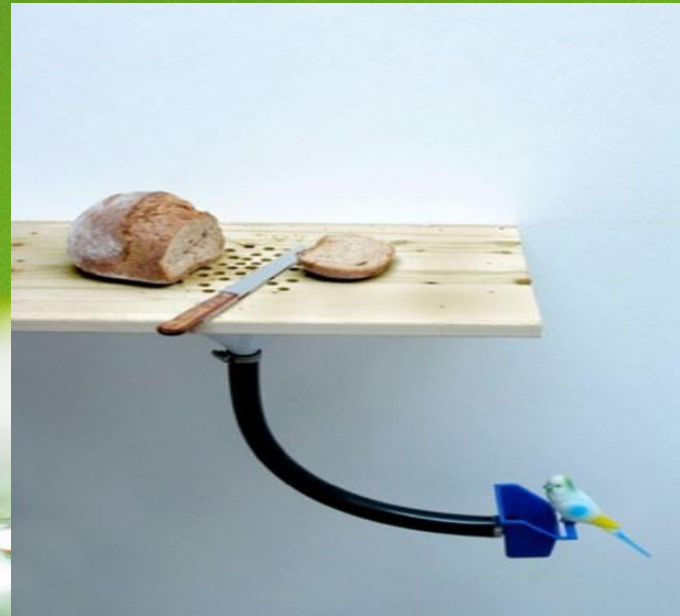


Doen is 't nieuwe (om)denken

Work Shop Ondernemend Omdenken met BoerEnNatuur



STRATEGIE & CREATIE VOOR AGRI, FOOD EN BUITENGEBIED

Gesproken Column



LSD luisteren

- **Selectief luisteren**
- **Symphatisch luisteren**
- **Empathisch luisteren**
- **Generatief luisteren**



Hard en moet
Hart en moed

Opbouw Workshop

- Energizer
 - Luisteren LSD, Belangrijkste Comm vaardigheid Gesproken Column Charlotte) 5 min
- Kennis Maken
 - NEWS intro extravert (Jung, paar mensen) 10 min
- Storytelling (Boomhut!) 5 min
- Kompasie 5 min
- Kippenvel & winnaar 5 + 10 min

Kompassie (3 P's)

- NEWS



extravert

rationeel

introvert

emotioneel

Jung



Verschillende perspectieven



Verschillende perspectieven en waarheden 6!



Verschillende perspectieven 3P

Confidence – Believe – Trust – Like

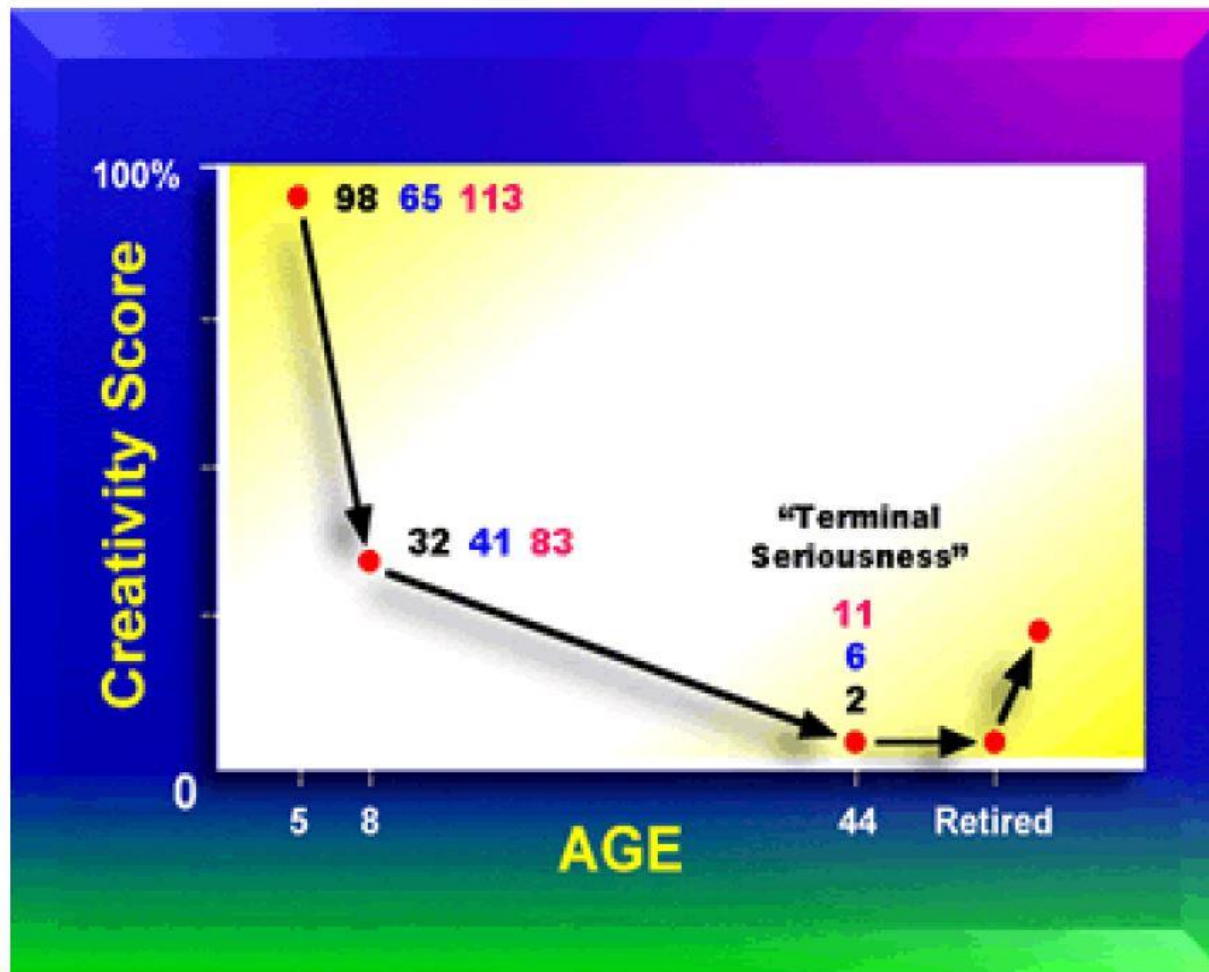


Verschillende perspectieven

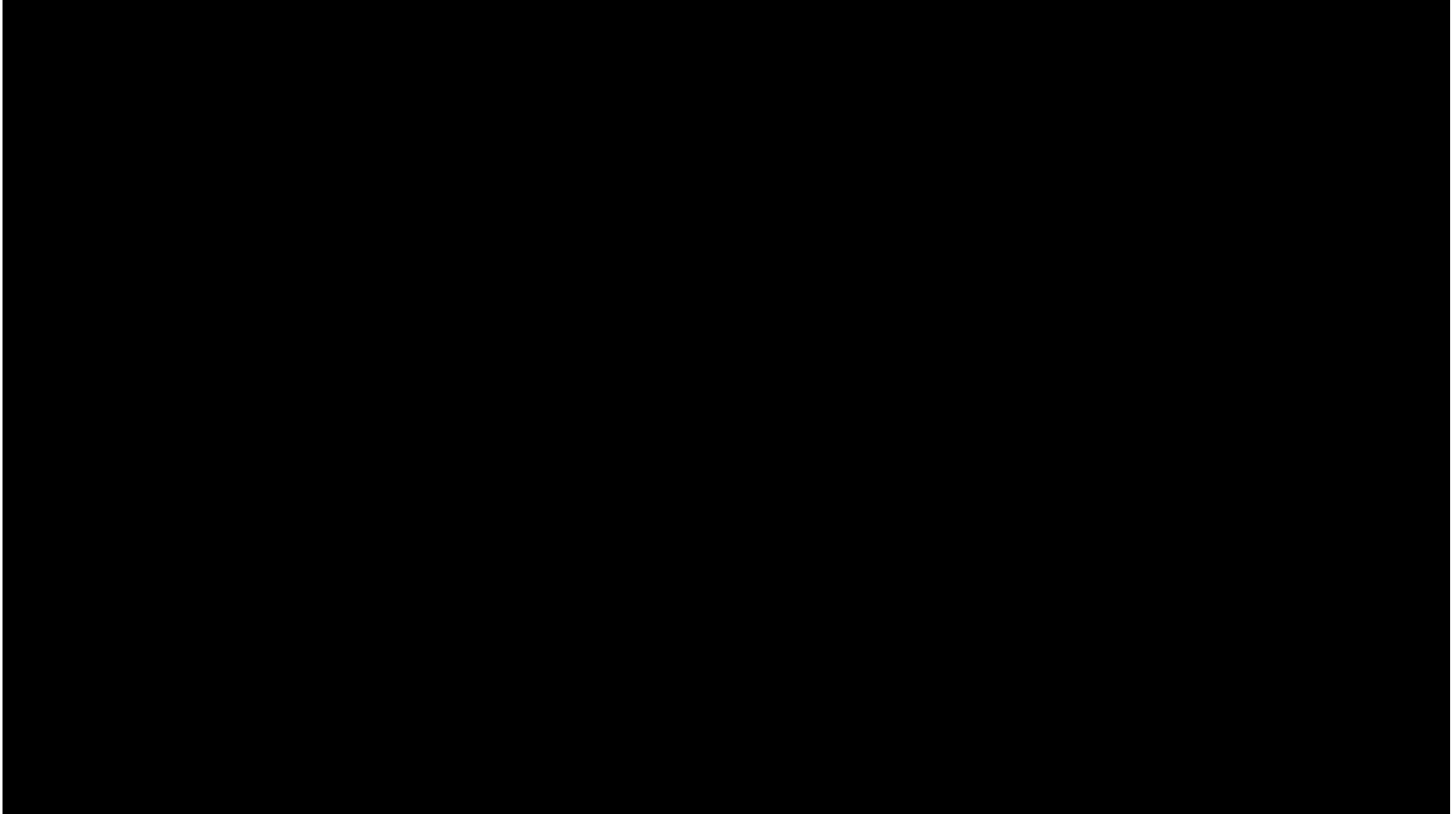


‘Doen is de creatieve manier van denken’

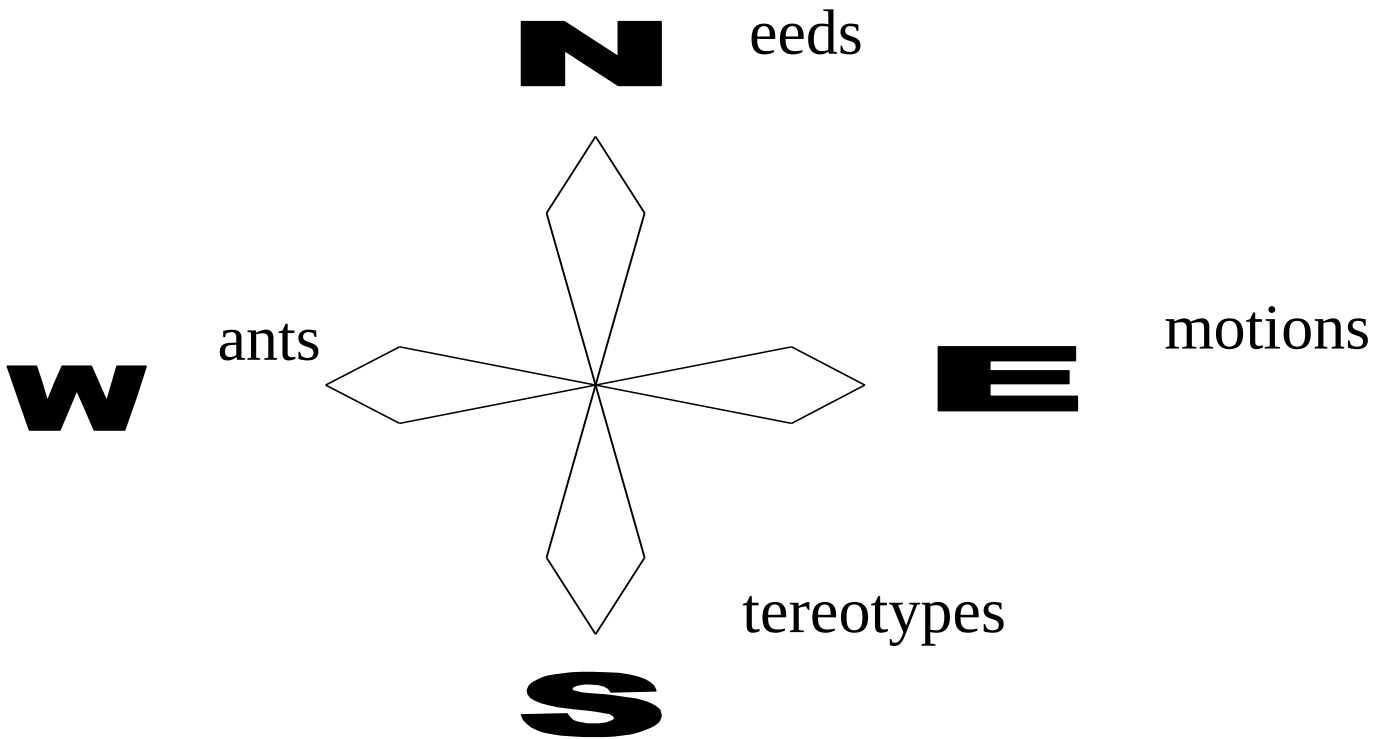
Hoe vergroten we de creativiteitsindex?



Doen is de beste manier van denken



Klantkompas



	Needs	Wants	Stereotypes	Emotions
Walt Disney Resort	•Vakantie	•Gelukkig voelen •Fijne herinneringen	•Disney is voor kinderen •Schoon •Vriendelijk •Duur	•Opgewonden bij aanvang •Moe na afloop •Spannende attracties
Verzekeringsmaatschappij	•Verzekering	•Zekerheid	•Kleine lettertjes •Hulp in nood	•Onzekerheid dekking •Opluchting bij uitkering
Vogelbescherming	• Nestbeschermers of meer weidebroedvogels	• Genieten en echt beleven van weide Vogels • Meer biodiversiteit	• Geitewollensok • Natuurfreaks • Wageningen • Links geëngageerd	• Opwinding bij nieuw soort of eerste aantoonbaar resultaat of breakthrough
Financieel Instituut	•Bank-rekening	•Financiële zekerheid •Return on investment	•Marmeren vloeren •Mannen in pakken	•Ongeduld •Spanning bij afsluiten hypotheek
Zorginstelling	•Medische Hulp	•Beter worden •Pijnloze ervaring	•Steriel •Geen privacy •Medische missers	•Angst voor onbekende •Angst voor pijn





**65% VAN DE TIJD DAT WE
INFORMEEL PRATEN,
PRATEN WE OVER WIE DEED
WAT MET WIE.***

M.A.W. STORYTELLING

**MIJN BOODSCHAP
BLIJFT NIET HANGEN**



De kracht van een storytelling. Verhalen:

- blijven hangen
- zijn groter dan feiten
- raken het **hart (hart & moed)**
- spreken tot de verbeelding → imagination!!
- zijn spiegels
- daar leer je de verteller mee kennen
- zijn makkelijker te onthouden
- worden doorverteld
- zorgen voor een robuuste reputatie
- maken een hechte organisatie

Wat maakt een verhaal een verhaal:

- Tijd/plaatsgebonden, opeenvolging van gebeurtenissen, karakters en bijvoeglijke naamwoorden in een verhaal.
- Belangrijk: houd altijd in je achterhoofd **wat de reden is dat je dit verhaal vertelt.**
- In een verhaal zit altijd iets onverwachts/verrassends waardoor de luisteraar anders naar werkelijkheid gaat kijken.
- Bedenk van tevoren wat je wil bereiken met het verhaal.
- Let ook op wat je doet met lichaamstaal tijdens storytelling:
 - authenticiteit is belangrijk, vertaal een verhaal hoe je dit altijd doet.
 - niet overdrijven in je lichaamstaal, stemgebruik, etc.

Wat het oplevert

Om successen te delen

Inspiratie

Samenhang

Boodschap blijft beter hangen
Zingeving en betekenis

Aandacht trekken

Verhalen inspireren tot actie ➔
allerbelangrijkste

Authentiek, geloofwaardig, consistent verhaal

Betere landing en lading van jouw boodschap

Grotere loyaliteit

Cultuur veranderen: andere verhalen gaan vertellen

Emotionele aantrekkingskracht

Tips

- Kies om gekozen te worden!
- Ken je publiek
- Weet wat je wilt vertellen
- Inspireer

Wees jezelf

Er zijn al zoveel
anderen

Loesje

SELL -> TELL

Klantkompas BREAK OUT SESSIE (groepjes 4 personen)

- Omschrijf met behulp van het klantkompas de Echte Want
- Maak er een verhaal van (tell your story)
- **Formuleer een gepassioneerde volzin die Charlotte en mij kippenvel geeft.**
- Kies de diepere emoties als fundament:
 - Geluk, liefde, inspiratie, kind zijn, avontuur, eigenzinnig, vrijheid, nostalgie

Pitch It en nu: **DOEN!**

TWITTER: @KoosKoosVoorU



STRATEGIE & CREATIE VOOR AGRI, FOOD EN BUITENGEBIED