

Inhoud

Inleiding	11	
DEEL 1	ORIËNTEREN OP VERHALEN	15
1	Storytelling: de basis	17
1.1	Waarom storytelling?	17
1.2	Vijf basisingrediënten voor storytelling	18
1.2.1	Communiceer vanuit de <i>why</i>	19
1.2.2	Zorg voor een goede verhaallijn	19
1.2.3	Vertel over tegenslagen en dilemma's	20
1.2.4	Schrijf vanuit karakters	20
1.2.5	Communiceer het verhaal met de juiste middelen	20
2	Vijf soorten bedrijfsverhalen	23
2.1	Ontstaans- en achtergrondverhalen	23
2.2	Geschiedenisverhalen	30
2.3	Klantverhalen	35
2.4	Medewerkersverhalen	37
2.5	Toekomstverhalen	40
DEEL 2	ONDERZOEK	43
3	Doel, doelgroep, verhaaltipe en middelen	45
3.1	Communicatiedoelstelling	46
3.2	Doelgroep	48
3.3	Verhaaltipe	50
3.4	Middelen en meetbaarheid	54
4	Het vangen van verhalen	57
4.1	Bureauonderzoek: sociale media en (bedrijfs)archieven	57
4.1.1	Online onderzoek: de kracht van sociale media	58
4.1.2	Offline onderzoek: archieven en beleidsstukken	59

4.2	Veldonderzoek: anekdotes, verhalen en ervaringen	60
4.2.1	Gespreksvoorbereiding: doel en gesprekspartner(s)	60
4.2.2	Gesprekken voeren	61
5	Tone of voice	65
5.1	Stem de taal van het merk af op de organisatie	66
5.2	Tone of voice in de praktijk	67
DEEL 3	KARAKTERS EN PLOT	73
6	Karakters en karakterontwikkeling	75
6.1	Karakterontwikkeling	76
6.1.1	Levenschte karakters	76
6.1.2	Goede karakters roepen emotie op	77
6.2	Karakters in vogelvlucht	79
6.2.1	De hoofdpersoon, protagonist of held(in)	80
6.2.2	Mentor	80
6.2.3	Sidekick of bondgenoot	81
7	De monomythe: de reis van de held(in)	83
7.1	Eerste akte: de held(in) in het leven van alledag	85
7.1.1	Proloog	85
7.1.2	De oproep tot avontuur	87
7.1.3	Weerstand en weigering	88
7.1.4	Ontmoeting met de mentor	89
7.2	Tweede akte: op reis met de held(in)	92
7.2.1	De selectiedrempel	92
7.2.2	Uitdagingen, vrienden en vijanden	92
7.2.3	De zwaarste beproeving en de weg ernaartoe	94
7.3	Derde akte: terugkeer	98
7.3.1	De beloning	98
7.3.2	De terugreis	99
7.3.3	Dood en wederopstanding	99
7.3.4	Het elixer	100
8	Zeven basisstructuren	103
8.1	De monsterplot	103
8.2	De Assepoesterplot – van vodden tot rijkdom	107
8.3	De queeste	109

8.4	De reis en terugkeer	112
8.5	De komedie	114
8.6	De tragedie	117
8.7	De wedergeboorte	118
DEEL 4	STORYTELLING VOOR ONLINE EN OFFLINE MEDIA	123
9	Storytelling voor online en offline media	125
9.1	Longreads	126
9.2	Blogs	128
9.3	Sociale media	130
9.3.1	Verleng de kijktijd	131
9.3.2	Betrek je volgers	131
9.4	Casus: Oldtimers	132
9.5	Casus: Six minute stories van Zorg en Zekerheid	135
DEEL 5	REVISEREN	139
10	Herschrijven in revisierondes	141
10.1	Revisieronde 1: het verhaal verbeteren	141
10.1.1	Karakters	142
10.1.2	Plot	143
10.1.3	Structuur	144
10.2	Revisieronde 2: de schrijfstijl verbeteren	146
10.2.1	Stijl	146
10.2.2	Zinsbouw	147
10.2.3	Woordgebruik	149
10.3	Revisieronde 3: de puntjes op de i	150
10.3.1	Spelling	151
10.3.2	Leestekens	157
10.4	Revisieronde 4: feedback vragen	162
	Literatuur	165
	Register	169
	Over de auteur	175