

# סיכום סדנת סטוריטלינג

מטרה | מסר | תוכן

## סטוריטלינג = העברת מסרים בצורה סיפורית למה דווקא דרך סיפור?



מעורר  
הזדהות



מכניס אותנו  
למוד האזנה



מסקרן



יותר זכיר ואפקטיבי  
מהוראות, נתונים  
יבשים ועובדות.



מפעיל אצלנו במח  
איזורים של רגש  
וקבלת החלטות

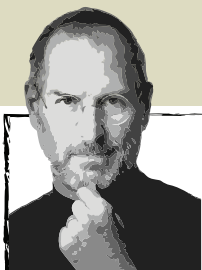
יש לך משהו חשוב להגיד?



בכל אינטראקציה (פרזנטציה, פגישה עסקית, פיצ', הרצאה, סדנא...)  
עלינו להקדים ולחשוב על 3 דברים:

### תוכן

התוכן הוא האמצעים  
שבעזרתם **אבסס** את  
המסרים שלי  
סיפורים, עובדות,  
תמונות, גרפים...



- השוואה לסוני
- דיאגרמה
- מעטפה

### מסרים

הכלי שיעזור לי  
להשיג את **המטרה**  
מסרים הם **קצרים וברורים**  
מסרים יכולים להיות משפטי  
**עמדה** - אני חושב/ת ש...,  
אני מאמינה/ש....

יצרנו מכשיר דק ללא פשרות

### מטרה

**ישימה וריאלית**  
לסיטואציה הספציפית  
מה אני רוצה שיקרה?  
או מה אני רוצה להשיג?

סטיב ג'ובס - לגרום לאנשים  
לחשוק במוצר

מסרים לכל אינטרקציה  
אפשר גם 1 או 2  
יותר מזה קשה לנו לזכור

עד  
**3**

# סיכום סדנת סטוריטלינג

3X3

ביסוסים **3** ולכל מסר **X** מסרים **3** עד

כדי להעביר מסרים זכירים ואפקטיביים, פיתחנו את ה-3X3 - מתודולוגיית העברת המסרים של Leave a Mark



ממלכתי



פיקנטרי



מסר



אנושי

## ביסוס פיקנטרי

אלמנט רגשי כמו בדיחה, ציטוט, אנקדוטה, נתון מוקצן ומפתיע המעוררים תגובה, "מניע את הקהל בכסא"



השירותים

## ביסוס ממלכתי

עובדות, נתונים, מספרים, סקרים, גרפים, מידע אובייקטיבי וכמות



נתונים אודות אחוזי הנשים במשרות בכירות

## ביסוס אנושי

סיפור דוגמא שכולם מכירים ויכולים להזדהות איתה מטאפורה עוצמתית לחיי היומיום



שריל סנדברג - סיפור הפגישה במשרד



כל מסר יזכה לטיפול של שלושת הביסוסים עם איזה ביסוס מתחילים? זה תלוי....

לא

התחילו במה שאתם הכי חזקים בו ומרגישים נוח אתו

כן

התחילו בביסוס שהכי קרוב לקהל היעד. אם מדובר באדם של מספרים ונתונים - התחילו בממלכתי

אני מכיר/ה את קהל היעד?

לא שווה, כן משתלב



יכולים להיות ביסוסים שמשתלבים בצורה סיפורית אחד עם השני



לביסוסים לא חייב להיות משקל שווה