

بنام اچھی نام فریاد



انتشارات ادیبان روز

داستان‌هایی برای کسب و کار

راهنمایی جامع برای داستان‌سرایی در کسب و کار

نویسنده:

گابریل دولان

مترجم:

علیرضا شیروانی

مشخصات کتاب

سرشناسه: دولان ، گابریل / Dolan, Gabrielle
عنوان و نام پدیدآور: داستان هایی برای کسب و کار
(راهنمای جامع برای داستان سرایی در کسب و کار)؛
مؤلف: گابریل دولان / مترجم: علیرضا شیروانی
مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری: ۲۱۸ صفحه
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۴۸-۱
وضعیت فهرست نویسی:
موضوع: کسب و کار - ارتباط - داستان پردازی
موضوع: Stories for work: the essential guide.
to business storytelling. ۲۰۱۷

رده بندی کنگره: HF ۵۷۱۸

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۹۳۶۹۵

دست اندرکاران

صفحه آرا: فاطمه رحمتی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰۰ جلد

قیمت: ۹۵۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۰۲۱-۶۶۹۵۶۸۱۲

برخی نظرات در مورد این کتاب

«داستان سرایی در کسب و کار راهی است تا ارتباط عاطفی را برانگیزیم. در جایی که مکالمه‌های روزمره می‌توانند اشتغال کارمندان را هیجان‌انگیز کنند و الهام ببخشند. با مطالعه‌ی نمونه‌ای، پیشنهادها و تحلیل آگاهانه، کتاب دارای داستان‌هایی برای کار چارچوبی عملی و جامع برای حرفه‌ای‌های کسب و کار است تا بتوانند اثر داستان سرایی را برای نتایج دلخواه به نهایت برسانند.»

مایکل ایبید^۱، مدیرکل و مدیر اجرایی شبکه‌ی SBS

«در بسیاری از شرکت‌ها و جوامع کاری در جهان کار کرده‌ام. ظرفیت ترجمان کسب و کار و استراتژی به روایت‌های مطمئنی بسیار به نحوه‌ی دانستن به کارگیری آن مربوط است. توانایی گابریل در آزادسازی ظرفیت هرکس برای اجرا کردن داستان‌های شخصی‌شان فوق‌العاده است. کتاب داستان‌های کار، راهنمایی جامع و در دسترس برای داستان سرایی در کسب و کار است.»

کالین پید^۲، شریک جهانی و مدیر اجرایی آسیا پاسفیک شرکت Conversant

«قدرت داستان سرایی در به تصویر کشیدن و الهام بخشی و خلق تغییراتی است که هرگز به خودی خود درک نمی‌شوند. کتاب اخیر گابریل مثال‌های عملی و عینی فوق‌العاده‌ای را برای چگونگی به کار بردن این مهارت در زندگی شخصی و حرفه‌ای‌تان ارائه می‌دهد. ما همه داستان‌هایی داریم که در آن سهیم شویم و گابریل ابزارهایی در دست ما می‌گذارد تا آن را آشکار و به نظر همگان برسانیم.»

کریستن کاربرت^۳، مدیر بخش مشتری Australia Post

1 Michael Ebeid

2 Colin Pidd

3 Christine Corbett

«از بزرگ‌ترین خلأها در رهبری، نبود داستان‌سرایی است. همان‌طور که کسب‌وکار به‌طور پیوسته با سرعت حرکت می‌کند، رهبران باید کاری بهتر برای رسیدن به هدف و برای کنار هم قرارگیری آدم‌ها انجام دهند. برای خبره‌تر شدن در رهبری، به داستان‌سرایی نیاز است. کتاب داستان‌های گابریل دولان در کار به شما کمک می‌کند تا مهارت داستان‌سرایی در کسب‌وکار را به‌دست آورید.»

جو مک کالم^۱، مدیر بخش منابع انسانی Spark New Zealand

«اگر گمان کرده‌اید که داستان‌سرایی در محل کار به سادگی «یکی بود یکی نبود» است، درست گمان کردید. گابریل دولان به خوبی و خیلی سریع موضوع‌های قوی‌تر را به ما آموزش می‌دهد. حضور یافتن یعنی هنرنمایی رهبران و استفاده از داستان‌های شخصی برای هدف کسب‌وکار، رهبری اصیل را نمایش می‌دهد.»

جک فیلیپس^۲، سرپرست بخش برند و بازاریابی بانک ملیبورن

«گابریل دولان همچون بمبی است که دنیای شما را می‌گیرد، همین قدر واقعی، با هدف و الهام بخش. واضح و مبرهن است که او رهبری شرکت داستان‌نویسی را در استرالیا برعهده دارد و کتاب آخر او، داستان‌هایی برای کار، خیره‌کننده است. چرخ داستان به‌تنهایی ایده‌ای است که ذهن شما را در این باره باز می‌کند که داستان‌سرایی موجب تأثیر و الهام بزرگ‌منشی در شما می‌شود. گابریل دولان به راستی رهبری متفکر است.»

مت چرچ^۳ موسس Thought Leaders Global، نویسنده‌ی کتاب Amplifiers

«اگر قصد دارید تا پیشرفت را به معنای واقعی نظاره کنید، باید قدرت داستان‌سرایی را کنترل کنید. این کتاب شروع خوبی است.»

دکتر جیسون فاکس نویسنده‌ی کتاب *How to Lead a Quest*، سخن‌ران سال و مشاور در استراتژی، رهبری و فرهنگ سازمان

1 Joe McCollum

2 Jac Phillips

3 Matt Church

«کتاب گابریل راه‌های متفاوتی را برای شما برجسته می‌کند که می‌توانید از داستان‌ها برای هدایت و رسیدن به اهداف کاری‌تان استفاده کنید. ما از داستان‌سرایی برای رسیدن به هدف و ارزش‌های شرکت‌مان استفاده می‌کنیم، از اشتراک‌گذاری داستان‌های شخصی رهبرانمان بهره می‌گیریم تا نشان دهیم ارزش‌ها و هدفمان چه معنایی برای افراد دارند. این رویکرد بسیار برای شرکت ما تأثیرگذار بود، برای افرادی که با ارزش‌های ما زندگی می‌کنند و مطمئن‌ام که این رویکرد به خوبی در دیگر سازمان‌ها نیز به کار می‌رود. بخوانید و فراگیرید و گفتن داستان‌ها را شروع کنید!»

دن هولدن^۲، مدیر اجرایی Bupa Australia and New Zealand

«گابریل دولان استاد داستان‌سرایی است. در کتاب داستان‌هایی برای کار دانش عمیقش را به اشتراک می‌گذارد و می‌داند چگونه داستان‌سرایی در کسب‌وکار را به شما یاد دهد. در حقیقت این کتابی جامع برای داستان‌سرایی در کار است و کتابی برای هرکس که در کسب‌وکار قرار دارد.»

جین گارنر^۳ موسس و مدیرعامل، نویسنده کتاب‌های *It's Who You Know* و *From Me to We*

«در کتاب داستان‌هایی برای کار، متخصص داستان‌سرایی استرالیا هنر اشتراک‌گذاری داستان‌های عالی را نشان داد. گابریل دولان، آن سوی علمی را افشا می‌کند که چرا داستان موثرترین ابزار بین جعبه‌ی ابزار رهبران است؟ این کتاب همچنین فرآیند قدم به قدم خلق داستان‌هایی را یاد می‌دهد که شما به آن‌ها نیاز دارید. نویسنده با آوردن ده‌ها مثال نشان می‌دهد که درباره‌ی چه چیز صحبت می‌کند که بعضاً شما را می‌خندانند و شاید اشک به چشمان‌تان بیاورد؟ برای هر رهبری که بخواهد پیام خود را به شکل بهتری برساند، این کتاب موکداً توصیه می‌شود.»

پتر کوک^۱ مدیرعامل Thought Leaders Global، نویسنده کتاب *Implement*

1 Dr Jason Fox

2 Dean Holden

3 Janine Garner

«گابریل دولان صرفاً بیش از یک داستان‌گوست، او خالق داستان است. تماشای آموزش داستان‌سرایی گابریل در کسب‌وکار، مانند خواندن داستان ماجراجویانه است که دست از ورق زدن برنمی‌دارید و واقعاً همین‌گونه است!»

دن گرگوری^۲ مدیرعامل، موسسه The Impossible و نویسنده کتاب Selfish Scared and Stupid

1 Peter Cook

2 Dan Gregory

فهرست

صفحه

عنوان

۱۵ سپاسگزاری

۱۹ مقدمه

۲۳ بخش اول: به داستان هایتان شکل دهید

۲۵ فصل اول: علم پشت داستان سرایی

۲۵ مغز پشت داستان سرایی

۳۲ توجه، لطفاً

۳۵ کاری کنید تا داستان هایتان کارگر بیافتند

۳۷ فصل دوم: چهار گونه از داستان که شما در کسب و کار به آن نیاز دارید

۳۷ مروری اجمالی بر چهار گونه ی داستانی

۴۴ این گونه داستان ها جواب می دهند

۴۶ کاری کنید تا داستان هایتان کارگر بیافتند

۴۷ فصل سوم: چگونه داستان برای کار پیدا کنیم

۴۸ دو راه برای یافتن داستان

۵۵ چه داستانی، چه وقت؟

۵۷ کاری کنید تا داستان هایتان کارگر بیافتند

۵۹ فصل چهارم: چگونه داستان‌هایتان را بسازید و به اشتراک بگذارید

- شروع..... ۶۰
- میانه..... ۶۱
- پایان..... ۶۶
- تمرین کنید و عالی شوید..... ۶۸
- کجا داستانتان را به اشتراک بگذارید..... ۶۹
- کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند..... ۷۰

۷۱ بخش دوم: به اشتراک گذاری داستان‌هایتان

۷۳ فصل پنجم: داستان‌هایی که برای ارائه مناسب‌اند

- به خوبی شروع کنید..... ۷۳
- ... و آنجا متوقف نشوید..... ۷۴
- کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند..... ۸۲

۸۳ فصل ششم: داستان‌هایی که برای تغییر مناسب‌اند

- داستان‌سرایی برای تغییر سازمانی..... ۸۴
- کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند..... ۹۴

۹۵ فصل هفتم: داستان‌هایی که برای فروش جواب می‌دهند

- سه راه برای آنکه داستان‌هایی برای فروش را شناسایی کنید..... ۹۶
- کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند..... ۱۰۶

۱۰۷

فصل هشتم: داستان‌هایی که برای دیدگاه و ارزش‌ها مناسب‌اند

- ۱۰۸ ارزش کجاست؟
- ۱۰۹ بشنوید با...
- ۱۱۸ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند.

۱۱۹

فصل نهم: داستان‌هایی که برای برند شخصی‌تان جواب می‌دهد

- ۱۲۰ برنتان را ات. و کنید
- ۱۲۱ هر سه را به کار بگیرید
- ۱۳۲ کاری کنید داستان‌هایتان کارگر بیافتند.

۱۳۳

فصل دهم: داستان‌هایی که برای کوچینگ مناسب است

- ۱۴۲ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند.

۱۴۳

فصل یازدهم: داستان‌هایی که برای مصاحبه‌های شغلی مناسب‌اند

- ۱۴۴ با زمان‌ها حرکت کنید
- ۱۴۵ چگونه داستان‌ها کمک می‌کنند
- ۱۵۴ کاری کنید داستان‌هایتان کارگر بیافتند.

۱۵۵

فصل دوازدهم: داستان‌هایی که برای بلاگ‌ها و خبرنامه مناسب‌اند

- ۱۶۶ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند.

۱۶۷ بخش سوم: مطالعات موضوعی داستان سرایی

۱۶۹ فصل سیزدهم: نمونه‌ی مطالعاتی پست استرالیا

۱۶۹ چالش

۱۷۰ فرصت

۱۷۰ فرآیند

۱۷۵ بازخورد

۱۷۸ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند

۱۷۹ فصل چهاردهم: نمونه‌ی مطالعاتی بویا

۱۷۹ چالش

۱۸۰ فرصت

۱۸۱ فرآیند

۱۹۰ بازخورد

۱۹۲ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند

۱۹۳ فصل پانزدهم: نمونه‌ی مطالعاتی شرکت اسپارک

۱۹۳ چالش

۱۹۵ فرصت

۱۹۶ فرآیند

۲۰۵ بازخورد

۲۰۷ کاری کنید تا داستان‌هایتان کارگر بیافتند

نتیجه‌گیری

۲۰۹

۲۰۹ رازهایی که باعث می‌شوند داستان‌تان کارگر بیافتند

قدم‌های بعدی

۲۱۵

۲۱۷ درباره نویسنده

سپاسگزاری

این کتاب در زمان کوتاهی نوشته شده است با این حال، حاصل کار و اشتیاق من در طی دهه‌ی قبل بوده است. بدون کمک بسیاری از افراد این کتاب هرگز نوشته نمی‌شد.

در ابتدا می‌خواهم لوسی ریموند^۱ از وایلی^۲ تشکر کنم که به من برای رسیدن به ایده‌ی اولیه این کتاب یاری رسانید. لوسی، بسیار از تو بابت حمایت و راهنمایی بی‌دریغت سپاس گزارم. تو افسانه‌ای همچون پسر کوچکت، فرانکی. همچنین از تیم بزرگ وایدلی، اینگرید باند^۳، تئو واسیلی^۴، پیتر والمسلی^۵، شارلوت داف^۶، کلر دودل^۷، دیلان سنتیلام^۸، ژنویو کانوسکی^۹ تشکر می‌کنم.

سپاس فراوان از کلی ایوینگ^{۱۰} که ویراستار بسیار خوبی است. نه تنها در ویرایش این کتاب در سخت‌ترین موقعیت ضرب‌الاجل کمک کرد بلکه در شکل دهی به ساختار کلی و جریان کتاب نیز یاری‌گر من بود.

از بهترین جنبه‌های کار من که به آن عشق می‌ورزم، کار کردن کنار افرادی است که آن‌ها را دوست دارم و ستایش می‌کنم. می‌خواهم تشکر ویژه کنم از هیتلر پالگلاس^{۱۱}، لیزی جرمیا^{۱۲} و لارن ترتوون^{۱۳}، کسانی که به من اعتماد کردند و با من در

1 Lucy Raymond

2 Wiley

3 Ingrid Bond

4 Theo Vassili

5 Peter Walmsley

6 Charlotte Duff

7 Clare Dowdell

8 Dylan Senthilan

9 Genevieve Kanowski

10 Kelly Irving

11 Heather Polglase

بعضی سازمان‌ها همچون Spark New Zealand، Bupa و Australia Post همکاری کردند. با همدیگر مطمئناً می‌توانیم تفاوتی ایجاد کنیم.

دیگر مشتریانی که من با آن‌ها کار کردم و مفتخرم که می‌توانم آن‌ها را دوست صدا کنم نه صرفاً به دلیل آنکه از این کتاب حمایت کردند بلکه از من نیز حمایت خود را برای مدتی طولانی دریغ نکردند. این افراد شامل جک فیلیپس^۳، مونیکا لانکوکی^۴ و ناتالی مینا^۵ می‌شوند. عاشق کار کردن و به دلیل حمایت و راهنمایی راهبردی شما بسیار سپاس گزارم.

باید به طور خاص از همه‌ی افرادی تشکر کنم که داستان‌هایشان را با این کتاب به اشتراک گذاشتند. این کتاب بدون آنکه شما داستان‌هایتان را به اشتراک گذاشته بودید، نوشته نمی‌شد.

کاری که من در پیش گرفتم، یعنی وقت‌گذرانی با بهترین رفقای که می‌توان تصورش را کرد؛ مت چرچ^۶ و گت کوک^۷ که پیشرفته‌ترین گروه را ایجاد کرد که هرکسی آرزو دارد جزئی از آن باشد. از هردوی شما برای الهامات و عشق و توجه‌تان بابت خلق جامعه‌ای موفق و فضایی خلاقانه به نام مدرسه‌ی کسب و کار رهبران پیش‌گام متشکرم.

دیگر رفیق خوب من که او را «فرمانده‌ی ارتش» می‌نامم؛ یعنی الیز ترنر^۸. سپاس و عشق بسیار برای تو که از من حمایت کردی به خصوص از این کتاب. از همه‌ی مراحل ویراستاری اولیه تا برگزاری کمپین بازاریابی و رعایت همه چیز در وقت خود. نمی‌توانستم این کار را بدون تو انجام دهم.

1 Lizzy Geremia

2 Lauren Trethowan

3 Jac Phillips

4 Monika Lancucki

5 Natalie Mina

6 Matt Church

7 Pete Cook

8 Elise Turner

صحبت از وقت گذارنی با افرادی شد که عاشق آن‌هام؛ همسرم، استیو^۱ و دختران محبوبم الکس^۲ و جس^۳ که از من قول گرفته‌اند اسم سگ‌مان، دیگر^۴ هم اینجا بیاورم. آن‌ها به حمایت از من ادامه می‌دهند، به من فرصت می‌دهند که بنویسم و اجازه می‌دهند که از آن‌ها بنویسم. دوستان دارم.

1 Steve

2 Alex

3 Jess

4 Digger

مقدمه

زمانی افتخار می‌کردم که با زنی فوق‌العاده کار می‌کنم. مرین باتلر^۱، کسی که خود اعتراف کرد که در پروازهای یکشنبه شب‌های دوبلین به گلاسکو زمانی که مهماندار دستورالعمل ایمنی را می‌گفت، می‌خواهید یا مطالعه می‌کرد.

او به من گفت که سوار شدن در پرواز همیشگی برای کارش آن هم به صورت هر هفته او را سست کرده‌است. پس او در زمانی که خدمه پرواز در حال توضیح درباره‌ی ماسک اکسیژن یا نشان دادن درب‌های خروج‌اند، می‌خواهد یا کتاب می‌خواند.

شب‌ی در یکی از پروازهایش، درحالی‌که دوست من هنوز بنابر عادت به اعلان‌ها توجه نمی‌کرد، آن‌ها با جبهه‌ی هوای سختی مواجه شدند و خلبان نتوانست بر روی فرودگاه گلاسکو فرود بیاید. هواپیما بر روی آسمان دوری زد و دوباره امتحان کرد، ولی باران و باد بدتر شد و خلبان ناگزیر مجبور شد تا عملیات فرود را بار دیگر متوقف کند. قبل از آنکه برای بار سوم تلاش شود، کاپیتان اعلام کرد «یک بار دیگر امتحان می‌کنیم، اما قبل از آن خدمه‌ی پرواز یک بار دیگر دستورالعمل ایمنی را توضیح می‌دهند.»

همه‌ی مسافران کمربندهای خود را بستند و بر روی خدمه پرواز متمرکز شدند. مردم درباره‌ی ماسک‌های اکسیژن سؤال کردند، جلیقه‌های نجاتشان را بررسی می‌کردند و ردیف‌های صندلی منتهی به درب‌های خروج را می‌شمردند. خدا را شکر، مرین همچون دیگر مسافران هواپیما زنده ماند تا داستان را تعریف کند.

زمانی که او این داستان را با من به اشتراک گذاشت، مدت‌ها بعد از آن صانحه من به او کمک کردم تا تغییری سازمانی را در بانک ملی استرالیا اعمال کند. این تغییر قرار بود فرآیندی دوساله باشد که بر همه‌ی کارهای منابع انسانی شرکت تأثیر بگذارد.

از مرین پرسیدم که آن چه پیامی است که او می‌خواهد به تیم خود بگوید در زمانی که تغییر را اعلام می‌کند. او گفت حتماً خواهند گفت: «بیا دوباره شروع شد...» به تغییر یا بازساختار جدید. «اما مرین احساس می‌کرد که قرار است بیشتر از این شاهد باشد، اگرچه تغییر طولانی خواهد بود، در پروژه‌ای متمرکز، همه اطلاعات زیادی را درباره‌ی آن دریافت می‌کنند و گمان خواهند کرد این اطلاعات خسته کنند یا بی‌ربط باشد؛ آن‌ها باید تمرکز کافی کنند چون این تغییر قرار است بر تک‌تک آن‌ها اثر بگذارد و هر کدام به نوبه‌ی خود متأثر خواهند شد.

در مقام مدیر تغییر و ارتباطات پروژه به او پیشنهاد کردم تا داستانش درباره‌ی هوایمای گلاسکو را نقل کند. اولین واکنش او این بود «چه ربطی به این قضیه دارد؟» مرین را متقاعد کردم که داستانش را به اشتراک بگذارد، البته باید داستانش را منطبق با پیامش می‌کرد [بعضی اوقات گمان می‌کنیم که اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم ممکن است غیرمرتبط باشند، اما باید منظور مهمی را به آن‌ها اضافه کنیم]. مطمئن بودم که داستان تأثیر می‌گذارد... شاید مطمئن نبودم، ولی خوش بین بودم.

روز بعد، مرین داستان هوایمایش را با تیم منابع انسانی خود مطرح کرد. مشاهده‌گر این اتفاق و منتظر پاسخ در اتاق بودم [باید اقرار کنم که این سطح از خوش بینی به امید تبدیل شده بود]. دیگر مطمئن شده بودم، چون این اولین باری بود که تأثیر مثبت داستان شخصی را می‌دیدم وقتی تبدیل به پیام کاری می‌شود. نه تنها تیم او بی‌درنگ لبخند بر لب‌هایشان نقش بست و متوجه شدند بلکه آن‌ها این داستان را تا چندین ماه یادآوری می‌کردند.

من در آن زمان به این امر واقف نبودم، اما دری جدید به روی من باز شده بود. به قدرت داستان سرایی پی برده بودم و این دانش به طور کامل حرفه‌ی مرا و البته زندگی‌م را تغییر داد. از آن لحظه به بعد، متوجه شدم همه‌ی رهبرانی که من آن‌ها را الهام بخش و درگیرکننده می‌دانستم از داستان برای توضیح اقداماتشان و انتخاباتشان برای موضعی استفاده می‌کنند.

من حرفه‌ی شرکتی‌ام را برای مأموریتی رها کردم. مأموریتی برای تغییر راه بی‌خاصیت و خسته‌کننده‌ای که ما در دنیای کسب و کار استفاده می‌کردیم با جایگزینی برای استفاده از الهام‌بخشی و درگیرکنندگی داستان‌ها ارتباط برقرار می‌کردیم، داستان‌هایی که قلب و مغز رهبران و تیم‌هایشان را تسخیر می‌کنند.

در طول یک دهه‌ی گذشته این کار مرا به سراسر دنیا کشاند [از استرالیا به مالزی و اروپا و آمریکا]، اما مهم نیست که من در کجا هستم، همیشه با سؤال‌ها و نظرهای زیر مواجه می‌شوم:

- آیا داستان سرایی حقیقتاً برای کسب و کار مناسب است؟ جدی می‌پرسم؟
- چه داستانی احتیاج دارم و چندتا از این‌ها را باید استفاده کنم؟
- چگونه داستان پیدا می‌کنید؟
- من هیچ داستانی ندارم، فقط یک زندگی عادی و معمولی دارم.
- کجا و چه زمانی داستان‌هایتان را در کار به اشتراک می‌گذارید؟
- تاکنون هرگز به استفاده از داستان شخصی برای رساندن پیام کاری استفاده نکردم. آیا ما می‌توانیم این امر را انجام دهیم؟

شنیدن این دسته از سؤال‌ها و اظهارنظرها از جانب بسیاری از رهبران و مدیران و افراد اجرایی همه‌ی سطوح [همه صنایع و شرکت‌ها] سراسر جهان کاتالیزوری (جلوبرنده) برای این کتاب بود.

هدفم از این کتاب این است که به شما علم پشت داستان سرایی را نشان دهم، اینکه چرا واقعاً تأثیر می‌گذارد؟ چون واقعاً مؤثر است. به همراه تعداد زیادی مثال از این

کتاب که به شما نشان خواهد داد. این کتاب همچنین این را روشن می‌کند که چه نوع داستان‌هایی مناسب استفاده‌اند، چگونه آن‌ها را بیابیم و چگونه به اشتراک بگذاریم؟ چیزی که من بیش از همه درباره‌ی این کتاب دوست دارم این است که مجموعه‌ای از داستان‌های امتحان‌شده و محک‌زده را از کسانی شاهد خواهید بود که با موفقیت از آن‌ها در زندگی کاری خود استفاده کرده‌اند. تجربه‌ی شخصی من این است که گوش دادن به داستان‌های دیگران کمک می‌کند تا ایده‌های داستانی را به روش خود به دست آورید. قصد من برای کمک به شما برای خلق داستان‌های شخصی‌تان، این است که کجا هستید و چه وقتی از آن‌ها استفاده کنید؟ و از همه مهم‌تر دادن شهادت به شما برای اشتراک داستان‌های شخصی‌تان برای گرفتن نتایج عالی است. پس کاغذتان را زمین بگذارید و خوب گوش کنید؛ قرار است به دنیای شگفت‌انگیز داستان‌سرایی پرواز کنید.

بخش اول:

به داستان‌هایتان شکل دهید

داستان‌سرایی از زمان ظهور بشریت بوده است و انسان‌ها از طریق داستان‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کردند. گواه این موضوع را می‌توان از نقاشی‌های به‌جا مانده از اجداد غارنشینان از گفتن داستان‌هایی درباره‌ی فرهنگ بومی و داستان‌های آفرینش جهان مشاهده کرد که البته از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شده است. به همین تازگی این دنیای کسب‌وکار مدرن شروع به پی بردن قدرت و پتانسیل این هنر باستانی کرده است.

در جهانی که اطلاعات روی هم انباشته شده و ظرفیت توجه‌ها کم شده است، افراد داخل کسب‌وکار به دنبال راه مؤثرتری برای منتقل کردن پیام‌هایشان و متمایز شدن بین این همه «سروصدا» می‌گردند. این را به ارزش قابلیت اعتماد بیشتر در راهی اضافه کنید که می‌خواهید هدایت شود و تعجبی ندارد که چنین داستان‌سرایی‌ای در جایگاه ابزاری قدرتمند ظهور کند.

در این بخش به شما خواهیم گفت که چرا داستان‌سرایی این چنین در کسب‌وکار قدرتمند است، همچنین علم پشت آن را بیان خواهیم کرد. همچنین چهارگونه اصلی داستان‌هایی را معرفی می‌کنم که به آن نیاز دارید و اینکه چگونه آن‌ها را بیابید و داستان‌هایتان را به اشتراک بگذارید. درحالی‌که داستان‌سرایی قالبی باستانی است، کاربرد داستان‌سرایی در کسب‌وکار به تازگی کشف شده است.