
The Art of Storytelling

Teilnehmer Handbuch

**Dale
Carnegie®**



*The Quality Management System of
Dale Carnegie® Global Services is
ISO 9001 certified.*

Copyright © 2018

**Dale Carnegie & Associates, Inc.
290 Motor Parkway
Hauppauge, NY 11788**

All rights reserved. Except as permitted under the U.S. Copyright Act of 1976, no part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without prior written permission of the publisher.

Printed in the U.S.A.

The Art of Storytelling PM V2, 4/2018

Inhaltsverzeichnis

Einführung.....	4
Ziele.....	4
Vorbereiten, Vorbereiten, Vorbereiten.....	5
Storytelling Arbeitsblatt	6
Kennen Sie Ihr Publikum	7
Es geht nur um sie!.....	7
Kennen Sie Ihr Ziel: Die Vier Grundlagen	8
Präsentations-Struktur	9
Die Elemente einer guten Story	10
Die Zauberformel für Storytelling	11
Aufforderung.....	12
Nutzen	12
Nutzen Sie Beweise um Ihre Story zu untermauern	13
Best Practices für Präsentationen	14
Zusammenfassung/Action Plan.....	15

Einführung

Erfolgreiche Sprecher und Führungskräfte in der Geschichte haben sie gekannt und gekonnt eingesetzt: Die Macht einer guten Geschichte – The Art of Storytelling. Egal welches Thema oder welche Zuhörer, eine Geschichte zu erzählen bezieht die Zuhörer mit ein und läßt Ihre Fähigkeit zu Reden zu einer Kunst werden.

Dale Carnegie glaubte, dass Reden vor anderen Menschen und Storytelling Fähigkeiten sind, die wir lernen können, die nicht angeboren sind. Wirkungsvolles Storytelling erfordert, dass wir unser Publikum verstehen, unser Thema durchdringen und unser Ziel nicht aus den Augen verlieren. In diesem Workshop werden Sie die gleichen Fähigkeiten lernen und einüben, die Dale Carnegie selbst nutzte um Generationen erfolgreicher Geschäftsleute, Politiker und Führungskräfte auszubilden in dieser Kunst.

Ziele

Am Ende dieses Programms werden Sie in der Lage sein:

- Ihr Publikum zu definieren, deren Bedürfnisse, Ziele und Wünsche
- Eine Einleitung zu planen, Ihre Botschaft klar zu formulieren und einen wirkungsvollen Abschluss zu gestalten
- Das Geheimnis des Storytellings zu nutzen: Die Zauberformel
- Sich über Best Practices klarer zu sein.



“Face the thing that seems overwhelming and you will be surprised how your fear will melt away.”

-Dale Carnegie

Vorbereiten, Vorbereiten, Vorbereiten

1. Wer ist mein Publikum?
2. Was ist der Zweck meiner Präsentation?
3. Wie werde ich beginnen?
4. Was sind die Hauptpunkte, die ich ansprechen möchte?
5. Welche Story werde ich dazu erzählen?
6. Welche unterstützenden Ideen und Beweise habe ich?
7. Wie werde ich enden?



“People are more likely to do what you would like them to do when you make the other person happy about doing the thing you suggest.”

-Dale Carnegie

Storytelling Arbeitsblatt

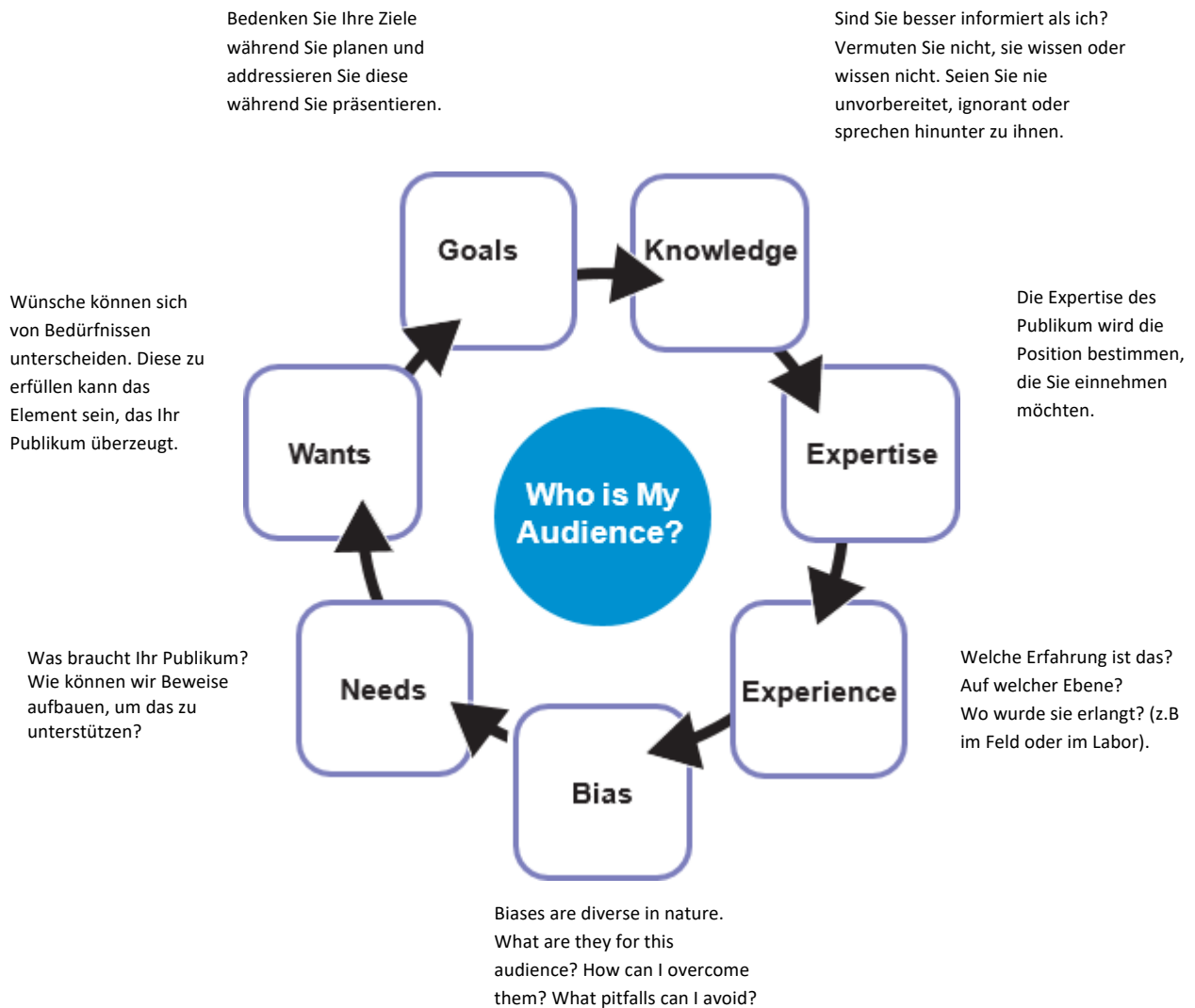
Vorbereitung
Publikum:
Zweck:
Ihre Story
Hauptfiguren:
Szene:
Verlauf: Beginn Mittelteil Abschluss
Aufforderung:
Nutzen:
Beweis:

Kennen Sie Ihr Publikum

Warum ist es wichtig, dass wir unser Publikum kennen?

Was sind die Stolperfallen, wenn wir das es nicht kennen?

Es geht nur um sie!



Kennen Sie Ihr Ziel: Die Vier Grundlagen

Informieren

Präsentieren Sie Informationen zur Erhellung des Publikums. Dieses Format zielt auf Klarheit und Verstehen ab – oft zu dem Zweck, dass das Publikum etwas tun soll.

Überzeugen / Überreden

Die Herausforderung hierbei ist, das Publikum zu überzeugen eine Entscheidung zu treffen oder eine bestimmte Handlung auszuführen. Logik und Beweise sind hierbei die Schlüssel.

Motivieren / Inspirieren

Die Meinung des Publikums zu verändern, die Zuhörer von etwas zu begeistern oder etwas Unbequemes zu tun. Das geht Hand-in-Hand mit dem Überzeugen.

Unterhalten

Zu einem gewissen Teil ist das Ziel jeder Präsentation, die Zuhörer zu einer wohlwollenden Haltung zu bewegen. Das wird oder wird gerade nicht einen gewissen Humor einschliessen. Das Ziel ist dabei, das Publikum von dem Gedanken zu überzeugen, "Es war gut heute hier gewesen zu sein und es war gut, dass wir heute zu ihnen gesprochen haben.

Notizen:

Präsentations-Struktur

Beginn

Sofort positives Interesse von Ihrem Publikum erhalten

Inhalt

Klar Ihre Botschaft transportieren

Beweis

Glaubwürdigkeit erzeugen; Inspirieren, respektieren und Vertrauen erwecken durch Zahlen, Daten, Fakten

Abschluss

Hinterlassen Sie Ihr Publikum mit einem positiven, erinnerungswürdigen Eindruck

Notizen:

Die Elemente einer guten Story

Jede Gute Story benötigt ein paar wichtige Dinge, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu erhalten und zu behalten.

Beteiligte

Wer ist beteiligt in dieser Geschichte? Die besten und wirkungsvollsten Geschichten handeln oft von uns selbst.

Szene

Wo und wann geschah es? Seien Sie genau. Nutzen Sie bessere Worte als „Eines Tages“ oder „vor ein paar Jahren“.

Verlauf

Jede Story benötigt einen klaren Beginn, einen Mittelteil und ein gutes Ende.

- Wie geht es los?
- Was ist die Spannung dabei (z.B, die Herausforderung, das zu lösende Problem)?
- Was passiert währenddessen?
- Wie geht es aus?

Nicht vergessen ...

I	ch
H	andle
Ü	bertrieben
F	arbig

Die Zauberformel für Storytelling

Beweis + Aufforderung + Nutzen => Erwünschte Handlungen und Resultate

Beweis = 90 %

Eine spezifische Geschichte oder ein Event, das wir erlebt haben.

Ca. 80 Sekunden

Aufforderung 5 %

Klare Aufforderung an unser Publikum, etwas Bestimmtes zu tun.

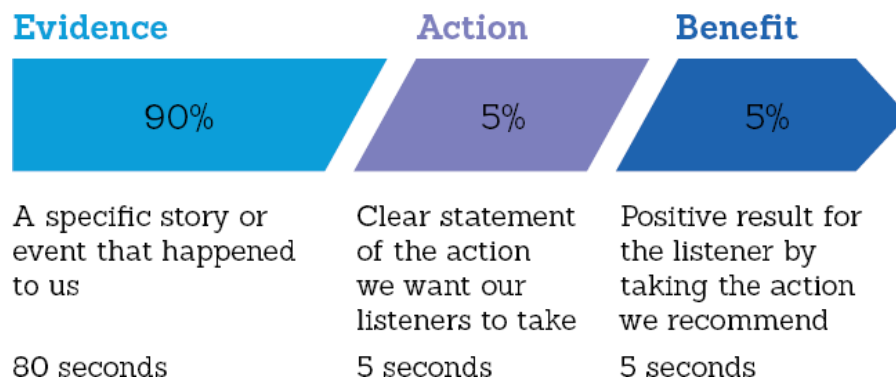
ca. 5 Sekunden

Nutzen 5 %

Positives Ergebnis für die Zuhörer, wenn Sie Der Aufforderung folgen

ca. 5 Sekunden

Evidence + Action + Benefit = Desirable Actions and Results



Notizen:

Aufforderung

Ihre Handlungsaufforderung (call to action) ist generell der Punkt der Präsentation. Sagen Sie ganz klar, was Ihr Publikum tun soll in fünf Sekunden oder weniger.

Examples:

- Fahren Sie nicht betrunken.
- Bitte befürworten Sie diese Veränderung.
- Wenn wir diesen Posten schaffen ...
- Lassen Sie uns mit diesem Lieferanten weiter machen.
-
-

21

Empfehlung # 21
Fordern Sie andere zum Wettbewerb heraus.

Nutzen

Der Nutzen folgt sofort der Aufforderung. Zeigen Sie Ihrem Publikum, was für Sie "drin" ist und wenn möglich wie auch das Unternehmen, die Umwelt, die Gesellschaft profitiert und darüber hinaus.

Examples:

- Fahren Sie nicht betrunken. Sie retten Leben.
- Bitte befürworten Sie diese Veränderung und wir können sofort mit der Produktion beginnen.
- Wenn wir diese Position schaffen, werden wir mehr Kunden erreichen.
- Lassen Sie uns mit diesem Lieferanten weiter machen und wir werden viel Geld sparen.
-
-

8

Empfehlung # 8
Sprechen Sie vor allem auch von Dingen, die den anderen interessieren.

Nutzen Sie Beweise um Ihre Story zu untermauern

Effektiver Gebrauch von Beweisen beantwortet die Frage unseres Publikums:

- Warum soll ich Ihnen zuhören?
- Warum soll ich Ihnen glauben?
- Wer außer Ihnen sagt das noch?

Beweise können informativ und überzeugend sein. Beweis BESIEGT Zweifel

B

Beispiel

Präsentieren Sie die verschiedenen Notebooks.

E

Entsprechung / Analogie

Vergleich unbekannt/bekannt: PC = Bibliothek, Notebook = Bücherstapel

S

Statistik

50% der Verbraucher sehen sich Videos auf Ihren Notebooks an.

I

Illustration

können über die Kamera oder das iPhone gezeigt werden

E

Empfehlung

Statements von Kunden: schriftlich, im Video, Audioaufzeichnung

G

Gutachten

Die Meinung eines Experten

T

Tatsachen

können auf der Plattform gezeigt werden

Best Practices für Präsentationen

Das Geheimnis einer erfolgreichen Präsentation ist Ihr Material so gut zu kennen, dass Sie das Recht haben darüber zu sprechen. Heben Sie positive Gefühle zu Ihrem Thema. Transportieren Sie zu Ihrem Publikum die Bedeutung und den Wert Ihrer Botschaft.

Richtlinien

1. **Machen Sie kurze Notizen über interessante Details, die Sie erwähnen wollen (z.B auf DIN A 7 Kärtchen oder OneNote)**
2. **Außer wenn es unerlässlich ist: Schreiben Sie Ihre Rede nicht auf.**
3. **Lernen Sie niemals eine Rede auswendig.**
4. **Nutzen Sie Beweise, um Ihren Argumenten Tiefe zu verleihen.**
5. **Wissen Sie weit mehr über Ihr Thema, als Sie verwenden können.**
6. **Üben Sie Ihre Präsentation, indem Sie sie in Unterhaltungen mit Freunden einbauen.**
7. **Nutzen Sie Visualisierungen effektiv.**
8. **Kontrollieren Sie die „Schmetterlinge“, indem Sie:**
 - a. **Ein paar tiefe Atemzüge machen**
 - b. **Sich Peptalks und Affirmationen geben**
 - c. **Ein paar Übungen machen oder umher gehen (vorher)**
9. **Ahmen Sie Niemanden nach. Seien Sie Sie selbst!**

Unsichere Gesten

- **Mit verschränkten Armen und Beinen stehen**
- **Sich an Barrieren mit beiden Händen festhalten wie Taschen, Papiere, Kaffee-Tasse usw.**
- **Nägel Kauen oder Haare drehen**
- **Nach unten sehen, Kopf schräg halten oder den /Hals zeigen**
- **Die Schultern hängen lassen**
- **Die Mundwinkel nach unten zeigen lassen.**

Sichere Gesten

- **Stehen Sie fest, die Füße etwa schulterbreit auseinander**
- **Geöffnete Arme an der Seite des Körpers**
- **Handflächen offen**
- **Kopf hoch und Kinn gerade halten; Augenkontakt halten mit der ganzen Gruppe**
- **Schultern zurück; Kinn zurück**
- **Lächeln**

Zusammenfassung/Action Plan

Die nützlichsten Ideen, die ich hatte:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Spezifische Dinge, die ich ändern werde:

Wann:

Nutzen für mich?

Nutzen für das Unternehmen: