

# 14 TIPS OM EEN GOED VERHAAL TE VERTELLEN

## *Keep it simple*

### OVERLAAD JE VERHAAL NIET MET NUTTELOZE DETAILS

1

Zorg dat je kernboodschap niet naar de achtergrond verdwijnt door nutteloze details toe te voegen.

Concrete details, details waarbij je klanten zich iets kunnen voorstellen, zijn wel handig want die zorgen ervoor dat ze je verhaal gemakkelijker onthouden.

### ZORG DAT JE VERHAAL COMPACT IS

Vermijd ellenlange zinnen, opsommingen en beschrijvingen.

2

### KIES ÉÉN DUIDELIJKE FOCUS

3

Vertel je een verhaal om klanten te entertainen, om informatie of kennis door te geven of om je klanten te overtuigen...? Kies slechts één focus en bouw je verhaal op basis daarvan op.

Maak bijvoorbeeld verschillende verhaaltjes rond je studiereis: vertel een grappige anekdote, toon een korte fotoreportage van het hotel en beschrijf die leuke activiteit. Steek dit niet allemaal in één verhaal.

## *Gebruik een gepaste schrijfstijl*

### SCHRIJF NIET TE FORMEEL OF TE SERIEUS

Het gebruik van 'je' of 'jij' is bijvoorbeeld een goed idee. Het is tegenwoordig heel gebruikelijk en zeker niet onbeleefd om in de 'je' vorm te schrijven, zeker als je een verhaal vertelt. Door 'u' te gebruiken creëer je net afstand, terwijl je de mensen eigenlijk wil betrekken bij je verhaal.

4

Vermijd ook vakjargon of moeilijke termen.

5

## VERMIJD PASSIEVE ZINNEN

Schrijf niet "De kathedraal werd door ons bezocht".

Maar gebruik een actieve schrijfstijl en schrijf "Wij bezochten de kathedraal".

## ZORG VOOR VARIATIE IN JE WOORDKEUZE

Een verhaal dat op deze manier verteld wordt:

"Eerst deden we dit, daarna gingen we naar daar, dan deden we dat..." is helemaal niet boeiend.

6

7

## VERMIJD BOEKENTAAL OF ARCHAÏSCHE TAAL

Woorden zoals: tevens, vooraleer, doch, desalniettemin... horen niet thuis in een verhaal.

## *Maak je verhaal boeiend*

## MAAK MENSEN NIEUWSGIERIG IN HET BEGIN

Je hebt van in het begin de aandacht van de mensen nodig. Die aandacht kan je grijpen door nieuwsgierigheid op te wekken.

Maak gebruik van een opvallende titel voor je verhaal, zorg dat mensen zich van bij het begin al een aantal vragen stellen of gebruik een teaser of blooper als opwarmertje.

8

## ZORG OOK DAT ZE NA EEN TIJDJE NOG NIEUWSGIERIG BLIJVEN

Nadat je hun aandacht te pakken krijgt, moet je die aandacht kunnen vasthouden. Doe dat door spanning op te bouwen in je verhaal. Geef bijvoorbeeld steeds kleine stukjes informatie, zodanig dat ze zich telkens nieuwe vragen stellen. Bouw cliffhangers in of onvoorspelbare plotwendingen.

9

Een verhaal vertel je meestal chronologisch (een begin, een midden en een einde). Maar je kan ook van die chronologie afwijken om spanning in te bouwen. Dat doe je bijvoorbeeld door te werken met flashbacks en een verrassend einde te voorzien.

## *Creëer betrokkenheid*

## BRENG EEN AUTHENTIEK VERHAAL

Wees oprecht en zorg dat je een verhaal brengt waar je organisatie echt voor staat. Durf vanuit jezelf te spreken en vermijd dat het een onpersoonlijk promopraatje wordt. Op die manier creëer je verbondenheid tussen je klanten en je organisatie.

10

## DURF JE KWETSBAAR OPSTELLEN

11

Het leven is niet altijd rozengeur en maneschijn. Durf ook de mindere verhalen, verhalen over moeilijkheden of hindernissen delen. Ook dat maakt deel uit van het leven. Het vergt veel zelfvertrouwen om je zwaktes te tonen. Maar net dan toon je wie je echt bent... Dat maakt je authentiek en menselijk!

## MATCH JE VERHAAL MET DE INTERESSES VAN JE KLANTEN

Denk niet na over wat jij wil vertellen... Luister eerst naar je klanten. Wat willen zij horen? Wat zijn hun interesses? Om dit te kunnen doen moet je je klanten natuurlijk goed kennen.

Dit hangt ook samen met het soort reizen dat je verkoopt. Verkoop jij voornamelijk luxevakanties, dan zullen je klanten geïnteresseerd zijn in duurdere vakanties en moet je geen verhaal vertellen over een backpack reis.

12

## NEEM JEZELF NIET TE SERIEUS

13

Humor is niet verboden. Iedereen maakt eens iets grappigs of gênants mee. Een aap die je eten steelt of die keer dat je zeeziek werd toen je ging duiken... Durf ook zo'n verhalen te delen. Mensen houden ervan als je je blunders durft toegeven en met jezelf kan lachen. Zeker in zo'n verhalen kunnen ze zichzelf herkennen.

Grappige posts op social media doen het bijvoorbeeld altijd goed. Let wel op met ongepaste humor. Zorg dat je niet per ongeluk mensen beledigt of kwetst.

## SPEEL IN OP DE EMOTIES

Om een product niet alleen interessant, maar ook boeiend te vinden, moet het een gevoel opwekken bij de klant. Probeer dus om in te spelen op verschillende mogelijke emoties: Ontroering, sympathie, verontwaardiging, verwondering, bewondering, plezier... Beeld en geluid kunnen helpen om de emoties te versterken.

14