

7 tips van de deelnemers van onze opleiding

7 juni 2019 7 juni 2019 Rudy Pieters

De tweede opleiding *Storytelling voor social profit en overheid* van dit jaar zit erop (dit najaar komt er nog een derde). We vroegen de deelnemers op het eind zelf elk een tip te geven voor organisaties die met storytelling aan de slag willen gaan. Dit zijn hun 7 tips.



1. Storytelling begint bij authenticiteit

Vertel een authentiek verhaal. Hang het op aan één concrete persoon, een mens van vlees en bloed die een herkenbaar probleem moet zien op te lossen. Verzin geen held. Collega's, vrijwilligers, je publiek: je organisatie zit vol van de authentieke verhalen.

2. Vertel 1 verhaal tegelijk

Je publiek zal je verhaal alleen volgen als dat verhaal helder is, als de held één duidelijk doel voor ogen heeft, als dat doel de oplossing van één duidelijk probleem is. Een verhaal waarbij de held meerdere problemen tegelijk moet zien op te lossen (geen geld, geen tijd, geen kennis ...), wordt al snel onduidelijk. Het gaat verschillende richtingen uit en dan haakt je publiek nog voor het einde af.

3. Niet je organisatie is de held

Via verhalen zet je je organisatie in de kijker, maar het is niet de bedoeling van je organisatie de held te maken, anders krijg je promotie die vermomd is als een verhaal, en dan voelt je publiek zich bekocht. Je held is een gewoon persoon die een probleem wil oplossen. Hij wil zijn woning energiezuiniger maken bijvoorbeeld. Jouw organisatie kan daarvoor de oplossing hebben, de [Woningpas](#) van de Vlaamse overheid, maar het is nog altijd de held die het initiatief moet nemen. De held lost zelf het probleem op, maar met jouw hulp – een belangrijke nuance.

4. Storytelling in plaats van tips

Je hebt veel expertise in je domein en kunt je publiek dus veel tips geven, bijvoorbeeld over studeren in Brussel. Maar je kunt die tips ook als verhalen verpakken, verhalen van studenten die iets bijzonders hebben meegemaakt op een bepaalde plaats in Brussel. Tips kun je overal vinden, verhalen zijn uniek.

5. Toon wat je achter de schermen doet

Zeker online kun je veel verhalen over je eigen organisatie vertellen: over je ontstaan, je evolutie, je succesvolle projecten. Ook over wat je vandaag doet, de projecten die je nu aan het realiseren bent, kun je veel vertellen. Sociale media zijn de ideale kanalen voor deze *making of*-verhalen achter de schermen.

6. Vergeet de schurk niet

Een verhaal begint altijd bij een held, een mens van vlees en bloed. Maar die zal de aandacht van het publiek pas trekken (en vasthouden) als die met een probleem geconfronteerd wordt. Een goede held kan niet zonder een schurk.

7. Het obstakel hoeft niet altijd expliciet

In storytelling voor onze organisatie is de schurk natuurlijk meestal geen echte mens; die vind je vooral in films en romans. In onze verhalen is de schurk een abstracter obstakel: de held heeft te weinig geld, wordt ziek, mist de juiste informatie. Dat obstakel hoeft niet altijd expliciet genoemd te worden. Als [Jolien](#), kotstudent in Brussel, vertelt dat ze ook in Antwerpen en Leuven op kot heeft gezeten maar dat ze Brussel het leukst vindt omdat "je nooit weet echt weet, als je de hoek om draait, wat je gaat tegenkomen", dan geeft ze impliciet haar obstakel aan: Antwerpen en Leuven waren haar te voorspelbaar.

Met dank aan Merijn Van den Eede, Katrijn Devlaminck, Liesbet Corthout, Zeno Demaerschalk, Peter Van Eetvelde, Stijn Wastyn, Judith Spillemaeckers en Tessa Delbeke.

Wil je zelf de opleiding *Storytelling voor social profit en overheid* volgen? Alle informatie vind je bij [Verhalenmakers](#).