



Modul 5

Personlig branding: *3 fejl du skal undgå i din storytelling*

I sidste lektion truttede jeg i trompeten for,
at få dig til at bruge storytelling i din personlige branding.

Men, for der er et
men.

Lige så effektivt din historie kan kaste glimmer over dig,
lige så hurtigt kan du vælte ned af scenen igen.

Trust me I've been there.

**Det vil jeg spare dig for, derfor er dagens lektion viet til de 3 fejl, du skal
undgå, når du bruger storytelling i din personlige branding.**

Kommer her, stay tuned:

Fejl #1. Din personlige historie bliver for *upersonlig*

Du vil gerne fortælle en historie fra dit eget liv – men så bliver du alligevel bange for, at du kommer til at udstille dig selv.

Og så begår du fejl nummer 1:

Din historie bliver for generel, og du glemmer detaljerne, der gør historien levende.

Mit tip til dig er, at du skal beskrive situationen, før du kommer med det egentlige indhold.

Et eksempel: ”Det var morgen, og jeg sad sammen med min kollega Kurt...”

Pointen er, at du skal beskrive situationen, så jeg kan smage kontorkaffen og mærke, hvordan det er at være lige der, hvor du er.

Med andre ord, så skal du hurtigt tegne et billede for mig – ellers taber jeg interessen.

Fejl #2. Du fortæller din historie uden spændingskurve

Din historie fokuserer kun på, at du klarede det hele *ohne probleme*.

For det er da federe at fortælle om de situationer, hvor du bare sparker r**, er det ikke?

Jo for dig måske,
men det bliver hurtigt pænt kedeligt for mig at høre på.

Hvis din historie har været særlig for dig, så har du med 100 % sikkerhed også satset noget.

Beskriv den puklede vej mod målet,
og hvordan du i sidste ende sejrede, blev klogere eller hvad pointen nu er.

Fejl #3. Du glemmer dit publikum.

Det værste du kan gøre, når du fortæller din historie, er at blive meget personlig over for nogen, du ikke kender.

Du må gerne gå til grænsen, men pointen skal relatere sig til noget fagligt eller en arbejdsmæssig situation.

Tommelfingerreglen er, at detaljer og pointe skal passe til situationen.

Så ikke noget med at indlede det næste kundemøde med en historie om ungerne, der har været syge hele weekenden.

I hvert fald ikke, hvis relationen er ny.

Det er sgu da også en kedelig historie!

Hvis det er helt nyt for dig at fortælle en stærk historie, så øv dig et sted, hvor der ikke er så meget på spil – i en netværksgruppe eller på kontoret.

I sidste ende handler det om mod, når du giver af dig selv, så satser du noget.

Du stiller dig frem, og siger hey – jeg er lige her. Lyt til mig.

Det er angstprovokerende for de fleste til at starte med.

Men det er samtidigt her, du har en fordel, fordi du bruger din personlighed.

Du adskiller dig ganske enkelt fra andre, fordi du er dig.

Og det er grundessensen af et stærkt personligt brand.

Talk soon

/Marie Claire