



NANDARU

Storytelling 1: Prezentace a business storytelling

shrnutí kurzu

seduo^{CZ}

Mgr. Pavel Wieser

Lektor kurzu

Psycholog a kouč ve společnosti Nandaru s.r.o.

Moderátor společenských eventů

wieser@nandaru.cz

www.nandaru.cz

Seznam lekcí

1. Co získáte, když použijete příběh	3
2. Ověřená šablona pro tvorbu příběhů	3
3. Jak vytvořit příběh?	4
4. Tři triky pro získání náklonnosti posluchačů	4
5. Síla kontrastů	5
6. Vedení druhých skrze příběh	6
7. Branding společnosti	6
8. Prodejte svůj osobní příběh	7
9. Jak prezentovat data	8
10. Improvizační a kreativní techniky ve storytellingu	9

1. Co získáte, když použijete příběh

Náš mozek je nastaven na rozumění světu pomocí příběhů.

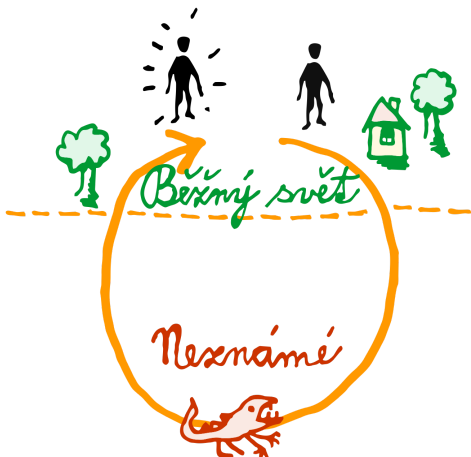
Když použijete příběh, získáte:

- **Pozornost posluchačů** - efekt, který popsala B.Zeigarníková říká, že naši pozornost přitahují nedokončené věci, tedy také rozvyprávěné příběhy.
- **Empatii a náklonnost posluchačů** - publikum se vcítí do postav v příběhu.
- **Větší přesvědčivost** - příběh dokáže vyvolávat emoce, které hrají při přesvědčování klíčovou roli.
- **Lepší zapamatovatelnost Vašeho sdělení** - Výzkum uvádí, že po 10 minutách si pamatujeme zhruba 5% informací, které byly řečeny fakticky. Když jsou informace vázány na příběh, tak si po stejné době pamatujeme 65%.

2. Ověřená šablona pro tvorbu příběhů

Každý příběh má:

1. **Začátek** - představení hlavního protagonisty, jeho snů, slabin a jeho každodenní reality. Posluchači si v této fázi vytvářejí k protagonistovi vztah, a proto je bude zajímat i další vyprávění.
2. **Střed** - Hlavní hrdina se vydává do neznáma a dostává se do konfliktu. Konflikt by se měl zdát větší, než protagonista. Když se hrdina trápí a selhává, probouzí naše sympatie.
3. **Závěr** - Dojde ke změně. Buď se změní hrdina a něco nového se naučí a dozví, nebo se hrdinovi podaří změnit svět.



3. Jak vytvořit příběh?

Výchozím bodem, odkud začnete příběh tvořit pro Vás mohou být 3 věci:

- **Hlavní postava** - Co má ráda? Jakou má práci? Kdo jsou její přátelé? Koho nemá ráda? Co ji trápí? Po čem touží? Jaké má slabiny? Skrývá nějakou neřest? Co by pro ni bylo těžké? Jaký konflikt na ni v příběhu čeká...?
- **3 bodová struktura příběhu** - Viz předchozí lekce. Jednoduše si rozvrhněte, co se ve které části příběhu má stát a pak jednotlivé fáze propracujte.
- **Prostředí, ve kterém se má příběh odehrávat** - Odehrává se příběh ve firmě, na táboře, u moře, nebo snad v Japonsku? Co se v takovém prostředí dělá, a co se nesmí dělat? Kdo se tam může vyskytovat? Jaké zvyky se dodržují...?

4. Tři triky pro získání náklonnosti posluchačů

Storytelling nabízí mnoho technik, jak udělat vyprávění zajímavější. Jak vtáhnout posluchače do děje. Tyto techniky můžete použít i samostatně, aniž byste měli ambici převyprávět celý příběh.

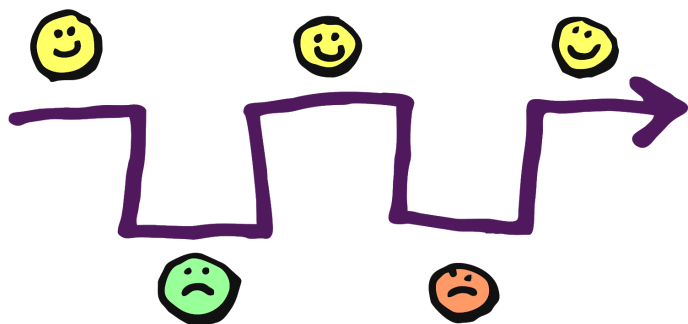
- **Představování si** - Mluvte o tom “co kdyby...”. Vyzvěte posluchače, ať si s Vámi něco představí.
- **Smyslové vjemy** - Mluvte o chutích, vůních, barvách, materiálech...
- **Zmínění osobních a společných věcí** - Najděte, co máte společného s posluchači a řekněte to.

5. Síla kontrastů

Aby vyniklo dobro, potřebujeme zlo. Aby vyniklo veselé, potřebujeme smutné. **Aby vynikly sny, potřebujeme střet s tvrdou realitou.** Kdykoliv v příběhu využijete kontrasty, zvyšujete jeho dynamiku a atraktivitu.

Použijte tyto kontrasty:

- Problém vs. řešení
- "Co je" vs. "co by mohlo být"
- Pozitivní vs. negativní emoce
- Známé vs. neznámé informace

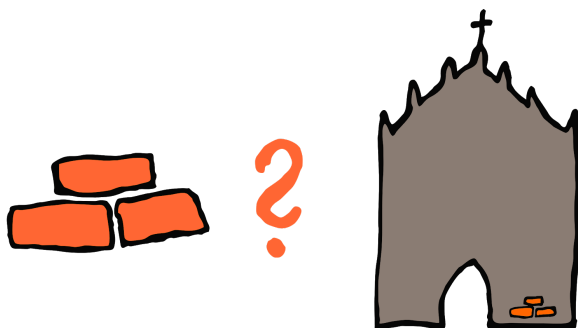


Obrázek: Střídání pozitivních a negativních emocí ve vyprávění.

6. Vedení druhých skrze příběhy

Pokud chcete druhému pomoci přestat kouřit, neříkejte mu “přestaň kouřit”. Vyprávějte mu vlastní příběh, jak jste zvládli něco těžkého, jak jste se vy zbavili zlozvyku, nebo někdo koho znáte. **Nechte příběh, aby “přestaň kouřit” řekl za vás.** Stejný princip využijete při vedení lidí.

Vyprávějte příběhy, ve kterých budou druzí hlavním hrdinou. Kromě “nosíme cihly” říkejte také “stavíme katedrálu”.



7. Branding společnosti

První tip

Odpovězte si na otázku “proč” podnikáte. **Vaším brandem není to, “co” děláte, ale “proč” to děláte.** Například Nokia nemá slogan “telefony a telco infrastruktura”, ale Nokia “connecting people”. Dvěma slovy odpovídá na to, proč existuje. Nejsou to telefony, ale spojování lidí. Skrze vaši odpověď na otázku “proč” se s vámi zákazníci mohou propojit.

Druhý tip

Napište si **příběh o založení** podle této struktury:

- Za prvé, kdo jste a čeho jste si všimli a donutilo vás to podnikat.
- Za druhé, co jste museli překonat na cestě k úspěchu a s čím ještě bojujete.
- Za třetí, kde jste dnes a za čím si stojíte.

8. Prodejte svůj osobní příběh

Popisujte konkrétní situace

Každý o sobě může říct “jsem inovativní”, ale jen někdo to dokáže podložit příběhem. Mějte připraveny krátké příběhy podle této struktury:

- Jaká byla situace
- Jak jste se chovali
- Jak to dopadlo

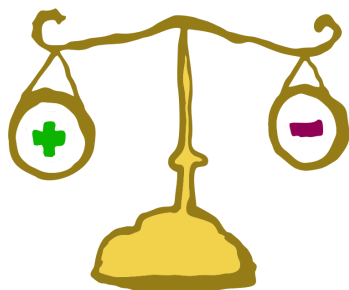
Kdy jste se něco naučili o sobě, o své práci nebo o světě?

Osobní příběhy vyvolávají emoce. Můžete skrze ně inspirovat druhé a vyvolat v nich pocit, že Vás lépe znají. Najít tyto příběhy Vám pomohou následující otázky:

- Kdy jste na něco změnili názor?
- Na co jste hrdí?
- Jaká jsou vaše selhání?
- Kdy jsem se styděl?
- Co vám život připravil těžkého?
- Kdy jste něco udělali poprvé?

Podělte se také o své chyby a prohry

Když se budete jen chválit, přestanete být z pohledu druhých autentičtí a důvěryhodní. **Mluvte také o chybách a hledejte, jaké poučení Vám přinesly.**



9. Jak prezentovat data

Stanovte si cíl rozhovoru

Myslete hlavně na diváky a na to, co chcete, aby si odnesli. Nikdy nestihnete říct všechno. Stanovte si jednoduchý a jasný cíl a jemu svou prezentaci podříďte.

Najděte příběhy ukryté za daty

- **Porovnávejte** - Chcete-li např. vyzdvihnout velikost nějakého čísla, postavte ho do kontrastu s menším číslem
- **Dávejte příklady**
- **Používejte metafory**
- **Řekněte ilustrativní příběh fiktivního zákazníka, uživatele, zaměstnance**
- **Připojte Váš příběh** - Co je pro Vás zajímavé? Jak jste data získali? Které náročné situace se ukrývají za daty?



10. Improvizační a kreativní techniky ve storytellingu

Cvičení “Možné cesty”

Popište, kde vy nebo vaše společnost právě jste. Přeskočte prostřední fázi a popište s odvahou, kde byste chtěli být. Potom se vraťte k prostřední fázi a vymýšlejte různé příběhy, různé události, akce a všechno, co mohlo předcházet tomu, než jste se dostali k vytyčenému cíli. **Rozšířte si možnosti řešení a odblokujete se**, pokud jste byli zaseklí na jednom místě.

Cvičení “Smysly, akce, emoce”

Pust'te se do vyprávění jakéhokoliv příběhu a požádejte druhého člověka, aby vám každých 10 až 30 vteřin řekl jedno z těchto tří slov: **Smysly, akce a emoce**.

- Pokud vám řekne “**smysly**”, zaměřte se ve vašem vyprávění na popis smyslových vjemů. Co je vidět? Co je cítit? Co je slyšet?
- Pokud řekne “**akce**”, zaměřte se na posun v ději. Kdo co dělá? Co se stalo?
- Pokud řekne “**emoce**”, nemusíte dělat nic jiného, než říct, jak se cítí postavy v příběhu a jaká je atmosféra.

Časem si sami zvyknete na přepínání mezi těmito různými polohami vyprávění a **váš storytelling se stane přirozeně dynamičtějším**.

Cvičení “Příběhy z obrázků”

Podívejte se na náhodný obrázek a začněte podle něj vyprávět příběh. Po chvíli se podívejte na další obrázek a zahrňte ho do vyprávění. Cvičení Vás naučí **pohotově vytvářet příběhy z dostupných informací**.

Vyzkoušejte aplikaci **Story Cards**, která vám sama bude ukazovat obrázky:

https://play.google.com/store/apps/details?id=pozuelog.com.storycards&hl=en_US

