

VERBINDEND VERANDEREN EN COMMUNICEREN

Opleidingsbrochure

7-maanden opleiding tot
gecertificeerd **StoryPractitioner©**



Truly connecting people in organizations!



De opleiding wordt verzorgd door Annet Scheringa

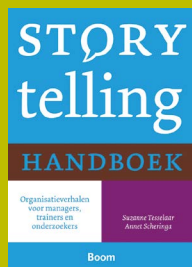
Annet Scheringa is expert business storytelling en auteur van *Storypower – verhalen die je organisatie veranderen* (Adfo Groep 2013), *Eerlijk verhaal maakt van klanten fans* (Rendement 2018) en coauteur van

Storytelling Handboek (Boom 2008). Ze is eigenaar van TheStoryConnection.

TheStoryConnection

- > helpt leiders en veranderaars om een **stevig, richtinggevend en persoonlijk visie- of veranderverhaal** neer te zetten, dat mensen inspireert en in beweging zet;
- > helpt communicatieprofessionals en veranderaars om **inzicht te krijgen in wat hun organisatie nodig heeft**, door onderstroomverhalen gericht te verzamelen, te duiden en te vertalen naar interventies die wél effect hebben en veranderbelemmeringen wegnemen.
- > helpt communicatieprofessionals om **dialogoog** en processen van **betekenisgeving** in hun organisaties op gang te krijgen en te houden;
- > helpt communicatieprofessionals en adviseurs om hun **rol en positie** te versterken dankzij de verbindende kracht van verhalen;
- > helpt organisaties om een **geloofwaardig en herkenbaar verhaal** of cor(porat)e story neer te zetten;
- > traint communicatieprofessionals, veranderaars, adviseurs en leidinggevendenden die **business storytelling stevig in de vingers** willen krijgen.

Annet Scheringa heeft ruim 25 jaar ervaring als trainer/opleider en adviseur/procesbegeleider. Ze heeft een achtergrond in Communicatie, Organisatiekunde en volgde de leergang Corporate Antropologie bij de Academie voor organisatiecultuur.



Kwekerijweg 2B | 3709 JA Zeist | M. 06 43 42 36 04
 annet@thestoryconnection.nl | www.thestoryconnection.nl

INHOUD

1	Business storytelling – een vak apart	3
2	Over de opleiding	4
3	Hoe zit de opleiding in elkaar?	6
4	Wat kost je deelname?	9
5	Aanmelding	9



VERBINDEND VERANDEREN EN COMMUNICEREN

Opleidingsbrochure

7-maanden opleiding tot gecertificeerd StoryPractitioner©

1 BUSINESS STORYTELLING – EEN VAK APART

Ruim 15 jaar geleden werd **corporate storytelling** in Nederland geïntroduceerd. Centraal stond het corporate verhaal als verbindend element in externe communicatie. Inmiddels heeft storytelling zich ontwikkeld tot een zelfstandig vakgebied, met aantoonbare toegevoegde waarde in externe én interne communicatie, verandering, leiderschap, marketing en journalistiek. Bij dat nieuwe vakgebied hoorde een nieuwe naam: **business storytelling**. Vakkundige inzet ervan draagt bij aan organisaties waarin mensen zich steviger verbonden voelen met elkaar en met de missie van de organisatie en deze met hart en ziel in praktijk brengen; waar mensen tot hun recht komen en het gevoel hebben dat wat zij doen, van betekenis is. Ook wanneer er grote of kleine veranderingen plaatsvinden!

Toegevoegde waarde: de onderstroom

Wat business storytelling toevoegt aan andere methodieken is... de onderstroom: dat wat er écht gedacht, ervaren, beleefd en gevoeld wordt in en rond organisaties. Die onderstroom wordt in de literatuur maar al te vaak *unmanageable* genoemd en daardoor in de praktijk nogal eens genegeerd: het is de wereld waar we het liever niet over hebben. Liever concentreren we ons op de harde cijfers. Maar feiten en cijfers vragen om duiding en in de onderstroom zit oneindig veel ervaringswijsheid waar je als organisatie niet zonder kunt. Organisaties hebben onder- én bovenstroom nodig om effectief en wendbaar te zijn.

Verhalen geven inzicht

Nergens wordt die onderstroom beter zichtbaar dan in de verhalen die we vertellen. Mensen zijn namelijk van nature verhalenvertellers. We hebben het altijd gedaan. Het is onze manier:

- > om grip te krijgen op een ingewikkelde wereld;
- > om kennis en informatie op een betekenisvolle manier te onthouden en te delen;
- > om ons met elkaar te verstaan en te verbinden.

Wie oor en oog ontwikkeld voor die verhalen, krijgt waardevol inzicht in wat er dieper in en rond een organisatie speelt: *Waarom* klanten, patiënten of cliënten zo (on)tevreden zijn. *Waarom* medewerkers (niet) in beweging komen. *Waarom* er zoveel afstand is tussen medewerkers en leidinggevend. *Waarom* een verandering niet van de grond komt. Wat maakt dat kansen en talenten niet voluit worden benut, etc.

Maar ook: Wat het *betekent* dat medewerkers het vertrouwen in hun leidinggevenden met een 6,1 beoordelen in het tevredenheidsonderzoek. Wat het *betekent* dat het aantal klachten met 8% is toegenomen in het afgelopen jaar. En wat het *betekent* dat het ziekteverzuim al jaren stabiel blijft op 6%. Verhalen geven inzicht en betekenis aan cijfers. Wie verhalen gericht kan prikkelen, verzamelen, vastleggen en analyseren, geeft z'n organisatie toegang tot een onmisbaar extra informatiekanaal. Verhalen die mensen vertellen, zijn in feite prachtige management-informatie.

Verhalen nemen ons mee

En verhalen vormen prachtige content. Die ons raakt en grote overtuigingskracht heeft, doordat verhalen aansluiten bij hoe wij mensen beslissingen nemen. En we onthouden verhalen gemakkelijk en vertellen ze door, doordat ze aansluiten bij hoe wij mensen informatie verwerken. Juist in de authentieke verhalen van medewerkers, klanten, patiënten en cliënten krijgen we te zien waar een organisatie werkelijk voor staat. Wanneer ze goed worden ingezet, versterken die verhalen de identiteit van een organisatie.

De opleiding tot StoryPractitioner leert je om business storytelling deskundig en vaardig in te zetten. Je leert dat storytelling veel meer is dan verhalen *vertellen*. Business storytelling begint bij *luisteren* naar de verhalen die er zijn of ze gericht *verzamelen*. En die verhalen vervolgens duiden om er inzichten uit te halen, in te zetten als content die mensen raakt of ze te gebruiken als de basis voor een nieuw *vormen* verhaal om een team, afdeling of organisatie richting te geven.

Verhalen vertellen, verzamelen en vormen om organisaties gemakkelijker over zichzelf te laten communiceren, intern en extern, en om veranderbelemmeringen te voorkomen of aan te pakken waardoor mensen in beweging kunnen komen – daar draait het om in de opleiding.

Van twee naar één

In 2015 gingen we van start met twee opleidingsvarianten: StoryPractitioner/Change en StoryPractitioner/Communicatie. De opleidingen groeiden steeds meer naar elkaar toe. Deelnemers uit de Changevariant bleken de inzichten uit de modules Leiderschap en Storysharing uit

de andere variant goed te kunnen gebruiken. En deelnemers uit de Communicatievariant bleken de inzichten uit de module Visionstory en Narratieve analyse op hun beurt goed te kunnen gebruiken. Twee pilots in 2018/2019 leerden dat een combinatie 'the best of both worlds' was. Daarom gaan we vanaf najaar 2019 door met één opleiding tot StoryPractitioner, waarin alle thema's aan de orde komen. Deelnemers beslissen zelf per moduleopdracht of ze deze uitvoeren met als aandachtspunt communicatie of verandering. Het overzicht van de nieuwe indeling staat in ad 3.

Onmisbare veranderpartner en adviseur

Wie de opleiding heeft afgerond:

- > is in staat z'n organisatie te helpen veranderingen te voorkomen, de verbindende kracht van verhalen in alle fasen van een verandertraject in te zetten en zo bij te dragen aan de effectiviteit en wendbaarheid van z'n organisatie (accent op verandering)
- > is in staat om verhalen in te zetten om bij te dragen aan de identiteit van z'n organisatie, aan een constructieve dialoog zowel intern als extern en aan verbinding tussen leiders en medewerkers en tussen medewerkers en de missie van een organisatie (accent op communicatie).

De opleiding geeft je als deelnemer grip op communicatie- en veranderprocessen. En doordat je je organisatie kunt voorzien van onmisbare onderstroominzichten, word je zelf onmisbare veranderpartner en adviseur om wie niemand heen wil. We zien het keer op keer gebeuren!

'Wie het accent verschuift van zenden naar ontvangen, wie verschrikkelijk goed kan luisteren en kennis heeft van processen, kan de buitenwereld binnen brengen en krijgt intern toegang tot informatie die voor het management vaak veel moeilijker of misschien zelfs helemaal niet toegankelijk is.'

(Storypower, p.28)

2 OVER DE OPLEIDING

Wat leer je in de opleiding?

De methodiek die centraal staat, is die van *storylistening*, *storytelling* en *storydoing*. Wanneer je deze helemaal in je vingers hebt, kun je:

- > verhalen gericht in en rond je organisatie prikkelen en verzamelen.
 - Zodat je altijd over waardevolle content beschikt.
 - Zodat je de onderstroom zichtbaar kunt maken en inzicht krijgt in wat mensen écht bezighoudt, wat er écht speelt en wat de organisatie nodig heeft om bijvoorbeeld gemakkelijker in beweging te komen en te veranderen. Aangezien het voor leiders veel lastiger is om inzicht te krijgen in de onderstroom, geef je hun toegang tot een extra informatiekanaal dat hen helpt om betere managementbeslissingen te nemen. Zo word je adviseur waar niemand omheen wil;
- > leidinggevend helpen 'op verhaal te komen'. Zodat zij hun medewerkers kunnen inspireren, motiveren en in beweging kunnen krijgen. Een bijzonder verhaal dat je hen kunt helpen ontwikkelen, is het richtinggevende visie- of veranderverhaal;
- > jezelf als professional, ondernemer of leidinggevende stevig neerzetten met een aansprekend en persoonlijk verhaal;
- > vormgeven aan een (verander)dialoog en betekenisgeving, zodat abstracte missies, visies en kernwaarden tot leven komen;
- > verhalen inzetten in alle fasen van een (verander)proces of project, zodat er gemeenschappelijke taal ontstaat, emoties een functionele plek krijgen, de 'stip op de horizon' concreet en doorleefd wordt en mensen zich verbonden voelen;
- > ingewikkelde vraagstukken binnen je organisatie narratief analyseren, waardoor je processen beter begrijpt en steviger kunt bijdragen aan oplossing van vraagstukken;
- > (verander)processen monitoren vanuit de onderstroom en zo een extra en onmisbaar informatiekanaal toevoegen aan de bestaande managementinformatie-kanalen;
- > verschillende storytellinginterventies inzetten, zoals een gezamenlijk verhaal vormen, betekenisgeven aan kernwaarden of een cor(porat)e story ontwikkelen;
- > een contentstrategie ontwikkelen die bijdraagt aan versterking van de identiteit van je organisatie;
- > verhalen doelgericht inzetten, zodat ze hun magische, verbindende werk kunnen doen

Theorie én (veel) praktijk

In de opleiding draait alles om de wisselwerking tussen theorie en praktijk. Je maakt kennis met de brede toepassing van *storytelling*, *storylistening* en *storydoing*, je krijgt inzicht in het veranderproces, het storytellingmodel voor verandercommunicatie en daadwerkelijk interactieve communicatie. En je ontwikkelt competenties en vaardigheden die je direct in praktijk brengt. Vijf praktijkopdrachten helpen je daarbij. Die worden zo ingevuld, dat ze direct aansluiten op jouw praktijk en de vraagstukken binnen jouw organisatie. Daardoor winnen zowel jouw organisatie als jijzelf bij deze opleiding.

Wat wint je organisatie bij de opleiding?

Wanneer je de opleiding succesvol hebt afgerond, heeft je organisatie (of hebben je opdrachtgevers) een verbinder in huis die stevig bijdraagt aan de communicatie- en veranderkracht van de organisatie. Je bent een waardevolle schakel tussen leiding en medewerkers, die bijdraagt aan:

- > grotere betrokkenheid van medewerkers (*employee engagement*) en andere stakeholders;
- > grotere veranderbereidheid bij medewerkers;
- > groeiend vertrouwen in je organisatie, omdat die waarmaakt wat ze belooft;
- > een organisatie met een sterke identiteit.

Zaken die iedere organisatie effectiever maken!

Wat win jij bij de opleiding?

Als je de opleiding hebt gevolgd:

- > kun je strategisch meedenken met de leiding van je organisatie of je opdrachtgevers en proactief adviseren. Je bent in staat adviezen te geven waar niemand omheen wil, omdat ze gebaseerd zijn op onderstroomverhalen: datgene wat er werkelijk wordt gedacht, ervaren en beleefd in de organisatie;
- > begrijp je veranderprocessen en de essentie van interactieve communiceren, wat je helpt om er grip op te krijgen;
- > heb je een stevige visie ontwikkeld op jouw eigen rol in je organisatie als leider, communicatieprofessional, veranderaar, adviseur of als zelfstandig ondernemer;
- > heb je het lef en het zelfvertrouwen om die rol binnen jouw eigen organisatie of als zelfstandig ondernemer te pakken;
- > ben je je bewust(er) van jouw toegevoegde waarde binnen jouw organisatie of als zelfstandig ondernemer;
- > kun je de verbindende factor zijn tussen de leiding en andere stakeholders van een organisatie;
- > laat je je organisatie zien wat verbindende communicatie toevoegt aan (veranderende) organisaties.

En vooral: na de opleiding ben je allround en gecertificeerd StoryPractitioner©. Je bent een meester in het benutten van de kracht van verhalen in een organisatie.

Voor wie?

De opleiding is bedoeld voor jou als **senior communicatie-professional, -HR-professional, veranderaar of (team-) leider** wanneer je toe bent aan een volgende stap in je loopbaan. Omdat je op strategisch niveau wilt kunnen meedenken en communicatie als kritische succesfactor in een (verander)proces wilt kunnen vormgeven.

De opleiding is ook voor jou bedoeld als je als **senior-adviseur, veranderaar of (team)leider** werkt voor een organisatie in verandering en daarbij hindernissen tegenkomt waar je adequaat mee wilt leren omgaan. Zodat je organisatie blijvend soepel kan meebewegen met veranderingen.

Ook als je ervaren ondernemer bent op het gebied van communicatie of verandering en je je in deze ambities herkent, past de opleiding bij je.

Voorwaarden om mee te doen

- > Je herkent jezelf in een van de rollen of ambities die hierboven beschreven staan.
- > Je bent bereid tijd en energie te investeren in je eigen ontwikkeling.
- > Je durft open en eerlijk naar jezelf en naar je rol in een organisatie te kijken.
- > Je bent bereid om samen met anderen en van elkaar te leren.
- > Je ziet mogelijkheden om de vijf moduleopdrachten uit te voeren (zie 3). (Incidenteel hebben we de mogelijkheid om je te betrekken bij werkzaamheden van TheStoryConnection wanneer je een module-opdracht niet binnen je eigen werk kunt invullen.)

Bij de training hoort een telefonische intake vooraf, zodat we zeker weten dat de opleiding echt iets voor jou is.

Intensieve begeleiding

De opleiding bestaat uit:

- > 7,5 trainingsdag, verdeeld over 7 maanden;
- > 3 individuele (telefonische) coachingsmomenten
- > 5 praktijkopdrachten.

Begeleiding vanuit je eigen organisatie of omgeving maakt deel uit van de opleiding. Het is de bedoeling dat je iemand vindt in je organisatie of omgeving, die tijdens het traject je 'mentor' wil zijn.

Vanuit de opleiding wordt gestimuleerd om samen met een of twee andere deelnemers een **supportgroep** te vormen waarin je met elkaar kunt sparren over opdrachten en het leerproces. Dit is echter niet verplicht.

3 HOE ZIT DE OPLEIDING IN ELKAAR?

De opleiding tot StoryPractitioner duurt alles bij elkaar zeven maanden en bestaat uit vijf samenhangende modules:

Titel module	Inhoud	Werkvorm
1 Storysearch (verhalen verzamelen)	Thema's: > Wat is business storytelling > Wat is een verhaal (microstory) > Onderstroom en bovenstroom > De narratieve prikkelvraag > Betekenissen in verhalen onderkennen > Verhalen authentiek vastleggen > Een verhalenweb ontwikkelen > Van verhaal naar content of inzicht en advies > Een narratief klimaat creëren > Storytelling in communicatie en verandering > Verandertheorie, Kleurentheorie > Theorie interactieve communicatie	2 opleidingsdagen 1 opdracht
2 Het visie- of verander-verhaal (een verhaal vormen)	Thema's: > Wat is een verhaallijn > Hoe ontwikkel je een visie- of veranderverhaal > Strategieën om een (visie- of verander)verhaal in een organisatie te laten 'landen' > Betekenisgeving aan abstracte kernbegrippen	1 opleidingsdag, 1 individueel gesprek 1 opdracht
3 Storytelling	Thema's: > De vier verhalen die iedereen over zichzelf zou moeten kunnen vertellen > Verhalen als krachtige overtuigers > Een verhaal doelbewust inzetten > Verteltechnieken > Het narratieve klimaat bewaken > Anderen faciliteren om een persoonlijk verhaal te vertellen: verhalen in speeches en toespraken	1 opleidingsdag 1 praktijkopdracht
4 Storysharing en de narratieve analyse	Thema's: > De narratieve analyse: het krachtenveld van een verandering, programma of project in beeld > De storycirkel, > De verhalendialoog, > Het betekenisgevende gesprek > Monitoren van een (verander)proces > De StoryPractitioner als facilitator	1 dag 1x individueel gesprek 1 praktijkopdracht
5 Storytelling & leiderschap	Thema's: > Verbindend leiderschap > Zingevingverhalen > Managementadvisering > Verbindende gesprekken	1 opleidingsdag 1 praktijkopdracht
6 Verhalen aan het werk & de future story	Thema's: > Storytelling als interactieve interventie > Verhalen in de implementatiefase van verandering > Verhalen als onderdeel van je contentstrategie > Future stories	1 opleidingsdag 1 praktijkopdracht 1 individueel consult
Afronding	Reflectie op het leerproces: > Borgen van je nieuwe kennis en vaardigheden > De StoryPractitionersgroep	½ opleidingsdag

'Als je blijft doen wat je altijd deed,
krijg je wat je altijd kreeg'



1 Storysearch (verhalen verzamelen)

Je maakt kennis met de verbindende kracht van verhalen en je leert wat een verhaal (microstory) is en wat business storytelling is. Je leert jezelf en anderen op verhaal te brengen en verhalen systematisch en methodisch te verzamelen, vast te leggen en er betekenissen in te ontdekken. Om ze vervolgens:

- > door te vertalen naar waardevolle content (accent op communicatie)
- > of er patronen in te ontdekken die je inzicht geven in de onderstroom van een organisatie in de diagnosefase van verandering (accent op verandering).

Je leert ook op basis van verzamelde verhalen adviezen te formuleren die aansluiten bij wat je (veranderende) organisatie nodig heeft.

Verhalen verzamelen vraagt van je dat je empathisch of oordeelloos kunt luisteren en een narratief klimaat kunt scheppen. Ook daarmee gaan we aan de slag. Verder maak je kennis met verandertheorie en de theorie over interactieve communicatie. Je verdiept je in de Kleurtheorie van De Caluwé en het storytellingmodel voor verandercommunicatie.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat: een verslag met vijf verhalen, die zo authentiek mogelijk zijn vastgelegd, geduid en vertaald naar waardevolle content of onderbouwde inzichten en adviezen voor vervolgstappen.

2 Het visie- of veranderverhaal (verhalen vormen)

Je leert het verschil kennen tussen microstories en langere verhaallijnen. Je leert wat een visie- of veranderverhaal is en je leert hoe je zo'n richtinggevend en aansprekend verhaal samen met anderen team kunt vormen. Dit type verhaal verbindt de boven- en onderstroom van een organisatie, zet een verandervisie in een context, verbindt verleden, heden en toekomst en legt de basis voor gemeenschappelijke (verander)taal. Het geeft bovendien betekenis aan abstracte kernbegrippen van een verandering. Je leert ook welke strategieën er zijn om dit verhaal in een organisatie te laten landen.

Hoewel we een verhaal vormen met een belangrijke rol in verandering, is de ontwikkelwijze vergelijkbaar aan die van bijvoorbeeld een corporatie story voor een organisatie, afdeling of team.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat: een verbindend en inspirerend (visie- of verander)verhaal voor je organisatie, afdeling of team, waarin betrokkenen zich herkennen en dat geschreven is in toegankelijke, aansprekende en verbindende taal.

Ben je zelfstandig ondernemer? Dan kun je ervoor kiezen een richtinggevend en inspirerend visieverhaal voor je eigen onderneming te vormen!

3 Storytelling (verhalen vertellen)

Je leert de vier verhalen op te sporen die iedere professional of leidinggevende moet kunnen vertellen om zichzelf stevig en kwetsbaar tegelijkertijd neer te zetten. Je leert je eigen microstories op te nemen in een langere verhaallijn en je leert narratieve technieken om je verhaal aansprekend te kunnen vertellen en doelgericht te kunnen inzetten.

Deze module helpt je om je schroom te overwinnen om persoonlijke verhalen te vertellen. Daardoor kun je niet alleen jezelf stevig neerzetten als de professional die je bent, maar ben je ook in staat anderen daarbij te helpen. Bijvoorbeeld: (team)leiders die hun medewerkers willen inspireren of accountmanagers die in gesprek zijn met klanten of andere externe stakeholders. Want uiteindelijk werkt niets zo overtuigend als een verhaal. Waarom dat zo is, leer je ook tijdens deze module.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat: je reflectie op een persoonlijk verhaal, dat je hebt uitgeschreven en bewust hebt ingezet tijdens een relevante bijeenkomst.



4 Storysharing & de narratieve analyse

Je leert communicatie- of verandervraagstukken in een organisatie narratief te analyseren aan de hand van de enkelvoudige verhaalstructuur en aan de hand van een complexere verhaallijn: de Reis van de Held. Daardoor kun je communicatie- of verandervraagstukken snel doorzien en keyplayers goed in beeld brengen, houd je grip op het proces waar je in zit en kun je interventies bepalen die aansluiten bij wat er het hardste nodig is.

Je leert ook om partijen echt met elkaar in gesprek te brengen en een dialoog op gang te helpen en te houden waarin onderstroomverhalen in een veilige sfeer kunnen worden gedeeld. Daarmee draag je bij aan een communicatievere en effectievere organisatie, waarin mensen zich verbonden voelen met elkaar. Ook in tijden van verandering.

De werkvorm die je tijdens deze module leert, is de storycirkel: een prachtige manier om verhalen op te halen in een groep, betekenisgevende gesprekken in je organisatie op gang te brengen, een dialoog op gang te brengen en er in verandering aan bij te dragen dat leiders goed op één lijn blijven waardoor er zo min mogelijk ruis ontstaat. Het begeleiden van een storycirkel vraagt facilitatorsvaardigheden van je. Daarmee gaan we ook aan de slag.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat: Je reflectie op een door jou georganiseerde en begeleide storycirkel-bijeenkomst (inclusief verzamelde verhalen en inzichten) OF een uitgewerkte narratieve analyse, inclusief suggesties voor mogelijke acties die daaruit volgen.

5 Storytelling & leiderschap

Van leiders wordt tegenwoordig veel verwacht: dat zij zich kwetsbaar durven op te stellen, dat zij krachtig richting geven, dat zij empathisch kunnen luisteren en dat zij hun organisaties voortvarend door een verandering heen begeleiden. Daarbij kunnen zij wel hulp gebruiken. In deze module leer je leiders te helpen hun **zingevingsverhalen** op het spoor te komen: Wat drijft hen? Waar staan zij voor? Hoe zijn zij verbonden aan hun organisatie of een verandering? Dat is bijvoorbeeld onmisbaar in de strategiefase van een verandering: zonder verbonden leiders geen verbonden medewerkers!

Je leert ook hoe je (team)leiders kunt helpen om met behulp van storytelling andere gesprekken te voeren met hun teams, waardoor waardevolle en noodzakelijke verbindingen worden versterkt.

Tijdens deze module denk je ten slotte na over je eigen visie op (persoonlijk) leiderschap en je werkt aan versterking van je eigen rol en positie, zodat je gemakkelijk(er) toegang hebt tot leiders en hen kunt helpen om hun rol te versterken.

Ben je zelf leidinggevende? Dan geeft deze module je handvatten om je (nog) steviger te verbinden met je team én je collega-leidinggevers, wat echt bijdraagt aan jullie wendbaarheid.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat: je hebt met een leidinggevende naar zijn of haar zingevingsverhaal gezocht en hebt geadviseerd over de inzet daarvan. OF je hebt een teamleider ondersteund bij het voeren van een betekenisgevend gesprek met zijn team in het kader van een verandering.

6 Stories at work & future stories

Je leert het verschil tussen storytelling als communicatie- of veranderstrategie en als 'losse' interactieve interventie. Je maakt kennis met verschillende storytellingsinterventies en je bereidt er één voor die je in je organisatie inzet om een concreet communicatie- of veranderdoel te (helpen) realiseren. Zo'n interventie kan zijn:

- > gezamenlijkheid terugbrengen in een nieuw samengesteld team door samen een nieuw verhaal te vormen;
- > een dialoog op gang brengen om abstracties als missie, visie, kernwaarden betekenis te geven en tot leven te laten komen;
- > een community of ambassadeursgroep ontwikkelen;
- > een contentstrategie of klantreis ontwikkelen;
- > de voortgang van een veranderproces monitoren;
- > het resultaat borgen van een project of verandering, etc.
- > een workshop over storytelling voorbereiden om wat je tijdens deze opleiding hebt geleerd, te delen en te borgen.

De gekozen interventie past bij een actueel vraagstuk in jouw organisatie.

Ten slotte leer je een **future story** te ontwikkelen: een bijzonder verhaal, dat helpt om een 'stip op de horizon' concreet en tastbaar te maken. Wij oefenen de future story door het verhaal van de impact van je eigen leerproces concreet en zichtbaar te maken. Daarmee houd je jezelf ook ná de opleiding 'gaande' en borg je de opbrengst ervan.

Het tastbare en beoordeelbare resultaat van deze module is een reflectie op de interventie die je hebt ingezet én een future story.

Zeven maanden later...

Ervaar je dat je je rol stevig hebt versterkt.

Als (communicatie)adviseur merk je dat je als serieuze gesprekspartner wordt ervaren door je management of opdrachtgever. Je komt gemakkelijker op de juiste plek aan tafel, doordat je toegang kunt geven tot dat belangrijke onderstroomkanaal. Je krijgt ook van verschillende partijen in je organisatie terug dat zij zich meer gezien en gehoord voelen. Er is meer gezamenlijkheid: de basis voor bijvoorbeeld employee engagement. En dat is weer onmisbaar om organisatie- en projectdoelen gemakkelijker te realiseren. Je hebt, kortom, de stap gemaakt naar strategisch adviseur.

Als veranderaar merk je dat je onmisbare veranderpartner bent geworden voor de leiding. Je krijgt van verschillende partijen terug dat zij zich gezien en gehoord voelen. In plaats van veranderchagrijn wordt er veranderenergie ervaren, doordat mensen begrijpen wat er om hen heen gebeurt, waarom dat gebeurt en welke rol zij daar zelf in hebben. De verandering zelf is een samenhangend verhaal geworden. Voor een volgend verandertraject stroop je dan ook met plezier je mouwen op: omdat je op ieder moment weet en begrijpt wat er gebeurt en je toegang hebt tot de onderstroom die het gedrag van mensen uiteindelijk bepaalt.

Als leider merk je dat er meer vertrouwen in je is en dat je je steviger verbonden voelt met je medewerkers. Het kost je geen moeite meer om jezelf te laten zien en je luistert anders. Daardoor voelen medewerkers zich gemakkelijker met je verbonden, roepen veranderingen minder weerstand op en krijg je mensen gemakkelijker in beweging.

Gecertificeerd StoryPractitioner©



Wie de opleiding heeft afgerond en alle vijf de moduleopdrachten heeft uitgevoerd, krijgt het certificaat StoryPractitioner en is in staat om de functie van Storyteller of Chief

Storytelling Officer (CSO) in zijn organisatie of de organisatie van zijn opdrachtgevers te vervullen. Om je vaardigheden op peil te houden, maak je deel uit van de groeiende groep StoryPractitioners. Driemaal per jaar zijn er bijeenkomsten waaraan je kunt deelnemen om ervaringen te bespreken, cases voor te leggen, bij elkaar te rade te gaan en jezelf als StoryPractitioner scherp te houden.

4 WAT KOST JE DEELNAME?

De actuele kosten vind je op de website van TheStoryConnection.

De kosten zijn inclusief alle begeleiding, materiaal (*Storypower – verhalen die je organisatie veranderen* (Scheringa, 2013), een tweede boek over werken met verhalen in organisaties en een reader met relevante literatuur) en lunches tijdens de opleidingsdagen. Kosten zijn exclusief BTW (21%).

Deelnemers schaffen zelf dit boek aan: De Caluwé, *Vermaak Leren veranderen* (3e druk, 2019!)

Betaling van het opleidingsgeld is mogelijk in drie termijnen.

Deelnemers die zich samen met een collega aanmelden, ontvangen ieder een korting van 20% op het opleidingsbedrag.

5 AANMELDING

Heb je interesse in de opleiding tot StoryPractitioner©?

Stuur een bericht naar: annet@thestoryconnection.nl.

We nemen dan contact met je op om te verkennen hoe de opleiding bij jouw ontwikkeling past en om vragen te beantwoorden die je misschien nog hebt. Je kunt ons ook bellen voor meer informatie: 06 43423604.

We staan je met plezier te woord.

