

وقتی قرار است در فضای کسب و کار مفهوم یا ایده‌ای را به شکل ملموس به دیگران بفهمانیم به داستان‌سرایی در کسب و کار نیاز پیدا می‌کنیم. در چنین شرایطی به داستانی نیاز داریم که: برای کارکنان الهام‌بخش باشد، شرکای تجاری را به وجد بیاورد، مصرف‌کنندگان را مجذوب کند و برای افراد تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی گیرایی داشته باشد.

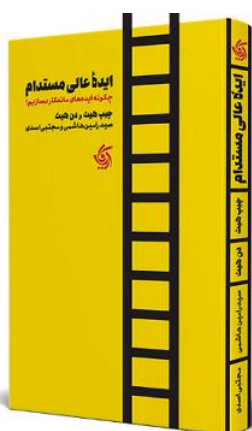
در ایران موضوع داستان‌سرایی در کسب و کار با عناوینی همچون "قصه‌گویی در کسب و کار" و "روایتگری در کسب و کار" نیز شناخته می‌شود.

در این مطلب سعی کردیم کتاب‌های خوب حوزه داستان‌سرایی در کسب و کار را بیاوریم.

کتاب ایده عالی مستدام

چاپ پنجم / انتشارات آریانا قلم / شابک ۰-۳۲-۶۲۲۷-۶۰۰-۹۷۸ / حوزه توسعه فردی

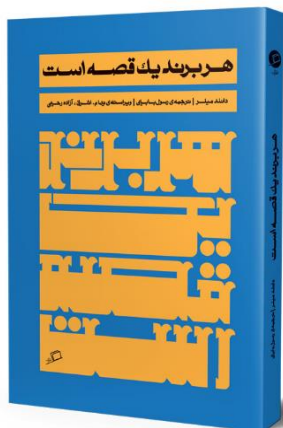
این کتاب ترجمه یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌های دنیای کسب و کار به نام **Made TO Stick** نوشته براردان هت می‌باشد. شما در هر موقعیتی که باشید حرف‌ها و ایده‌ها، محصولاتی دارید که می‌خواهید به اثرگذارترین شیوه آن‌ها را طرح کنید. این کتاب شما را با ۶ کلید طلایی برای عالی و مستدام کردن ایده‌هایتان آشنا می‌کند.



کتاب هر برند یک قصه است

چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک ۰-۳۱-۶۱۹۴-۶۲۲-۹۷۸ / حوزه مدیریت بازاریابی

آیا برندان به قصه‌ی عمیق‌تری منتهی می‌شود؟ آیا محصولاتان برای مشتری‌ها مثل ابزاری هست که برای مقابله با چیزهای ناخوشایند از آن کمک بگیرند؟ آیا قصه‌ی برند شما راه‌حلی برای مشکل بیرونی، درونی و فلسفی مشتری ارائه می‌دهد؟ کتاب «هر برند یک قصه است» هم به آفرینندگان برندها یاد می‌دهد چطور قصه‌شان را روشن و شنیدنی به گوش مشتری برسانند، هم حقیقتی مهم‌تر از این را یادشان می‌اندازد که مشتری‌ها معمولاً اهمیتی به داستان شما نمی‌دهند؛ مهم داستان خودشان است.





کتاب بازاریابی پرمحتوا

چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک ۴-۹۶-۷۶۷۷-۶۰۰-۹۷۸ / حوزه مدیریت

بازار بایی

ظاهراً هرچقدر «محتوا» ارزان و ارزان‌تر شود، «توجه مخاطب» گران و گران‌تر می‌شود. در هیاهوی پیام‌ها صدای ما شنیده نمی‌شود، تبلیغات ما دیده نمی‌شود، مخاطب توجهی به ما و کسب‌وکارمان نمی‌کند، مگر اینکه درباره‌ی خودش با او صحبت کنیم، درباره‌ی نیازهایش، درباره‌ی علاقه‌مندی‌هایش، درباره‌ی اهدافی که دنبال می‌کند، آنوقت است که دایمان برای او کمی آشناتر می‌شود و احتمالاً توجه بیشتری به ما می‌کند.

این کتاب شروع مناسبی برای «مسیر آشنایی و بازکردن سر صحبت با مخاطب» است.



کتاب داستان پردازی با داده‌ها

چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک ۴-۸۳-۷۶۷۷-۶۰۰-۹۷۸ / حوزه کار آفرینی و

استارت‌آپ

احتمالاً احساس ناراحتی می‌کنید زیرا مطمئن نیستید از کجا شروع کنید. یا شاید احساسی شبیه نگرانی دارید زیرا فرض شما این است که چیزی که شما تولید می‌کنید باید پیچیده باشد و جزئیات کافی را برای پاسخ به هر سؤال ممکن نشان دهد. شاید هم قبلاً شالوده‌ای محکم برای این قسمت در نظر گرفته‌اید، اما به دنبال چیزی هستید که به نمودارهای شما کمک کند و در مرحله بعد بتوانید با آن داستان داده‌های خود را بیان کنید. در تمام این موارد، این کتاب برای چیزی که در فکر شما است نوشته شده است.



کتاب بهترین قصه گو برنده است

چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۰۱۹-۲-۳

حوزه مدیریت بازار یابی

بهترین قصه گو برنده است به ما می آموزد که چطور از تجربه های شخصی مان و قصه هایی که از دیگران وام گرفته ایم، استفاده کنیم تا مخاطب با ما ارتباط عاطفی برقرار کند، اعتبار و اصالت گفته هایمان را بپذیرد و تشویق به تلاش و پشتکار شود. بی تردید قدرتمندترین ارتباطها وجهی انسانی دارند که به آسانی از راه قصه گویی شکل می گیرد. چه فروشنده باشیم، چه معلم، مهندس برق یا مربی مهدکودک، ناگزیریم با آدمها ارتباط برقرار کنیم و وقت آن شده که باور کنیم ارتباطهای کاری چیزی بیش از رد و بدل کردن اطلاعاتند. نویسنده ی این کتاب مشاور کسب و کار

شرکت های بزرگی مانند مایکروسافت و ناسا بوده و می گوید اگر در کار علاوه بر محاسبات دقیق و بررسی های همه جانبه جایی هم برای ارتباط عاطفی باز نکنیم، مسیر سخت و ناهمواری پیش روی مان خواهد بود.