



Erik vond 'Koppie Doen!' heel bijzonder: 'Allereerst natuurlijk door de prachtige locatie. Toen ik door het park naar het kasteel liep, maakten de vele sprookjesfiguren dat ik me weer even een klein jongetje voelde. Ik denk dat velen dat hebben ervaren, want er heerste ook in de zaal een opgewekte en open sfeer. Met een aantal ondernemers heb ik tijdens de netwerkborrel mooie gesprekken gehad en verder was de organisatie helemaal top!

Het verhaal van Sprookjeswonderland is zelf een sprookje

De theorie werd meteen in de praktijk gebracht toen Mathijs de Vries, directeur van Sprookjeswonderland, werd uitgenodigd om het verhaal van Sprookjeswonderland te vertellen. En dat deed hij met verve! Dit familiebedrijf heeft in de opstartfase 'ups' en zeker ook behoorlijke 'downs' gehad. Maar ze zijn er elke keer weer sterker uitgekomen met 250.000 bezoekers per jaar en een flink aantal gewonnen prijzen en nominaties als resultaat. En ze zijn nog lang niet klaar. Mathijs blikt tevreden terug: 'Ik vond het een hele leuke avond met een boeiende spreker met letterlijk een goed verhaal. Omdat ik tijdens de borrel achter de schermen het één en ander moest

regelen, heb ik niet zo heel veel mensen gesproken. Toch heb ik een aantal contacten opgedaan waar een vervolgspraak mee gepland staat.'

Iedereen heeft een uniek en persoonlijk verhaal

In een goed verhaal is beeld zeker zo belangrijk. Paul van Kuik, partner van Devani Creative, nam de aanwezigen mee in zijn verhaal over de totstandkoming van de storytelling campagne voor DieetZO, een diëtistenpraktijk van zijn zus Nancy Spijkstra-van Kuik. Een inspirerend en persoonlijk verhaal dat direct binnenkwam.

De ondernemers werden vervolgens uitgedaagd om tijdens de netwerkborrel hun eigen verhaal aan elkaar te vertellen. En dat leverde zeker genoeg gespreksstof op. Tot in de late uurtjes werden mooie, ontroerende, humorvolle en inspirerende verhalen aan elkaar verteld en werden afspraken gemaakt voor een vervolgvraagstuk. 'Deze zevende editie van 'Koppie Doen!' is zeker geslaagd en heeft de hoge verwachtingen dubbel en dwars waargemaakt', aldus Richard Bot, voorzitter Ondernemers Club Westfriesland.

Mooie verhalen tijdens

Dinsdagavond 17 november trotseerden 170 West-Friese ondernemers code geel voor Koppie Doen! Met een wandeling door het sprookjesachtig verlichte Sprookjeswonderland kwamen zij aan bij Kasteel Violinde. Daar leerde storyteller Erik Mathlener de deelnemers op inspirerende humorvolle wijze hoe zij klanten aan zich kunnen binden door een persoonlijk verhaal te vertellen. 'Overdrijf, maar overdrijf het niet', was zijn credo.

Terwijl de storm de deelnemers vooruit blies en de regen op hen neerdaalde, kwamen de deelnemers bij het park aan. Zij volgden het 'verlichte pad' en kwamen aan bij Kasteel Violinde waar zij werden opgewacht door heks Hupsakee, de huisheks van Sprookjeswonderland. In de sfeervolle theaterzaal was het ongemak snel vergeten. De avond startte met een interview van de drie 'Koppie Doen!' sponsors: Richard Bot van Ondernemers Club Westfriesland, Piet Mol van Westfriese Bedrijvengroep en Arjan Smit van Rabobank West-Friesland. Gezeten op toepasselijk 'prinselijke' stoeltjes vroeg spreker Erik Mathlener hen naar het verhaal van Koppie Doen!

Vind je verhaal, versterk je verhaal en vertel je verhaal

Als ervaren business storyteller nam Erik Mathlener daarna zijn publiek aan de hand mee en leerde hen verhalen te gebruiken in communicatie die werkt. Volgens Erik zijn er drie stappen om een goed verhaal te maken: vind je verhaal, versterk je verhaal en vertel je verhaal. Hij gaf heldere tips en daagde de deelnemers uit om zélf hun verhaal te vertellen. Iedereen weet wel dat een verhaal een kop, romp en staart heeft, maar doe je dit in de praktijk dan ook echt? De deelnemers kregen nog als tip mee om in je verhaal een probleem op te nemen. Dan win je makkelijker het vertrouwen van mensen en voelen ze zich verbonden met je.

Koppie Doen!



Tekst: Aangeleverd Fotografie: Pieter Hulleman