



STORYTELLING ALS MARKETINGTOOL

Wie herkent het niet: je luistert naar of leest een verhaal, maar herinnert achteraf slechts flarden. Als een verhaal gevoelsmatig niet raakt, wordt de inhoud ook minder goed onthouden. Hoe kun je er als horecaondernemer voor zorgen dat mensen je verhaal wél onthouden en navertellen? Met Storytelling! Storytelling is dé manier om mensen te binden aan je bedrijf. Met persoonlijke en authentieke verhalen bouw je relaties op die jaren meegaan. Onze storytelling checklist helpt je om vandaag nog aan de slag te gaan:

1

EEN EFFECTIEVE BRAINSTORMSESSIE



Stap 1: Denk na over het doel van de campagne. Wat wil je bereiken met storytelling?

Stap 2: Wie is je doelgroep? Stem je schrijfstijl en verhaal af op de behoeften van deze doelgroep.

Stap 3: Selecteer de kanalen en platforms waar je het verhaal gaat delen. Denk aan de eigen website, social media of culinaire platforms als de Buik.

2

WAT HEB JE NODIG



Stap 4: Bepaal welke vaardigheden nodig zijn om de campagne tot een succes te maken. Bijvoorbeeld schrijven, fotografie of beeldbewerking.

Stap 5: Zijn deze vaardigheden al intern aanwezig of zijn er mensen van buitenaf nodig? Selecteer de mensen die je nodig hebt.

Stap 6: Bespreek de targets en kosten met dit team.

Stap 7: Bekijk welke middelen nodig zijn om de campagne te realiseren. Denk aan apparatuur en praktische zaken.

Stap 8: Maak een planning. Stel hierbij haalbare deadlines op voor het schrijven en opleveren van de verhalen.

3

HÉT VERHAAL



Stap 9: Begin met schrijven. Houd in gedachten wat je wil uitdragen en voor wie je het verhaal schrijft. Zorg er in ieder geval voor dat de inhoud van het verhaal herkenbaar is.

Stap 10: Schrijf to the point en denk terug aan de belangrijkste elementen binnen storytelling: authenticiteit en persoonlijkheid.

Stap 11: Werp een kritische blik op het beeldmateriaal bij het verhaal. Zijn de foto's van hoge kwaliteit? Leveren de foto's een bijdrage aan de sfeer die je wil overbrengen? Hoe is de bewerking?

Stap 12: Besteed voldoende tijd aan de stijl en toon van je verhaal. Past de tone of voice bij je doelgroep? Zorg ervoor dat de tekst goed leesbaar is en in één stijl geschreven is.

4

CHECK, DUBBELCHECK, LANCEREN MAAR!



Stap 13: Neem de tekst op een later moment nog eens goed door. Is de opbouw van het verhaal logisch? Heeft het verhaal een aantrekkelijke titel, inleiding en body?

Stap 14: Bedenk naar welke pagina's en/of bronnen je lezers wil doorlinken. Werken alle links in het verhaal?

Stap 15: Plan je storytelling in en verspreid het verhaal over de geselecteerde kanalen. Denk ook na of het moment van posten tactisch is. Zo ja, publiceren maar!

Zo! Je hebt het voor elkaar gekregen: het eerste verhaal is gepubliceerd. Dat viel mee, of niet? Hoe vaker je deze checklist doorloopt, hoe makkelijker storytelling wordt. Vergeet niet al je collega's en medewerkers in te lichten over het verhaal. Zij kunnen als ambassadeurs fungeren in de campagne. Wie weet hebben ze nog waardevolle tips!