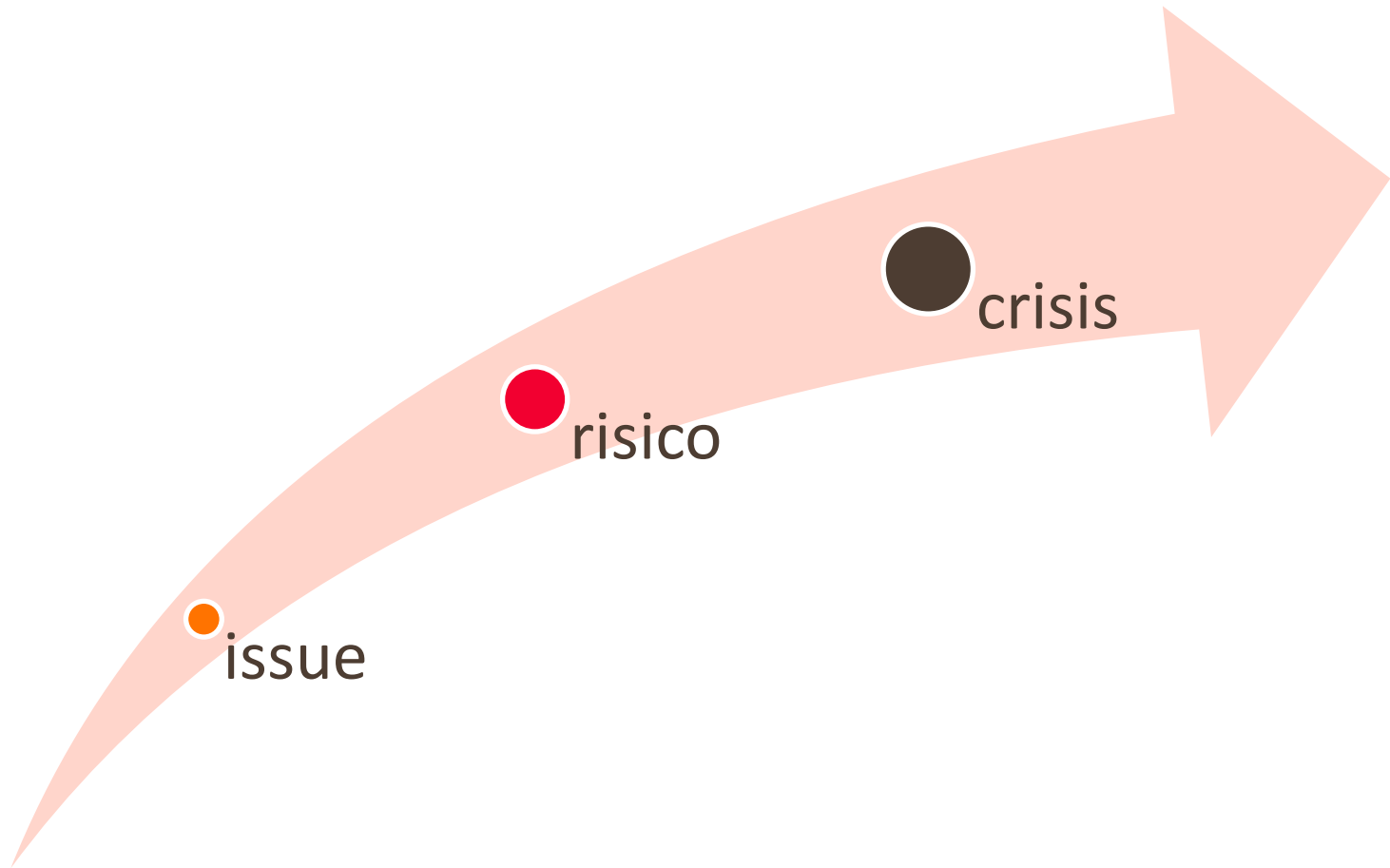
- **Skip** intro
- **Speel** met wat je weet
- **Vertraag** waar het kan
- **Vergroot** uit waar het moet
- **Finish** als een echte atleet

Do's & dont's storytelling

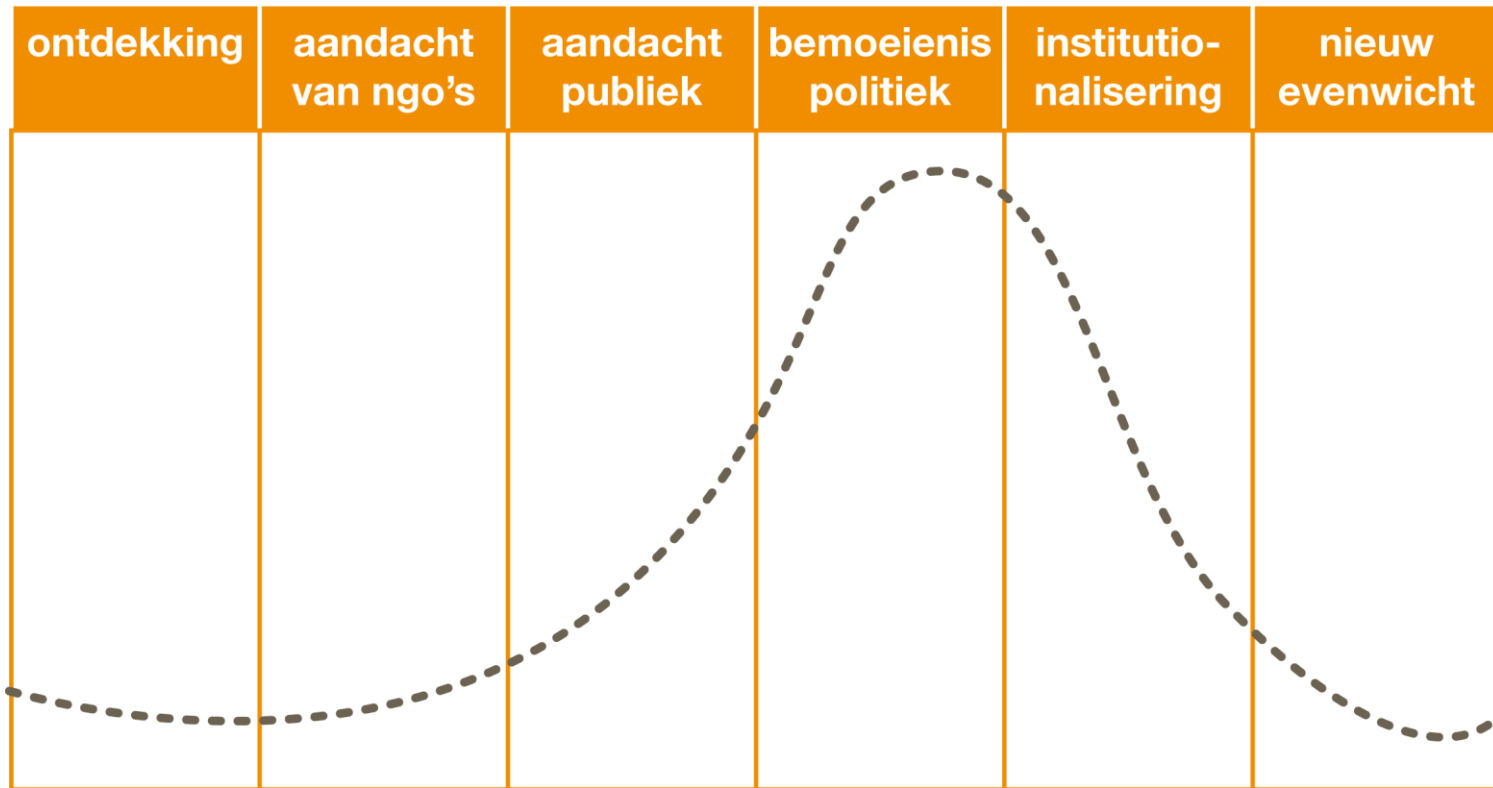
1. Geef de **held** een duidelijk **streven** mee
2. Zorg voor een **conflict** dat ertoe doet
3. Geef jouw verhalen een **eigen draai**
4. Zorg voor de nodige **spanning**
5. **Vermijd** organisatietaal en businessmetaforiek
6. **Vermijd** uitleg en beschouwing
7. Train jouw **verhalenmachine**
8. **Zie** het voor je, **stap** erin

Issuemanagement zelfst. naamw. Het vroegtijdig herkennen van relevante issues voor de sector en er zodanig op inspelen dat ze kansen opleveren of geen bedreiging vormen.

Van issue naar crisis?



Issuelifecycle



invloed op issue

ontwikkeling van issue

management fase:
kansen

reactieve fase:
beperken schade

Reactief versus proactief

Informeren

- Vast
- Objectief
- Direct
- Abstract
- Analytisch

Kritisch beschouwer

Vertellen

- Vaag
- Subjectief
- Indirect
- Levend
- Verbeeldend

Betrokken deelnemer

Do's & dont's

- Onderken de issues die spelen
- Vertel altijd vanuit het eigen verhaal van de sector
- Gebruik zoveel mogelijk het verhaal om issues die opkomen als kans neer te zetten
- Op het moment dat een issue in de reactieve fase is: informeren
 - Wees helder, duidelijk en eerlijk
 - Loop niet weg voor jouw verantwoordelijkheid
 - Probeer er een ander (positief) issue tegenover te zetten

