

قصه‌گویی در سخنرانی مؤثر

دکتر پدram موسوی

تهران، آذر ۹۷

نمونه‌هایی از قصه‌گوها

فروشنده

مدیر

رهبر

داستان درست و مناسب و

برانگیختن افراد

جلب همکاری، تعیین اهداف ارزشمند و

تشبیه عاطفی دربارهٔ مأموریت سازمان برای

فداکاری عمل کردن

محبوبش قهرمان قصه درست

می‌شود.

۲ باور نادرست

قصه فقط برای سرگرمی است

قصه می‌تواند برای هدایت و رهبری
و کسب نتایج شگفت‌انگیز بکار رود
(نیروی که رویاها را به هدف‌ها و
آنگاه به نتایج تبدیل می‌کند.)

قصه در تعارض با اصالت است

تصویر هالیوود



ضرورت

۴

تناسب

در قصه‌گویی در ارائه مطلب

شناسایی
گوبینده





۱. تناسب برای گوینده

گوینده ارزش‌های عمیق خود را می‌شناسد و آنها را با صداقت و سلامت در قصه خود آشکار می‌سازد. او عواطف خود را نشان می‌دهد و به اشتراک می‌گذارد.

می‌فواهم احساس کنی که چه
احساسی می‌کنم.



هدف تسخیر قلب است.

گوینده به درون قلب ثقب
می زند؛ حتی اگر اطلاعات
منطقی بوده و ظاهراً مغز را
هدف گرفته باشد.

ذهن ما تا حدی گشوده است
اما از قلبمان در مقابل دل
بستن محافظت می کنیم.

شناسایی
شنونده





۲. تناسب برای شنونده

قرارداد نانوشته: قول به برآوردن
انتظارات شنونده

شناخت «انسته‌ها»، «غریزه‌ها» و
فواسته‌های مخاطب و سپس
یک سفر عاطفی فوشاینر.

حالت روانی دیگرگون

شنونده باید مشتاق و در تعلیق و حیرت بماند
که بعد از این چه رخدادی در انتظارش است.

در عین حال اطمینان یابد که این سفر بی خطر و مقصد ارزشمند است.



نکات عملی

بیازمایید.

نیازها و منحنی عاطفی
شنوندگان را بشناسید. (با
امانت‌داری بکار بگیرید)

تعامل، پذیرش واگذاری
مالکیت قصه؛ کمک به افراد
برای دیدن خود در جایگاه
قهرمان قصه.



قصه خوب را هرگز نمی‌توان با
پیش‌اندیشی پیش‌بینی کرد اما می‌توان
با پس‌اندیشی باور کرد.

واکنش فیزیکی مخاطبان بخشی
جدایی‌ناپذیر از قصه‌گو و قصه است.

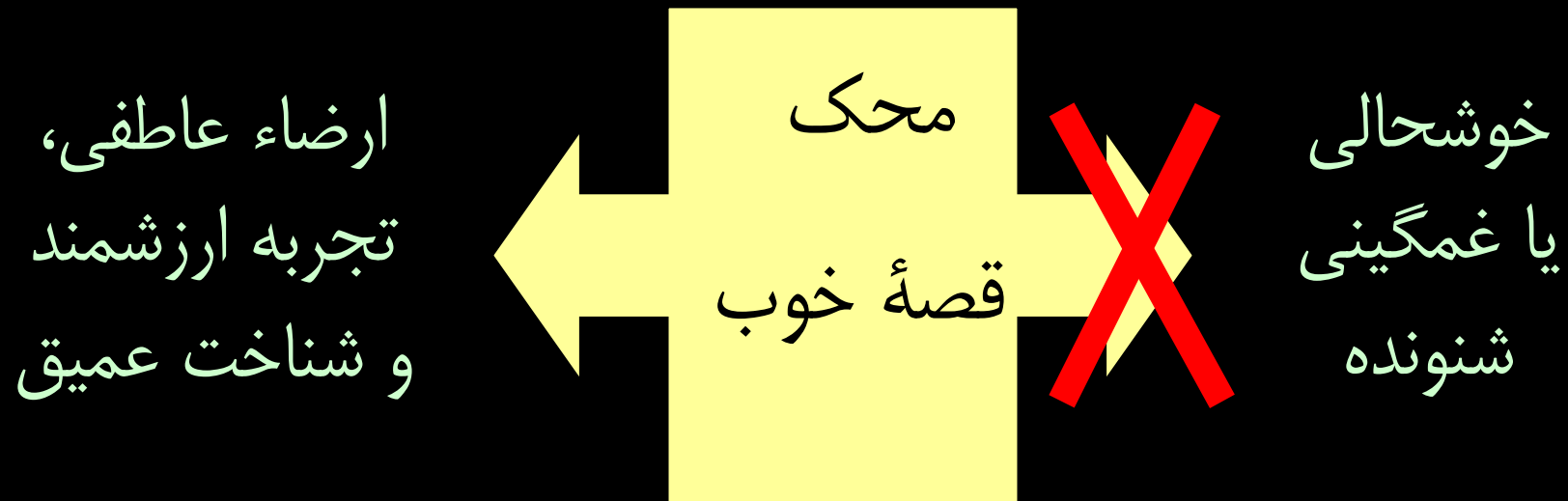


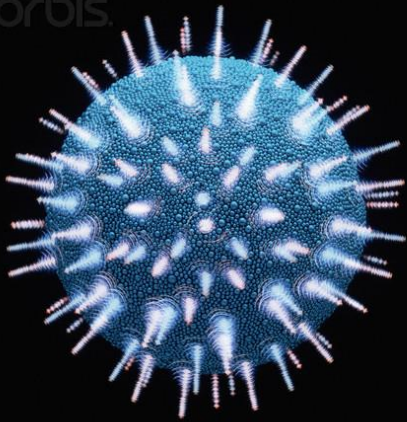






پایان یک قصه خوب معمولاً اولین
چیزی است که شنونده به یاد می آورد.





بازاریابی ویروسی پیام قصه!

هماهنگ سازی عواطف

انتقال مالکیت قصه

متعهد سازی به نشر

داستان را به صورتی بگویید که داستان بعدی را برای «صدای آهسته
درون سر شنونده» فراخوانی کند.

دفعان
شماره پنجم





۳. تناسب برای زمان



بداعت قصه؛ در هر بار تجربه
قصه‌گویی یک چیز یگانه است.

هیچ قصه‌گوی بزرگی یک قصه را دوبار به یک شیوه نمی‌گوید.



محیطِ تعریف کردن
همیشه بخشی از قصه
است.

آماده سازی



بداهه گویی

۳. تناسب برای زمان



داستان مرتبط با تعلق سازمانی در ابتدای کار نیروی جدید؛
داستان با مضمون چالش‌ها در آغاز پروژه جدید.

مأمودین شناسب بدای





۴. تناسب برای مأموریت

قصه باید ارزشی را نمایش دهد
که برای مخاطبانش ارزشمند
باشد.

و طیفه قصه‌گو گنجاندن مأموریت
خود در قصه‌ای است که
عواطفی قدرتمند را برانگیخته و
به تبع آن موافقت و حمایت
شنوندگان را جلب کند.

هَمَّةُ اقْدَامَات

قَصَّةِ گُو در خَدَمَت

مَأْمُورِ يَتَش هَسْتَنَد.

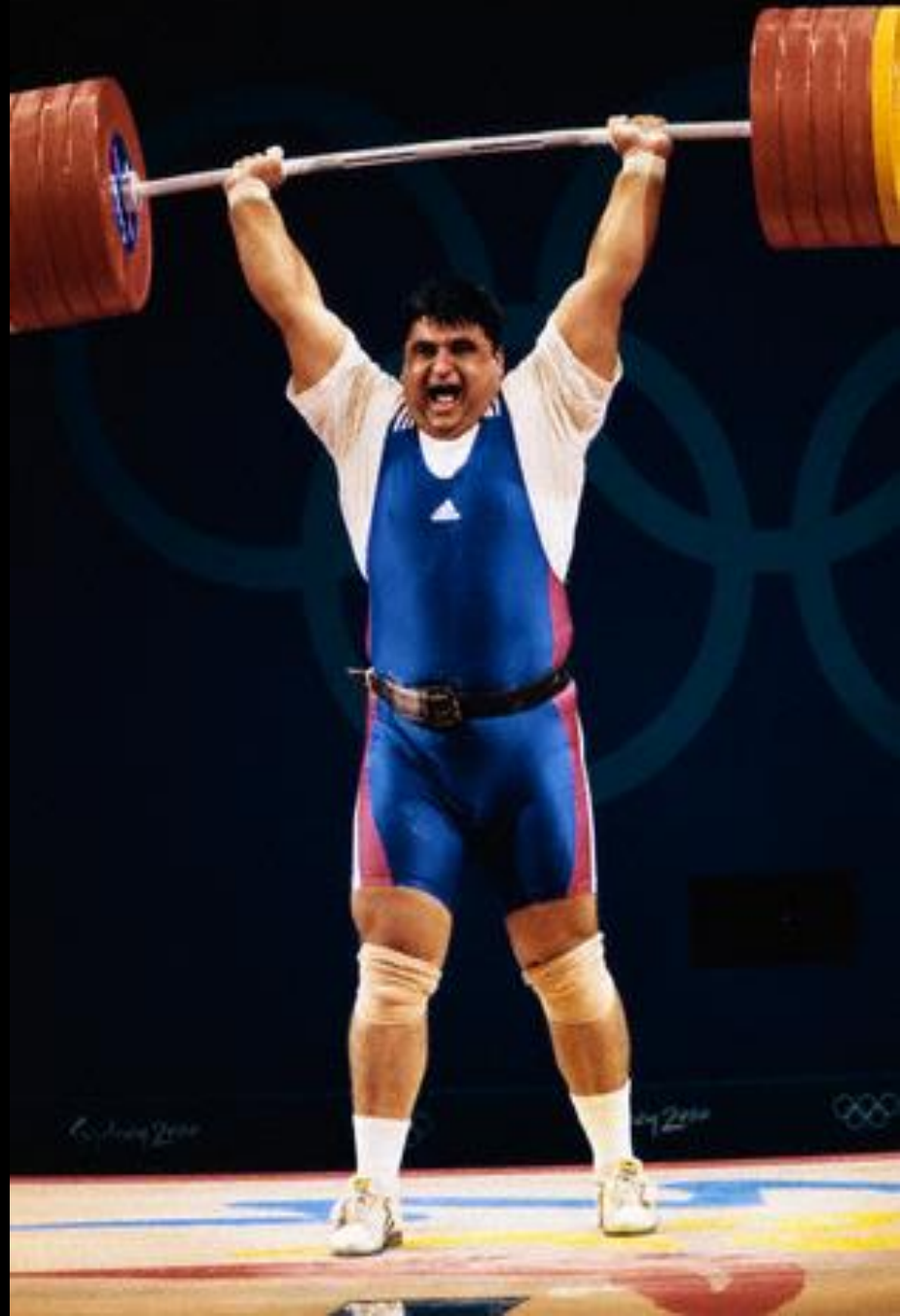
تکنولوژی دیجیتال

تکنولوژی
عاطفی

این واژه‌ها و ایده‌ها
هستند که انتقال قصه
را بر عهده دارند پس
باید به شیوه مناسب
عواطف شنوندگان را
درگیر سازند.



قهرمان





معما

فرايند



تجارب موفق

درس‌های آموخته شده

برای بخاطر سپردن اجزاء یک موضوع

برای شروع به بحث

داستان‌های سری در مورد اجزای یک موضوع کلی‌تر

کتاب ۶۲۰۶ انواع قصه ۱۶
سازمان