

Сторителлинг

storytelling – рассказывание историй

донесение до потребителя информации о товаре или услуге в
рассказе

Цель сторителлинга – обеспечение эффективной мотивации к требуемому от субъекта действию.

Структура

- классический рассказ (новелла) – завязка, кульминация, развязка;
- научная статья – введение, основная часть (теория, практическая часть, результаты), выводы;
- продающий текст – описание проблемы, предложение (оффер), выгоды, цены + гарантии, призыв к действию.



Сценарий – классический трехактный

I

- *Экспозиция (мягкий вход, знакомство)*
- *Завязка (исходное событие, постановка проблемы)*

II

- *Основная часть с поворотами сюжета – Развитие (процесс разрешения персонажем конфликта)*

III

- *Кульминация – вершина развития конфликта, высшая точка эмоционального восприятия зрительской аудитории*
- *Развязка (решение конфликта, последняя точка)*

Фундамент любой истории

- **Герой.** Главное действующее лицо. Это можете быть вы, ваш друг, мама, клиент, бизнес, мифический персонаж — кто угодно.
- **Место и контекст.** Среда, где разворачиваются события.
- **Цель.** Какое-то послание, мораль. То, ради чего вы затеяли рассказ.
- **Сюжет.** То, что объединяет предыдущие пункты. Структура, которая обеспечивает взаимодействие элементов истории.

Правила

- Актуальность
- Описывайте события в прошедшем времени
- Выбирайте знакомые людям ситуации. Сознательно делайте истории «переживательными».
- Разбавление истории деталями.
- Избегайте монотонности
- Не навязывайте свое мнение.
- Краткость сестра таланта
- История должна выглядеть реально

Эмоциональные триггеры

- Любовь
- Власть, сила
- Семейные ценности
- Превосходство
- Восхищение от нового
- Контроль
- Удовольствие
- Саморазвитие
- Исполнение желаний
- Забота
- Ограниченное время
- Патриотизм

Некоторые виды историй

Мономиф, aka Путь героя

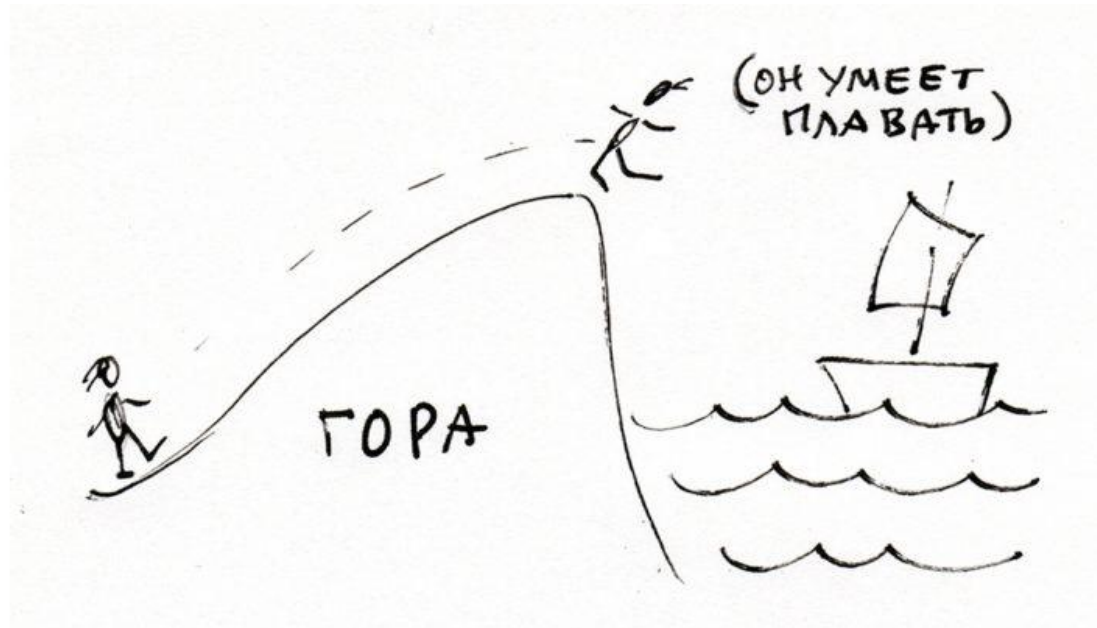
- традиционное последовательное изложение событий.
- Стандартная трехактная структура
- Есть напряжение, на пути героя возникают конфликты
- Он сталкивается с трудностями, в борьбе с ними обретает новые качества, благодаря которым и добивается успеха.



- Никита начинал свой бизнес в «тучные годы», когда рынок находился на подъеме, количество клиентов удваивалось ежегодно, прибыль росла на 50 % в год. Никите было хорошо — ситуация позволяла допускать ошибки, держать в штате лишних людей, многие бизнес-процессы были выстроены не как надо, а как получилось.
- Но ситуация изменилась. Кризис обрушил спрос на розовых слонов, большинство покупателей отвалились, остальные стали требовать скидки и задерживать оплату. Перед Никитой встала угроза потери бизнеса и разорения.
- Чтобы спасти бизнес, Никита принимает разные меры, некоторые из них помогают, другие только ухудшают ситуацию. <...>
- Однажды он узнает о системе, которую продает Андрей, и решает ее внедрить. Система помогает решить многие проблемы, в бизнесе появляется стабильность, угроза разорения отступает. Но благодаря всему случившемуся Никита осознает, что у торговли розовыми слонами нет перспектив, зато они есть у выращивания зеленых попугайчиков.
- Система Андрея помогает Никите быстро и без потерь репрофилировать свой бизнес, за год он выходит на докризисную прибыль. <...>

Гора

- Тот же мономиф, но концовка открытая. При этом мы уверены, что с героем все ок.



- У Никиты так же как в той истории страдает бизнес
- Однажды Никита узнает о системе, которую продает Андрей, и думает о том, чтобы ее внедрить. Но ежедневная необходимость решать возникающие проблемы по оперативному управлению бизнесом приводит к тому, что руки до внедрения так и не доходят.
- Свободное время появляется, когда бизнес Никиты окончательно разваливается и Никита встречается со своим главным конкурентом, чтобы обсудить вопрос продажи ему остатков своего бизнеса. Конкурент между делом рассказывает Никите, что и у него были схожие проблемы. Которые он решил благодаря внедрению системы Андрея. Теперь Никита осознает, в чем была его ключевая ошибка и обещает себе, что при создании нового бизнеса он ее не повторит.

Рамка

- Истории внутри истории, которые подводят нас к развязке главной истории.



- Андрей не придумал свою систему из головы, она появилась как инструмент для решения проблем с продажами, которые были у собственного бизнеса Андрея по торговле синими китами. Постепенно система развивалась и оттачивалась, Андрею уже не хватало собственного опыта, чтобы ее совершенствовать. Он начал обращаться к знакомым бизнесменам, рассказывал о системе и спрашивал совета, как ее можно улучшить.
- Знакомые охотно делились своими проблемами и такие встречи помогали развивать систему, в работу над которой Андрей погружался всё глубже.
- Петр рассказал Андрею о том, как непросто ему контролировать отдел продаж и какие проблемы возникают при использовании стандартных методов контроля.
- Анна была обеспокоена тем, что многие клиенты после первого контакта «засыпают» и это не всегда удается вовремя отследить и возобновить активную работу с ними.
- Михаил не знал, как решить проблему снижения мотивации у своих сотрудников и как это снижение обнаружить на ранних стадиях.
- Филиппа беспокоило, что после общения с колл-центром отсеивается 35 % клиентов и он не знал, как лучше контролировать работу этого подразделения.
- Ольга рассказала о проблеме «увода базы» увольняющимися менеджерами.
- Сергея ничего не беспокоило — он просто любил поговорить и виски, но работал в отделе закупок крупной корпорации и мог многое рассказать о том, как всё выглядит с другой стороны баррикад.
- В результате у Андрея получилась система, которая решала реальные проблемы бизнеса и была основана на настоящих потребностях бизнесменов. А Андрей понял, что развитием и продвижением системы ему заниматься интереснее, чем торговлей синими китами.

Sparklines (Как было, как могло бы быть)

- Используя этот прием построения истории, мы сравниваем то, что было, с тем, как это должно было быть. Получается контраст реального и правильного, который действует предельно доходчиво. (Реклама средства для мытья тарелок)



- Тут мы рассказываем про двух бизнесменов, Никиту и Дмитрия. Дмитрий юзает систему Андрея, Никита нет. Параллельная история о типичном рабочем дне каждого из героев, с разбивкой по часам.
- Никита часто занят «тушением пожара», решением ежедневно возникающих проблем своего бизнеса. Для того чтобы думать о развитии бизнеса, у него есть только выходные, но в выходные хочется отдыхать. Никита понимает, что действует как-то не так, но не знает, как это можно изменить. Возможно, надо просто проявить больше силы воли и заставлять себя работать над стратегическими вопросами. Например, по субботам. Взять и жестко решить, что суббота — день для стратегии.
- Дмитрий, благодаря системе Андрея, живет в более предсказуемом мире. Неожиданности бывают и у Дмитрия, но чаще он занят решением стратегических вопросов развития своей компании. Или шпилит в онлайн игрушку.
- Дмитрий и Никита встречаются на первом юбилее университетского выпуска, в разговоре Никита узнает о системе Андрея, которую активно использует в своей работе Дмитрий. На следующий день Никита встретился с Андреем и все заверте...

начать с середины

- мы сразу отправляем читателя в самый центр истории, интригуя его.



- Никита сделал глубокий вдох, подвинул к себе стопку бумаг и начал быстро подписывать приказы об увольнении. Сегодня у него и его бизнеса трудный день — он сокращает штат фирмы наполовину.
- А ведь еще недавно казалось, что покупатели только-только «распробовали» всю прелесть розовых слонов и его бизнес будет процветать долгие годы.
- Никита начинал свой бизнес в «тучные годы», когда рынок находился на подъеме, количество клиентов удваивалось ежегодно, маржа росла на 50 % в год. Никите было хорошо — ситуация позволяла допускать ошибки в бизнесе, держать в штате лишних людей, многие бизнес-процессы были выстроены не как надо, а как получилось.

Сходящиеся идеи

- Почти «Рамка»
- мы не погружаем читателя в основную историю через вспомогательные, а показываем несколько путей, которые приводят к одному результату.
- Хороший способ рассказать о союзах, показать, как формируются партнерские отношения, как разные люди способны дополнять друг друга.

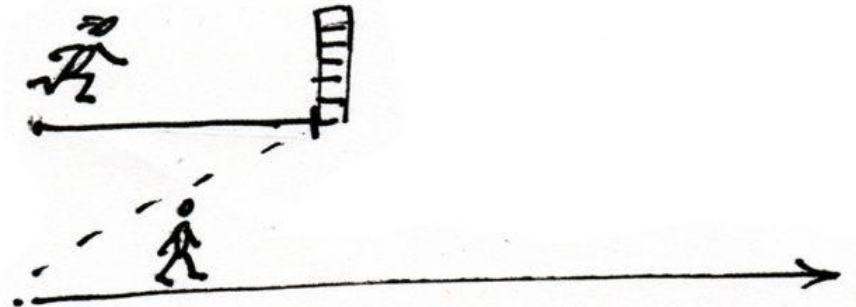


- Андрей не придумал свою систему из головы — она появилась как инструмент — решение проблем с продажами, которые были у собственного бизнеса Андрея по продаже синих китов. Постепенно система развивалась и оттачивалась и Андрею уже не хватало собственного опыта, чтобы ее совершенствовать. Он начал обращаться к знакомым бизнесменам, рассказывал о системе и спрашивал совета, как ее можно улучшить.
- Один из таких знакомых рассказал Андрею, что уже где-то слышал о похожей системе. Андрей заинтересовался и вскоре выяснил, что речь идет о системе, которую придумал и старается внедрить достаточно известный бизнес-консультант Иван.
- В отличие от практика Андрея, сильной стороной Ивана является отличная теоретическая подготовка — своих коллег по MBA он удивлял тем, что мог процитировать ключевые моменты из любой книги или статьи, касающейся построения бизнес-систем. Казалось, что он прочитал и осмыслил все, что было когда-то написано по этой теме. Оказалось, что не казалось.
- Андрей и Иван встретились и поняли, что идут к одной цели с разных сторон — один исходит из практического опыта, другой — из теоретических знаний. Решение было на поверхности и через некоторое время Иван и Андрей решили объединить свои усилия и зарегистрировать совместную компанию для разработки и внедрения системы.
- Партнеры частенько троллят друг друга — однажды Андрей подарил Ивану билет на тренинг по холодным звонкам и немедленно получил подарок в ответ — книгу «MBA для чайников». Это совершенно не мешает им развивать систему семимильными шагами.

Фальстарт

- Начинаем рассказ в одном стиле.
- Рушим все.
- Начинаем в совсем другом стиле.

«Теперь мы не оторвемся от сериала до конца — в любую секунду может произойти всё, что»



А ТЕПЕРЬ
НАЧЕМ КАК ПОЛОЖЕНО

- — Хорошо, я вас понял, — сказал Никита, — детали обсудим после вашего отпуска, счастливого отдыха. И не расстраивайтесь так, бизнес есть бизнес, а мы дадим хорошую цену.
- Никита положил трубку и повернулся к своему заместителю:
- — Мы договорились принципиально, детали обсудим через два месяца. А пока готовь документы. И возьми это дело под личный контроль — не каждый день мы покупаем своего главного конкурента.
- Никита не знал, что через два месяца он сам продаст остатки своей фирмы этому конкуренту. И тому не хватит великодушия, чтобы не вернуть Никите фразу про бизнес есть бизнес.
- Никита начинал свой бизнес в «тучные годы», когда рынок находился на подъеме, количество клиентов удваивалось ежегодно, маржа росла на 50 % в год. Никите было хорошо — ситуация позволяла допускать ошибки в бизнесе, держать в штате лишних людей, многие бизнес-процессы были выстроены не как