

A low-angle, back-silhouette shot of a man in a dark long-sleeved shirt. He is pointing his right arm straight up towards the ceiling, with his left hand also pointing upwards. The ceiling is a complex, ornate coffered structure with many small, square panels, each containing a different design. The lighting is dramatic, with strong highlights on the ceiling and the man's arm, and deep shadows on his shirt. The overall mood is one of aspiration and storytelling.

Storytelling



Om mig



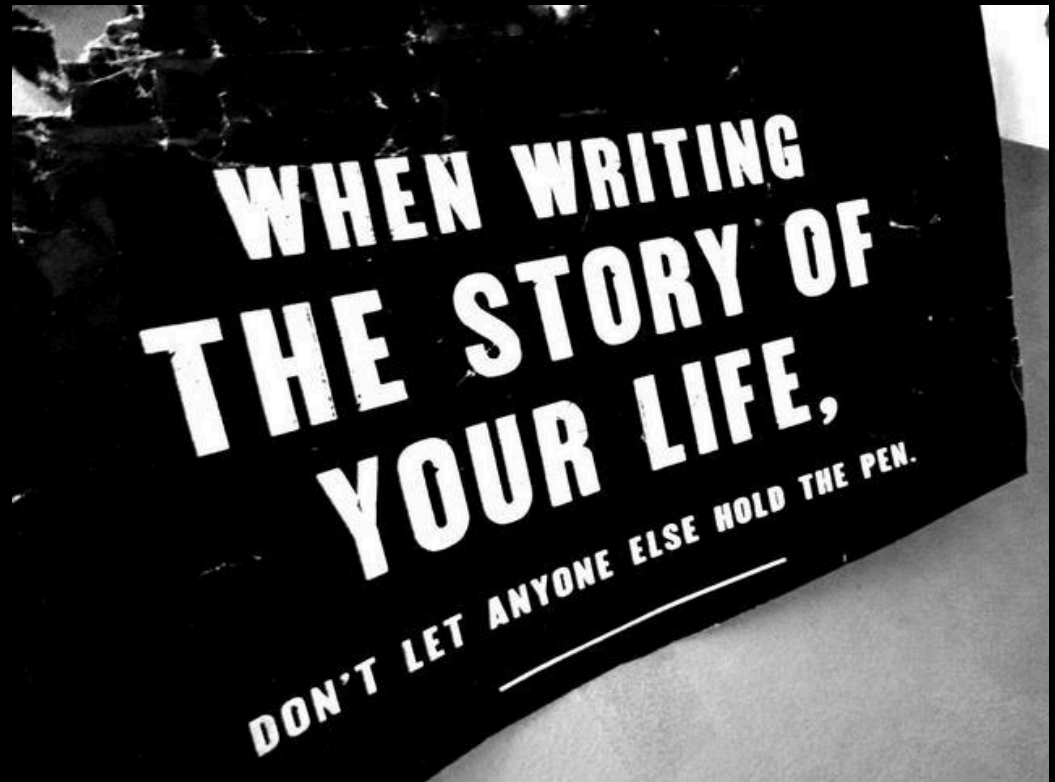
Innehåll

1. Vad är corporate storytelling?
2. Därför funkar det så effektivt
3. Vad kännetecknar en bra story?
4. De bästa tipsen för att använda storytelling i jobbet

Vad är storytelling, egentligen?



Corporate
storytelling =
En sann
berättelse
som ökar
värdet på
min vara
eller tjänst.





Uråldrigt och aktuellt

"Vi behöver historier som sprids.

Storytelling är förmodligen en av våra mest undervärderade affärsstrategier. En av våra utmaningar är att kommunicera vårt värde och fakta fungerar bara sådär. De flesta vill ha saker som berör och inspirerar dem. Vi tar våra beslut baserat på känslor och först efter det så letar vi de fakta som stödjer detta."

/Per Frykman, Ditt professionella rykte

Gränslandet mellan kultur och business



Västerbotten – berättarnas län

www.berattarnaslan.se



Projektsatsning

- "Berättarnas län"
2011-2014
- Berättande i
besöksnäring, företag
och kulturmiljöer
- Sprida ordet



REGION
VÄSTERBOTTEN

**TILLVÄXT
VERKET**

En investering för framtiden



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala
utvecklingsfonden



VÄSTERBOTTENS
MUSEUM



**Skellefteå
kommun**

© Jenny Eklund

Storytelling i projektet

- 10 kurser med 130 deltagare
- Besöksnäring, offentliga verksamheter och företag
- Öppna kurser + interna
- Information och föredrag för hundratals i Vbten



Därför storytelling



Vi bidrar till
att människor
och
verksamheter
får syn på
vem de är
och vad de
står för

Vad är
en berättelse?

Början – Mitt – Slut

Aristoteles



Gäddan

Astrid Lindgren



Berättelser som får
vingar - vi gillar att
höra om andras liv.





Vi gillar andras
motgångar och
misslyckanden...



... särskilt underdogs
som lyckas
- mot alla odds.

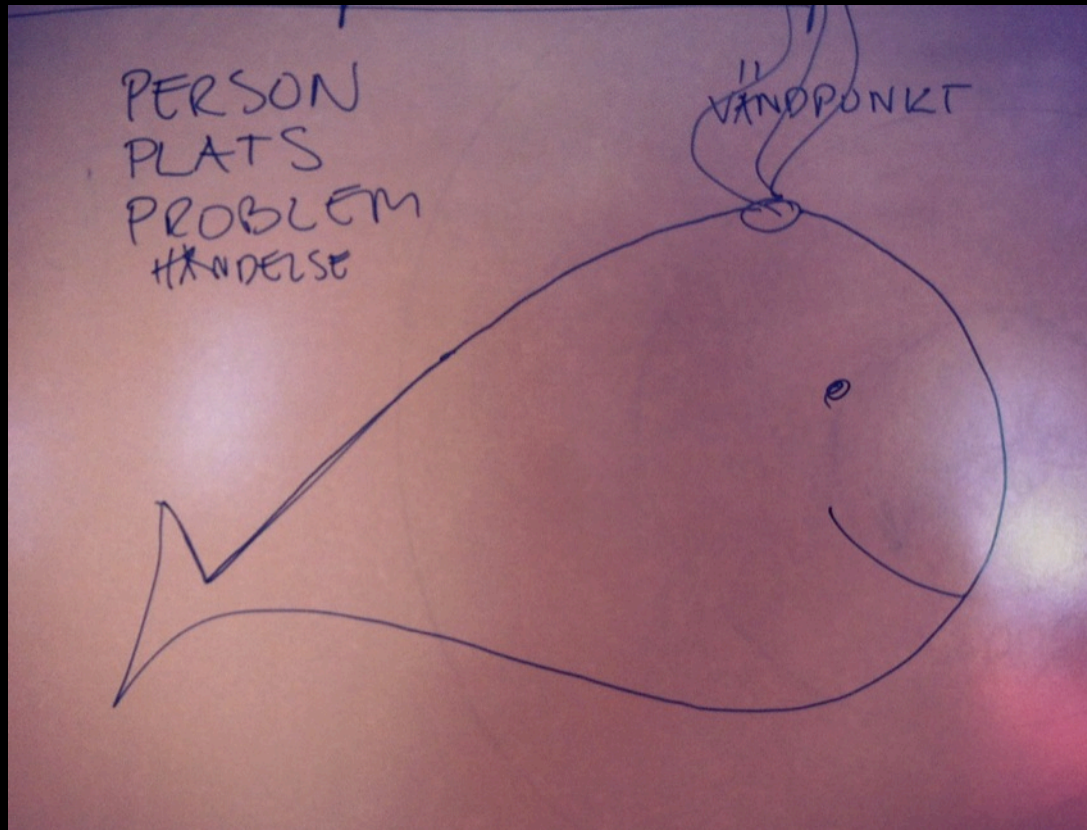
Därför fungerar berättelser så effektivt



Hur är en berättelse uppbyggd?

Vad skiljer berättelser från
information?

Person – Plats – Problem (och en lösning)



ÖVNING



Improvisera en berättelse

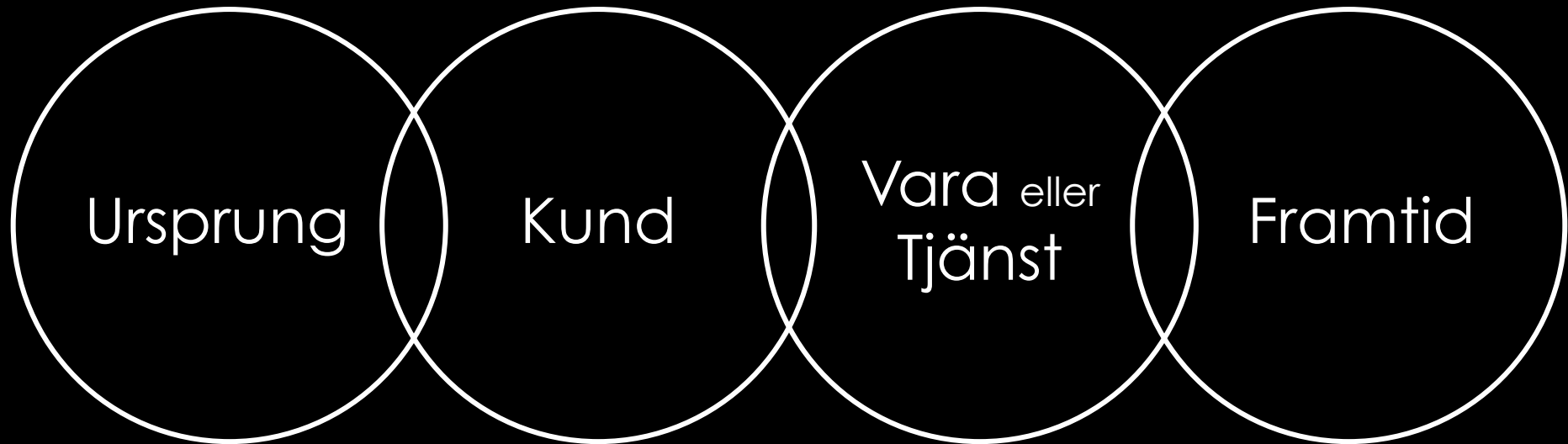
	Person	Plats	Problem
1.	President Obama	På ett hustak	Saxen är för slö
2.	En tandläkare	Under en matta	Grisen har rymt
3.	En bagare	I ett klassrum	Stegen är för kort
4.	En polis	I en taxi	Telefonen är död
5.	En ängel	På Norrmejerier	Hissen har fastnat
6.	Svärmor	På en flygplansvinge	Spegeln har spruckit
7.	Lady Gaga	I ett ihåligt träd	Skorna skaver
8.	En skidåkare	I charken på ICA	Det är strömavbrott
9.	Prinsessan Viktoria	På bilverkstaden	Dragkedjan har fastnat
10.	Bamse	På krogen	Vattnet har tagit slut

Exempel på corporate storytelling



Viktiga områden

att ta fram berättelser kring



- Michael Margolis, Per
Schlingmann & Jenny Eklund



Skapelseberättelser.
~~Berättar historiken~~
Berättar en historia



**"Om tre veckor ska vi ha
en juice här på bordet."**

Han hette Einar Heigegren och var VD på Skånska Apelsinerna. Året var 1965 och han stormade in till Bert Lund som han nyss utnämnat till vicepresident.

"Jag har hört att några andra är på gång att lansera drickfärdig juice i samma förpackning som mjölk. Nu har vi bräddat! Kan du se till att vi har en juice här om tre veckor?"

"Vad är det vi ska ha, jag kan ingenting om juice!" svarade en något skämd Albertson och är väl inte i kontakt med honom.

"Albertson, han heter Albertson och är väl inte i Florida, ta kontakt med honom!"

Sagt och gjort, det var bara att åka över och besöka juicefabrikerna och utvärdera kontrakt med en av dem. Einar Heigegren var vi hand om mjölk. Samtidigt var på morgonen och gör rent och så eftermiddagen med maskinerna och gör att fylla på juiceflaskorna.

vi samma maskiner för att fylla på juiceflaskorna. Sagt och gjort, den första drickfärdiga juice på marknaden blev Skånska Apelsinerna. Den skickade juice, och blev en enorm succé. Den skickade juice, och blev en enorm succé. Den skickade juice, och blev en enorm succé.

40 år sedan vi började göra juice. Det har varit en lång resa, men vi har alltid varit på väg framåt. Vi har alltid varit på väg framåt. Vi har alltid varit på väg framåt.

Under hela den här tiden har vi alltid varit på väg framåt. Vi har alltid varit på väg framåt. Vi har alltid varit på väg framåt.



Sonjas Grek...

Varför i hela friden heter restaurangen så?

Jo, det var just Sonjas grek som hade en dröm om en egen restaurang. Sonja och hennes grek, som för övrigt hette Niko, hade idétorka vad gällde bra namn. Därför utlyste Sonja en tävling på sitt jobb, och en sen natt var det en av kollegorna som kläckte den utmärkta idén "Den ska heta Sonjas Grek!"

Sonjas grek sa "Aldrig i livet!!! Menar du på fullaste allvar att jag ska svara "Sonjas Grek" när det ringer eller när jag ska presentera mig?"

Ja, det är ju inte så svårt att lista ut vem som vann den namnstriden...! Niko finns ej längre bland oss, men en ny generation greker har tagit sig an uppgiften att föra vidare Nikos dröm om att servera god grekisk mat på sitt eget vis. Theo och Anders har nu det ansvarsfulla uppdraget att leva upp till rollen som Sonjas Grek. När Sonja har vägarna förbi kan du ju alltid fråga henne hur hon tycker att de sköter sig...



 DAM  HERR

FÖRETAGETS SJÄL | FUNKTIONER OCH MATERIAL | ÅTERFÖRSÄLJARE | KUNDTJÄNST

RECOVER

ECO-INDEX

 GRÖNA INGREDIENSER

SOCIALT ANSVAR, CSR

AMBASSADÖRER

 HUR DET BÖRJADE

UTMÄRKELSER

PERSONAL



HUR VAR DET DÅ MED NAMNET?

Under en grottur till Jordbrugrotten i Norge 1982 med Umeås klätterklubb satt man på kvällen vid lägerelden och funderade på bra namn för företaget som framför allt skulle göra funktionella kläder och ryggsäckar för extrema friluftaktiviteter som klättring och vinterexpeditioner. På den tiden, men även idag, används ofta höga fjälltoppar, klätterleder och häftiga platser som inspiration vid namngivning. Ofta lovar namnet mer än produkterna kan hålla.

Peter ville att namnet skulle associera till klättring men samtidigt vara humoristiskt och bryta häftighetstrenden. Inget ytterligare; Nanga Parbat, extrem 8A, Superduper, Rock hard. Namnet Klättermusen, inspirerad av en saga för barn fastnade. När vi småningom satsade på export kom frågan upp om det skulle fungera med ett namn som ingen kan uttala, ingen vet vad det betyder och med en bokstav som är okänd i engelskan. Det har visat sig fungera alldeles utmärkt. Det skapar en nyfikenhet och inbjuder till samtal och trevliga uttalsövningar. Det kommunicerar också att vi har ett skandinaviskt ursprung och det ökar trovärdigheten i outdoorsammanhang.

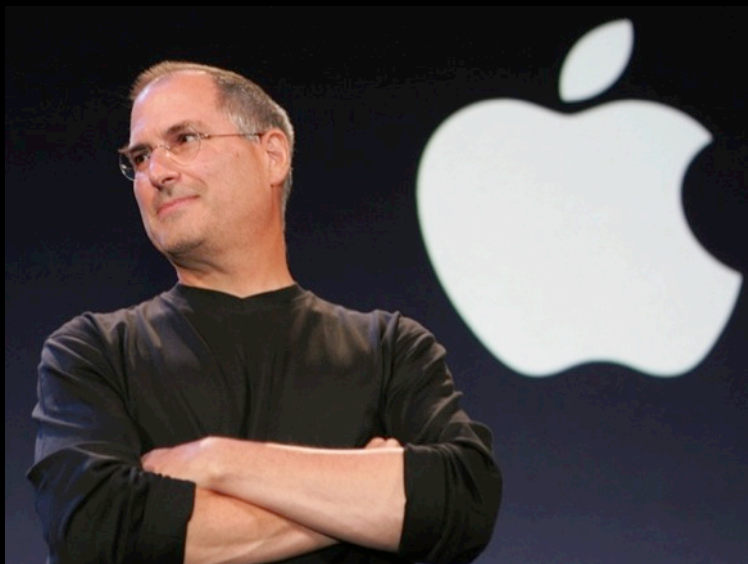


The LEGO story



Kunden är huvudperson och hjälte.

1. Sprids självant (sociala medier)
2. Verksamheten paketerar





Johanna Winblad

Följ · för 19 timmar sedan via mobil
i närheten av Enskede, Stockholms Län

Du må vara smartare än en femteklassare men inte smartare än en 5-åring!! Mina 5-åriga söner frågar efter paraplyer inne på Kappahl. –"Tyvärr, vi har bara fått in paraplyer för tjejer", svarar expediten. Zeb hittar ett "toppensnyggt paraply" – ett rosa med hjärtan på – som vi köper. Då säger Zeb (som just avslöjat hela genusproblematiken): –"Mamma, hon som jobbar här var inte så smart för hon vet inte att paraplyer inte har snippor & snoppar"!

Sluta gilla · Dela



Du, Kajsa Rehnman, Annika Melin och 1 202 andra gillar detta.



290 delningar



Visa 17 kommentarer till



Jenni Cummings LOOOOOOOVE this!!
för 11 timmar sedan · Gilla · 2



Emil Bergsman De var bland de bästa jag hört.. Och expediten borde man upplyst lite om genus....
för 9 timmar sedan via mobil · Gilla · 3



Paula Franklin Way to go Zeb!
för 9 timmar sedan via mobil · Gilla · 1



Anna Hellgren Kan inte min Signe få en dejt med dessa underbara små män?! Må dom växa upp till jämställda pappor med samma glimt i ögat!



Malin Lindberg

onsdag kl. 20:12 i området Umeå · 🌐

Efter en sammanbiten "stund" i telefonkö (hade nr 153)... till Skatteverkets deklara-tions-hjälp-telefon idag, så bara händer det! "Men snälla du!" säger kvinnan som svarar när hon får mitt personnummer, "inte ska väl DU sitta och DEKLARERA idag! Du ska ju planera din födelsedagsfest!! Det här har du INTE tid med"! Och så GÖR hon det -svarar för det första på den enda fråga jag egentligen hade och sen, steg för steg, bilaga för bilaga betar hon av hela deklarationen åt mig/med mig! "Nu gör vi det här" säger hon, "så du blir klar"! Jag är nästan mållös av tacksamhet och så otroooligt jäkla glad -kan ju knappt tacka människan nog! Och som grädde på alltihop avslutar hon samtalet med "Grattis i förskott, det här var min födelsedagspresent till dig"! Jag har glömt ditt efternamn men Katarina med skånsk dialekt som jourade på telefonslingan idag-fy fasen vad rätt du är! TACK, TACK igen.

[Sluta gilla](#) · [Kommentera](#) · [Sluta följa inlägget](#) · [Dela](#)

1

Du, Lena Öhlund, Linda-Marie Andersson, Anna Sjöberg och 72 andra gillar detta.



My dad's car



Information. Mervärde.
Pedagogiska budskap.
Vi får en relation till det vi
"köper".

Muhammed och hemtjänsten





Per Edberg
Diversehandel
Var namnet
på den lant-
handel som
fanns i byn
Kassjö under
åren 1918-1961
och drevs av
Per och Elin
Edberg.

Dessa knappar
tillhör ett
parti som
bevarats på
den gamla
lager vinden.

.....
♥ Per Edbergs
barnbarns-
barn Anna

Pers mejeri

Ekologisk mjölk

1 liter 3%

Per Pesula, mjölkbonde i Kukkola och stolt delägare av Norrmejerier.

KRAV

Helens mejeri

Ekologisk mjölk

1 liter 3%

Helen Marklund mjölkbonde i Klutmark och stolt delägare av Norrmejerier.

KRAV

Hej!
Helen Marklund heter jag, och jag framställer ekologisk mjölk tillsammans med min man Mats. Vi blev ägare till mjölkgården här i Klutmark 1990, och har i dag 60 kossor i kall lösdrift. Lösdriften innebär att korna kan röra sig fritt under dagarna och kan vila i sina liggbås när de vill. Vi trivs med den här typen av arbetsätt, och vi märker att kossorna också mår bra av det. Det bästa med att vara mjölkbonde är att vi får följa årstiderna på nära håll, att dagarna är omväxlande och att vi själva styr över arbetsdagen.

Vårt delägarskap i Norrmejerier innebär att vi, tillsammans med andra bönder, jobbar för att vårt arbete ska bli bättre, men också för naturen och hela regionen. Så tack för att du väljer Norrmejerier, vårt mejeri!

Helen Marklund

Norrmejerier ägs av ca 520 bönder i Norrland. Helen är en av dem. På norrmejerier.se kan du möta många fler och även se var bönderna i ditt närområde finns.

Norrmejerier och deras personliga mjölk(bönder)





“Svenskaläraren stack din bok i nävarna på det “stökige” “invandrarkillen”. Han ville skriva sin berättelse, sa han. Svenskaläraren visste att hans språk var knackigt och tvivlade nog på att det skulle bli något.

Nu har han skrivit en bok. 120 sidor på knackig svenska men fullständigt fängslande om flykten från kriget, svårigheten att förstå en annan kultur och problemet med manligheten i detta vakuum. Det nya landets krav och det gamla landets förväntan på bibehållet ursprung.

På onsdag springer han ut med bland annat MVG i projektarbete.”





"Markelius villa från 1944 är verkligen familjens dröm"

FAMILJEN NILSSON/KARLSSON,
HOLMSUND

Bland stora ekar och med utsikt över en havsvik i Holmsund ligger den mäktiga villan, "Kråkslottet", som ritades av den världsberömda Sven Markelius och uppfördes 1944. "Ett drömhäus som inte liknar någont annat", säger Ulrika Nilsson, som 2012 flyttade in med sin man Jonas Karlsson och deras tre barn på de 450 kvadratmeterna.

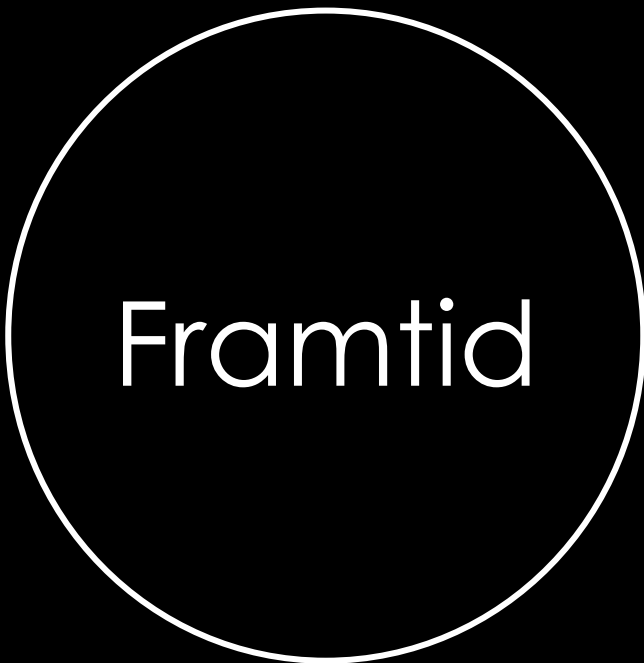
Och huset har verkligen en historia. Här har exempelvis kung Carl XVI Gustaf bott då han hos SCA lärde sig mer om arbetslivet. Även prinsessan Sibylla, besökte villan och lär ha spelat på kam i vinkällaren. Fyra stora öppna spisar inomhus och en ute vid den 50 kvadratmeter stora terrassen sätter sin fysiska prägel på hemmet.

Husaffären genomfördes med hjälp av Bo-Gunnar på Mäklarcity, och Ulrika och Jonas uppskattar den seriösa hanteringen. "Vid en stor och viktig affär i livet måste man känna sig trygg", säger Jonas Karlsson.

 **Mäklarcity**

Varje hem har sin historia.

KUNGSGATAN 64, TEL 090-13 12 20
WWW.MAKLARCITY.SE



Framtid

Visioner. Mål. Kampanjer.
"Futuretelling"
Övertyga till en förändring.

Hjältarnas hus



Obama



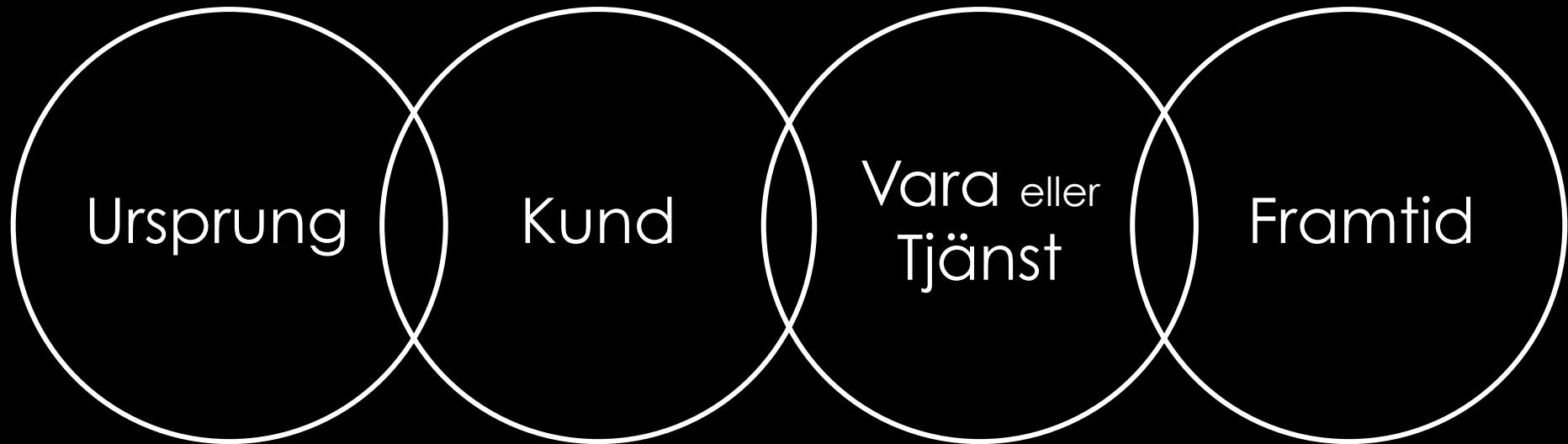
Fired up! Ready to go!

Vindeln



Viktiga områden

att ta fram företagsberättelser kring



- Michael Margolis, Per
Schlingmann & Jenny Eklund

När det inte går som
man tänkt sig...



BERÄTTELSEN OM UTOPIA

Där Ume älvs brusande vatten och det stora tysta havet möts finns en plats som ingen annan. En plats som inspirerats av den magi som råder i de trolska skogarna, över vidderna och vid älvens dånande framfart. Vi ser mäktiga och trolska vatten i vikar. Gyllene skiftningar från hjortron som frodas och berikar nejden. Vi fångas av en makalös och majestätisk skönhet som omger oss.

Vi har äntligen hittat den plats vi söker. Här kan drömmar förverkligas. Ett sagoinspirerat land i landet, en plats i hjärtat av Umeå. Som sprungen ur Bottnhavets mäktiga vatten, vackert färgad av norrskenets mystiska skimmer.

Det sägs att det en gång i tiden fanns en marknadsplats här, en passage där handelsmän och kungar långt bortifrån gästade för att delta i kommersen. Där människor möttes från när och fjärran, en mångkulturell levande plats, en smältdegel av historia, myter och verklighet.

Vi är här och nu, en ny historia skrivs om en mötesplats som är navet i allt, en skimrande värld kantad av guld och glas. En plats för oss att förgylla. Tillsammans skapar vi vår egen saga – en saga som alla kan dela.

Här väntar dig magiska och spännande upplevelser. Här blandas fantasi med verklighet och tillvaron är på en och samma gång både enkel och full av överraskningar. Lämna vardagen för en stund och njut av en förtrollande drömvärld.





#myNYPD

Twittersatsning
en som
misslyckades
och eska-
lerade till
något helt
annat än vad
som var
tänkt...

Napoleon 10 Mån

Le sudvest, Frankrike
Dominique som äger den här
gården villar fortfarande sina får
för att inte förlora känslan.
Handmjölkas av ensamstående kvinnor
då Dominique växte upp utan pappa
och gärna vill hjälpa dessa kvinnor
i byn...

LAST FÖRE

22.03.13

PACKDAG

12.03.13

NETTOVIKT Kg

0.194

JÄMFÖRSPRIS
Kr/Kg

480.00



KYLVARA FÖRV. HÖGST +8C

PRIS Kr
93.12

NYTORGET

URBAN DELI

08/599 091 80

Storytelling. Blir det inte lite väl utstuderat när du inte ens kan köpa en vanlig mögelost utan att det står om vem som hållit i konsjuver? Ta ett djupt andetag. Att marknadsföra produkter med historia kommer bara att öka.

● Fallet med Dominique och hans handmjölka-får är ett klassiskt exempel på storytelling. För att väcka känslor och differentiera sig gentemot konkurrenter vävs produkten in i en fängslande berättelse som ett led i marknadsföringen. Greppet har använts länge – vad vore exempelvis Ikea utan sagan om Ingvar Kamprads småländska snålhet, Ralph Lauren utan sin amerikanska dröm, eller Apple utan Steve Jobs?

– Människan har alltid velat höra historier. Berättande är ett grundläggande mänskligt drag som ger oss sammanhang och förståelse för oss själva och andra, säger Matts Heijbel, antropolog som skrivit boken "Storytelling befolkar varumärket", där han redogör för "corporate storytelling".

Enligt Matts Heijbel har alla företag och organisationer en kultur som håller det samman. Något som i sin tur innebär att det finns en historia att berätta. Siffror och statistik har väl sitt värde, men vill man att produkten eller varumärket ska fastna gäller det att förmedla dess kultur snarare än rena fakta.

– Allra helst ska berättelserna fastna i folks medvetande och spridas vidare av människor utanför organisationen. Tar man ett företag som Ikea, så är de flesta mer bekanta med historier om Kamprad än om hur mycket företaget omsätter. Storyn om när Kamprad tar en Coca-Cola i hotellets minibar för att sedan, i stället för att låta den sättas upp på hotellnotan, ersätta den med en han köpt i affären på gatan är en klassiker. Det bygger upp en kultur och ett budskap värt att berättas om, säger Matts Heijbel.



Påve Franciskus.

Foto: Andrew Medichini/Scamper



Kofta i värmländsk alpackauil från Dagmar.

Foto: Kristian Lovelborg



– I dagar då
"all over the
om ursprung
Cheng, som m
vända begrep
inom storytell
– Det handla
giska läget. S
Skåne har o
på jordmån,
deras "terror

Även moder
Gant, prepp
New England
kanska arv –
som märket
gäller Henne
Stories sitter
– Det kan
"Walking & O
& Other Stori
skapa sin egen
Vårt koncept
personliga och
ger Elke Kleff,
Att modfö
historieberätt
Modemärkets
lind, Sofia Wal
farmor ge nam
nomsyras av c
porate storyte
vidare på nya
har systrarna
en begränsad
lanserat med b
Persson och ha
– Det är ett
blir exklusiv ge
höjer Dagmar
produkter och
priset på och s
bra historia, så
Men måste hist
Napoleonoster
påhittad?
Ex det rean

"Ta ett djupt andetag. Att marknadsföra produkter med historia kommer bara att öka."

DN maj 2013

Hur kan du använda
storytelling?

Do it yourself



Vilka
berättelser
berättar
vi ?

Och
vad är
det vi
inte
talar
om?





Lyssna,
läs och
ha koll.

Vad säger
andra om
ämnet?



Vad är kärnan i det vi
vill berätta om?

Vad är grejen?

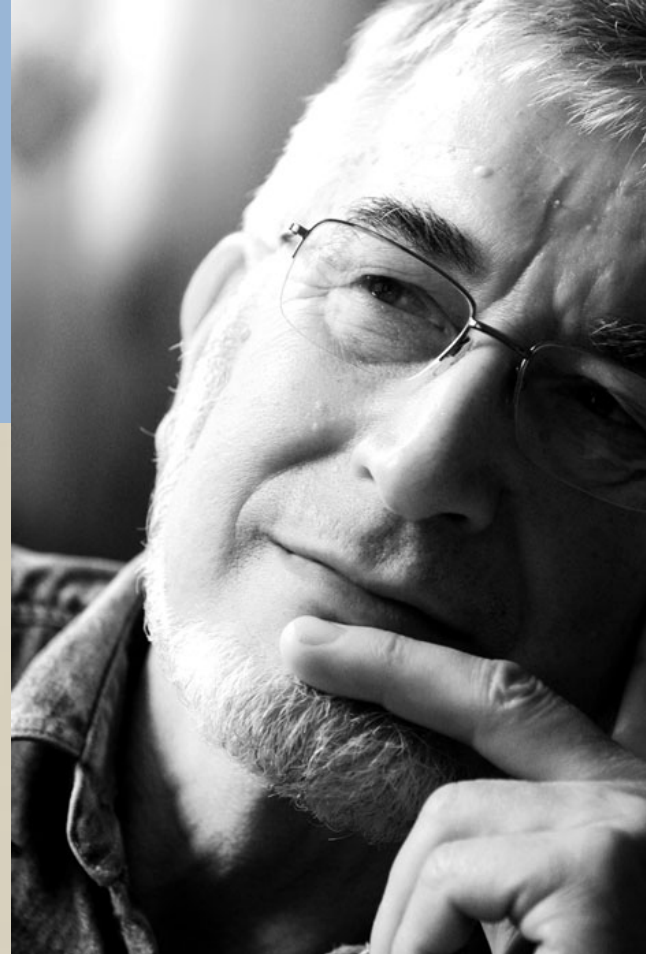
Samla på dig historier!

Dina. Kunders. Kollegors.



Nya
glasögon!

Målgruppen. Vem ska du berätta för?



Effekten

"Ni har avdramatiserat berättandet och visat hur jag kan använda det för att stärka vårt varumärke. Jag har fått verktyg som kan tillämpas i många olika sammanhang."

"Jag känner mig som en blind som plötsligt har börjat se!"

"En YES-upplevelse! Varför kommunicerar man inte alltid såhär på jobbet? Jag har fått insikt i vad jag vill förmedla och hur. Jag har funnit ett sätt att "knyta ihop säcken" mellan historik, visioner och vår egen roll idag."

"Bra blandning av allt! Kände inte till storytelling från början, men har insett vad kul och intressant det är! Ser hur jag kan få nytta av det i jobbet, fått bra verktyg."

Tips för att lyckas med corporate storytelling



- Autencitet. Sant, relevant, äkta
- Person – plats –problem
- Gärna något oväntat
- Dialog
- Korta & förenkla
- Lösning / Lärdom (före och efter)
- Lyckligt slut

Hur och när
kan du
använda dig
av mer
storytelling
i jobbet?



Tack för
mig!



www.jennyeklund.se
www.sprind.se

info@jennyeklund.se