第一图书网, tushu007.com

<<故事的力量>>

图书基本信息

书名：<<故事的力量>>

13位ISBN编号：9787807053309

10位ISBN编号：7807053305

出版时间：2007-1

出版时间：成都时代

作者：路德·科兰克

页数：151

字数：128000

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

第一图书网, tushu007.com

前言

和许多人一样，我曾做着白日梦，渴望写一本书。
事实上，没有朋友、亲人们的帮助，这本书也不能成型。
2005年整个夏天，每个周六，妻子带走孩子，让我静心写作，给予我无限的支持。
我也不再多赞扬她，使她再一次难为情了。
在Ashridge学院优秀老师中，我想感谢罗宾·莱德金。
一直以来他对我鼓励有加，值得一提。
　萌生写本书的想法来源于和阿伦·麦瑞的一次对话。
盖伊·布郎给我提供了他的通讯录，极大地帮助了我。
其他许多人提供例子、主意，或者说服我抛弃错误的想法。
他们直接或间接地给我提供了帮助。
最后，感谢爸爸妈妈，是他们最先教我如何写作及其他很多东西。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

这是出版界内继《谁动了我奶酪》、《没有任何借口》之后又一部引进的外籍学者的优秀作品。
作者路德·科兰克系年津大学经济学博士。
20世纪70年代创办营销公司并长期研究营销学，他在英国大学、电视台举办的《如何说服和吸引别人》讲座，成为轰动英国经济学界的演讲，被英国《泰晤士报》列为2003年的重大经济事件之一。
“影响别人，最有力的武器是讲故事——故事就是力量！”这就是路德·科兰克在本书要告诉人们的一个理念，并让你从这个理念中获得真正有效的管理方法。
本书语言通俗、优美，道理浅显易懂。
作者像位天才的演说家，娓娓道来，一气呵成。
跟《没有任何借口》一样，它会让你在轻松的阅读中突然产生一种激情和自信，最后吸引你开始行动，去实践故事的力量和故事带来的硕果！

作者简介

路德·科兰克，汉名：路克南，祖籍四川自贡，祖父三代盐商。
20世纪初叶举家移民英国。
大学毕业后，做过商务营销师。
取得实践经验后进入牛津大学攻读经济学博士学位。
20世纪70年代创办自已的营销公司并长期研究营销学，总结出了一套见解独到的营销理论，在英国的大学、企业多

第一图书网, tushu007.com

<<故事的力量>>

书籍目录

开卷词　致谢与序言　再次提示　第一章　为什么要讲故事　第二章　影响是温情与力量的总和　第三章　抓住讲故事的时机　第四章　讲好故事的人就是成功者　第五章　故事改变了经营　第六章　故事透视的人生　第七章　你能够创造想要的生活　第八章　每一个故事都是一个诺言　第九章　体现我们生命的力量　第十章　最细微之处的关注　附录　点评者说——带给你启示的故事范本

章节摘录

假如你去参加一次面试，想让人相信你会致力于为客户服务，最好还是不要直接说。
不如举出一个真实、形象的事例，让别人知道你做过什么（刺激），看到你的确是愿意服务他人的，再下结论（反应）。
有一个十分有趣的实例：喜剧大师卓别林第一次面试求职的时候，进门看见了三位一脸严肃的主考官，他心情顿时紧张起来，进而手足无措，居然不小心踢翻了地上的痰盂（这是那个时代厅堂的时尚），但是卓别林急中生智，马上摘下礼帽十分绅士地对着痰盂说了声：“ 对不起。
”结果可想而知，三位主考官在开心地大笑之后，一致认为眼前的这位青年人不再需要什么测试了。
在美国，曾有这么一个面试的例子：一个人想从销售转入市场营销，他以前在西雅图的诺斯壮连锁百货公司上班，这个公司是出了名的拥有良好客户服务的公司。
曾有这样的传言，说是它虽然从未卖过轮胎一类的产品，却愿意接受顾客退回来的一套轮胎。
面试者看到考官是个英国人，就讲了下面的一件事儿：周末的一天，我们男装部来了一位顾客，是个英国人，想买一个夹上去的蝶形领结去参加晚上的宴会。
但当时我们只有普通的需要自己打的蝶形领结。
本来可以告诉他去别处买的，但我们一直认为应该投入时间为顾客服务，于是我说：“ 请问您有10分钟吗？
我可以教你怎样打领结。
这样一来，您不仅把今晚的问题解决了，还学会了系领结。
”他笑笑同意了。

编辑推荐

一个故事，一个绝妙的说服和影响别人的方法。

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