

Pret PDF - Videotraining Deel 2 - Hoe concreter hoe beter

Vaak schrijf je dus teksten over de problemen of dromen van mensen. Niet altijd, in interne communicatie gaat het soms over een nieuw voornemen, een nieuwe koers en wil je mensen daarover informeren.

Maar als je denkt aan die problemen of dagelijkse uitdagingen van mensen gaat dat altijd om iets **concreets**. Het is altijd dat concrete dingen je boos maken of bang, of onzeker of teleurgesteld. En het zijn altijd concrete dingen die je doet, met je handelingen of je woorden, of dus dingen die je laat die zorgen dat je in de problemen komt of de dromen niet behaalt.

Ga maar na, denk aan iets in je leven waar je niet blij mee bent: iemand zei iets, iemand zei juist niets of deed iets concreets niet wat jij wel hoopte.

Of mensen reageren massaal niet op een post op LinkedIn, drie likes na vier dagen.

Of je ziet concreet je saldo en wordt daar niet blij van.

WAT BEDOEL JE DAARMEE?

Bij elke zin die je opschrijft kun je je afvragen: wat bedoel je daarmee?

‘Wij helpen marketingteams next level’

Oh! Wat bedoel je daarmee?

‘Nou, we zorgen dat er onderling betere afstemming is.’

Oh, wat bedoel je daarmee?

‘In een marketingteam wordt vaak langs elkaar heen gepraat. De schrijvers weten niet wat de ontwerpers doen.’

En zo maak je de situatie steeds concreter. Dat hoeft echt niet in elke zin, maar wel vaak en veel.

Show don't Tell

Nog meer oefenen:

Mijn partner is altijd wat afwezig tijdens familieweekenden.

Hoe maak je deze zin show? Hoe laat je het zien?

Er is een wat vijandige onderstroom in het team chirurgen.

Hoe laat je dit zien?