

Storytelling  
op sociale media

# Storytelling in sociale media

## Woord vooraf

Copywriter Aartjan van Erkel zei het al:

*'Wie een verhaal vertelt, is in staat om emoties en ideeën rechtstreeks in het brein van zijn toehoorders te plaatsen.'*

En is dat niet net hetgene wat we willen bereiken? Als organisatie je doelpubliek overtuigen en aanzetten tot actie? Of wat meer commercieel: een bedrijf wil via verhalen potentiële klanten aan zijn merk, product, service of dienst binden.<sup>1</sup>

'Content is king' zeggen alle marketeers.<sup>2</sup> En eigenlijk is storytelling een vorm van marketing, je doelgroep maakt een connectie met zowel het aanbod als het merk.

Voor wie dieper op het onderwerp wil ingaan, in wetenschappelijke termen wordt storytelling ook wel "narrative communication" en "entertainment education" genoemd, want deze vorm van communicatie gaat uit van de kracht van verhalen om mensen te bewegen.<sup>3</sup>



<sup>1</sup> Dennis van Leeuwen, Studio Maestro

<sup>2</sup> [www.cio.com/article/3185406/marketing/7-reasons-why-content-is-still-king-in-2017.html](http://www.cio.com/article/3185406/marketing/7-reasons-why-content-is-still-king-in-2017.html)

<sup>3</sup> [www.cultuurmarketing.nl/contentmarketing-inspiratie-uit-de-culturele-sector](http://www.cultuurmarketing.nl/contentmarketing-inspiratie-uit-de-culturele-sector)

# Kanalen

Eric Goubin<sup>4</sup> vat het als volgt samen:

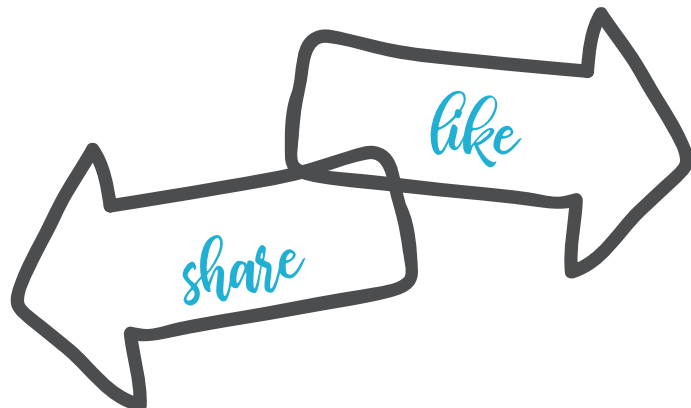
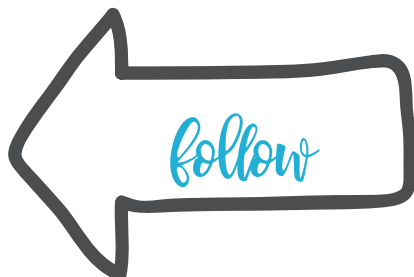
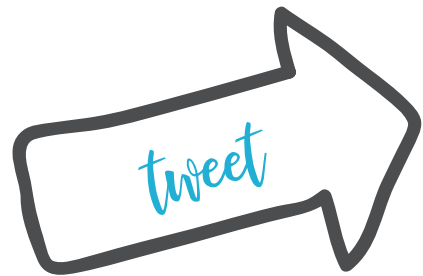
*'Met storytelling reiken we naar het hart van ons publiek.'*

Ieder sociaal medium heeft zijn eigenheden:

- Korte verhalen op Twitter
- Filmpjes op YouTube of Vimeo
- Woord en beeld op Facebook
- Vergankelijke verhalen op Snapchat
- Foto's en korte verhalen op Instagram

Storytelling beperkt zich natuurlijk niet tot sociale media: de website van je eigen organisatie of bedrijf, misschien zelfs een aparte website om je verhaal te vertellen en natuurlijk nieuwsbrieven. Idealiter leidt je verhaal op sociale media of uit je nieuwsbrief naar je website en gaat je doelgroep met jou in dialoog.

Welk kanaal je kiest, hangt natuurlijk af van je doelgroep en doelstellingen.

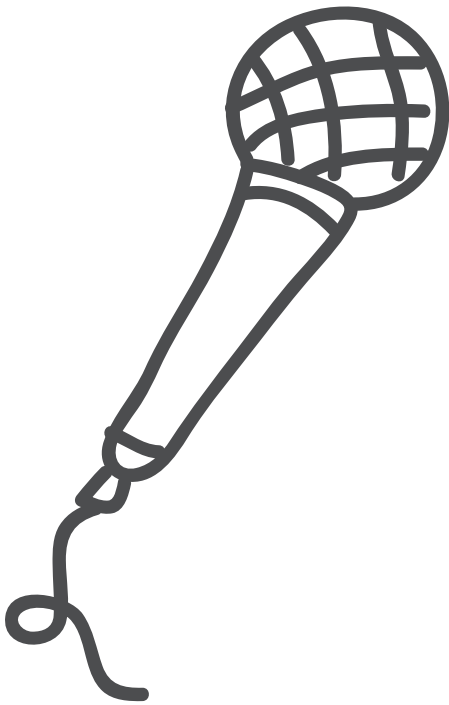


<sup>4</sup> Eric Goubin, 'Tante Mariette en haar fiets - communicatie voor overheid en socialprofit.'

# Hoe?

Storytelling kan ook over het bedrijf gaan, weet Hans Claesen van C-Works!:

*Storytelling kan je gebruiken om het verhaal achter je merk, je bedrijf of organisatie over te brengen aan je doelgroep.*



## Waar begin je?

Het verhaal achter je organisatie is een doordacht relaas. Daarom stel je je best vooraf een aantal vragen<sup>5</sup>:

- Hoe wordt jouw organisatie door anderen gezien?
- Welke waarden wil je meegeven in jouw verhaal?
- Wat wil je bereiken met je verhaal?
- Aan wie vertel je dit verhaal?

Je **communicatiedoelen** bepalen is dus de eerste stap.

## Wie vertelt het verhaal?

Laat je publiek aan het woord. Het is een trend om de mens achter de organisatie te laten zien. Maar ... beperkt je niet tot je medewerkers, maar denk ook aan je klanten, cursisten, leveranciers, partners, ... Iedereen is een potentiële ambassadeur. Iedereen heeft wel een verhaal te vertellen.

Verhalen werken, op voorwaarde dat ze authentiek zijn en overtuigend gebracht worden. Wees dus oprecht.

**Getuigenissen** zijn hiervan een goed voorbeeld omdat ze herkenbaar zijn voor de toehoorders, die het op hun beurt sneller aan anderen zullen doorvertellen.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> [www.socialmediatoday.com/marketing/9-tips-more-effective-brand-storytelling-social-media](http://www.socialmediatoday.com/marketing/9-tips-more-effective-brand-storytelling-social-media)

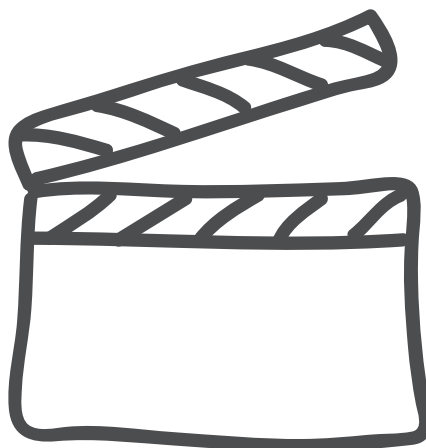
<sup>6</sup> Eric Goubin, 'Tante Mariette en haar fiets - communicatie voor overheid en socialprofit.'

Ga voor een **communicatiemix**:

Varieer. Gebruik ook verschillende media om je verhaal te versterken. Je verhaal kun je op verschillende manieren brengen, gaande van quotes tot filmpjes, maar evengoed op verschillende tijdstippen: kondig aan, herhaal, blik terug, etc.

### Hoe breng je je verhaal?

- Aangezien een beeld meer zegt dan woorden: maak een reeks afbeeldingen of foto's voor een **Facebook carousel**.
- Facebook heeft nog een handige functie: **Milestones**<sup>7</sup>.
- Een **getuigenis** werkt altijd: Laat je klant/cursist/freelancer/partner(organisatie) aan het woord op je blog of website en maak dit bekend via sociale media.
- Maak **korte filmpjes**: Gun mensen een blik achter de schermen, laat de voorbereiding van een event zien om je bezoekers nieuwsgierig te maken.
- Wil je echt een **video** maken, dan dien je nog met een aantal specifieke zaken rekening te houden:
  - Wie is je doelpubliek en wat doen ze?
  - Waar en wanneer vindt je video plaats?
  - Waarom maak je deze opname?
  - Wie laat je aan het woord? Je werknemer, cursist, freelancer, partner, ...
  - Wat vertel je? De grote lijnen in ieder 'groot verhaal' gaan over een probleem dat wordt opgelost waarna een *call to action* volgt.<sup>8</sup>
- Een **nieuwsbrief** is een handig middel om mensen warm te maken voor je verhaal<sup>9</sup>: Gebruik een uitspraak, haal een tv-programma of krantenartikel aan als aanleiding om bv. iets bekend te maken of om tips te geven.



<sup>7</sup> [www.green-umbrella.biz/2017/01/add-facebook-milestone-2017](http://www.green-umbrella.biz/2017/01/add-facebook-milestone-2017)

<sup>8</sup> [sproutvideo.com/blog/the-secrets-of-storytelling-11-ingredients-for-better-videos.html](http://sproutvideo.com/blog/the-secrets-of-storytelling-11-ingredients-for-better-videos.html)

<sup>9</sup> [bsae.wordpress.com/2016/03/03/storytelling-in-nieuwsbrieven-8-tips](http://bsae.wordpress.com/2016/03/03/storytelling-in-nieuwsbrieven-8-tips)

# Laat je inspireren

Gelukkig hoeven we het warm water niet uit te vinden, er zijn genoeg voorbeelden te vinden:

Je hoeft het soms niet ver te zoeken, de manier waarop je iets brengt, brengt het verhaal van je merk of organisatie<sup>10</sup>:

- Een kledingmerk toont modellen op roadtrip i.p.v. op de catwalk
- Een bedrijf dat een speciale verfstof maakt, toont creaties van gebruikers op Instagram (ze creëren een community)
- Foto's met een hoek af, foto's met een typisch voorwerp, ... Of grafieken, infographics (zie ook [piktochart.com](http://piktochart.com)), kaarten, ... vertellen ook verhalen.

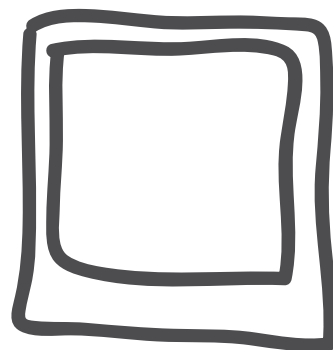
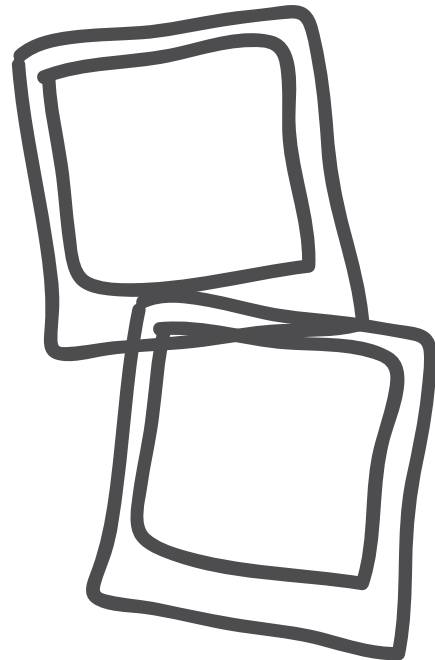
Ken je die filmpjes van Johnnie Walker? Zoek dan maar eens naar 'The man who walked around the world'.<sup>11</sup>

En zoals Dove vrouwen in alle 'maten' in beeld brengt opdat vrouwen een positiever zelfbeeld zouden krijgen, is een heel sterk merkverhaal.<sup>12</sup>

De verhalen van het tv-programma 'Iedereen Beroemd' vormen evengoed aanleiding tot gesprekken. Herinner je de rubriek 'Mijn straat' van Lidewij nog?

Of Pleegzorg Vlaanderen die samen met de Rode Duivels het engagement van pleeggezinnen in de kijker zet en op zoek gaan naar nieuwe pleeggezinnen.<sup>13</sup>

De website [digiverhalen.be](http://digiverhalen.be) die mensen met een migratieachtergrond aan het woord laat, is ook zo'n voorbeeld van gemeenschapsbevorderende storytelling.



<sup>10</sup> [blog.hubspot.com/marketing/visual-storytelling-examples](http://blog.hubspot.com/marketing/visual-storytelling-examples)

<sup>11</sup> [www.c-works.be/cw1/blog/corporate-storytelling-kracht-van-het-verhaal](http://www.c-works.be/cw1/blog/corporate-storytelling-kracht-van-het-verhaal)

<sup>12</sup> [www.anneraaymakers.nl/van-saai-bedrijfsverhaal-naar-een-verhaal-wat-mensen-inspireert](http://www.anneraaymakers.nl/van-saai-bedrijfsverhaal-naar-een-verhaal-wat-mensen-inspireert)

<sup>13</sup> [www.pleegzorgvlaanderen.be/nieuws/pleegzorg-eerste-sociale-partner-van-de-rode-duivels](http://www.pleegzorgvlaanderen.be/nieuws/pleegzorg-eerste-sociale-partner-van-de-rode-duivels)

# Achtergrondinformatie

## Praktisch:

- [www.ngostorytelling.com/2017/10/26/rework-story-social-media/](http://www.ngostorytelling.com/2017/10/26/rework-story-social-media/)
- [www.ngostorytelling.com/2017/10/26/flowchart-help-find-right-medium-story/](http://www.ngostorytelling.com/2017/10/26/flowchart-help-find-right-medium-story/)
- [www.ngostorytelling.com/2017/08/24/how-do-i-know-if-my-story-is-actually-a-story/](http://www.ngostorytelling.com/2017/08/24/how-do-i-know-if-my-story-is-actually-a-story/)
- [www.ngostorytelling.com/2017/05/04/understanding-your-audience-is-the-most-important-part-of-nonprofit-storytelling/](http://www.ngostorytelling.com/2017/05/04/understanding-your-audience-is-the-most-important-part-of-nonprofit-storytelling/)

## Tools:

[www.linkedin.com/pulse/battle-tested-tools-rock-your-digital-storytelling-julia-campbell](http://www.linkedin.com/pulse/battle-tested-tools-rock-your-digital-storytelling-julia-campbell)

- 1) Spark Post – Graphic Text Overlays, prepped for ads
- 2) Legend – Dynamic text overlays photo/video
- 3) Quik by GoPro – Multimedia slideshows
- 4) Layout – Create collages by remixing your own photos
- 5) Boomerang – Make mini-videos that loop back and forth, GIF-style
- 6) Hyperlapse – Shoot time-lapsed video
- 7) Animoto – Turn your photos and video clips into video slideshows

## Bronnen:

- <http://www.techsoup.org/community/community-initiatives/storymakers-resources>
- <https://techsoup.course.tc/catalog/course/f79618bf-454c-4475-b516-d8938f7eb126>
- <http://www.socius.be/de-kracht-van-een-goed-verhaal/>
- <https://maksvzw.org/tag/digital-storytelling/>



2017 © Sita Vreeling