



STORYTELLING

Ekenäs, 5.10.2017

Ann-Sofi Backgren

”Lägerelden”

- I alla tider har människor samlats kring lägerelden och berättat om vad de kan, var de kommer ifrån, var de befinner sig och vart de är på väg/kunskapsöverföring
- Idag: ”moderna lägereldar”, där folk samlas; lunchställen, runt kaffebordet, hos kunderna, på olika event eller ute på den sociala webben

Mot 2020

- Många organisationer och företag är trimmade, slimmade och inställda på att uppnå bästa effektivitet
- Men; den mänskliga kulturen ?!
- En organisation eller ett företag är nämligen också människor och alla människor är berättare som bär sina värderingar och sina kunskaper i sina berättelser

Corporate storytelling

- Handlar om att söka, finna och skörda det kapital som berättelserna utgör
- Ger också företag möjlighet att vara proaktiva och berätta om sina framsteg, sina produkter eller tjänster
- ”regissera sitt arbete” - berätta om det som är på väg att ta form
- ”Företagsfolkloren ”väntar på att fångas in

Olika berättelser

- Helst bör berättelsen röra vid något hos lyssnaren, och det skall sedan leda till handlingar, köpbeslut, komma på eventet, upplevelse mm
- Sanna berättelser blir starka, trovärdiga- delar med oss lättare/snabbare
- Offentliga eller interna konfliktberättelser, hjälteberättelser, skapelseberättelser, personalberättelser
- ”tänk strategiskt- vad vill du uppnå”

Är detta något nytt?

- Alltid funnits: människor knyts samman genom att berätta för varandra. Vi berättar helst om händelser, som är betydelsebärande
- Alla mänskliga grupperingar har sina berättelser
- Det nya: växande medvetenhet om att varje plats också utgör en kultur som behöver hållas samman av berättelser
- Allt fler inser att det går att påverka med berättelser
- Finns modeller och teknik, påverka samtalet ,skapa ”brandet”

Word of mouse/Digitalstorytelling

- Ett enda musklick- kan idag starta en prairiebrand på nätet
- Vår tid präglas av snabba förändringar.
- 61% av tiden - sociala medier
- Om tre år- 82 % av trafiken på internet- video

Måste allt vara sant?

- Ja, men man kan vara lite flexibel med detaljerna och måla med bred, färgstark pensel. Berättelserna måste upplevas av de inblandade som sanna och verkliga
- Inte alltför många siffror och fakta i berättelserna. Har man fakta så vågar folk inte berätta, eftersom det kan bli fel
- Tillåta individuella tolkningar av en händelse

Kan alla berätta?

- Alla kan berätta!
- Spelar ingen roll hur man berättar bara händelsen man tar upp är "intressant"
- Trovärdigheten handlar inte om hur man står, hur man andas eller hur man håller sina händer. Våga flyta fritt, inte retorisk korrekt
- Bör veta vad man vill, var man skall börja och landa
- Fokusera på vad som berättas, inte berättaren

Locka fram

- "Dr Livingstone" (intervjuer)
- Inspirationsföreläsning + workshop
- Säg ett tillfälle då du var **stolt** över ditt företag eller din organisation, din skola, din hembygd, ditt företag
- Berätta om en jobbrelaterad händelse du aldrig glömmer

It takes a listener to be a teller

- Emotionell kommunikation
- Tro på kraften i det du berättar
- Trovärdigheten ligger alltså i att du själv tror på det du säger. För det känner lyssnaren
- Ta tillvara berättar- och kulturkapitalet!
- Från VD till VB (verkställande berättare)

BRAN



Dracula



Världsarv

- Över 1000 världsarv i världen upptagna på UNESCO:s världsarvslista
- Naturarv, kulturarv eller en kombination av båda
- 7 världsarv i Finland
- Kvarkens skärgård- naturarv (2006), enda i Finland
- Höga kusten (2000)-Kvarkens skärgård, 20 över nationsgränser
- Landshöjningen, 10 000 år sedan, 3 km tjock is

Kvarkens skärgård

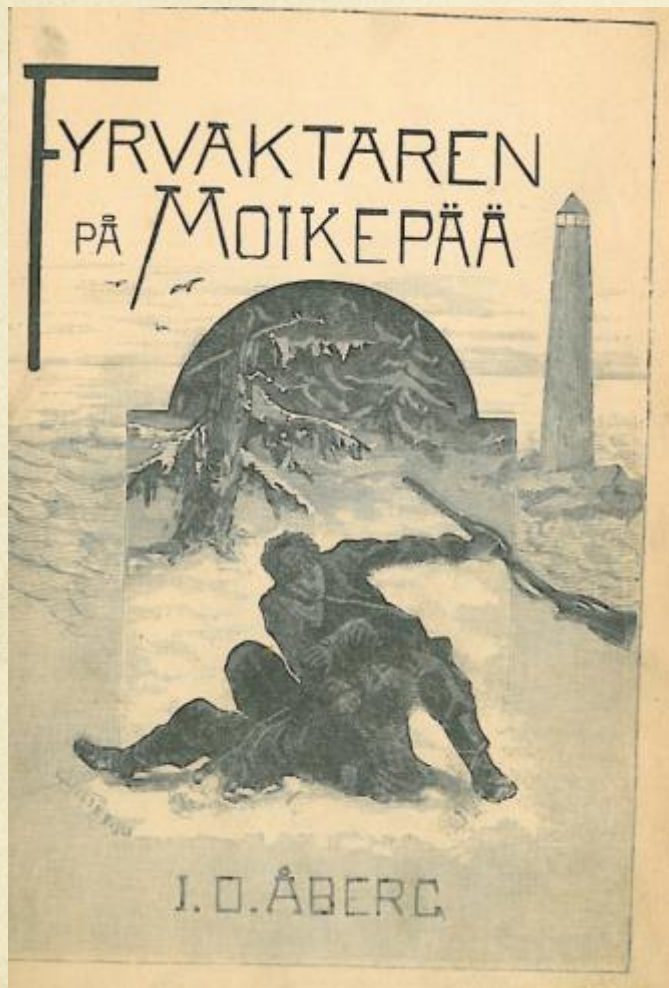


Österbottens äldsta båk



Mojkepä båk 1668-1808,
replik av **vippfyr** byggd 2001
efter ritningar från 1620-talet.

Just på denna plats, Torngrund
på Molpehällorna byggdes
troligen den första båken i
Bottniska viken. Minnesmärke



Berättelsen om fyrvaktaren Jakob Rautio, ungdomskärleken Katri, ärkefienden Nikita Tolstoj, kapten Alexander Strogoi och flickan Selmi. En intressant resa från Tavastlands skogar till Moikepää fyr och hur ödet gjorde att de möttes igen efter 19 år.

Storytelling



Ann-Sofi Backgren

JAKOB RAUTIO – DEN SISTE FYRVAKTAREN PÅ

Moikepää fyr

Berättelser från världsarvet Kvarkens skärgård

JAKOB RAUTIO – DEN SISTE FYRVAKTAREN PÅ MOIKEPÄÄ FYR

MERENKURKKU



KVARKEN
WORLD HERITAGE SITE



MERENKURKKU

KVARKEN

MERENKURKKU

KVARKEN

MERENKURKKU

KVARKEN



Kvarken öl



HAVE YOU SEEN THE SMUGGLER?

KVARKEN BREWERY "THE SMUGGLER" BULLERÅS GOLDEN ALE COMING SUMMER 2017

PRODUCT OF KVARKEN ARCHIPELAGO WORLD HERITAGE

  kvarkenbrewery


Kvarken
BREWERY



**DET FATTADES
NÅGOT I
KORVHYLLAN.
EN HEL GRIS.**



Slaktarkorv

- Per Karlsson är köttbonden som fick nog
- Bakgrunden är att; en dag tröttnade grisuppfödaren Per Karlsson på köttmarknadens dåliga marginaler och att ersättningen knappt skiljer sig mellan grisens fötter och filé. I en hetlevrad diskussion utbröt han: "Om jag inte får mer betalt för grisens finare delar, då kan jag ju lika gärna göra korv av hela grisen!". Branschen kallade det korkat och otänkbart. Varför använda fina delar som filé och karré till korv? Men det plötsliga infallet visade sig vara en snilleblix. Utan att tveka gjorde Per slag i saken och för ett år sedan lanserades Slaktarkorv, en korv gjord av hela grisen.
- www.slaktarkorv.se

Berättelsens båge

- **1. Context** ~ introduction of the setting and characters, explanation of the state of affairs, Det var en gång.../utgångsläge
- **2. Turning point** ~ the dilemma or problem or initiating event that starts the story rolling, Men så en dag....
- **3. Action** ~ how the people in the story respond to the dilemma or problem, Så då gjorde...
- **4. Reversal** ~ complications, further difficulties, challenges, things going wrong, men då hände...
- **5. Resolution** ~ the outcome of the story and reactions to it, Så numera...
-

Stop wasting food



SUCCESS

- **Simple**- find the core of any idea- FÖRENKLA
- **Unexpected**- grab people 's attention by surprising them - ÖVERRASKA
- **Concrete** - make sure an idea can be grasped and remembered later- KONKRETISERA
- **Credible**- give an idea believability- TROVÄRDIG
- **Emotional** - help people see the importance of an idea- KÄNSLOMÄSSIG
- **Stories**- empower people to use an idea through narrative- BERÄTTA

TACK!



○ Gräv där du står