

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 图书基本信息

## 前言

这本书是为每一位领导者而写的，因为一个人如果无法有效沟通，就无法成为一个真正的领导者。它展示了在当今信息爆炸时代，如何利用讲故事这一最有效的领导力沟通技术。这本书同时还适合那些协助领导者沟通的人，如企业中的演讲稿撰写人，以及从事商业传播的人士。本书的作者吉姆·荷杰是我所见过的最好的演讲稿撰写人，他一直在为美国和欧洲的商界领导写作。和吉姆一样，我对于从事撰写演讲稿这一职业感到骄傲，同时也非常愿意在这本不同凡响的书中分享我的感受。让我先从一个故事开始。在1983年3月，罗纳德·里根总统发表过一次颇具说服力的演讲，演讲中他做出了大胆的憧憬，要建立起一个防御屏障，“让核武器都变得虚弱无力”。很快，怀疑论者、科学家、政治家及政治分析人士开始用各种不同的理由抨击这一想法，这件事还被冠以一个可怕的称谓——“星际大战”。正当行政管理部门在这场口水战中开始败退，并逐渐失去友朋和同盟的支持时，国防部长卡斯珀·温伯格决定继续进行全国巡讲，为这一理念进行解释和辩护。我作为他的演讲稿撰写人，承担起了帮助他准备演讲的工作。我们准备好了一份草稿，对所有反对派的论点都予以了全面回击。我们从总统的公告原文中引用了一些振奋人心的话，还引用了温斯顿·丘吉尔的言论，用来支持那些在危机时刻所需要的勇敢行动。尽管温伯格部长断言这是一篇“有分量的演讲”，但我却有一种不祥的预感，这份讲稿不像里根的演讲那样充满魅力、引人注目。就算引述那些最激动人心的句子，温伯格部长也无法让演讲登上报纸的头条或是让电视播出原声摘要。相反，我们面对的是一场话语上的堑壕战。通过据理力争，我们可以在每场演讲后都取得一些进展，但我们所面对的众多对手会予以快速的反击，这些事都将变成“星际大战”标题下的头条新闻，而我们则将被迫回到防御的位置上。在绝望中，我问温伯格部长是否有一些个人轶事可以用来放在演讲中。他给我讲了一个故事，但他并不认为这个故事有多大意义。那是在1976年，里根在第二次共和党提名中失败了，在那之后不久，温伯格部长和里根进行了一次谈话。他们两个吃完饭后来到温伯格的书房中，里根那时刚过六十五岁，谈到自己想要退休回到他的牧场去。之后，谈话转向了里根失去做总统的机会所带来的挫败感，他再也无法实现自己的梦想——带领美国的工业界，或许能够发现一种终止核武器威胁的技术。就是在那一晚，温伯格才明白里根为实现这一梦想愿意做任何事，包括搁置自己退休回牧场的计划，这样他就能再次竞选总统了。我们鼓励温伯格部长在接下来的演讲中把这次重要的谈话加入其中。果不其然，当温伯格用这个颇具吸引力的故事作为开场白时，他与听众建立了情感上的联系，这为我们的论点建立了一个共情的环境，使他在“星际大战”的辩论中重新占据了高地。这个故事除了对听众产生了影响，还把一个强横而令人生畏、一站到台上就浑身不舒服的国防部长，转变成了一个亲切而友好的人。自那之后，我见证了讲故事的方式对无数的管理者都产生了相同的影响。这可能是因为给自己的孩子讲故事的记忆让他们放松下来，让他们变得更有人情味。又或者是，讲故事早已注入到了领导者的DNA之中——从古老的时期就已经遗传下来，首领们把形成部族社会文化基础的故事不断地流传下去。但是，如果讲故事是一件这么自然的事情，当今的商界领袖们为什么没有普遍采用这种形式来进行沟通呢？原因有很多。讲故事需要花费时间，而主管们常常觉得自己需要直奔主题。有些领导者觉得自己必须符合一种既定的形象，而讲故事会过多地暴露他们真正的自我；在一个靠财务指标驱动的世界里，许多商业人士都害怕，像讲故事这样的方式看起来会太过软弱；再或者是公司传统无法接受。这本书对这样的感受和恐惧予以了正面回应。它向我们展示了在我们所生活的时代中，最受人敬重的商界领袖也在利用讲故事的方式进行沟通，他们利用故事向我们展示了成功之道。吉姆·荷杰大可不必去寻找他们的故事，他可以去采访他们，或者简单地列出他们在成功过程中所学到的经验。这样做会快很多，也比研习他们的故事要更有事实依据。但却不会同样有效。因为故事当中既包含着直觉，又包含着逻辑，会同时激发我们的左脑和右脑，比起单纯的事实，我们更有可能通过故事来理解和记住经验和教训。本书以一种独特而有效的方式让你的左右脑一起参与其中，学习商业之中一些最重要的经验和教训。当一位商业领导者讲述一个故事的时候，既吸引着我们情绪化的自我，也吸引着我们脑中负责直觉的那一部分。它让我们仿佛置身于一出个人的戏剧之中，有背景，有情节，还有角色。故事就像一部小说或是一出戏剧一样俘获了我们的想象力。一旦我们上钩了，负责逻辑的大脑就会参与其中，反思出故事中体现出来的经验和智慧。而最终，本书将会指导我们如何在实际当中应用这些智慧。它会向我们展示在自己的沟通工作中如何利用这些故事和经验。本书从两个层面帮助领导者进行沟通。第一，它提供了一些有趣的故事，还有一些实际的方法，让领导者们在自己的沟通过程中，可以重新利用这些领袖们的故事以及其中的经验和教训。第二，它教授领导者们如何

## 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

讲述自己个人的故事，这将会比重述他人的故事更具影响力。通过分享一个故事，领导者会建立起一种个人的情感联系，这种联系会使员工变得更加忠诚，也会使外部的利益相关方更愿意接受自己的理念。并且，在讲述你自己的故事时，回想自己的亲身经历所产生的心理能量会让你变得更加放松。那些衷心愿意向别人学习的人，值得拥有一些有意愿、有能力的领袖来向他们传授知识，更重要的是来启发他们。本书中讲故事的那些领袖符合这一标准，能够完成那些信赖他们的人所赋予的艰巨任务。

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英》

## 内容概要

你可能正在自己家的地下室努力创业，你可能是某个摩天大楼办公室里的经理人，不管你是在请求天使投资人为你的梦想买单，还是在年度股东大会上对着几千人发表鼓舞士气的演讲，无论你属于哪种情况，沟通都是你工作的一部分。无论听众是谁，无论地点在哪儿，归根结底只有一个目的：让听众理解你的观点。讲故事可能是人类所知最古老的沟通方式之一。

无论是好莱坞大片，还是最新的畅销小说，我们天生就爱听故事。具体数字、逻辑分析、事实罗列——我们没兴趣最优秀的商界领袖之所以能够登峰造极，就是因为他们还会讲故事。讲故事可以成为你的沟通秘密武器，为你的听众提供他们愿意听的内容。同时，它也能帮助你从听众那里获得你想要的东西——不仅仅是掌声，还有让他们按照你的意愿行事。

本书与你以前看到过的参考书相比，具有以下三个优点：第一，它不是一本名人名言集锦。它包含的趣闻轶事比名人名言要长，而且最终对于听众而言，这些故事更具有说服力，也更能让人记住；第二，它主要涉及的都是当代或者近代的商界人物，既不会挑战听众的历史知识，也不会让如今的听众感觉故事过时了；第三，它提供了一些务实的技巧和建议，指导你如何利用这些材料满足你的个人所需。

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 作者简介

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 书籍目录

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英》

## 章节摘录

版权页：这是一笔不错的生意吗？永远也不要低估一次好的防守，或是一点点怀疑所带来价值。IBM的前CEO郭士纳在回首自己的职业生涯时承认，他的许多成功不仅仅源于他做成了什么生意，而且还要归功于那些他没有做的生意。尤其是那些投资银行展现给他的机会，承诺着星月般的光辉，却掩盖了关键的事实。这其中有一个情节尤为突出。他讲了一个故事，一位银行家为他带来了一个计划，让IBM收购一家电脑厂商。听起来很不错。市场会喜欢这个局面的。交易摘要预测收购了这家公司，IBM的股票价格会在未来好几年都冲破云霄。谁会拒绝呢？但郭士纳有些怀疑。他仔细地审阅了附录，里面详细叙述了展望的细节。这让他大吃一惊，他发现如果他们继续进行这场交易，IBM的盈利实际上会被完全摧毁。之后，他让自己的CFO对这位银行家就这一点提出质疑。银行家告诉CFO这不会影响投资团体，他们只管做就是了。要是这么简单就好了！没有成交。CEO的工作就是要讲究实际，而且对这种事情要特别挑剔，因为从统计上而言，大部分并购都以失败告终。提正确的问题可以帮助防止犯错，而这种错误会很轻易地抹煞你的其他成就。如果你不看底线，那谁来看呢？魔鬼通常都隐藏在细节中，尤其是当并购在纸面上看起来不错，但总是让人感觉不对的时候。这个故事阐明的观点是，你需要问关键的问题，并且要扮演唱反调的角色，尤其是在有些事听起来好得难以置信的时候（通常听起来都是这样）。试试这样开始：“小心驶得万年船，至少会防止你在金钱方面的损失。提关键的问题通常是个不错的主意，尤其是当有人让我们参与一个项目，而这个项目需要你承担的风险比平常要高时。这让我想起了IBM的一个故事，在这个故事中，提关键的问题使得他们避免了犯下可能发生的大错误……”那家伙想分走你的午餐，第一印象很重要。郭士纳希望他与400多位公司高级管理人员所开的第一次会议，能够获得巨大的成功。他讲了一个故事来说明他多么需要展现出与前任不同的行事方向，同时他也需要给员工灌输一种想要扭转乾坤的紧迫感，让他们专注于战胜竞争对手，而不是发生内部冲突。当时的状况实际上很糟糕。蓝色巨人（IBM公司的绰号——译者注）已经在一个不断发展的行业中丢掉了差不多一半的市场份额。在消费者满意度调查中排名非常差，有时甚至比那些已经不存在了的公司还差！

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

媒体关注与评论



# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 编辑推荐

当今那些最优秀的商界巨子往往都是讲故事的高手。乔布斯2005年在斯坦福大学的毕业演讲《我生命中的三个故事》曾风靡全球微软、IBM、亚马逊、通用电器、苹果、FACEBOOK盖茨、郭士纳、贝佐斯、韦尔奇、乔布斯、扎克伯格一个个传奇色彩的名字一段段激动人心的故事！他们讲的故事或以小见大，或简明扼要，或生动形象，或发人深省引导、启发和激励受众打动、说服和影响他人本书作者收集并分析这些故事中最精彩、最经典的案例帮助我们向世界一流高手学习管理思维，培养沟通能力管理从讲故事开始！

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 精彩短评

1、阅读了一部分，我个人受益匪浅。

# 《管理从讲故事开始：向世界顶尖商业精英

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)