

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，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。

这可能是因为在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。

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。

作者简介

美国著名的商业公共事务总监和演讲稿撰写人。

曾在若干家顶尖公关和咨询机构工作，服务对象包括克莱斯勒、德勤会计事务所、德国邮政集团、礼来公司和沃尔玛等世界500强公司。

他拥有哥伦比亚大学国际和公共事务学院的国际政治经济学硕士学位以及纽约大学政治科学和德语学士学位。

书籍目录

赞誉 序言 讲故事的基本要素 如何使用本书 玫琳凯·艾施 玫琳凯化妆品公司创始人 检查两次 不仅仅是粉色的凯迪拉克 到达顶峰后，仍要继续前行 谁把面包放在你公司的桌子上 杰夫·贝佐斯 亚马逊公司创始人 天才的早期迹象 攀越陡峭的学习曲线 “回到你的门那儿继续工作吧” “我给这种人工作？” “你想要做什么？”

” 把它写成文字 凯茜·布莱克 赫斯特传媒集团总裁 “这次会议的目标 “还要虾吗？”

” “你进步不小 迈克尔·布隆伯格 彭博通讯社创始人 准备着陆入乡，或许不随俗 不仅要努力工作，还要聪明地工作 谢尔盖·布林 谷歌共同创始人 真心感恩 熔炉 沃伦·巴菲特 伯克希尔·哈撒韦公司创始人 “讲事实就行了，先生” 未雨绸缪 新狗难学老把戏 节约资金 买方注意 耍花招 “石头里出石油啦” 迈克尔·戴尔 戴尔公司创始人 向全球进军，年轻人 你想要回零钱的话，去找CEO “一整层楼就用来干这个？”

” 骄兵必败 专注于你最了解的事 “还有一件事要说，如果你有时间” 迈克尔·艾斯纳 华特迪士尼公司CEO 晚上好，总统先生 “我要去迪士尼乐园啦！”

” 玫瑰要是不叫玫瑰 他们最糟糕的回答也不过就是不行 借方和贷方 1%的灵感，99%的汗水 高层们的拓展训练 拉里·埃里森 甲骨文公司创始人 非理性的繁荣 什么盒子 爱是你所需要的全部 卡莉·菲奥莉娜 惠普公司CEO 虚有其表 改变世界 迈尔康·福布斯 福布斯杂志创始人 生而狂野 改变世界 比尔·盖茨 微软创始人 得A 愿景这东西 成本是多少 “早上好，艾伦和盖茨” 卡尔·盖斯塔克尔 陶氏化学公司董事会主席 如果你无法打败他们在开始的时候 你的问题是什么 “你用的是一等品的邮资” 郭士纳 IBM公司CEO 把投影机关掉 记住谁是老板 三个简单的词 这是一笔不错的生意吗 那家伙想分走你的午餐 安迪·格鲁夫 英特尔公司CEO 它的拼写是G—r—o—v—e 走出大门外还得要回来 放手 卡珊德拉是对的 下定决心吧 李·艾科卡 克莱斯勒汽车公司总裁 你是怎么进入到卡耐基音乐厅的 我要求重新计票 他可以把冰卖给爱斯基摩人 团队中没有“我” 放置一个更具吸引力的钓饵 有这样的朋友 美国广告业的奇迹 有难同当 渴望自由呼吸 史蒂夫·乔布斯 苹果公司创始人 如果你这么说 把点连在一起 “你被开除了” “求知若渴，虚心若愚” 不可能完成 “不必在意幕后那个人” “打开分离舱门，哈尔” 克劳斯·柯菲德 美铝公司CEO 请出示您的护照 狗吃了我的作业 人无完人，但团队却可以是完美的团队 雅克·纳赛尔 福特汽车公司CEO 如果没坏，就别修 卢英德 百事公司CEO 我们是一家人 照自己的本样生活——成功会随之而来 努力工作 如果你被困在一个荒岛上 戴维·帕卡德 惠普公司共同创始人 顶层的架子 技术工人 “叫我戴维吧” 不再用锁和钥匙了 货物出门，概不退换 员工选择他们的领导 这个委员会自此解散了 “不用管我，我就是看看” 拉里·佩奇 谷歌共同创始人 参与创造世界 布恩·皮肯斯 BP资本管理公司董事长 交换位置 第二幕——第三次是一个魔法 幸运之鞋 永远也别忘了是谁的地盘 “你是说你就是‘团队’？”

” 风朝这边吹 吉姆·辛内加尔 好市多公司CEO “客户请注意，CEO在第五通道” 唐纳德·特朗普 特朗普集团创始人 有其父必有其子——某种程度上 稳扎稳打 省下你用来做咨询的钱 绕道而行，找到真正的决策者 泰德·特纳 特纳广播集团创始人 “告诉你我打算这样 一杯昂贵的酒 升起主帆 玫瑰花蕾 现金贷款 清理你的桌面 驻足思考 萨姆·沃尔顿 沃尔玛公司创始人 无中生有 “果冻甜甜圈？”

” 了解你自己 “你能借我20块钱吗？”

” 被抓个正着 “给我一个W！”

给我一个A！

” 变革的时期 周六早会 “欢迎来到沃尔玛！”

” 杰克·韦尔奇 通用电气CEO 发表意见的权利 引爆 靠窗还是靠走廊 “你们有些人明年就不会在这里了” “请给我一个信封！”

” 梅格·惠特曼 eBay网CEO 让良心作你的向导 射月亮 线上力量 “叫价一次，叫价两次 拖累 “你好，我是 “3000英里就为了这个？”

” 杨致远 雅虎！

创始人 山中无老虎 马克·扎克伯格 Facebook创始人 期末考试是在什么时候 你有什么想法

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，而这个项目需要你所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—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！

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！

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>