

- **S** – Simplicity (eenvoudig): Je verhaal moet simpel zijn. Ga op zoek naar de kern van je boodschap en ga daarmee aan de slag. Denk bijvoorbeeld aan een slogan die alles omvattend kan zijn. Of gebruik een ezelsbruggetje om ingewikkelde verhalen begrijpelijk te maken.
- **U** – Unexpected (onverwacht): Zorg dat je interesse opwekt en je publiek nieuwsgierig maakt, door een vraag nog even onbeantwoord te laten. Mensen zullen hierdoor verrast worden en uit de standaard verwachtingen worden getrokken.
- **C** – Concrete (concreet) – Ideeën moeten tastbaar zijn. Vertel geen verhalen over vage strategieën en visies in ingewikkelde woorden maar probeer het zo concreet mogelijk te maken. Vermijd abstractie!
- **C** – Credibility (geloofwaardig) – Zorg dat je verhaal geloofwaardig is door details, autoriteit en bronnen te gebruiken. Ook kan het helpen om je publiek zelf te laten ervaren dat je verhaal geloofwaardig is, door het uitvoeren van een simpele demonstratie bijvoorbeeld.
- **E** – Emotion (met gevoel) – Speel in op het gevoel van je publiek. Doe dit bijvoorbeeld door bepaalde delen van je verhaal te koppelen aan persoonlijke ervaringen. Wanneer je publiek de connectie voelt zullen ze de belangrijkheid van je verhaal inzien.
- **S** – Story (een verhaal) – Door te presenteren in verhaalvorm reageert je publiek vaker op vragen en onthouden ze dingen beter. Het blijft plakken!