

КОНСПЕКТ

Сторителлинг — инструмент,
который увлекает, впечатляет и
продает: в жизни и на работе

ГОЛОС МОЖЕТ 7.0

Сторителлинг — инструмент, который увлекает, впечатляет и продает: в жизни и на работе

Конспект урока

Сторителлинг — это универсальный инструмент, который помогает «оживить» сухую информацию и может быть применен в абсолютно любой ситуации.

В сторителлинге обязательно должны быть следующие элементы:

1. Герой. В зависимости от ситуации герой может быть и одушевленным, и неодушевленным. Им можете стать вы, ваш клиент или некий объект. За героем интересно наблюдать: как он живет, в какие ситуации попадает и как из них выпутывается.

2. У героя должна быть цель, к которой он идет. В зависимости от ситуации вы будете ставить разные цели. Так у героя появляется точка «Б», в которую он должен попасть.

3. Препятствия, которые встречаются на пути к цели. Это неотъемлемый элемент истории! Препятствия могут быть внутренними (сомнения, страх, синдром самозванца) и внешними (система, структура, время, в котором вы живете). Именно преодоление препятствий становится ключевым моментом сторителлинга. Потому что здесь зритель максимально вовлекается, ставит себя на место героя и думает о том, как бы он решил эту задачу.

4. Преодоление препятствия. Герой непременно должен совершать какие-то действия, принимать важные решения, чтобы выйти из сложной ситуации.

5. Трансформация. После того как герой сделал то, чего не делал раньше, он приобретает новые навыки, новые качества, новый взгляд на себя, на мир, на ситуацию. И он в точке «Б» кардинально отличается от себя же в точке «А». Преодолевая препятствия, он становится умнее, сильнее, экспертнее и в конечном счете получает желаемое.

6. Мораль, которую герой вынес для себя и транслирует аудитории. Самое важное — довести до финала и рассказать, чему же эта история вас научила, что вы поняли благодаря ей и с какой идеей вы отпускаете человека.

В описательной части каждого действия важно рассказывать, что чувствовали вы и главный герой. Когда вы описываете каждое из своих чувств, когда передаете свой сенсорный опыт, слушатель ставит себя на ваше место и становится полноправным участником событий. Без этого история не получится и магии не случится.

Мы привыкли делиться тем, что сработало, что получилось. Истории неудач и поражений обычно остаются за кадром, и складывается впечатление, что спикер идеален. Но истории провала гораздо более ценны: вы показываете людям, что даже в сложной ситуации вы можете решить эту задачу.

Отождествляя себя с вами, человек понимает: вы тоже ошиблись, вы не идеальны, но у вас получилось несмотря на кучу ошибок. А значит – получится и у него!

Сторителлинг — это потрясающий способ для того, чтобы привлечь и вовлечь аудиторию. История может продавать. Именно в формате сторителлинга вы можете задавать вопросы, не быть скучным и занудным, использовать простую лексику и максимально сблизиться с аудиторией. Помните: история пойдет гораздо лучше, чем сухие факты. Главное, она должна заинтересовать человека, прикоснуться к его переживаниям и быть для него актуальной.