第一图书网, tushu007.com

<<说故事的力量>>

图书基本信息

书名：<<说故事的力量>>

13位ISBN编号：9787122049339

10位ISBN编号：7122049337

出版时间：2009-5

出版时间：化学工业出版社

作者：安妮特·西蒙斯

页数：240

译者：吕国燕

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

一切如常。
我在一个会议中心里讲着故事，会议中心坐落于苍翠的山间。
温暖惬意的弗吉尼亚天气，令倍受波士顿寒冬折磨的我甚感舒适和放松。
我的听众们更是热情洋溢。
随后，人群当中，我发现一张光彩照人的脸。
这样的事时有发生。
某个听众的脸，似乎吸取了故事全部的魔力，然后如同一面金色的镜子，这张脸又把魔力反射回来。
每当这时候，我知道，我的故事产生了穿透力。
更为可喜的是，我的故事有了知音，我与他们有了共鸣。
我不清楚这种共鸣和相通会把我引向何处。
直到那一天，我真正开始进入了一个“讲故事的世界”。
我在大学里，会议上，还有各种庆祝活动中——凡是有喜欢故事的人的地方演讲“故事的力量”。
自从1973年举办的第一届全国故事节以来，美国已经涌现出了数百位专职的讲故事者。
另外，在成千上万兼职和业余说故事人及听众的支持下，我们正在开创一个“故事的复兴”时代。
我们再把话题转回到那张光彩四溢的脸上。
我在演讲结束后，走到她跟前。
我马上意识到，在那天众多的故事爱好者中间她是个异数。
她就是安妮特?西蒙斯，还有她的朋友雪莉?迪?西昂蒂丝。
她们来自于故事以外的世界——企业界。
而且，她们兴奋异常地想知道，怎么把故事引进到商业交流世界中。
对此，凭我25年来对我们的经济体系的浅显了解，我深表怀疑。
她们如何让主管、经理、销售人员——习惯于把利润放在第一位的阶层对故事发生兴趣，甚至会因为故事而盈利呢？
除了故事爱好者之外，圈外的人也会喜欢故事吗？
如果说有人能说服我的话，那就是安妮特了。
当时，她是全职培训师，专攻“难题”，就是那些让一屋子的主管，抓耳挠腮，总能碰上，却又不知如何处理的那些“问题员工”。
她有本事把这些员工从蛮干、强硬的莽汉，变成从容不迫、刚柔并济的武林高手。
不仅如此，她能透过细节，把握大局。
她能抓住说故事的整体脉络，却也不忽视让故事生动的纤微细节。
她能感觉到借助故事来进行的沟通有多奇妙，故事虽然不直指目标，但其说服的力量无穷。
在广告业方面的丰富经验，更让她对此理解颇深。
她能过滤出事物的本质，再以迅雷不及掩耳之势传达出去。
很快，我发现我面对的这个人，既在向我学习又在辅导我。
我让她更深地了解故事的艺术，其实她原本就知之甚深。
她则让我把“讲故事”的理念带入企业界。
现在，她写了这本书，正如其他的精彩图书一样，书中点出了日显重要的真理，让我们不要再忽视这真理。
那么，《说故事的力量》有什么不同之处呢？
这本书整合了本来就同源的三个潮流。
首先，讲故事的艺术在发达国家正在复兴，说明人们开始重新审视心灵和情感。
其次，企业界人士逐步意识到，步入上升期的公司和企业需要人员全心投入——少一点都是对公司和个人的欺骗。
最后，应用心理学正在帮助我们借由相互尊重的人际关系赢得长期的影响。
安妮特的这本书，牵引着我们共同体验她的故事。

全书的故事有强大的感染和说服力。
她尊重读者，告诉我们伟大的领导者都知道的道理：讲故事的关键在于它能激励、劝说，最终激发出积极的合作意识。
她前所未有地，清晰而又充满激情地描述讲故事的艺术，通俗易懂，让不同人生经历的人都能学会。
当你阅读本书的时候，会看到安妮特的光芒在字里行间闪烁跳跃。
如果你看到了，注意！
你将有机会学到上千个长久影响他人的秘诀。
像我一样，你会发现自己被永远地改变了。

<<说故事的力量>>

内容概要

通过《说故事的力量》，西蒙斯提醒我们，何以具体的事实、数据与个案无法让人心悦诚服；而一个简单的故事却能够说服人们，并且使之得到激励与启发。
这本书将帮助你成为一个更有效率的沟通者。
　你有什么故事？
你是谁？
你来自何方？
你要的是什么？
当你试图影响他人时，就会面对更多诸如此类的问题。
不论是提出一项高风险的新投资案，试图完成一项交易，或领导众人对抗不公，你都有一个故事可说—说得好，就能在听者和你之间创造一个具有深刻意义且影响长久的共享经验。
在这本简单易读且具开创性的著作中．安妮特·西蒙斯提醒我们，最古老的影响力工具也是最有力的——经由文字、姿态、音调和故事的节奏，你可以抓住一个心存疑虑、抗拒和否定的听众，同时为你的故事和目的制造一个可信的形象。
在现今这个过度竞争、科技至上及结果导向的环境，人们似乎忘记了所有组织都隶属于社会体系，而工作则涉及个人领域——你可以藉由故事发挥个人特质，以协助你解决问题、制订决策，并且用你意想不到的方式建立信任感。
　通过上百个来自政治、商业领域名人成功的说故事实例，以及世界各地的神话、寓言和故事，西蒙斯阐明了故事如何以冷酷的事实、枯燥的数据和指令难以做到的方式说服、激励和影响人们。
这些故事，辅以实战型的说故事技巧，帮助我们掌握故事这项无往不利的沟通利器。
从“ 我是谁 ”到“ 我知道你的想法 ”，西蒙斯阐明了你必须了解的六大类故事，以及在何种隋况下讲述、说明这些故事——从业务拜访到推动社区服务活动。
让《说故事的力量》成为你改变与同事、上司、员工、顾客，甚至敌手关系的灵感，让每一个你正在体验的故事——工作、个人和社会生活——成为多年后你乐于诉说的成功故事。

作者简介

安妮特·西蒙斯，美国团体程序咨询公司创建人，该公司致力于帮助公私立领域的组织建立更协调的行为.以提高整体表现。
西蒙斯还是相当受欢迎的演说家，现居北卡罗来纳州。

<<说故事的力量>>

书籍目录

导言第1章　你应该会讲的6类故事第2章　故事是什么？
第3章　故事比事实更有力第4章　如何讲述好故事第5章　故事的心理影响第6章　短片还是传记？
第7章　影响无心者第8章　听故事第9章　讲故事的注意事项第10章　讲故事的人的生活第11章　故事思维的技能

章节摘录

第1章　你应该会讲的6类故事　　斯科普审视着台下股东们一张张怀疑的脸。
他一直在想，如何才能说服他们服从他的领导呢？
斯科普，35岁，看起来却像13岁的小毛孩，出身豪门，从祖父那一代就已经是豪门望族了。
他能看出来，人们觉得他当领导将是个灾难。
所以，他决定先给人们讲个故事。
“我的第一份工作是为一家造船公司画电路工程图。
这样的图纸一定要画得准确无误，因为，如果线路不能在玻璃纤维定型之前正确布设的话，一个小错就能造成100万美金的损失！
不要紧，我25岁就拿了两个硕士学位。
自小在船上长大，说实话，我觉得画那些图纸真是有点儿……白痴。
一天早上，我在家接到一个电话，是一个时薪6块钱的小工打来的。
他问，‘您确定画得对吗？
’我当时就火了，‘当然确定了。
’一小时后，小工的监管打来电话，我又被吵醒，又一次被问道，‘你确定画得对吗？
’我早失去耐心了，回答道：‘一小时之前我就说了，我确定，现在还是！
’”　　“最后，造船公司的老板打来了电话，我才不得不从床上爬起来，直奔工地。
看来我得手把手地告诉这些人了，那好吧，去吧。
我先找到那个第一个给我打电话的小工。
他坐在那儿，歪着脑袋盯着我画的图纸。
我耐着性子开始给他讲解。
刚说了几个字，我的声音就慢慢低了下来，我的脑袋也开始向一边歪。
看来左撇子的我把右舷和左舷的位置给画反了，我画的图纸恰恰是实际位置的反面。
谢天谢地！
幸亏这位时薪6块钱的小工及时发现了我的错误。
第二天，我发现，我的办公桌上摆了个盒子。
船员们送给我一双网球鞋，作为我以后工作的小警钟。
为了防止我将来再搞混，左脚的红鞋代表左舷，右脚的绿鞋代表右舷。
这双鞋不只提醒我左舷和右舷，更重要的是提醒我，无论我心里觉得多有把握，都应该虚心听取别人的意见。
”　　当斯科普举起那盒红绿鞋的时候，台下发出一阵阵笑声。
股东们的怀疑神经松弛了。
如果这个年轻人能从这个因为傲慢出错的故事中汲取教训，那么他很有可能也在公司管理方面学了不少东西。
　　相信我　　人们需要的不是更多的信息。
信息很容易得到。
人们需要的是信任——对你，对你的目标，对你的成功，和对你讲的故事的充分信任。
信任具有移山填海的力量。
事实无法产生信任。
　　信任需要故事的支撑——一个有意义的故事，这个故事能唤起人们对你的信任，点燃内心的希望，希望你的建议确实能带给他们你所承诺的东西。
真正的影响力不只是促使人们做你希望他们去做的事，而是一种更加深远的影响，那是听完你的故事后，人们会凭着对你的信任主动接续你的工作。
　　信任可以跨越任何障碍，实现任何目标。
金钱、势力、权力、政治特权、暴力，所有这些，或早或迟，都被会信任所征服。
故事打开了通往信任的门。

富有寓意的故事，能激发你的听众一同事、领导、下属、家人，甚至是不认识的人——得出和你一样的结论，相信你说的话，然后做你希望他们去做的事。
　　和你说的结论比起来，人们更看重他们自己得出的结论。
他们只相信他们认为是真实的故事。
一旦人们把你的故事变成自己的故事，你就获得了信任的强大力量。
在未来，这影响力不需要你再费心去强化。
有时候，它会自己扩散，壮大起来。
就是说，听过你故事的人会回忆故事，再给别人讲你说过的故事。
　　不论你是以什么样的方式讲故事，通过你的日常生活表现出来，通过语言讲述，人们在接受你的故事之前，最关心的问题就是：我能相信你吗？
上面提到的斯科普的例子，我们都看到了，连亿万富翁都不能轻易赢得人们的信任。
倘若影响力单凭权力或者金钱就能获得，那么斯科普有可能产生的影响力就可想而知了。
他拥有至上的权力和无尽的财富。
　　但是，有些时候，有钱或有权其实是种劣势。
人们会寻思：他的故事是编造愚弄我们的？
很可能。
如果是捏造的，那么早晚都会败露。
如果捏造故事的人不在现场，继续维护他的影响圈，那这个圈子就将是昙花一现。
捏造愚弄（让人们相信不大真实的故事）要求你不停地，费尽心机地维护，这其中的用心令人生厌。
　　说老实话，捏造是很低级的一种影响方式。
作为有生活经历的人，我们有种更为强大的影响力来源，就是给别人讲真实的，有说服力的故事。
　　通过故事，能有效地影响和说服别人。
这里我们介绍六大基本故事。
　　1.“我是谁”的故事　　2.“我为何而来”的故事　　3.“愿景”的故事　　4.“教导”的故事
　　5.“生活中的价值”的故事　　6.“我知道你在想什么”的故事　　如果你想影响别人，那么你要思考两个问题：你是谁？
你为何而来？
如果不能很好地回答这两个问题，人们就不会相信你说的话。
斯科普想说服的人，在聆听他的演说之前，首先想知道的是他到底是谁。
多数人心里已经把他定位为纨绔子弟，只想玩点新鲜的，搞搞商贸。
所以，斯科普必须要把听众们心目中“我们不相信他”的故事，替换成个新故事——能让人信任他，并且接受他的想法的新故事。
　　斯科普本可以说，“没错，我富有，我年轻，而且我刚刚买了你们公司的一部分股份，但是，请不要担心……我不是万事通，我值得你们信赖。
”实际上，这些话和他所讲述的故事道理是一样的。
但是，不同的是，他的故事的影响力，和直接跟别人说“我值得你们信赖”的说服力有着天壤之别。
如果一幅画抵得上千言万语，那么一个故事就抵得上千万个保证。
　　在试图去影响别人之前，你需要在他们心中建立起足够的信任。
他们对于“你是谁”的充分信任，就成为你向他们传达信息的一个纽带。
你宣称“我是个好人（聪明、人品好、道德、有良好的人际关系、信息灵通、理智、成功——所有能让人产生信任的品质），所以，我值得你们信任”，这些话似乎更容易引起的是怀疑，并非信任。
人们更愿意自己做出判断。
因为你的时间有限，无法通过个人经验赢得别人的信任，所以我们最可能做到的，是给别人讲故事来获得他们对你的信任。
聆听你的故事，是给人们机会，最近距离地体验你所经历过的，走一走你走过的路，而不是光是说一说。
故事让人们自己去判断，这是产生真正影响力的最大秘密。

其他的影响方法，如劝说、收买，或者诱人的吸引，都是强势推销的策略。
而故事实质上是个招揽的策略，如果你的故事真的打动人，人们会自愿地，发自内心地感到可以信任你，可以接受你所传达的理念。
“他不大像个地球人”。
在人们接受你之前，他们关心的是，“你是谁，你为何而来。
”如果你不精心准备好一个明确的答案，那么他们会自己编个答案，而他们的答案通常是对你否定的答案。
人们普遍认为出面说服别人去做什么事的人，通常都是心怀目的、有利可图的。
大多数人潜意识里都会认为你获利就意味着他们的损失。
没办法，人性使然。
作为人，出于自我保护意识，在与人交往中，我们总会本能地设置障碍和种种怀疑。
所以你一定要在故事里展现，你是值得信赖的。
当然，不同情况需要不同对待。
想象一下这个极端的例子。
一帮街头流氓，听一个新手讲了个把众人都震住的偷东西（或更坏的行为）的故事，就立马儿对他产生信任，然后就吸收他人伙。
当然，你不是流氓，你讲的故事只能是那些能展示你的品德、人格魅力，或者在商业领域，你赚取利润的能力有多高的故事。
不管是什么故事，只要是能立竿见影地让你的听众产生共鸣，建立某种关联，有意义的，能让别人了解你是个什么样的人的故事就行。
想想你身边的那些想影响和说服你的人，比如你的老板、同事、销售人员、志愿者、咨询师等等。
想想这其中谁让你信服了，而谁让你转身就走了。
这些人的话有多打动你？
那些让你感触颇深的人，是因为你被他们说服了，还是因为你觉得和他们有共鸣？
又是什么让你相信其中一个而非另一个人？
大多数情况下，你应该首先了解，他们是什么样的人，他们通过与你合作怎么样获得利益。
当然，你能获得的潜在利益最重要；可是，你对他们可信度的判断，又极大地影响你是否相信他们的承诺，关于你能获得的那部分潜在利益的承诺。
所以，无论你如何向听众强调“从这里你会得到什么”，能获得潜在的利益，其中的原因，或者相关的推理判断，而作为听众，他们总是从字里行间仔细地分析，你是谁，目的如何，然后在心里给你打个信任分。
作为咨询师，试图“推销”某种理念，如果不首先建立起与客户的某种联系，而是不停地解释这理念的好处和逻辑过程，就纯粹是在浪费时间。
如果当时的听众普遍认为，绝大多数咨询师更关心的是他们自己的薪水多少，而不是客户的利益，那么，只有当人们确信“这个”咨询师，确实跟其他人不一样的时候，他们才会去倾听咨询师在说什么。

媒体关注与评论

在信念不振和乐观消逝的年代，我们需要学习更多关于故事的力量。
《说故事的力量》是一本精彩的著作，能够打动读者的心智、灵魂，留下难以抹灭的记忆，并释放你提升工作效率的能力。
每一位希望在个人、组织或全球层面发生正向改变的人，都应该好好研读本书。
——羔尔·克里斯托弗　哈佛大学约翰·肯尼迪学院　美国政府革新主任　《说故事的力量》将说故事作为一种自我发掘的方法，帮助我们创造一个更有意义且更成功的未来。
这是一本必读的新书。
——罗伯特·库柏博士　《领导情商》作者　《说故事的力量》中充满了能有效提升我们沟通能力的故事，饶有趣味且极具实用性，对于老师和经理人的帮助非常大。
——埃德加·沙因　麻省理工学院斯隆商学院荣誉教授

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com