

Storytelling - enkla tips

Använd den här enkla men effektiva modellen för att bli bättre på storytelling.



Pia Lanneberg

Expert inom kommunikation, ledarskap och varumärkesarbete

Tänk på din erfarenhet i form av en berättelse. Fundera över vad du vill att folk ska veta. Vilka historier skulle du vilja att andra berättade om dig? Med hjälp av berättandet kan du stärka ditt varumärke. Kom ihåg att dina historier ska vara korta, sanna och relevanta för de som lyssnar. Det är lika viktigt att fundera över vad du inte berättar som vad du berättar.

Några bra rubriker kan vara:

Den röda tråden i mitt liv

Redan som liten ... Jag har alltid ... Något som har följt mig genom hela livet är ...

Vändpunkter i mitt liv

Vilka händelser i ditt liv har varit viktiga vändpunkter? Du kanske har slagit in på en annan väg i livet, lärt dig något nytt som fått avgörande betydelse för dig, haft ett möte som berört dig på ett sätt som aldrig tidigare.

Lärdomar

Tänk på ett tillfälle då det du gjorde eller var inblandad i fick negativa konsekvenser. Vad hände? Vilka var med? När var det? Vad gjorde du? Vad blev resultatet? Vad lärde du dig?

Framgångar

Saker du gjort som du är stolt över. Tänk på några projekt eller uppdrag där du bidrog på ett viktigt sätt. Vilka utmaningar mötte du? Vad gjorde du? Vad blev resultatet?

Fler saker som dina berättelser kan handla om:

- Genidrag, nytänkande och strålande idéer
- Mod - dilemman och vägval
- Omtanke - lyhördhet att förstå situationen
- Kulturmöten - missförstånd eller samförstånd över gränserna
- Kundvård, lära av kunden
- Ledarskapsfilosofi
- Tydliggöra värderingarna- Vision, mission. Varför du gör det du gör.

Du kan använda historier i ditt cv eller din biografi/konsultprofil, på företagets hemsida, på LinkedIn, och i andra digitala kanaler. Men också när du presenterar dig själv i olika sammanhang och ska berätta för andra vad du gör och varför du gör det. En historia kan byggas upp i fyra steg genom att till exempel använda akronymen **STAR**:

1 **Situation:** Här sätter du scenen och berättar till exempel när det hände, vilka som var inblandade och var händelsen utspelades sig.

2 **Task:** Vilken var utmaningen, problemet, uppgiften eller dilemmat (om det fanns något)? Allt behöver inte besvaras, bara det som är relevant för historien.

3 **Activity:** Vad hände och vad gjorde du? Berätta kortfattat. För mycket riskerar att göra historien tråkig och mottagaren tappar intresset.

Result: Vad ledde det till? Vad blev resultatet?

Kom ihåg! Ha klart för dig vad du vill med just den här berättelsen. Måla i stora penseldrag och fokusera på händelsen. Skippa fakta och detaljer som är svåra att minnas och beskriv känslor som andra kan känna igen sig i. Använd ett enkelt språk. Träna på att berätta dem på ett ledigt sätt.

Lanneberg Bexelius är ett konsult- och utbildningsföretag som hjälper människor att bli välkända och uppskattade profiler inom sitt område - vi skapar framgång genom att profilera och positionera människor inom yrkeslivet.

KONTAKT

Lanneberg Bexelius AB
Epicenter
Mäster Samuelsgatan 36
111 57 Stockholm

Pia Lanneberg
pia@lannebergbexelius.se
+46 708 995 508

Kristina Bexelius
kristina@lannebergbexelius.se
+46 735 186 163