

Руководство по сторителлингу для бизнеса

Руководство по сторителлингу для бизнеса

Вступление

Истории помогают развивать ваш бизнес inCruises® по трём причинам:

1. Люди могут забыть вашу идею, но будут помнить вашу историю.
2. Благодаря истории, та идея, которой вы делитесь, прекращает быть абстрактной и представляется как ваш собственный опыт.
3. Ваша история вдохновляет людей и позволяет им сопереживать вам.

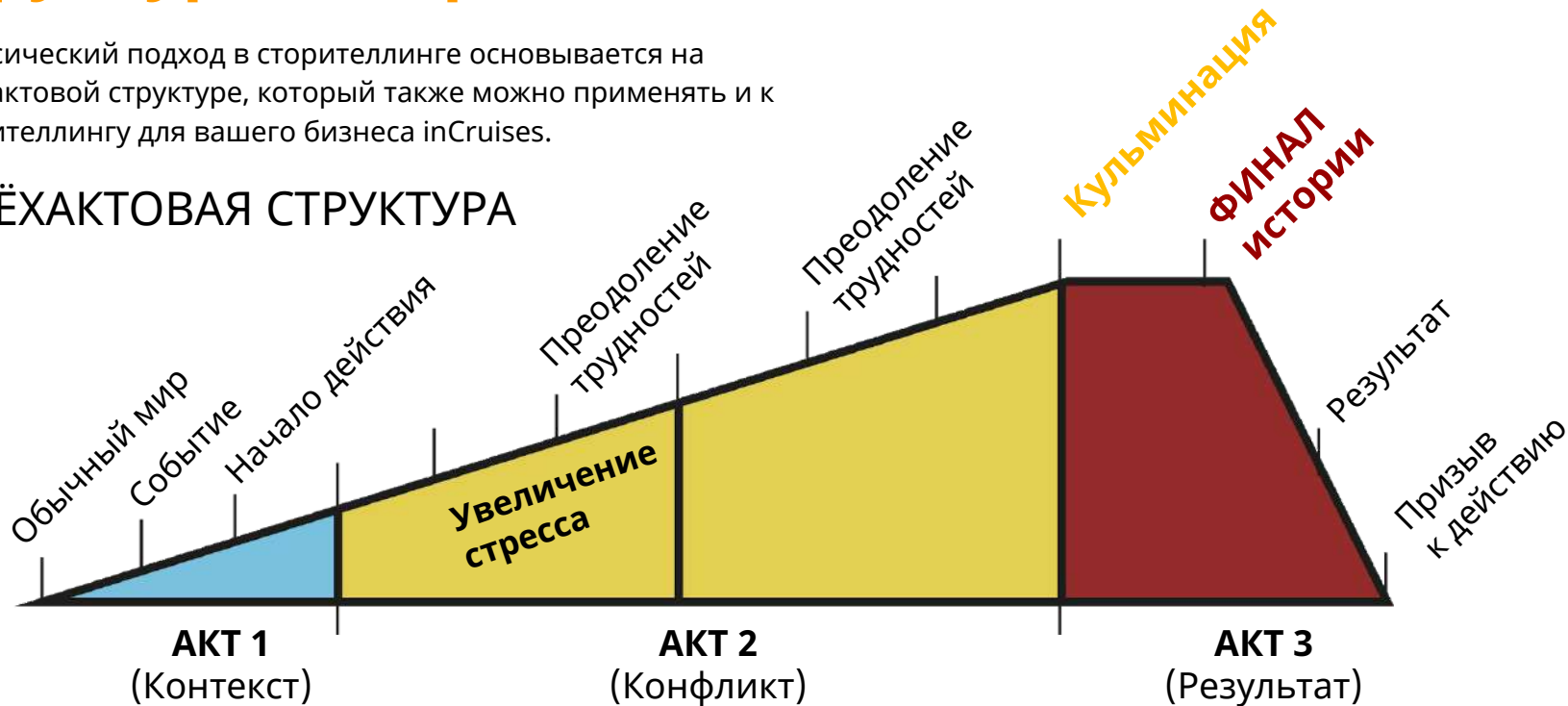
В создании истории есть логическая структура, которую вы должны знать, чтобы уметь писать хорошие истории, которые помогут вам в развитии вашего бизнеса inCruises.



Структура истории

Классический подход в сторителлинге основывается на трёхактовой структуре, который также можно применять и к сторителлингу для вашего бизнеса inCruises.

ТРЁХАКТОВАЯ СТРУКТУРА



Давайте взглянем на неё, используя в качестве примера следующую историю: "Этого бы не случилось, если бы вы являлись Членом Клуба inCruises".

Контекст	Кем вы были? Какова была ваша жизнь до вступления в inCruises?
Событие	Присоединение: появление inCruises. Кто вошёл в вашу жизнь и что он говорил о Членстве в inCruises и о бизнес-возможностях, что заставило вас слушать и посмотреть видео?
Начало действия	Запуск вашего бизнеса inCruises.
Трудности	Насколько тяжело было запускать свой бизнес inCruises.
Кульминация	Ваш первый успех в inCruises.
Финал	Празднование: каких рангов вы достигли. Каков ваш новый путь в вашем жизненном укладе, в здоровье, карьере и финансах?
Результат	Насколько вы выросли, стали сильнее, насколько изменилась ваша жизнь.
Призыв к действию	Чтобы вы хотели, чтобы сделал читатель? Какие варианты у него есть? Партнёр, Член Клуба, Член-Партнёр Клуба.

Некоторые советы по сторителлингу

В истории должен быть конфликт (с другим человеком, с обстоятельствами, внутренние проблемы и т.п.), иначе история не будет привлекать внимание.

1

Повышайте ставки: по возможности добавляйте информацию о высоких рисках, которые вы принимали (отказ от других целей, вложение накоплений, продажа имущества и прочее).

2

Добавляйте тикающие часы: если позволяет ситуация, укажите на ограничение во времени, чтобы слушатели или читатели могли почувствовать напряжение. Например: нехватка времени на выбор полёта, мало времени до конца месяца и т.п.

3

Вовлекайте читателя/слушателя, добавляя подробности обстоятельств. Например: "Я взял заём, а через 3 дня начался финансовый кризис."

4

Форматы вашей истории

Если вы хотите появляться на мероприятиях с новыми историями, то, для того чтобы содавать больше историй, вы можете использовать сценарии, описанные ниже, а также трёхактовую структуру.

- **Пример истории:** этого бы не случилось, если бы я был Членом Клуба inCruises.
- **Кто я:** ваша история жизни.
- Как я попал туда, где я нахожусь сейчас.
- **История создания компании:** как и зачем вы приняли решение запустить свой бизнес inCruises.
- **История создания продукта, например:** обучающий курс, который вы сделали для своих нижестоящих участников.
- **История личности:** расскажите историю о любой личности, которая принесёт ценность для тех людей, кто будет слушать или читать вашу историю.
- **История члена вашей команды:** история успеха кого-либо из ваших нижестоящих участников или о том, как вы нашли хороших членов команды.
- **История любви о клиенте/бизнесе/жизни/путешествии, например:** история о вашем первом круизе и о том, как вы влюбились в круизные путешествия.

- **Классный случай:** что-нибудь интересное, что случилось с вами, и что, по-вашему мнению, добавит ценности в формат истории.
- **Ценности в действии, например:** как ваши возможности inCruises помогли изменить жизни других людей.
- **Поучительные истории, например:** если вы слишком навязчивы, то будете привлекать в свою команду неподходящих людей.
- **История преодоления, например:** история о том, как вы преодолели лень и начали усердно работать в inCruises.
- **История "плохих парней", например:** как вы увидели, что кто-то говорит неправду об inCruises и убедили его изменить своё мнение.
- Истории героев, чьи ценности вы разделяете.
- **Истории предостережения, например:** вы пообещали кому-то высокие доходы, а он даже не достиг статуса "Бесплатное Членство".
- **Всё пошло не так, например:** вы пытались организовать онлайн-мероприятие, но возникли трудности, и мероприятие так и не случилось. Какие уроки вы вынесли?
- **Монстр в доме:** тип члена команды, который не способствует развитию вашего бизнеса inCruises.

2 способа использования бизнес-историй.

1

Это история сама по себе. Когда вы рассказываете нам о том, например, как вы заработали свой первый солидный доход, создали собственную компанию или построили команду. Полноформатная история. Одна публикация, одна веб-страница или одно письмо.

2

Короткая история. Не стоит думать, что история обязательно должна быть длинной. Это может быть сюжетная линия, одно предложение, использованное в качестве введения, или упоминание между прочим, чтобы донести какую-либо ключевую идею, которую вы можете развить в дальнейшем, когда читатели начнут интересоваться продуктом.

СОБЛЮДЕНИИ

Но прежде чем начинать создавать истории о своём Членстве или Партнёрстве в inCruises, послушайте, пожалуйста, в своём личном кабинете на сайте курс о построении юридически корректного бизнеса:

<https://www.incruises.com/courses/6>

Из него вы почерпнёте важную информацию, которая защитит как ваш бизнес, так и inCruises. Спасибо!

СПИСОК КНИГ:

1. Роберт Макки "История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только" (Story: Substance, Structure, Style and The Principles of Screenwriting by Robert McKee)
2. Роберт Чалдини "Психология влияния" (Influence: The Psychology of Persuasion by Robert B. Cialdini)
3. The Screenwriter's Roadmap: 21 Ways to Jumpstart Your Story by Landau, Neil (О том, как создавать серию историй в случае, если вы хотите удерживать внимание подписчиков в ваших социальных сетях)