



## Een goed verhaal verkoopt

“Storytelling werkt bij iedereen.”

**OPEN** voor  
**BUSINESS**

[www.ondernemeninantwerpen.be](http://www.ondernemeninantwerpen.be)



*Je klanten binden aan je zaak en je personeel enthousiast houden. Dat ziet elke zaakvoerder wel zitten. Verhalen blijken hierbij een krachtig middel. Zo krachtig dat er een marketingterm voor bestaat: storytelling.*

### Zo simpel is het: vertel een leuk verhaal

Erik Mathlener, trainer storytelling: “Iedereen vertelt wel eens een boeiend verhaal. Mensen onthouden het en vertellen het vaak enthousiast verder. Het maakt niet uit of je publiek klanten of medewerkers zijn. Storytelling werkt bij iedereen. Om medewerkers mee te krijgen, moet je hen enthousiast maken. Als je hen over je drijfveren en ervaringen vertelt, betrek je hen.”

“Aan je klanten productinformatie geven is belangrijk. Maar als je er leuke anekdotes bij vertelt, geloven ze des te meer in je deskundigheid. Breng je bovendien een persoonlijk verhaal, dan voelen de klanten zich thuis omdat je wat van jezelf laat zien. Het schept een band en geeft vertrouwen.”

*“Mensen vinden het prettig als je wat van jezelf laat zien. Dan voelen ze zich thuis.”*

### Storytelling: 3 gouden tips

#### Tip 1: Hou je verhaal kort

Je klant heeft geen zin om een half uur naar je verhaal te luisteren. Geef leuke details mee, maar hou het bondig.

#### Tip 2: Zorg dat je verhaal klopt

Een geloofwaardig verhaal schept vertrouwen. Als je leugens vertelt, bereik je het tegenovergestelde.

#### Tip 3: Maak je verhaal af

Beperk je niet tot een mondeling verhaal. Social media zijn een ideale tool voor storytelling. Gebruik ook je etalage om je verhaal te illustreren.



“Een verhaal raakt, geeft herkenning en blijft bij.”

# “Een product zonder verhaal komt onze winkel niet in.”

Frank Evens, zaakvoerder van Huis Verloof had tot de dag van ons interview nog nooit over storytelling gehoord. Toch past hij het al jaren spontaan toe.

## Calvados van Obama en cava van El Bulli

Huis Verloof bestaat 120 jaar. Dat levert een massa boeiende verhalen en anekdotes op. Daarnaast vindt Frank Evens storytelling een noodzaak om zich als kleinhandelaar te onderscheiden van de supermarkt of het internet. “Klanten informatie geven over een product is belangrijk, maar verhalen en anekdotes rond het product vertellen, is nog veel belangrijker. Technische informatie kan je op het internet vinden, kleurrijke verhalen niet.”

Zo verkoopt de zaak slechts één cava, maar laat dat nu net degene zijn die in El Bulli werd geschonken. “Als ik klanten vertel dat die ene calvados degene is die Obama tijdens een staatsbezoek in Frankrijk kreeg, vinden ze het leuk om dezelfde in hun kast te hebben. Hoelang hij op vat gerijpt heeft, doet er dan niet meer toe.”

*“Verhalen komen uit persoonlijke ervaring en uit bezieling voor je product. Technische details kan iedereen op internet opzoeken.”*

### Inspiratie nodig?

Tijdens het Horecaforum vertelt Erik Mathlener hoe elke horecaondernemer storytelling makkelijk kan toepassen in zijn zaak.

**Horecaforum  
wanneer? maandag 4 november  
waar? zaal Horta Antwerpen**

Hou deze datum alvast vrij.

Begin oktober ontvangen alle horecaondernemers nog een uitnodiging

*Erik Mathlener: “Frank Evens slaat de spijker op de kop. Klanten hoeven geen informatie meer van je te horen, dat zoeken ze zelf wel op. Vandaag gaat het om beleving, een mooi verhaal. En natuurlijk kiezen ze die ene sigaar waar een heel verhaal achter zit.”*

*“Het gevoel van het verhaal nemen ze mee naar huis. Storytelling is hot; op internet struikel je erover. Maar voor de heuse verhalenvertellers is er niets nieuws onder de zon. Het is oude calvados in een nieuw vat. En zo zie je hoe krachtig het is. Het werkt al 120 jaar!”*

*“Mensen vinden het leuk om dezelfde calvados als Obama in huis te hebben.”*



“Eind september hebben we een feest gegeven voor ons 120-jarig bestaan. Veel klanten maken deel uit van onze geschiedenis. Hun opa kocht bijvoorbeeld zijn sigaren bij ons. Mensen voelen zich betrokken, en dat is belangrijk.”

