

The background of the entire page is a pattern of yellow speech bubbles of various sizes and orientations, some overlapping. A large, central yellow speech bubble contains the main text.

MERVI RAUHALA & TARJA VIKSTRÖM

STORYTELLING TYÖKALUNA

**VAIKUTA TARINOILLA
BISNEKSESSÄ**

TALENTUM | HELSINKI 2014

Copyright © 2014 Talentum Media Oy ja tekijät

ISBN: 978-952-14-2113-6

ISBN: 978-952-14-2114-3 (sähkökirja)

Kansi: Ossi Gustafsson

Taitto: Maria Mitrunen

Paino: Print Best 2014 Viro

Anna palautetta kirjasta: www.talentushop.fi

JOHDANTO

Ei kovin kauan sitten eräässä keskisuudessa suomalaisyrityksessä Liisa Mäkinen eli melko tavallisen harmaata kehityspäällikön työelämää. Hän suunnitteli tontilleen kuuluvia asiakokonaisuuksia, veti projekteja, istui palaverissa ja kirjoitteli sähköposteja. Sellaista perussettiä, tiedättehän. Työ sujui kohtuullisen hyvin lukuun ottamatta sitä, että ihmisiin tuntui olevan kovin vaikea vaikuttaa. Kaikilla oli aina niin kova kiire, että he olivat mukana vain puolella teholla miettien jo seuraavia tekemättömiä töitä. Liisaa vaivasi häiritsevä epäily, että hänen työnsä oli oikeastaan merkityksetöntä. Ponnistelut valuivat hukkaan. Todellista muutosta ei syntynyt. Miten ihmeessä hän saisi ihmiset innostumaan?

Sitten tapahtui jotain merkittävää. Liisa kohtasi Idean, joka sai hänet miettimään kaiken uusiksi. Hänen olisi luovuttava monesta tutusta ja turvallisesta työtavasta ja otettava rohkeasti käyttöön uusia. Epämukavuusalue ammotti edessä tuntemattomana ja hämmentävänä, mutta Liisa päätti uskaltaa.

Liisa vähensi rajusti faktoja, tilastoja ja esitelmöintiä ja alkoi kertoa enemmän tarinoita ja osallistaa ihmisiä jakamaan omia tarinoitaan. Keskinäinen ymmärrys kasvoi kohisten. Liisa asettui tietoisesti yleisönsä nahkoihin ja mietti, kuinka hän parhaiten vaikuttaisi, liikuttaisi ja saisi ihmiset mukaan. Liisa näytti esimerkkiä teoillaan mutta myös sorvasi viestinsä niin, että se ei puhutellut pelkästään järkeä vaan myös tunnetta.

Pikkuhiljaa tulosta alkoi syntyä. Innostuksen kipinä syttyi useammin. Porukka lähti liikkeelle. Liisa löysi itsekkin aivan uudenlaisen innostuksen, kun tulosta syntyi. Hänestä oli tullut arjen sankari.

KENELLE TÄMÄ KIRJA ON KIRJOITETTU

Tämä kirja on kirjoitettu Liisan kaltaisille arjen uurastajille, joiden täytyy omalla vastualueellaan pystyä sankaritekoihin. Kirjasta hyötyvät kaikki, jotka etsivät uusia, parempia tapoja tehdä töitä ja vaikuttaa muihin ihmisiin. *Storytelling* eli tarinankerronta on kautta aikojen ollut tehokkain inhimillisen viestinnän muoto, mutta jostain syystä sitä ei oikein ole arvostettu bisnesmaailmassa. Tämän kirjan missio on havahduttaa tarinankerronnan voimaan ja saada ihmiset myös bisneselämässä hyödyntämään sitä.

Tarinankerronta on monikäyttöinen työelämän taito ja työkalu. Sovelluskohteita on loputtomiin niin paremmasta ideointipalaverista sisältömarkkinointiin ja brändinrakentamiseen kuin sijoittajien vakuuttamisesta ja kouluttamisesta tuotekehitykseen. Tarina on oiva työkalu kouluttajalle, viestijälle, markkinoijalle, johtajalle ja tuotekehittäjälle, mutta älä jumitu perinteiseen toimenkuvalokeroon ja tuijota titteliä: me kaikki tarvitsemme tarinankerronnan taitoa. Meidän kaikkien on hyvä osata myydä asiamme, motivoida ja innostaa, viestiä mieleenpainuvasti ja saada muut ymmärtä-

mään ja oppimaan. Tulevaisuudessa asiantuntijan täytyy yhä useammin kertoa osaamisalueestaan ummikkojakin kiinnostavalla tavalla. Silloin tarinoiden kielioppi on hyvä olla hallussa.

Tämä kirja auttaa sinua tulemaan *tietoiseksi tarinankertojaksi* ja opastaa hyödyntämään tarinoiden voimaa tavoitteellisesti. Jos tuskaillet, ettei sinulla tai yritykselläsi ole kiinnostavia tarinoita, niin huolesi on turha. Kirja esittelee esimerkkejä ja antaa työkaluja ja ideoita, joita voit soveltaa moneen tarkoitukseen. Opit tunnistamaan ja löytämään oman *tarinapääomasi*, josta ammennat yrityksesi tarinat. Hyvä bisnestarinankerronta ei kuitenkaan ole vain sitä, että kerrot itse tarinoita. Usein on jopa tärkeämpää saada muut kertomaan tarinoita tai osata löytää ymmärrystä toisten tarinoista.

Tässä kirjassa tutustut kattavasti bisnestarinankerrontaan. Paneudut asiantuntijoiden, ammattitarinankertojien, tutkijoiden ja tarinoita kiinnostavilla tavoilla hyödyntävien ihmisten tuoreisiin näkemyksiin. Kirjaa varten on haastateltu 25 ihmistä. Opit tietämään, miksi tarina on niin vaikuttava ja miten hyvä tarina rakennetaan. Sukellat inspiroiviin ja viihdyttäviin case-tarinoihin, joissa lähestytään tarinankerrontaa eri näkökulmista. Tutustut esimerkiksi matkapuhelinvalmistaja Jollan kiinnostavaan yritystarinaan ja opit, miten avustusjärjestö WordlVision käyttää tarinoita toiminnassaan.

Kirjan sisältöön on ammennettu sekä merkittävien bisnestarinankerronnan nimien että akateemisen tutkimuksen antia unohtamatta internet-ajan populaarikulttuuria. Kirjalla on digitaalinen laajennusosa osoitteessa www.storytelling.fi. Sen tavoitteena on parantaa lukukokemustasi. Löydät sivustolta sellaista nopeasti päivittyvää sisältöä, jota ei kannata painaa kirjaan. Lisäksi sivustolle on koottu luvuittain linkkejä kirjan lähteisiin ja käytettyjen esimerkkien taustoihin.

OLIPA KERRAN HYVÄ TARINA

Kirjamme alkaa prologilla: tuoreella ja kiinnostavalla suomalaisella yritystarinalla, jonka kertoo keskeinen päähenkilö.

Jollan tarinalla on meille kirjoittajille henkilökohtainen merkitys, sillä se on iso osa kirjan taustatarinaa: saimme idean tarinankerrontakirjasta syksyllä 2012 osin Jollan tarinan inspiroimina. Tarina kiehtoi meitä, mutta sen lisäksi meitä kiehtoi tarinan herättämä kiinnostus. Ei ole liioittelua sanoa, että Jolla ponnisti tarinallaan suuren yleisön tietoisuuteen ja sai kokoonsa nähden paljon mediahuomiota.

Jollan tarina kiinnostaa muitakin kuin tekniikkaintoiloijoita ja mobiilinörttejä. Siinä on jotain yleisinhimillisesti puhuttelevaa. Niin kuin hyvissä tarinoissa aina, Jollankin tarinassa on ajattomia teemoja, jotka vetoavat ihmisiin. Pettymystä ja kriisejä mutta myös selviytymistä, toivoa ja rohkeutta.

Hyvä tarina on paljon enemmän kuin kuvaus siitä, mitä tapahtui, milloin, kenelle ja miksi. Hyvä tarina antaa merkityksiä ja selittää todellisuutta. Se linkittyy isoihin, ihmisiä askarruttaviin kysymyksiin. Hyvä tarina tarjoaa uusia näkökulmia ja synnyttää oivalluksia. Se myy, koskettaa, inspiroi ja saa ihmiset toimimaan.

Tarjoilemme kirjassa laajan kattauksen tästä upeasta oppimisen, viestimisen ja vaikuttamisen välineestä. Toivottavasti löydät sivuilta paljon kiinnostavia ja innostavia juttua ja saat uusia ideoita ja työkaluja omaan arjen tekemiseesi. Silloin kirja on saavuttanut tavoitteensa.

Sydämellisesti

Mervi & Tarja, kirjan kirjoittajat