



# KENDİ HİKAYENİN KAHRAMANI OL



EĞİTİM SÜRESİ

1 VEYA 2  
GÜN

*“Evren atomlardan değil; hikayelerden oluşur.”*

- Muriel Rukeyser

- Zaman şüphesiz çağımızın telafi edilemez ve yeri doldurulamaz en önemli kaynağı. Kurumsal hayatta ve özel hayatımızda zamanımızın yüzde kaçını insanları ikna ederek geçiriyor dersiniz?
- İç ya da dış fark etmez, müşterilerinizi ne kadar sürede ve nasıl ikna ediyorsunuz?
- Kurumunuzda ekip arkadaşlarınızla, yöneticilerinizle kurduğunuz iletişim dili nasıl?
- Büyük veri devriminin hepimize hediyesi rakamsal analizler, onları etkili sunamazsak ne kadar fark yaratıyor?
- Dünya Ekonomik Forumu'nun belirlediği olmazsa olmaz lider yetkinliklerinden 'iletişim ve iş birliği' sizin iş ve özel yaşamınızın neresinde?

## SORUN

Hikaye anlatıcılığı, farkında olarak ya da olmayarak, insanların birbirleriyle tam 70.000 yıldır iletişimde olmasının en temel gücü. Tarihte; yazı 5000 yıllık, e-mail 40 yıllık, Powerpoint 5 yıllık, internet üzerinden mesajlaşma yaklaşık 25 yıllık geçmişe sahip. Teknolojinin ve dijitalleşmenin bu kadar önemli olduğu çağımızda insana özgü en önemli yetilerden biri 'hikaye anlatmak' arka planda kaldı.

Hikaye anlatan insan, en etkili silahı olan 'iletişim ve ikna'yı bir kenara koyup verilerin ve analizlerin yani rakamların kölesi oldu. Ama rakamları unuttu, veriler ve analizlerden etkilenmedi. Oysa insan beyni etkili hikayeler dinlediğinde, bu hikayeleri asla unutmaz.

**Daniel Pink**, *To Sell Is Human* isimli muhteşem kitabında: *“Hepimiz satıcıyız ancak satış sadece satış değildir.”* demiş. Satış sadece ekonomik, parasal bir kavram değildir. Aslında satış başkalarını etkilemek ve ikna etmek üzerinedir.

# ÇÖZÜM

Ares Gelişim Çözümleri olarak, Kendi Hikayenin Kahramanı Ol (Storytelling) eğitimimizde çıkış noktamız; 'hepimizin hikayesi kendi hayatımızın baş tacı' oldu. Çünkü hepimiz kendi hayatımızın kahramanımız. Liderliğin dili hikaye anlatıcılığıdır. Liderler güven yaratmak ve yaymak, güçlü ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak, kurumlarını ve ekiplerini en üst seviyeye taşımak için hikaye anlatırlar. Ve her liderin, kendine doğru soruları sorarak yazabileceği, yaratabileceği 4 temel hikayesi var.

## Eğitimin sabah oturumunda;

- Hikaye nedir?
- Kurumsal hayatta hikayeler neden önemlidir?
- Hikaye ve beyin ilişkisi?
- Kahramanın Sonsuz Yolculuğu (Joseph Campbell),
- Hikayeleştirme modelleri,
- 4 temel Liderlik Hikayem nedir?
- İş hayatında hikayeleştirmenin 8 adımı nedir?
- Bilimlerin kraliçesi Retorik ile hikayelerimi nasıl daha etkili anlatırım?
- 4 Temel Liderlik hikayemi yazıyorum...

## Eğitimin öğlen oturumunda ise

Yazdığımız bu hikayeleri, topluluk karşısında konuşma stresini de yönetmemize destek olacak doğru ve etkili nefes, ses, beden dili kullanarak en güçlü şekilde sunmaya odaklanıyoruz.

- Nefes nedir?
- Nefes egzersizleri
- Ses nedir?
- Ses egzersizleri
- Beden dilinin doğru ve etkili kullanımı
- Liderlik Hikayeni Anlat: Sahne Senin!!!

Hikaye Anlatıcılığı'nın gücünü keşfeden, Microsoft, IBM, Apple, Nike gibi dünya devi şirketlerde de, CSO (Chef Storytelling Officer) ve ekibi markaların hikayesini yaratmaya, yazmaya ve sunmaya devam ediyor. Steve Jobs: "Hikaye anlatıcısı dünyanın en güçlü insanıdır. O yeni neslin vizyonunu, değerlerini ve ajandasını hazırlar." demiş. Hepimizin müthiş fikirleri, projeleri, ürünleri, teklifleri var. Ama satamıyoruz, ikna edemiyoruz.

Ares Gelişim Çözümleri olarak öğrenilebilen bir yetkinlik olan hikaye anlatıcılığını sizlerle paylaşmak için sabırsızlanıyoruz.

