

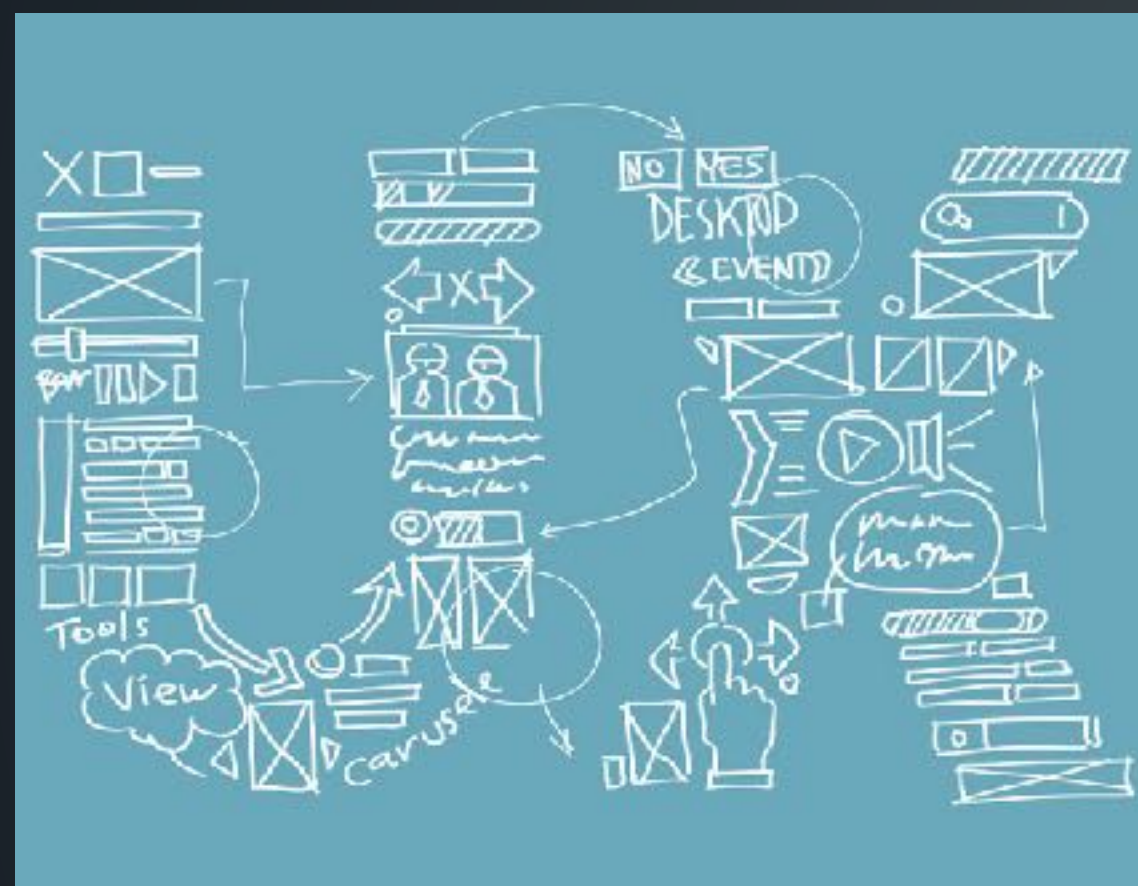
Yard PERSUASIVE STORYTELLING

Emma Mantel | 20 juni 2019

Y

Waarom?

Meerdere liefdes combineren



en copywriting!

...

Wat wij denken

GEDRAG BEINVLOEDEN



FEITEN

Bron: <https://www.debatrix.com/nl/2019/05/storytelling-activeer-het-brein-van-jouw-publiek/>

...

Hoe het werkelijk is

GEDRAG BEINVLOEDEN



FEITEN

...

Hoe het werkelijk is

GEDRAG BEINVLOEDEN



FEITEN

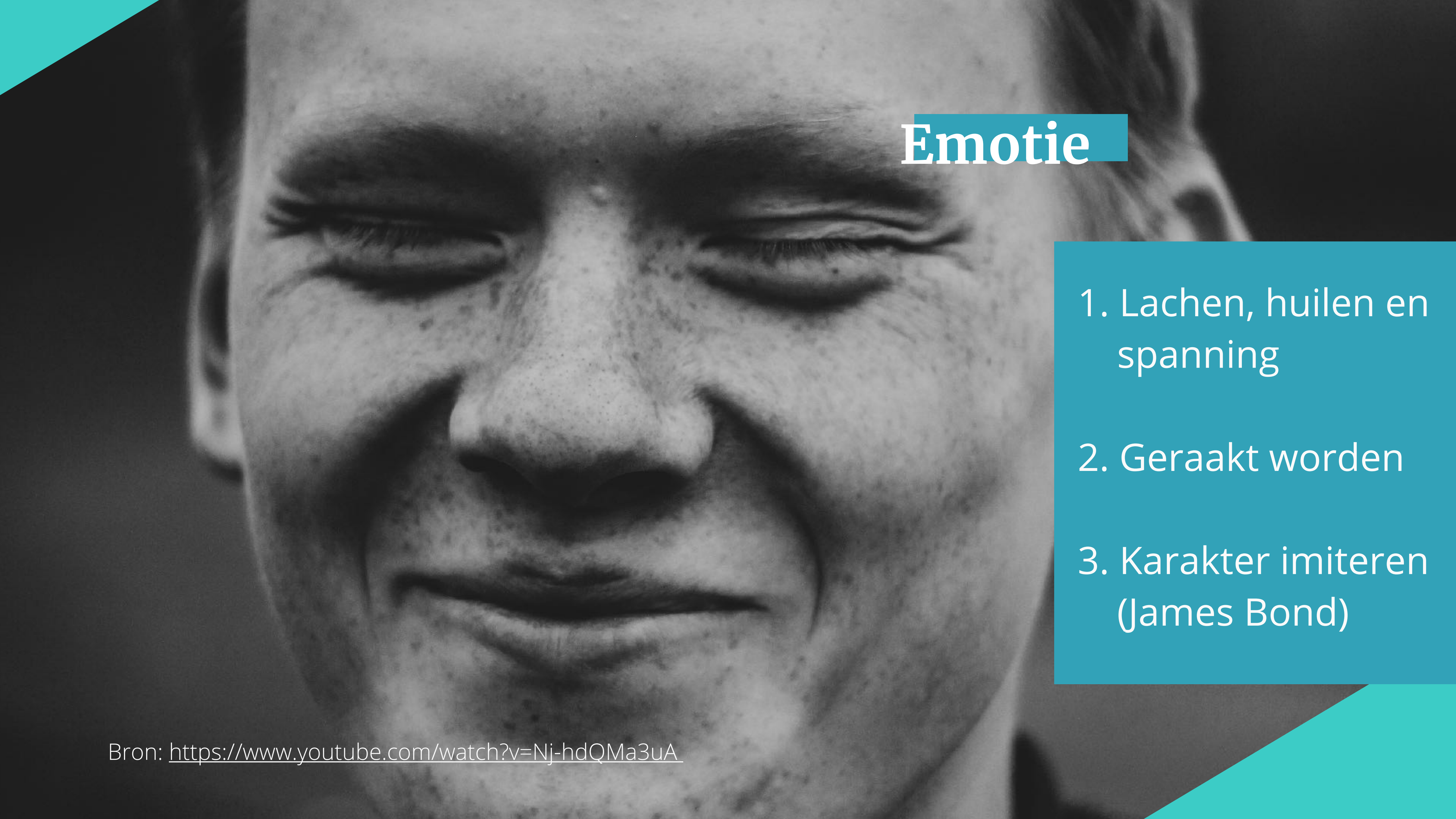
Verhalen!



Bron: <https://www.debatrix.com/nl/2017/01/storytelling-gedrag-beinvloed-je-niet-met-feiten-maar-met-verhalen/>

Wat Is

Storytelling?



Emotie

1. Lachen, huilen en spanning
2. Geraakt worden
3. Karakter imiteren (James Bond)

Bron: <https://www.youtube.com/watch?v=Nj-hdQMa3uA>

Overtuiging

1. Persoonlijk
2. Een les
3. Doel
4. Obstakels

Bron: <https://www.debatrix.com/nl/2017/05/storytelling-drie-tips-waarmee-je-overtuigt-met-een-verhaal/>

Zelf
onderdeel
zijn van
verhaal

1. Verbindende factor
2. Herkennen
erkennen en
waarderen
3. Interactief!

**Welk merk past
storytelling
goed toe... ?**



Apple!

- Emotie -> houden van
- Overtuigen -> merktrouw
- Onderdeel van -> happening

.... een **beleving**



Wat doet

een goed verhaal met je?

+ wat het oplevert bij de klant..

1. Een verhaal..

Dopamine

- 1. Storytelling**
- 2. Spanning**
- 3. Cliff hanger**



- A. Focus**
- B. Motivatie**
- C. Onthouden**

2. Een persoonlijk verhaal..

Oxytocine

1. Persoonlijk
2. Empathie
3. Menselijkheid



- A. Genereus
- B. Vertrouwen
- C. Band

3. Humor..

Endorfine

1. Laten lachen



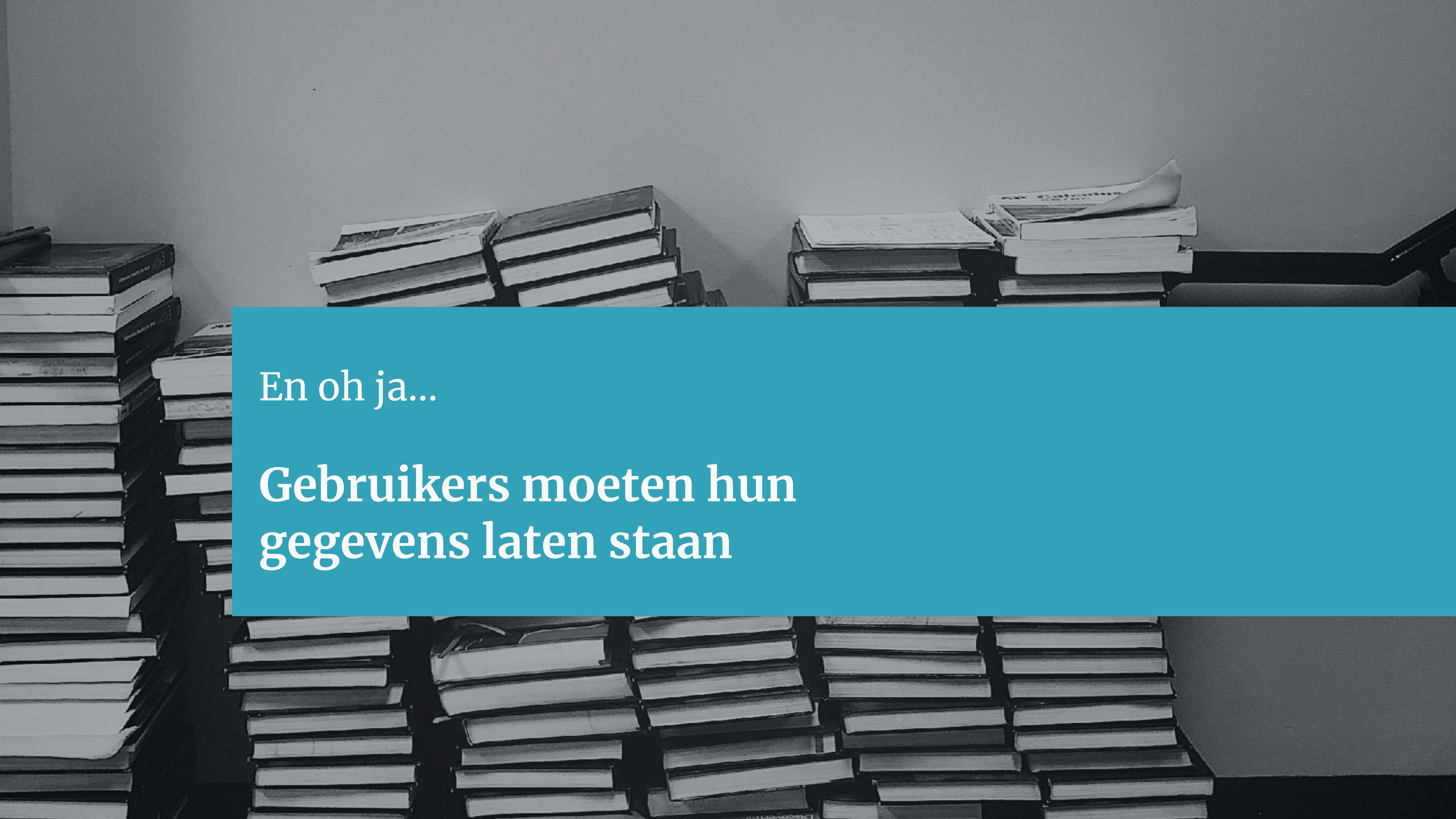
A. Relaxed
B. Creatief
C. Focus

Storytime!

Mijn afstudeerproject

VEEL TAAIE STOF | INZICHTELIJK MAKEN | LEUK MAKEN





En oh ja...

**Gebruikers moeten hun
gegevens laten staan**





1. Klanten houden
2. Bewustwording
3. Overtuigen
4. Informeren .. hoe?

“Interactief informeren”

=

Storytelling + Interactie +
spelelement

=

Blijde gebruikers 😄

Door..

Een verhaal te maken



0. Home



1. Privacy quiz



2. Privacy en AVG



3. Livit en AVG-Proof



4. Gegevens
controleren

‘Het waarom’ niet wat en hoe

Menu

LIVIT'S PRIVACY DOEIN

LOG IN

Terug naar het begin

2. Privacy in de AVG

1. HOE BEWUST GAAT U OM MET PRIVACY? TEST HIER UW KENNIS.

Gratuleren aan uwer meester

Totale speeltijd is 3 min

QUIZ OVERSLAAN

Vraag 1/8

Mikuhisa heeft u er wel over gehoord, de AVG. Dat is de nieuwe privacywet die recent wordt gecontroleerd. Waar staat de AVG eigenlijk voor?

A. De Algemene Verordening Gebruikersbescherming

B. De Autoritaire Verordening Gegevensreglement

C. De Algemene Verordening Gegevensbescherming

D. De Algemene Veerschrift Gebruikersgegevens

12345678

Terug naar de homepage

Einde van 1: "De quiz om zelf uw privacy kennis te testen."

2. Lees over privacy en ontdek de avg

Bron: Unsplash & Doreen, 2018

Bron: NP - KPMG - EO | Fotografie: Unsplash

© LIVIT 2018

LIVIT

Wat betekent privacy voor u?

Wat gaat u er van uit is u eigen? Geel uw mening en kan erachter of anders liet vatten het met u eens zijn geweest...

Sta er eens bij stil wat privacy voor u persoonlijk betekent. Voorbij de cases waarin verschillende privacy kwesties aan bod komen. Hoeveel procent is het met u eens? U zult wellicht merken dat wat voor de één als een gevaar voor zijn privacy wordt gezien, voor de ander geen probleem is. Elk mens heeft iets te verbergen of juist bepaalde zaken achter. Ga maar na. Zou u willen zeggen dat u te weinig sport en te ongezonder eet als het uw zorgpremie aantast?

Wat betekent privacy voor u?

Wat gaat u er van uit is u eigen? Geel uw mening en kan erachter of anders liet vatten het met u eens zijn geweest...

Sta er eens bij stil wat privacy voor u persoonlijk betekent. Voorbij de cases waarin verschillende privacy kwesties aan bod komen. Hoeveel procent is het met u eens? U zult wellicht merken dat wat voor de één als een gevaar voor zijn privacy wordt gezien, voor de ander geen probleem is. Elk mens heeft iets te verbergen of juist bepaalde zaken achter. Ga maar na. Zou u willen zeggen dat u te weinig sport en te ongezonder eet als het uw zorgpremie aantast?

Uw wilt houden het dat u kunnen bijeenbrengen persoonlijke gegevens (in aan de schrijven die u vertrouwt. Is het bedrijf het trouwen geroep om u te verzekeren dat er veilig wordt omgegaan met gegevens en de gegevens niet zomaar op straat komen te liggen? Om uw persoonsgegevens te beschermen is de Algemene Verordening Gegevensbescherming ingevoerd. Dankzij deze wet worden iedereen's privacy-rechten versterkt.

Er is voor meer

CASE NR1: KLASSENFOTO

Uw neefje komt na een schooldag op bezoek. Hij heeft zijn klasfoto's meegebrachten. Hij bekijkt de klasfoto's aandachtig en u spot al snel uw neefje. Dat ging makkelijk want de gezichten van zijn klasgenootjes zijn met een zwarte stift onherkenbaar gemaakt: door de school.

Staat de privacy van deze kinderen voorop of sloot we door?

DIT GAAT TE VER

DIT IS PRIMA

Meer interessante weetjes volgen beneden...

Hoeveel procent van de Nederlanders leest aandachtig de privacyvoorwaarden door van online diensten?

Maak zelf een schatting door een optie te kiezen.

100%

50%

0%

...MET DEZE TIPS

Tip 1: Bekijk goed de instellingen van een dienst. U kan bepaalde opties aan of uit zetten zodat websites af open niet bij u uw gegevens kunnen krijgen. Vaak is het niet nodig om alle opties aan te zetten zodat uw gebruik te maken maken van een dienst.

Tip 2: Wees bewust van locatievoorzieningen. Als locatievoorzieningen op uw telefoon aan staan, kunnen bepaalde apps u volgen. Zet het bijvoorbeeld per app af of uit.

1. De AVG staat voor Algemene Verordening Gegevensbescherming

2. De privacywetgeving is versterkt zodat mensen betere privacy-rechten krijgen

3. De oude wetgeving 'de Wet bescherming persoonsgegevens' ofwel de WBP is achterhaald

4. De AVG (of GDPR) geldt voor heel Europa

5. Bedrijven en instanties zullen beter communiceren

6. Regie ligt in uw eigen handen

Tip 3: Maak gebruik van de nieuwe rechten die met de AVG zijn ingevoerd. Bent u het eigen niet mee eens? Stuur een mail om gegevens aan te passen of te wissen.

Tip 4: Bewust bezig zijn met privacy is de eerste stap. Met online gedrag op social media weten we een spoor van data achter. De informatie wat u te zien krijgt, wordt daardoor versneld.

Wat gaat u precies van de AVG merken?

U heeft het waarschijnlijk al wel gemerkt, al ne mailtjes in uw inbox over de AVG. In de volgende taal wordt verteld wat bedrijven van u willen.

1. Bedrijven moeten transparanter worden over wat ze doen met gegevens van hun klanten

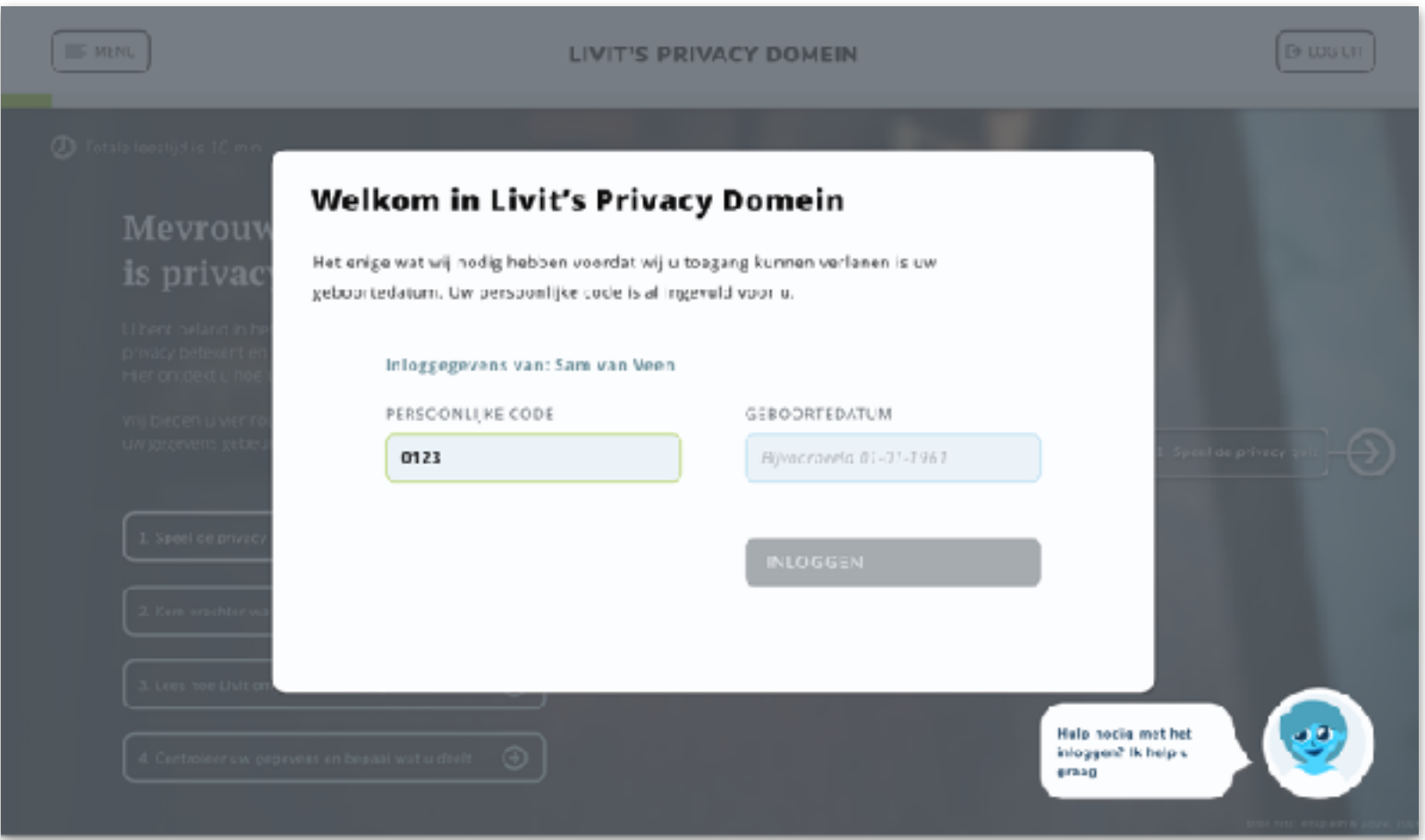
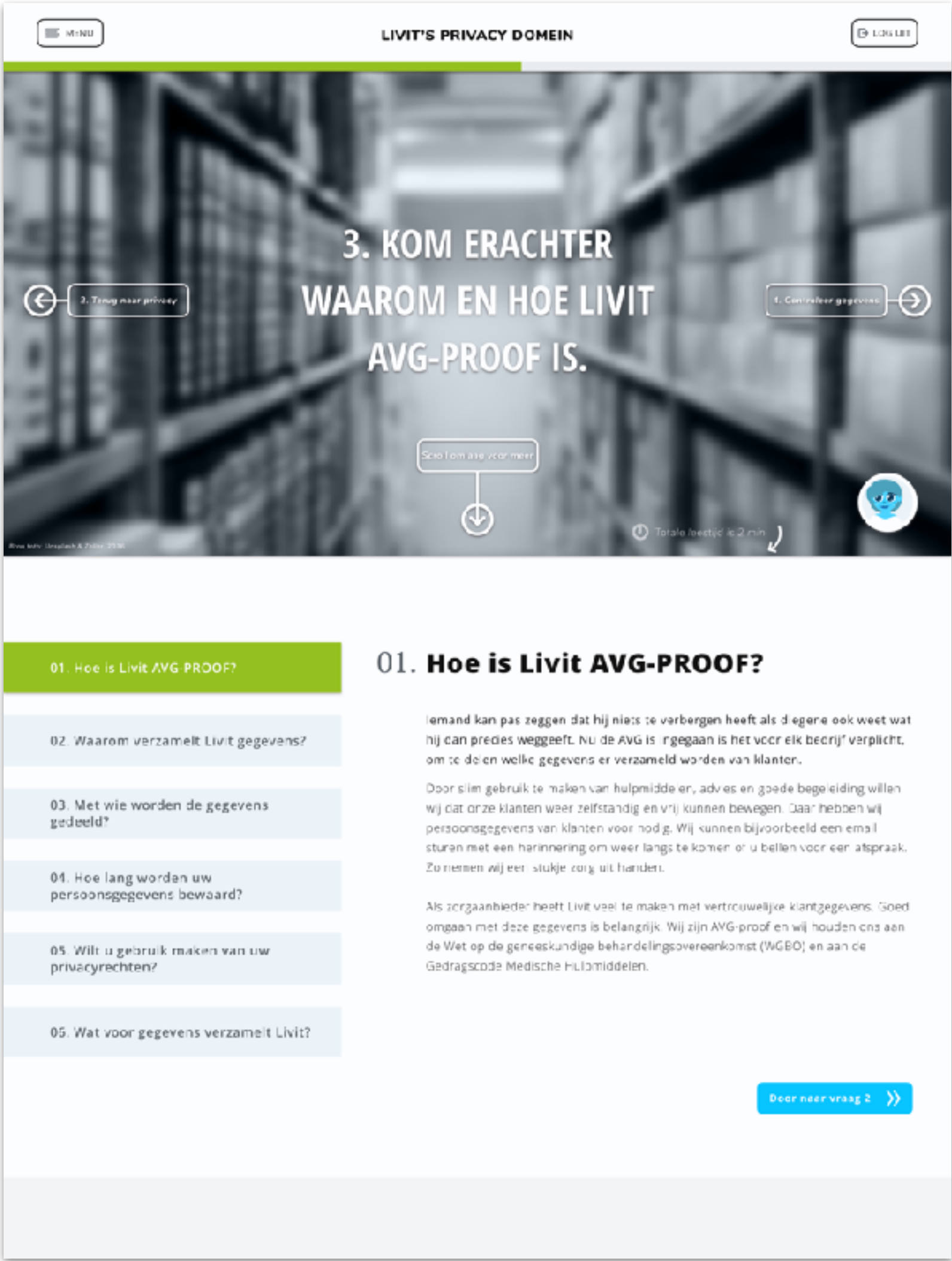
2. U zult niet langer ongemerkt ergens voor aangesloten worden

3. Nieuwe toezichting over misbruik is verplicht

4. Uw gegevens mogen niet langer dan een bepaalde periode bewaard worden

"KOM VOOR UW PRIVACYRECHTEN OP!"

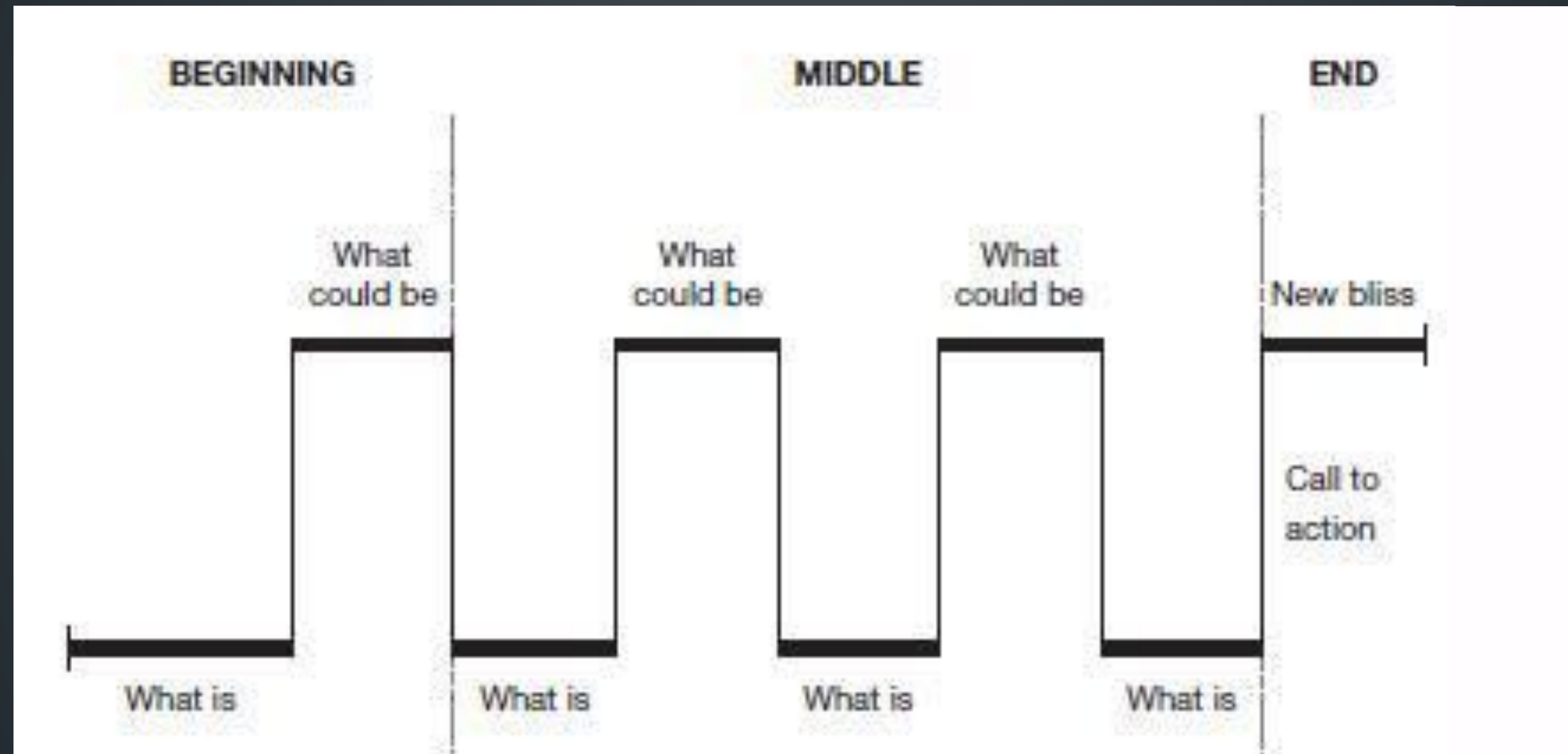
Een groot deel van de AVG gaat over persoonsgegevens (bijvoorbeeld naam, adres, geboortedatum en geboortedatum). Bedrijven zullen openere moeten spreken over het verzamelen van gegevens en zij moeten zelf ook meer de regels volgen.



1. Anders dan anders
2. Hoe raakt het de gebruiker?
3. Wat kan er gebeuren..
4. De oplossing

Toegepast..

Persuasive storytelling pattern



Quiz

Bewustwording

Gegevens

...

Wat deed ik zojuist?

Brain to brain coupling



**Synchroniseren van
breinen**

Bron: <https://www.debatix.com/nl/2019/05/storytelling-activeer-het-brein-van-jouw-publiek/>

Hoe pas

je storytelling toe?

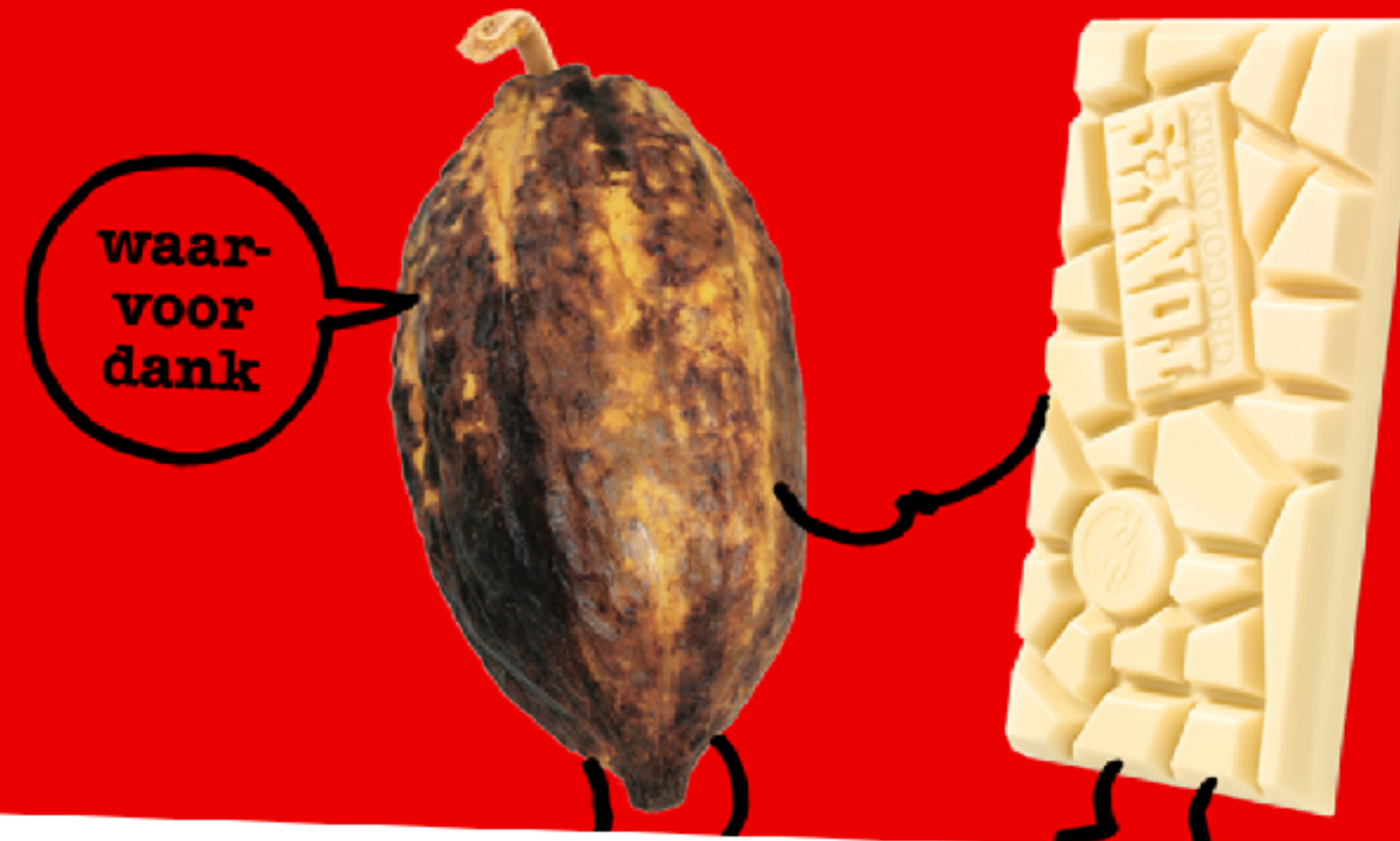


Case 1

Tony Chocolonely

serieus goed nieuws: onze reep wordt (iets) duurder

**SERIEUS GOED NIEUWS:
JE REEP WORDT DUURDER!**



01 december 2016

Uhhh, goed nieuws? Hoezo goed nieuws? Dat gaan we uitleggen. Dus lees vooral even verder, dan weet je precies hoe 't zit. Onze reep wordt duurder en wel om twee belangrijke redenen:

1. 'n Hogere cacaoboterprijs

De prijs van cacaoboter is op 't moment hoog. Het aanbod van cacaoboter is beperkt door 'n tegenvallende oogst en 't uitvallen van een grote cacaoboter-verwerker. Daardoor is de prijs gestegen. Soms zit 't tegen..

2. Traceerbare cacaoboter

En soms zit 't mee.. Zoals je weet (of nog niet wist, maar nu wel..) is onze cacaoboter nu ook traceerbaar. En daar zijn we trots op! Traceerbare cacaoboter (met bekende bonen) stond al 'n hele tijd op onze verlanglijst, maar dat was nog lastig.. Afgelopen zomer heeft Barry Callebaut, de grootste chocolademaker van de wereld, toegezegd om 'n grote aanpassing en investering in z'n chocoladefabriek te doen om onze cacaoboter traceerbaar te verwerken. Zo is er bij Barry Callebaut 'n speciale tank geïnstalleerd voor Tony's Chocolonely's eigen cacaoboter en zijn er aparte leidingen aangelegd om er chocolade van te maken. Dus.. tadaaaaah, vanaf nu zijn alle cacaobonen (voor de cacaomassa en cacaoboter) in al je favoriete Tony's Chocolonely repen direct

Link website: <https://tonyschocolonely.com/nl/nl/onzemissie/nieuws/serieus-goed-nieuws-onze-reep-wordt-iets-duurder>



Case 1

Tony Chocolonely

serieus goed nieuws: onze
reep wordt (iets) duurder

SERIEUS GOED NIEUWS:
JE REEP WORDT DUURDER!



01

Uhhh, goed nieuws? Hoezo goed nieuws? weet je precies hoe 't zit. Onze reep wordt

1. 'n Hogere cacaooterprijs

De prijs van cacaooter is op 't moment tegenvallende oogst en 't uitvallen van e gestegen. Soms zit 't tegen..

2. Traceerbare cacaooter

En soms zit 't mee.. Zoals je weet (of nog niet wist, maar nu wel..) is onze cacaooter nu ook traceerbaar. En daar zijn we trots op! Traceerbare cacaooter (met bekende bonen) stond al 'n hele tijd op onze verlanglijst, maar dat was nog lastig.. Afgelopen zomer heeft Barry Callebaut, de grootste chocolademaker van de wereld, toegezegd om 'n grote aanpassing en investering in z'n chocoladefabriek te doen om onze cacaooter traceerbaar te verwerken. Zo is er bij Barry Callebaut 'n speciale tank geïnstalleerd voor Tony's Chocolonely's eigen cacaooter en zijn er aparte leidingen aangelegd om er chocolade van te maken. Dus.. tadaaaaah, vanaf nu zijn alle cacaoenen (voor de cacaoemassa en cacaooter) in al je favoriete Tony's Chocolonely reepen direct

1. Storytelling -> positieve impact
2. Het waarom -> slaafvrijechocolade
3. Sterke copywriting -> Actie gebruikers

Bron over Tony: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/waarom-lukt-het-tonys-chocolonely-wel>

Case 2

Nos lab

1

**BESTEL MAAR,
BESTEL MAAR,
BESTEL MAAR**

Voordat we die vragen beantwoorden, eerst maar eens zien hoe groot jouw rol in die terugstuurcultuur is. Beantwoord onderstaande vragen door op de pijltjes te klikken.



Hoeveel pakjes bestel jij ongeveer per maand?

Volgende

Link website: <https://app.nos.nl/op3/pakjes/index.html>

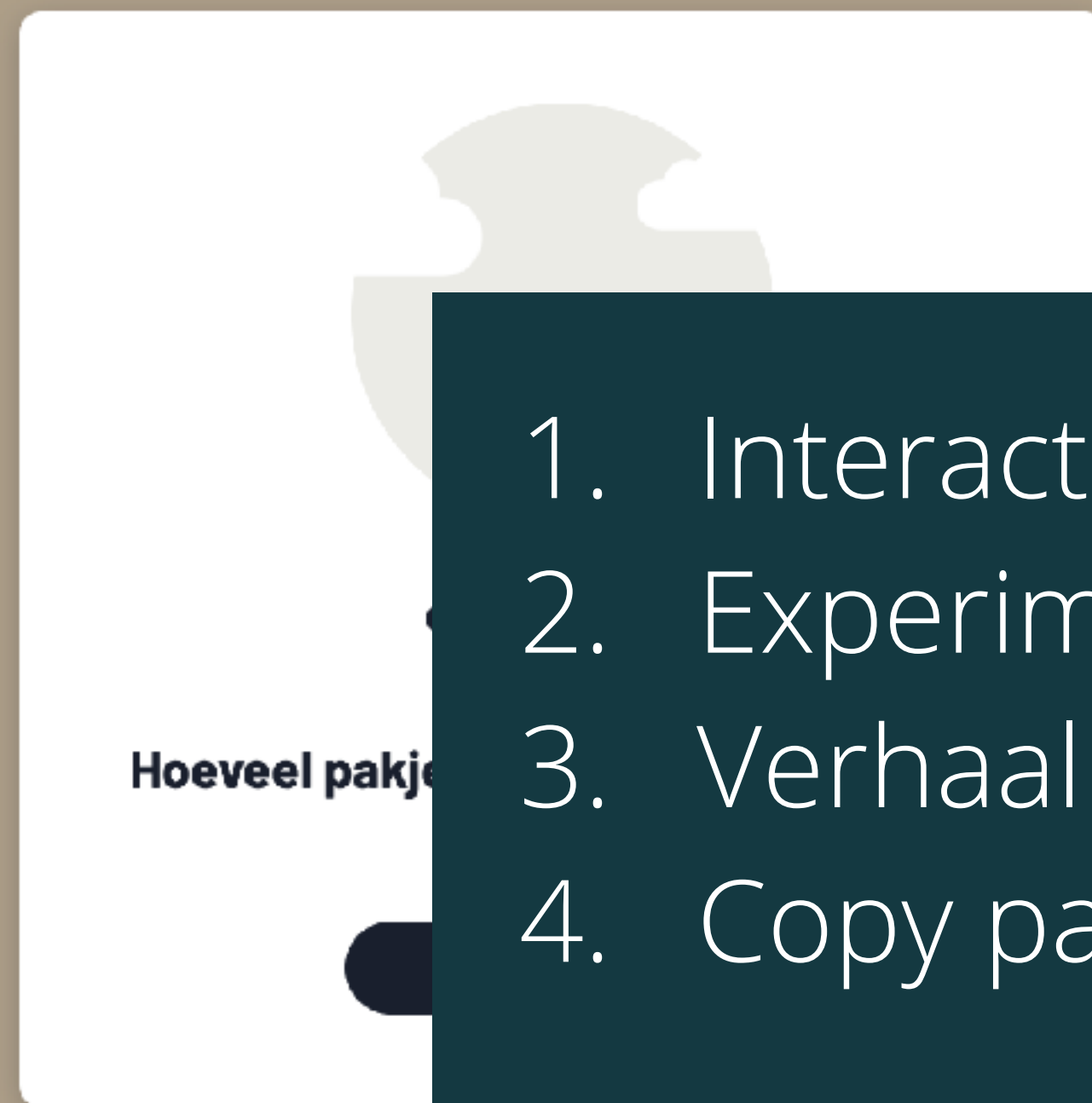
Case 2

Nos lab

1

**BESTEL MAAR,
BESTEL MAAR,
BESTEL MAAR**

Voordat we die vragen beantwoorden, eerst maar eens zien hoe groot jouw rol in die terugstuurcultuur is. Beantwoord onderstaande vragen door op de pijltjes te klikken.



1. Interactieve specials
2. Experimenteren
3. Verhaal begin - midden - eind
4. Copy past bij doelgroep

Case 3

Apple



iPhone X ^S

Groot. Groter. Groots.

Het Super Retina-display in twee formaten, waaronder het grootste display ooit op een iPhone. Nog snellere Face ID.

De slimste en krachtigste chip in een smartphone.

Een baanbrekend dual camera-systeem met Diepteregeling. iPhone Xs is alles wat je verlangt van een iPhone. En nog veel meer.

Link website: [https://
www.apple.com/iphone-xs/](https://www.apple.com/iphone-xs/)

Case 4

Youtube



Het is onze missie iedereen een stem te geven en te laten zien wat er in de wereld gebeurt.



Link website: <https://www.youtube.com/intl/nl/yt/about/>

[Home](#) / [Brillen](#) / [Trends](#) / Rebel attitude

Case 5

Eyewish



Rebel attitude

Een leven in de luwte is iets voor later. Deze trend laat zich inspireren door de gedachte 'You only live once'. Monturen die niets aan de verbeelding over laten maar een statement maken. De brillen hebben gouden kleurtonen of opvallende merklogo's. De retro cat eye-bril mag natuurlijk ook niet ontbreken in deze trend.

Link website: <https://www.eyewish.nl/brillen/trends/rebel-attitude>

De Rebel attitude-collectie is gemaakt voor vrouwen die hun moment pakken en gedurfde keuzes niet uit de weg gaan. De monturen zijn opvallend, vrouwelijk en warm.

Bekijk de damescollectie

Tot slot

Laatste tips..

1. **Begin | midden | eind**
2. **Hoofdpersoon | merk**
3. **Ontwikkeling | les**
4. **Emoties**
5. **Simpel**

....
Zijn er nog
vragen?



Y



Aanraders!

- **1. The magical science of storytelling | David JP Phillips | TEDxStockholm**

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Nj-hdQMa3uA>

- **2. How to avoid death By PowerPoint | David JP Phillips | TEDxStockholmSalon**

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=lwpi1Lm6dFo>