



Funded by the European
Union's Seventh
Framework Programme



HOE VERTEL IK HET DE CONSUMENT?



Kennis- en adviescentrum
voor de bakkerij

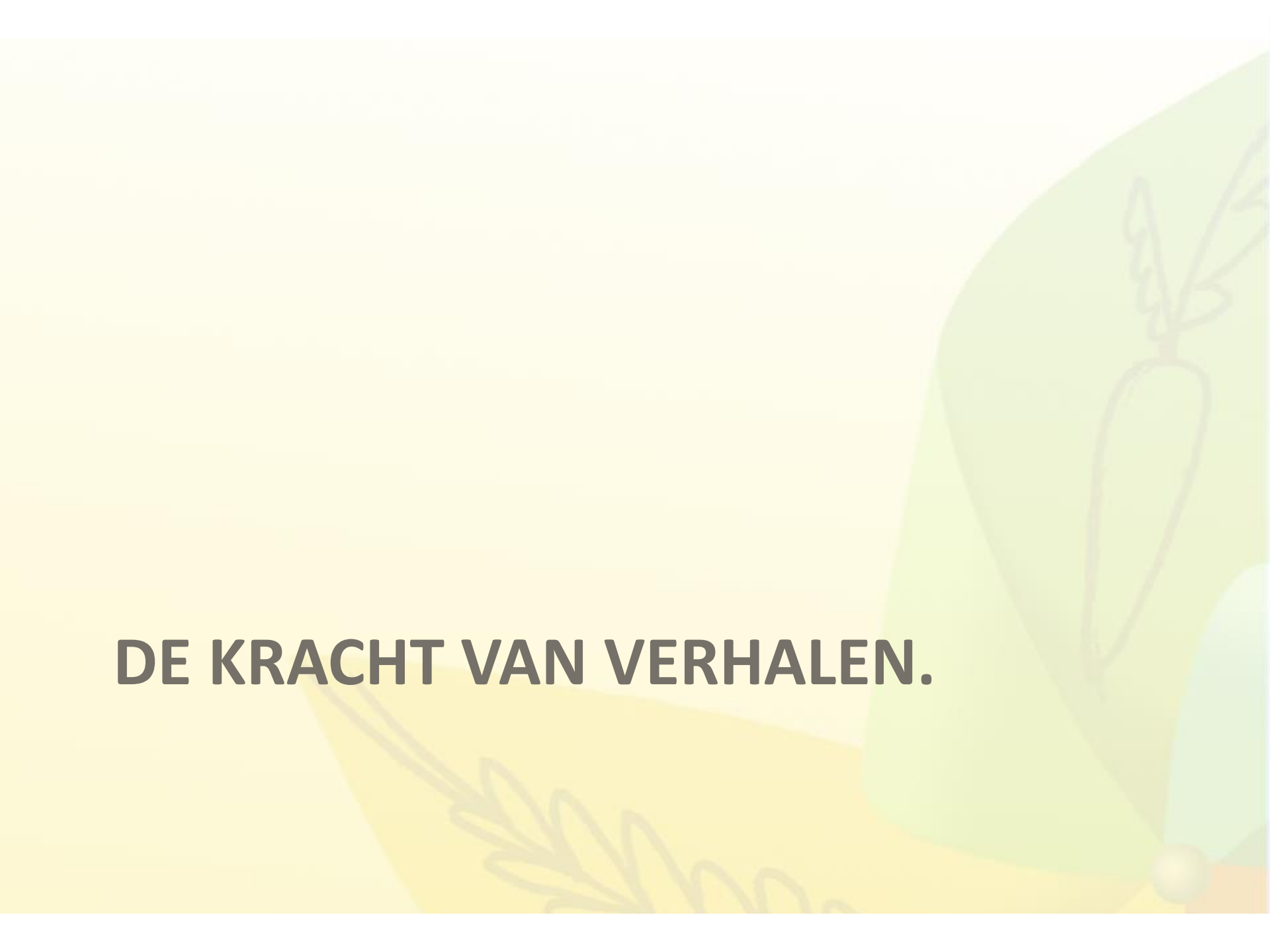
Martijn Kesteloo

Projectmanager

Nederlands Bakkerij Centrum

Datum: 12 mei 2015

DE KRACHT VAN VERHALEN.

The background features a soft gradient of light green and yellow. On the right side, there is a large, stylized green leaf shape. Below it, a yellow shape contains a line-art illustration of a plant with several leaves. In the bottom right corner, there is a small, light-colored sphere.

De kracht van verhalen

- Het vertellen en luisteren naar verhalen is iets van alle tijden en culturen. Het neemt op vele momenten en bij vele gelegenheden een centrale plaats in.
- De mens is een verhalend wezen; dat hij vertelt en dat over hem wordt verteld maakt hem tot mens en geeft hem/haar karakter.
- Verhalen zijn een uitdrukking van onze identiteit. Ze geven je presence; aandacht en aanwezigheid.
- Verhalen begrijpen we sneller doordat ze van nature een herkenbare context bieden.
- Verhalen roepen emoties op. Je trekt het publiek mee omdat verhalen zorgen voor verbinding op een emotioneel niveau. En emotie leidt tot actie.



'Storytelling' als marketingterm gaat nog verder!

Storytelling: Het nieuwe 'buzzwoord' in marketing!?

- Storytelling is niet iets nieuws maar de toepassing en mogelijkheden zijn enorm.
- Het toepassen van 'storytelling' maakt het verschil tussen iemand iets vertellen en iemand interesseren. Of juist iemand raken, betrekken en inspireren.
- Storytelling is geen kijksport. Het heeft een stem, een ziel, een hartslag. Het beweegt, vermaakt, roept op tot actie. Het verbindt mens tot mens.
- Een goed verhaal kan ons op een zoektocht sturen, op avontuur, redding bieden, of laten ontsnappen. Het kan ons vertellen over liefde, passie, ontdekking, of verleiding.
- Het kan een raadsel vragen, met een tease om te antwoorden of een call to action. Het heeft helden en zelfs anti-helden. De verteller heeft een intentie, en het publiek heeft meerdere interpretaties.



Hoe kun je succesvol zijn?

- US Superbowl Campagnes 2014
- Onderzoek door Johns Hopkins University naar 108 Super Bowl commercials.



Freytag's Pyramid: The Storytelling Arc



Stijgende actie

Dalende actie

Climax

CLIMAX

RISE ACTION

FALLING ACTION

EXPOSITION

DENOUEMENT

Introductie

Ontknoping





IN DE PRAKTIJK

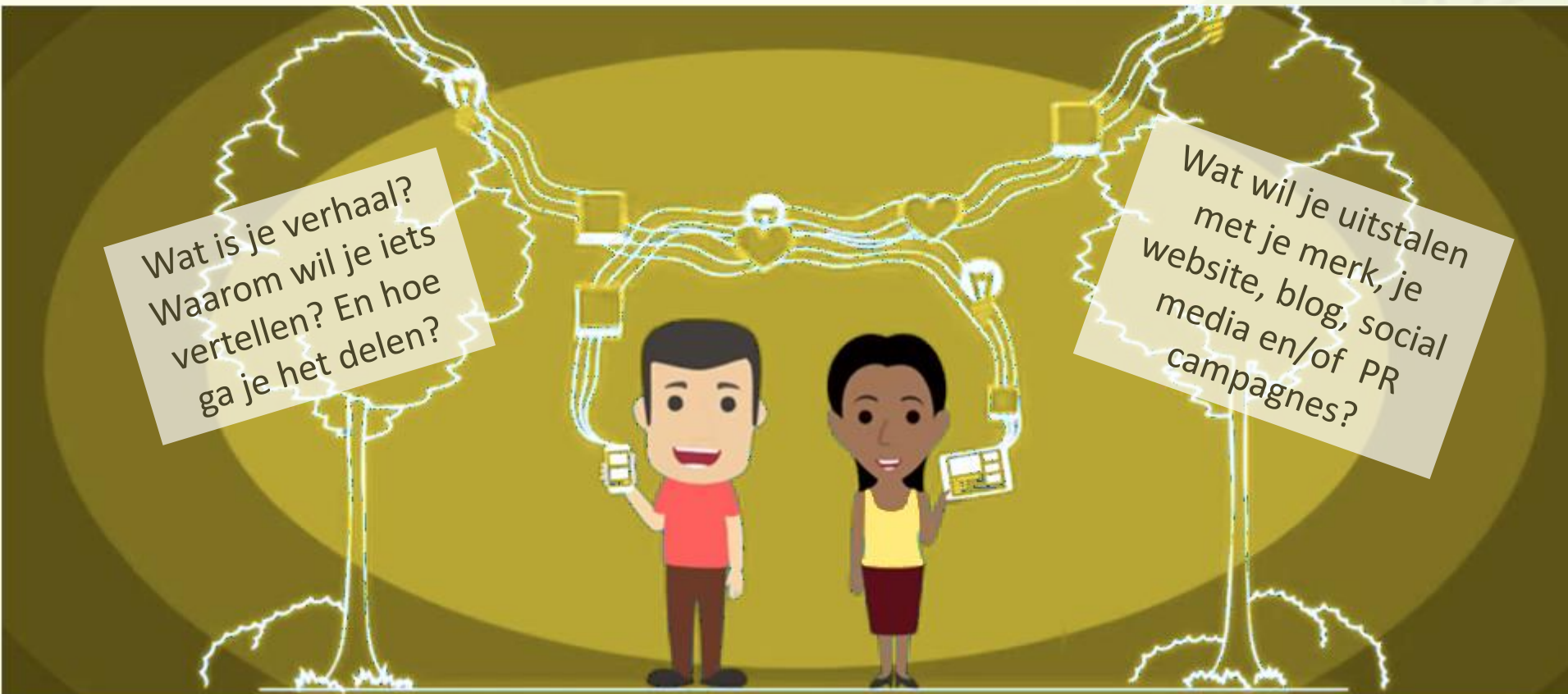
The background features a soft gradient of light green and yellow. On the right side, there is a large, light green abstract shape. Overlaid on this and the background are thin, grey line-art drawings of plant elements, including a leafy sprig and a small, round seed or fruit at the bottom right.

Wat betekent storytelling voor uw organisatie?

- Organisaties en merken gebruiken storytelling om personeel en klanten te inspireren en te verbinden met de organisatie en haar ambities.
- Een goed verhaal betekent een onderscheidend vermogen
- Een verhaal blaast leven in een merk of organisatie.
- Storytelling ordent belangrijke gebeurtenissen en voorziet ze van een heldere context. Dat maakt het voor medewerkers eenvoudiger om een gevoel van gemeenschappelijkheid te ervaren. Het delen van verhalen en anekdotes over successen, mislukkingen, rituelen en waarden motiveert mensen om zich ook in te spannen om doelen te bereiken.

Hoe ga je dit als organisatie in de praktijk brengen?

‘Share Your Story; Grow Your Business!’



Gebruik de kracht van verhalen!

...HOE KUN JE SUCCESVOL ZIJN?

The background features a soft gradient of light green and yellow. On the right side, there is a large, stylized green leaf shape. In the bottom right corner, there is a small, detailed line drawing of a plant with a bulbous base and several pointed leaves. The overall aesthetic is clean and modern.

En hoe kun je dit toepassen binnen het MKB?



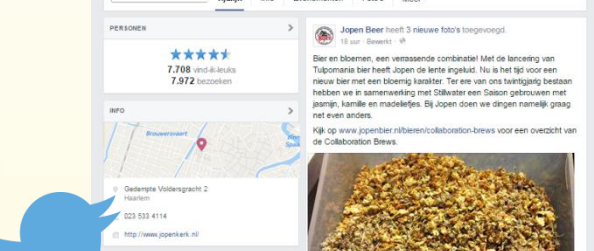
Proost! Op de groei

Speciaalbier

Met een nieuwe, achtste geldschietser hoopt het jarige Jopenbier binnen een paar jaar drie keer zo veel te brouwen als nu. „Niets is zo vervelend als 'nee' te moeten verkopen.”

Door BARBARA RIJLAARSDAM 1 MEI 2015

Bier in wording. Dat ruik je als je de Haarlemse Jopenkerk binnenstapt. In deze kerk geen relikwieën en serene rust, maar geroezemoes en mensen die aan lange houten tafels zitten te borrelen. Als je de gistgeur vandaan



YouTube

14

D'Oostvrieslander

Woensdag 2 oktober 2013

Mooi in de streek

mooi & in de streek De net geogste spelttarwe wordt op het Oogstfeest gebakken waar je bij staat

L.J. Lammers heeft veel zin in het oogstfeest

Totat en foto: Huake Dijk

HISTORIE – Je kunt bijna de geur van dit vers gebakken brood bij het leven van de Sted. Het Oogstfeest bij de Kinderdreef Molen in Heeswijk-Dinther staat toch ook al in uw agenda? Zondag 6 oktober wordt deze aanbachtelijke fair voor de 4e keer georganiseerd door de Oos, in samenwerking met de Kinderdreef Molen en de Ministerieel Molendrechtelijke Beheerorganisatie zijn inmiddels aangekomen en georgste spelttarwe wordt gebakken in een grote bakoven, waar je bij te Bart Lammers. In voor de kinderen is er ook genoeg te beleven!

Het spelttarwe, dat de bakkere Lammers gebruiken voor hun vers gebakken 'spelbrood', groeit op de velden van Landhuisgebeel-Oos en wordt al jaren gemalen door de Kinderdreef Molen. 'Mij maken dat voel denkbaar gebruik van de qua-

vrijheid die de Kinderdreef Molen aanbiedt om het Oogstfeest hier te laten plaatsvinden. Het nieuw besemcentrum en graaf speciaal open, dus ook dat kind u bekijken en u kunt genieten van hagen en dierpark op het terrein. De prachtige locatie, de betrek-

bakkings kunnen ze samen met 'Lambers' Tenen versgebakken volwassene versieren. En natuurlijk spelen-dorren leren van alle aanbachtelijke onder-nemers,' vertelt Lizzy Lammers enthousiast.

Zij runt samen met Harri, Bart en Elze de familiebakkerij. Op het aangefield staat hun kassen gevuld met natuurlijk het in de houtoven gebakken, spelbrood. Het ruikt niet alleen heerlijk, maar het zorgt ook voor een authentieke 'struik' en voor een extra knapperig, korrelig.

Daanmond is er het familie Lammers, woontenbrood - Als u hier tussen 11:00 uur en 12:00 uur anders producten - 13:00 uur met de fiets aan-

6 OKTOBER
2013

OOGSTFEEST

met de bakkere Lammers
bij de Kinderdreef Molen
in Heeswijk-Dinther

NET GEOGST
GEBAKKEN
WAAR JE BIJ STAAT

DE BAKKERS

LAMBERS

facebook

E-mail of telefoon _____ Wachtwoord _____ Aanmelden
☐ Aangemeld blijven Wachtwoord vergeten?

waarom zijn De Bakkers Lamers zo dol op moederdag?

ontbijt op bed aan dan kan je dag toch niet meer stuk?

Registreer je vandaag nog bij Facebook zodat je in contact kunt komen met De Bakkers Lamers.

[Rege stieren](#) [Aanmelden](#)



De Bakkers Lamers
Delicatessenwinkel

Tijdlijn Info Foto's Reviews Meer •

LEES MEER

<http://www.debakkerslamers.nl/>

FOTO'S >

moederdag?



moeders zo dol op moederdag?
 Het bakken van 2 broden
2 croissants
 cadeau bij het moederdag ontbijt
 1.00

Bart's beste Bruschetta's
 beste Bruschetta's

VIDEO'S >



Vind ik leuk · Reageren

Johnz Bakery, Solange van den Tillaart en 2 anderen Populairste reacties vinden dit leuk.

Johnz Bakery Nog wel Hot , maar ook meer ruimte voor andere oer-granen.
 Kamut, Emmer, Einkorn.
 1 mei om 10:10

Miranda de Mol Zeker Hot!!

BERICHTEN OP PAGINA >

Gebruik de dingen waar je trots op bent!



WERELDBEROEMD IN Bedum EN OMSTREKEN

Debut boek

Bakkerij Klaes Hoekstra is een moderne, bijzondere bakkerij. Met een enorm assortiment brood, koek en taart en vele speciale, lekkere en authentieke producten voor ieder seldmoment. Met een team zeer enthousiaste en vriendelijke medewerkers, vakdood door regelmatige scholing en opleiding.

[meer](#)

Films & foto's

Verlag van de FC Grolletjes bij RTV Noord van 2 mei 2015.

De cupkoorts slaat om zich heen - RTV Noord



Klaes Hoekstra bakker

0:45 / 1:27

van de FC Grolletjes in het RTL nieuws van 2 mei 2015.

Winkelmandje

U heeft 0 artikelen in uw winkelmandje

[Ga naar de kassa](#)

Ovenvers nieuws

TEKENING OP TAART VOOR MOEDERDAG !!!

[meer](#)



online bestellen



Bakkerij Hoekstra
@BakkerHoekstra

TWEETS 1.692 VOLGEND 209 VOLGERS 1.167 FAVORIETEN 4

Bakkerij Hoekstra @BakkerHoekstra · 4 mei

Gefeliciteerd @fcgroningen Uiteraard moet dat gevierd worden met de FC Grolletjes! Wij maken ze vandaag en woensdag!





HOOFDSTUK 5 DE ROL VAN BETROKKEN EN BETROUWBAAR medewerkers

Na kun je nog zulke goede ideeën en briljante invallen hebben als ondernemer, zonder goede en gemotiveerde mensen om je heen bereik je natuurlijk niets. Het als met de klant moet je ook met je medewerkers een goede band zien op te bouwen. Klaes Hoekstra vergelijkt zijn medewerkers regelmatig met een huisdierlijk apparaat. "Wanneer je lang plezier van elkaar wilt hebben, moet je eerst de gebruiksaanwijzing even goed doorlezen. Daarna kun je zonder storingen werken en gaat iedereen het langste mee." Zijn medewerkers zijn hem dierbaar, en andersom geldt hetzelfde. Zo hebben zij Klaes in februari 2008 genommeerd voor 'Baas van het Jaar'. Vindt de Bedumse bakker helemaal geweldig, een beloning voor het loyale personeelsbeleid dat voor hem vreselijk belangrijk is. "Het feit dat je mensen vinden dat je daarvoor in aanmerking komt, is een heerlijk gedachte."



Als kandidaat voor de Baas van het Jaar bent u een teamspeler, medevert en stimuleert u uw medewerkers, coacht u hen u grond en laet u hen luisteren. Ook als de Baas van het Jaar staat u niet boven maar tussen uw medewerkers en handelt u bij het jodelen met hen in harmonie als verspreidingskrijgsmid. De medewerkers gaan voor u door het vuur, en andersom. Uw kandidaatstelling alleen al is een grote beloning voor uw functionarissen als een echte prestatie beloning."

Bron: brief bij nominatie Baas van het Jaar

....en ontdek het belang van free publicity!

Abonneren E-Paper Zoeken

deStentor
nieuws vanuit jouw wereld

Home Regio Algemeen Sport Misdaad & 112 Lezersfoto Extra Webwinkel Familieberichten Service

Apeldoorn Deventer Zutphen **Zwolle** Achterhoek Flevoland Kampen NW Overijssel Salland Vechtdal Veluwe

Regio > Zwolle > Van de 'stadsakker' naar de Stadsbakker

Van de 'stadsakker' naar de Stadsbakker

27 maart 2012 Laatste update: 27 maart, 16:11

1 1 1 1 1

Weer nu 19°C avond 16°C

Verkeer 1 file 2 km

ZWOLLE - Het was een beetje voor de show vanmorgen, want vanwege een verwachte regenbui, was er zaterdag al ijsigheid.



is veel voedzamer en het verteert sneller. Meestal vanwege het tarwe in brood. Dat kan



Geen spelt tussen de broodprijs te krijgen



Abonneren 102

Twee weken geleden

Deel

Misc

Gepubliceerd op 29 apr. 2014

De prijs van speltbrood is explosief gestegen de laatste tijd. Maar waarom komt dat?

MEER WEEGGEVEN



DE KLANT WIL ECHT BETALEN VOOR KWALITEIT

AREND KISTEMAN, DE STADSBAKKER

Een jonge starter die in deze tijd een luxe-bakkerij begint, gaat of heel veel leren, of hij weet precies hoe hij in zijn vakgebied de juiste snaar moet raken. Na drie jaar mag je concluderen dat Arend Kisteman tot de laatste categorie behoort. Zonder een cent te besteden aan publiciteit of reclame werd De Stadsbakker een begrip in de binnenstad van Zwolle en ver daarbuiten.

Hij heeft een eigen column in 'vakkblad Bakkerswereld', is regionaal Starter van het Jaar 2011 en behoort met drie sterren tot de beste bakkers van Nederland. Hoe Arend Kisteman (29) dat voor elkaar krijgt, in enkele jaren tijd? Door heel, heel lekker brood te bakken, dat spreekt voor zich. En door slim gebruik te maken van social media. Met zijn 'twitterbrood' en 'oliebolenglijbaan' trekt hij veel aandacht, ook landelijk. Maar lekker

brood en social media zijn niet de enige ingrediënten in het succes van De Stadsbakker. Voordat Arend zijn bedrijf startte, heeft hij de bakkerspraktijk als leerschool gebruikt. Daardoor weet hij precies welke kant hij op wil: een succesvolle bakkerij naar eigen concept. Inmiddels gaan zijn ambities verder, want hij wil zijn concept uitbouwen naar een keten van Stadsbakkers.

Jonkie wil nog leren

Het liefst was hij meteen na de vakopleiding een eigen bakkerij begonnen, maar met 20 jaar vond hij zichzelf erg jong. "Een bakker die ik nog kende van mijn opleiding startte toen een nieuwe winkel en ik mocht bij hem komen werken. Daar heb ik het verkopen geleerd. Hoe mensen reageren, hoe je daarin kunt sturen. Na drie maanden had ik genoeg geleerd en ben ik een andere droom gaan

berekenende samen met zijn zwager wat een brood zou moeten kosten en welke formules hij daar op los kon laten. De financiering was nog even lastig, maar het Bedrijfsopbouwfonds voor het Bakkerijbedrijf bood uitkomst. De stichting wilde jonge starters helpen en dat was precies wat Arend nodig had.

Lekker laten proeven

In de binnenstad van Zwolle vond hij een pand voor winkel en bakkerij. De vorm van de vestingstad gaf hem de inspiratie voor het raaiend populaire Zwolisch stadsbrood, een desembrood met noten en zaidvuchten. "Voor de opening hebben we een stads-



OP WIE
TEN,
ES
R IN
ZIT.

armen met mijn
de volgende stap
nule voor De
onderzoeken we
ingsproeven
nigroepen zitten.
eur omdat daar
in franchising zit.
it nu moet ik
in zoals het type
in, de hoogte van
pen is zo blijf ik

...EN HOE NU VERDER

Begin met jezelf voor te stellen

De inzet van storytelling gaat om je te onderscheiden en om een beleving bij je klant te creëren.

- Vertel wie je bent en gebruik je passie. je personeel of klant en kom met een inspirerend en pakkend verhaal.
- Zoom in op je vakmanschap en vakkennis.
- Deel authentieke en passende verhalen.
- Zorg dat er in ieder verhaal een boodschap zit. Raak, betrek, inspireren en informeer.

En vervolgens....

Is het van belang dat je de klant aan je blijft laten binden. Je zorgt ervoor dat je winkel 24/7 open blijft.....

facebook[®]



You **Tube**



The top chart shows search interest for 'Minder tarwe door slecht weer' (blue line) and 'Molen De Lelie maalde meer tarwe en spelt' (red line). The blue line shows a significant peak in late 2013, while the red line shows a more gradual increase. The bottom chart shows search interest for 'Google' (blue line) and 'Google trends' (red line). The red line shows a steady increase over time, while the blue line shows more fluctuation. Both charts include a dashed trend line and a bar chart on the left showing the average search volume for each term.

[illegible]



Funded by the European
Union's Seventh
Framework Programme



BEDANKT VOOR UW AANDACHT!



Martijn Kesteloo; Projectmanager, Nederlands Bakkerij Centrum; m.kesteloo@nbc.nl