

会讲故事 成就 大赢家



Winning
the
Story Wars

闫燕燕
/ 著

掌握好**7**个要领
轻松成为**善于说故事的大赢家**！

用故事
创造价值
用故事
收获财富



青島出版社
QINGDAO PUBLISHING HOUSE

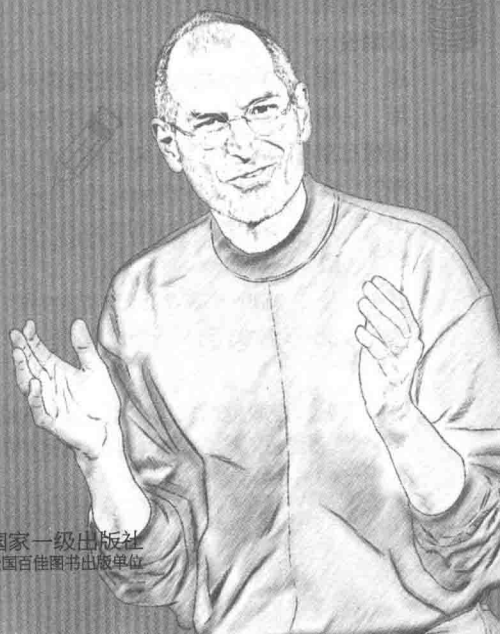


会讲故事 成就 大赢家

闫燕燕
/ 著

掌握好**7**个要领
轻松成为**善于说故事**的
大赢家！

用故事
创造价值
用故事
收获财富



青岛出版社
QINGDAO PUBLISHING HOUSE

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

会讲故事 成就大赢家 / 闫燕燕著. —青岛: 青岛出版社, 2015.7
ISBN 978-7-5552-2300-9

I . ①会… II . ①闫… III . ①人际关系学 IV . ① C912.1
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 125918 号

本著作通过四川一览文化传播广告有限公司代理,
由意象事业有限公司授权出版中文简体字版。
山东省版权局著作权合同登记号图字: 15-2015-162 号

书 名	会讲故事 成就大赢家
著 者	闫燕燕
出版发行	青岛出版社
社 址	青岛市海尔路 182 号 (266061)
本社网址	http://www.qdpub.com
邮购电话	13335059110 0532-85814750 (兼传真) 0532-68068026
责任编辑	江伟霞 E-mail: wxjiang1206@163.com
责任校对	陈纪荣
装帧设计	乔 峰
照 排	青岛双星华信印刷有限公司
印 刷	青岛乐喜力科技发展有限公司
出版日期	2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷
开 本	16 开 (710mm × 1000mm)
印 张	13.25
字 数	160 千
书 号	ISBN 978-7-5552-2300-9
定 价	29.00 元

编校质量、盗版监督服务电话 4006532017

青岛版图书售后如发现质量问题, 请寄回青岛出版社出版印务部调换。
电话: 0532-68068638

用精彩动人的故事,创造无限价值和商机!

当今,世界上最赚钱的方式是什么?

答案就是说故事。

当今,世界上最具影响力的人是谁?

答案是说故事的人。

一部小说之所以畅销,一部电影之所以卖座,都一定有它引人入胜、令人百看不厌的故事情节。

某产品在市场上经久不衰,某品牌吸引大批消费者拥护,获得巨大成功,必定有其令人过耳不忘、玩味不已的品牌故事。

在讲台上吸引听众从头到尾仔细聆听、始终保持勃勃兴致的演讲者,一定在演讲中穿插了许多和主题相关、内容生动有趣的小故事。

在学校里最受学生欢迎的老师,一定经常在授课内容中,融入许多令人莞尔、百听不腻的小故事……

当今的社会,无处不被故事包围着。

一个意味深长的故事,就好比一条救命的绳索,能将我们与某些事物,安全而牢固地连接在一起。

一个蕴含个人丰富情感的故事,更能向听众传达真心诚意,能自然热情地与人交流。

因此,当代国际社会学专家普遍认为:21世纪是通过讲故事传播理念、灌输思想、表达观点的世纪,是“说的人”的世纪。会“说”、会“唱”、会“演”必然比会“做”更吃香,而会“说故事”更是众所瞩目的最大赢家。

如果商业管理与经营学家只是用数据和报表做论述,而不是通过说故事来传播理论和知识;如果叱咤风云的政客只是用统计资料批判政敌,而不用故事表达自己的政见和理念;如果成功的企业家只是一味的指责和说教,而不懂得用故事来营销商品和管理人才……那么,他们所推广的计划、所表达的诉求就会裹足不前,难以实现,甚至会使既有的成果和优势逐渐消失、没落,这也表明他们即将被时代淘汰。

为什么人们都会迷恋名牌?那是因为,名牌的背后都有动人的故事。想造就品牌,就要成为编故事、说故事的高手!如松下电器创始人松下幸之助一系列的管理故事,IBM和苹果一系列的新产品故事等。

每一个成功的企业和品牌都有其赖以发展、知名的故事,所有耳熟能详的知名品牌,其背后都有一系列的故事支撑。

故事,不仅能让企业的发展成为传奇,更能赋予产品生动的内涵,使产品容易引人注目、容易被消费者铭记于心。

故事,可以创造无限商机,其能延伸出的价值更是远远超乎人们的想象。

听故事、说故事是人的天性,故事是吸引听众的第一要素,

讲故事更是现代人不可或缺的一种交流工具。

虽然说,故事人人都会讲,但是,要把故事说得生动精彩,却不是一件简单的事,因此,掌握编故事、说故事的基本要领,并学会搜集故事、运用故事的关键技巧,让自己成为善于编故事、用故事的“说书达人”,无论在何种场合都能成为众人瞩目、众人追随的焦点。

本书将教您:用故事营销商品、用故事传达理念、用故事创造自我价值并收获人生最大的“财富”。通过故事力的培养,以故事影响同事、激励员工、说服老板与客户,用故事感动消费者、吸引消费者,进而成为一个善用精彩动人的故事、创造无限价值和商机的最大赢家。

第一章 “财富”，只是故事延伸的附属品

- ☆ 一个故事价值超过 10 亿美金 3
- ☆ 成功的人生，应该是一张装满故事的光碟 7
- ☆ 一个独特的故事，成就一个品牌传奇 12
- ☆ 讲好故事，建好关系，赚满钱包 16

第二章 故事力决定感染力与影响力

- ☆ 故事，让赤裸的真理披上华丽的外衣 23
- ☆ 故事，能产生像神剑一样的力量 27
- ☆ 故事，给事实永续长存的生命力 31
- ☆ 故事，比数字或图表更具“穿透力” 35
- ☆ 故事，具有“蝴蝶效应”般的感染力 38
- ☆ 故事，像精神上的“鸦片”，让人越吸越有劲 42

第三章 先有故事,才有品牌的知名度

☆ 百年企业既有历史,还有故事	49
☆ 耐克有个“首席故事官”	53
☆ 一部电影,一抹淡蓝,成就了蒂芬妮	57
☆ 珠宝店里的“戴安娜王妃”	61
☆ 星巴克深入人心的人文气息	66
☆ 登喜路——冒险与奢华同在	70
☆ 娇兰香水——一千零一夜的传说	74

第四章 管理者都要学会说故事

☆ 成功经理人都应当会讲故事	81
☆ 先分辨清楚好故事或坏故事	85
☆ 认清楚听你讲故事的“对象”	89
☆ 不要挑衅听众麻痹或挑剔的味蕾	93
☆ 有力量的故事必须充满热情	97
☆ 用故事化解复杂的对立和冲突	101

第五章 对的时机,对的人,对的场合

- ☆ 在复杂现实的国度里,故事称王 107
- ☆ 时机对了、位置对了,一切就成功了 111
- ☆ 每颗钻石都有故事,镶满钻石的手机却成了垃圾 115
- ☆ 酷的故事性广告——一颗另类的苹果 119
- ☆ 八卦故事,媒体大众都喜欢 123
- ☆ 遭遇曲折和缺陷的爱情,才能被人铭记 127
- ☆ 麦兜,属于成年人的童话故事 131

第六章 简短精练还是巨细冗长?

- ☆ “创感时代”会说故事更能引人入胜 137
- ☆ 故事生动精彩,听众自然产生共鸣和回响 141
- ☆ 有深层内涵的故事更吸引大众喜爱 145
- ☆ 内容简短、寓意明确的故事,远胜冗长的论述 149
- ☆ 用肢体语言把故事演绎成“现实” 153

第七章 故事像潘多拉的盒子,有光明也有黑暗

- ☆ 不要闪烁不定——目标清楚,更鼓舞人心 159
- ☆ 不要居高临下——被尊重的听众更容易接受你 163
- ☆ 不要自相矛盾——前后一致才能说服他人 167
- ☆ 不要枯燥乏味——故事有趣带来更多“利” 170
- ☆ 不要恐吓责难——恐惧和耻辱,让结果相反 174
- ☆ 不要说得太绝——给人希望,故事更具影响力 177

第八章 善用故事,成为人见人爱的故事家

- ☆ 精彩的故事成就伟大的舞台 183
- ☆ 在阅读中搜集素材——做一位故事收藏家 187
- ☆ 当个“有心人”——你的故事,他的梦想 191
- ☆ 自我编织——让头脑更富想象力 195

第一章

“财富”，只是故事延伸的附属品

- ◆ 听故事、说故事，是人的天性。故事，丰富我们的人生。
- ◆ 故事拥有影响他人的力量，容易让人接受、让人产生共鸣，更能让人对人生充满渴望和期盼。
- ◆ 善于说故事的人，会用故事为自己、为商品加分，为品牌营销，累积更多客户，创造更多财富。
- ◆ 无论是金钱上还是人脉上的财富，都是通过故事所获得的报酬。

*Winning
The Story Wars*



☆ 一个故事价值超过 10 亿美金

你相信，一个故事能值 10 亿美金吗？

其实，这个故事不只值 10 亿美金！这个故事只是一系列故事的开始，整个系列故事所创造出来的价值，更是让人难以想象。

别怀疑，这不是天方夜谭，而是活生生的真实案例：一个青少年与魔法石的故事——《哈利·波特：神秘的魔法石》，作者就是 J.K. 罗琳（Joanne Kathleen Rowling）。

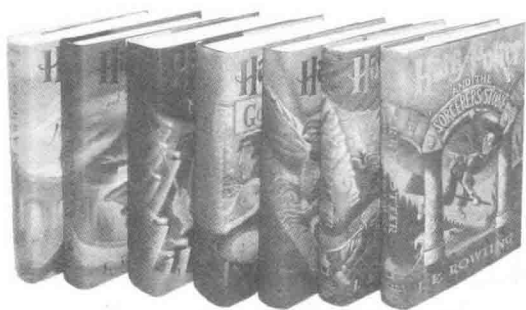
一个年幼丧失双亲、寄人篱下成长的少年魔法师的魔幻童话故事，可以说是一夜之间征服了世界各地的青少年读者，书一上市立刻造成全球抢购风潮，成为世界上最热卖的畅销书，销售量突破 1 亿册，在全球引发了魔法热潮。

接着，罗琳先后创作的哈利·波特系列《消失的密室》、《阿兹卡班的逃犯》、《火杯的考验》、《凤凰会的密令》、《混血王子的背叛》以及《死神的圣物》等续集陆续问世，不断地刷新世界小说发行史的纪录。

期间，小说又陆续被拍成电影，每一部电影都创下惊人的票房收入，罗琳也因创作《哈利·波特》系列小说和参与电影制作而名利双收。从此，罗琳的人生宛如《灰姑娘》故事般，在短短 5 年内，从一个生活贫苦、接受英国政府济助的单亲妈妈，摇身成为堪比英国女王一



J.K. 罗琳



《哈利·波特》1-7

书和累计版税,以及电影等相关收益,截至2011年8月,所有哈利·波特系列小说、电影的收益已超过60亿美元。所有人都怀疑,罗琳是否拥有把纸张变成钞票的魔法!

事实证明,《哈利·波特》带给罗琳的丰厚收入,并不是遥不可及的神话,因为,我们每个人都具备了听故事的天性,从牙牙学语的幼儿到颐养天年的老人,从最初的听故事,到后来的说故事、编故事,无论什么样的题材,每个人都能被一些故事深深吸引。

当然,故事带给我们的并不只是一种听觉或视觉上的感受,一个一个小小故事中蕴含的能量,有时候会超乎我们的想象。尤其是在职场和商场中,只要有好听的故事,就随时能吸引一大批人的目光和掌声,进而从中获得财富与成功。

然而,很多人并不能理解故事的“价值”,更有人搞不清楚故事的界定,其实,我们每天看的电影、电视、小说、漫画、卡通……甚至自古流传下来的传说和神话,就连我们日常生活中的闲聊——如:张某要结婚了,李某要跳槽了、王某要去巴黎旅游……都可以归纳到故事的行列中。

故事的素材无处不在,故事所展现的魅力更是让人无法抵挡——实在令人无法想象,倘若这世界没有故事,人类的生活将会变得怎样枯燥和乏味。

故事是一切事物存在的根本。好故事,不仅是一个事件的陈述,还

样富有的女性。

然而,一个故事真的
只值10亿美金吗?

当然不是!

10亿美金只是2004
年富比士统计的数字,若
再加上之后几年出版的新

能激励一个人甚至一群人，做出对自己和他人最有利的转变，就像世界首富比尔·盖茨以及台湾经济之父王永庆的传奇故事一样，不只改变了故事主角的命运，也影响了众人在经商、为人处世与生活中的转变。



故事是一种力量，一种能让人无法忘却、印象深刻的力量。

因此，我们一定要认清故事在人生旅程中的重要性，首先我们必须理解：为什么大多数人都喜欢听故事、讲故事。

1. 故事，让我们的人生更丰富

无论是某些伟大人物的成功经历，还是虚构、幻化的冒险游记，总能引人入胜。

虽然故事不免掺杂荒谬与虚无，但却不失真实与想象。这些故事能激励我们不断向上，让我们感受生活中从未有过的感动和兴奋，让我们激发出无限潜力，甚至让我们在错愕与窘困中，勇敢面对现实的残酷和无奈……无论如何，故事，确实能丰富我们的人生。

2. 故事，让我们感受全新的生活体验

故事能带给我们全新的生活体验，可以“正大光明”地满足我们的偷窥欲，让我们体验完全不同的生活状态，让我们久久无法忘怀。

3. 故事,让我们把握世界

故事就像一个个“火苗”的模型组合,构成我们观念中最基本的部分。

任何短小、平凡的故事,或多或少都包含着一定的道理,只要能领悟、吸收,对我们的学习、生活和交友等各方面,都将产生深刻而长远的影响,若能善加利用,更能成为我们实现人生目标的动力,让我们更能把握好自己的世界。

4. 故事,让我们拥有更多影响他人的力量

大多数成功者取得伟大的成就后,都会自然而然地兼具一个副业——成为演讲者,到处分享成功的经历和心得,有人甚至从此以演讲来开创另一个事业高峰。

绝大部分成功者,都是成功的演说家,而且都是说故事高手;在校园里被学生包围的老师,也是出色的故事家;甚至现代的父母都知道,教育孩子要用故事启发和引导,而不是单纯的说教和责骂。

这些事实都是因为:

故事拥有影响他人的力量,故事容易让人接受、让人产生共鸣,更能让人对人生充满渴望和期盼。

因此,可以说:

故事,丰富人生、把握世界、影响他人,并会为我们带来成就和财富。

☆ 成功的人生，应该是一张装满故事的光碟

人生，是一段关于故事的旅程，每个人生都有属于自己的传说。在旅程中，人、事、物来来往往，会被更多人选择，拥有历史和口碑的品牌会让更多人信服、热爱。

人生，似乎总是被故事牵引着，无论人生是浪漫的，还是潇洒的，其中总是充满着奇遇、幻想、热情和令人伤感的故事。

美国马萨诸塞州共和党办公室主任和昔日白宫公共关系部主管，两位都是沟通方面颇具权威的专家，他们曾在主流社会介绍沟通技巧时，不约而同地都强调了一点：

“要让人对你所讲的话题感兴趣，一定要和他们的切身利益有所关联，并且要讲一些真实的故事，不能只讲一些抽象的道理，或是一大堆统计数字。”

由此可见，故事在人生过程中占据着相当重要的分量。

有位哲学家曾用故事形容：“人生是拥有自己传说的历程，人生的旅程中，人、事、物来来往往，会被更多人选择，拥有历史和口碑的品牌会让更多人信服。”

我们的人生，往往都是被故事牵引着，人生就是一段关于故事的旅行，而成功的人生，更应该是一张装满故事的“光碟”。

