

WILEY

做个会讲故事的人

如何在商界讲好故事

[澳] 加布里埃尔·多兰◎著

(Gabrielle Dolan)

唐奇◎译

人人都爱听故事
在商业领域
讲故事的能力变得越来越重要

STORIES FOR WORK

The Essential Guide to
Business Storytelling

加布里埃尔·多兰
世界级商业故事大师
教你做个会讲故事的人

让你告别无聊、乏味的沟通方式
用打动人心的故事传递商业信息

非
外
借



中国人民大学出版社

做个会讲故事的人

如何在商界讲好故事

【澳】加布里埃尔·多兰◎著

(Gabrielle Dolan)

唐奇◎译

STORIES FOR WORK

The Essential Guide to
Business Storytelling

中国人民大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

做个会讲故事的人：如何在商界讲好故事 / (澳) 加布里埃尔·多兰 (Gabrielle Dolan) 著；唐奇译. —北京：中国人民大学出版社，2018.1
书名原文：Stories for Work: The Essential Guide to Business Storytelling
ISBN 978-7-300-25213-1

I. ①做… II. ①加… ②唐… III. ①商业经营-语言艺术 IV. ①F715
②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 300909 号

做个会讲故事的人

如何在商界讲好故事

[澳] 加布里埃尔·多兰 著

唐奇 译

Zuo Ge Hui Jiang Gushi de Ren

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司		
规 格	170 mm×230 mm 16 开本	版 次	2018 年 1 月第 1 版
印 张	14	印 次	2018 年 1 月第 1 次印刷
字 数	123 000	定 价	42.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

致 谢

这本书是在一段不长的时间内创作的，但是我感觉它是对过去十年中我所有的工作和热情的总结。这本书的完成离不开许多人的支持。

我首先要感谢 Wiley 出版集团的 Lucy Raymond，是她找到我，提出了这本书的初步设想。Lucy，非常感谢你一直以来的支持和指导。你是个奇迹，你的小宝贝 Frankie 也是。还要感谢 Wiley 出版集团的团队，包括 Ingrid Bond、Theo Vassili、Peter Walmsley、Charlotte Duff、Clare Dowdell、Dylan Senthilan 和 Genevieve Kanowski。

特别要表扬出色的编辑 Kelly Irving。她不仅在极其紧迫的时间内完成了编辑工作，而且对全书的整体结构和流畅性提出了非常有益的建议。

除了能够做我喜欢的事情之外，我在工作中最大的优势就在于，能够跟我真正喜欢和欣赏的人合作。我要特别感谢 Heather Polglase、Lizzy Geremia 和 Lauren Trethowan，在新西兰电信、保柏集团和澳大利亚邮政，他们给予我充分的信任，与我合作完成了

重要的组织工作。我们共同实现了改变。

必须特别提到我合作的其他客户，现在他们都成了我的朋友，长期以来他们不仅对这本书，也对我本人提供了巨大的支持。这些人包括 Jac Phillips、Monika Lancucki 和 Natalie Mina。我喜欢跟你们合作，衷心感谢你们一贯的支持和指导。

我要特别感谢所有为这本书贡献出他们的故事的人。不用说，没有你们无私地分享你们的故事，这本书不会成为现实。谢谢你们！

由于工作关系，我结识了一些了不起的伙伴，比如 Matt Church 和 Pete Cook，他们的组织是最酷的，你绝对想成为其中一员。感谢你们的激励、爱和关心，感谢你们创办了思想领袖商学院这个成功的创意空间。

我的另一个好伙伴是我的“参谋长”Eiise Turner。感谢你为我做的一切，包括对这本书的支持。从最初的编辑到整个营销管理，你时刻让一切都井井有条。没有你我绝对做不到。

说到这些我爱的人，最后要把大大的感谢送给我的丈夫 Steve 和我的女儿 Alex 和 Jess（她们还要求我在这里加上我们的爱犬 Digger）。他们一直支持我，给我时间写作，并且允许我写出他们的故事。我爱你们。

前 言

我曾经有幸与一位杰出的女性梅琳·巴特勒（Merrin Butler）一起工作，她每周日晚上都要乘坐夜间航班从都柏林飞往格拉斯哥。她承认，空姐介绍安全须知时她都在睡觉或者看报纸。

她告诉我，不难理解，因为工作关系每周都要赶同一班飞机早就令她厌倦了。所以当空姐拉出氧气面罩或者指向逃生出口时，她不是在睡觉就是在看报纸。

一天晚上，在她的常规航班上，照例心不在焉地听完起飞前的说明之后，他们遇上了恶劣天气，到达格拉斯哥时飞行员不得不放弃着陆。飞机盘旋了一圈，再次尝试着陆，但是风雨更大了，飞行员再次放弃了着陆。在进行第三次尝试前，机长宣布：“我们将最后一次尝试着陆，但是在此之前，机组人员将再介绍一遍安全须知。”

所有乘客都笔直地坐在座位上，聚精会神地盯着空姐。人们询问氧气面罩该怎么用，检查座位下面的救生衣，数着最近的安全出口离自己有几排。

谢天谢地，跟飞机上其他人一样，梅琳能够活着讲述这个可怕的故事。

她与我分享这个故事时，事情已经过去了很久，我正帮助她在澳大利亚国家银行实施一次重要的组织变革。这是一个为期两年的项目，将涉及全公司的人力资源管理人员。

我问梅琳，当我们宣布变革时，她想要向她的团队传递什么样的信息。她说，他们肯定都在想：又来了……又一次变革或重建。但是梅琳觉得不止如此——尽管变革将是一个长期、集中的项目，每个人都会接收很多当时可能觉得无聊或不重要的信息，但是他们应该给予密切的关注，因为有朝一日它会切身影响到他们每一个人。

作为项目的沟通和变革经理，我建议她分享格拉斯哥航班上的故事。她的第一反应是：“这有什么关系？”不过，我还是说服梅琳分享她的故事，因为我知道这符合她要传递的信息——我们经常觉得接收到的信息是不相干的，但是它们的确有着重要的目的。我确信这个故事会有效……好吧，或许不是确信，算是乐观吧。

第二天，梅琳跟她的人力资源管理团队分享了她的航班故事。我在房间里旁听，等着看听众的反应（我承认，到这一步，乐观变成了希望）。我应该有信心的，因为这是我第一次真正注意到将一个人的亲身经历作为商业信息来传递的积极影响。她的团队不仅立刻报以微笑和理解，而且几个月以后还会提到这个故事。

当时我没有意识到，这是决定命运的时刻。我认识到讲故事的力量，这种认识彻底改变了我的职业——和我的生活。从那一刻起，我注意到所有擅长鼓舞人心的领导者都用讲故事的方式来解释他们的行为和选择。

出于一种使命感，我离职了，因为一种改变我们在商业世界中

无聊、乏味的沟通方式，用鼓舞人心的故事直击领导者和团队成员内心的使命感。

过去十年中，这项工作让我走遍世界，从澳大利亚到马来西亚、欧洲和美国，但是无论我在哪里，都会遇到以下问题：

- 讲故事在商业中真的有用吗？我是说，真的有用？
- 我需要什么样的故事？需要多少？
- 怎么找到故事？
- 我没有故事。我的生活平淡无奇。
- 应该在何时、何地分享我的商业故事？
- 我从来没想到用亲身经历作为传递商业信息的手段。可以这样做吗？

这样做吗？

我从全世界各行各业、许许多多不同层次的领导者和经理人那里听到这类问题和评论，它们是这本书背后的催化剂。

为什么讲故事真的有效？我的目标是向你们展示它背后的科学——正如本书中诸多案例所示，它确实有效。这本书还将说明，哪类故事是适用的，如何找到它们，以及如何分享它们。

关于这本书，我最喜欢的地方是它给了你一批经过检验的故事，已经有人在他们的商业实践中成功地运用了它们。根据经验，我知道聆听其他人的故事有助于激发你自己的故事灵感。

我的目的是帮助你创造自己的故事，告诉你在何时、何地运用它们，最重要的是给你分享故事的勇气，并从中得到巨大的收获。

现在，放下报纸，注意听讲——你即将飞往讲故事的精彩世界。

目 录

第一部分 塑造你的故事

第 1 章 讲故事的科学	3
故事背后的大脑	5
请注意!	10
让你的故事卓有成效	13
第 2 章 商业中需要的四种故事	15
四种故事类型概述	17
有效的故事	22
让你的故事卓有成效	23
第 3 章 如何找到工作中的故事	25
两种寻找故事的方法	28
什么时候, 哪个故事?	33
让你的故事卓有成效	35

第4章 如何创作和分享你的故事	37
开头	39
中间	41
结尾	45
熟能生巧	47
在哪里分享你的故事	47
让你的故事卓有成效	48

第二部分 分享你的故事

第5章 用于演讲的故事	55
开个好头.....	57
.....不要到此为止	58
让你的故事卓有成效	65
第6章 用于变革的故事	67
在组织变革中讲故事	70
让你的故事卓有成效	78
第7章 用于销售的故事	79
识别销售故事的三种方法	81
让你的故事卓有成效	90
第8章 用于愿景和价值观的故事	91
价值观在哪里?	93
从.....那里听来的	94

让你的故事卓有成效	103
第 9 章 用于个人品牌的故事	105
你的品牌 SEA	108
三者缺一不可	109
让你的故事卓有成效	119
第 10 章 用于培训的故事	121
运气眷顾勇敢者	123
让你的故事卓有成效	131
第 11 章 用于工作面试的故事	133
与时俱进	135
故事如何起作用	136
让你的故事卓有成效	144
第 12 章 用于新闻和博客的故事	145
重构	147
让你的故事卓有成效	156

第三部分 讲故事案例

第 13 章 澳大利亚邮政案例	159
挑战	161
机会	161
过程	162
葡萄藤的故事	163

让你的故事卓有成效	169
第 14 章 保柏集团案例	171
挑战	173
机会	174
过程	175
保柏的七个超级故事	175
让你的故事卓有成效	185
第 15 章 新西兰电信案例	187
挑战	189
机会	191
过程	192
Spark 的故事	192
让你的故事卓有成效	200
结论	201
让你的故事卓有成效的秘密	203
下一步	207

第一部分

塑造你的故事

讲故事从人类诞生之初就开始了，人类一直用故事来沟通。从我们的穴居人祖先留下的壁画到原始文化和远古传说，都可以看到这方面的证据，代代相传。

不过直到最近，现代商业才开始意识到这门古老艺术的力量和潜力。

在一个信息过载、注意力持续时间非常短暂的世界里，商务人士在寻找一种更有效的方法来传播他们的信息，帮助他们从所有的“噪音”当中脱颖而出。再加上人们对更加真诚的沟通方式的欣赏，讲故事成为一种强有力的工具就不足为奇了。

在这部分中，我将详细说明为什么讲故事在商业中如此有效，探索其背后的科学。还将介绍你需要的四种主要故事类型，以及如何寻找、创造和分享你的故事。

虽然讲故事的艺术古已有之，但是讲故事在商业中的应用才刚刚被发现。



第1章

讲故事的科学

无疑，你已经意识到讲故事是有意义的，但是还不止如此。这其实是有科学依据的。在这一章中，我将向你说明这种科学，解释故事如何构建信任和调动情绪。

故事背后的大脑

我们的大脑有不同的区域，每个区域都有不同的功能。例如，大脑的左半球帮助我们进行逻辑思维和组织思想，右半球帮助我们体验情绪和唤起回忆。我们还有让我们凭本能行动的“爬行动物脑”和帮助我们建立联系的“哺乳动物脑”。我们的大脑有新皮质，与一系列称为“边缘系统”的复杂的神经网络相连。它负责发展我们自己与其他人的情感纽带（比如母子联系）。

丹尼尔·戈尔曼（Daniel Goleman）在他的全球畅销书《情商》（*Emotional Intelligence*）中解释道，进化的大脑皮层是我们的情绪如此有力量的原因。他说：

由于很多高级中枢都是自边缘系统衍生出来的，可以说情绪中枢在神经路径的构筑上扮演了极重要的角色，形同脑部新旧区域的交接带，透过无数的回路与新皮质纵横交错。也因此，情绪中枢对脑部其余部位的功能有很大的影响，甚至可左右吾人的思考力。

当我们讲故事时，大脑中所有不同的部分和区域都会受到刺激，它们开始协作，将文字、逻辑、情绪和感官影像结合起来，于是我们能够看到整个画面，交流彼此的经验。基本上，在进行这种