

總覺得說話沒人在聽？ 學學這4種CEO說故事 Storytelling



4項

挑戰任務

1

打造與觀眾之間的親密共感

2

化繁為簡，觸發想像連結

3

展現脆弱，也能說出好故事

4

以企業故事建立品牌形象



PART 01

打造與觀眾之間的親密共感

Brian Chesky, Airbnb cofounder and CEO

Chesky認為旅途中最打動人心的是「**經驗**」。在Trips發表會上分享旅遊的照片與回應，並要觀眾也一起回想自己的經驗，這樣自然又簡單的互動，讓觀眾更專注地聽Chesky說話，也更有共感。



PART 02

化繁為簡，觸發想像連結

Elon Musk, CEO of SpaceX and Tesla, founder of The Boring Company

Elon Musk每當他發表談話時（正式的那種），強大的說服力總是能讓觀眾掉進Elon Musk宇宙。根據作家Charles Morris的觀察，Elon Musk非常擅長「解釋」，擺脫複雜的科技用語，利用好懂的語言引發觀眾的想像力。



PART 03

展現脆弱，也能說出好故事

Tony Hsieh, Zappos CEO

在一場演講中，他分享自己剛開始在公司的經驗，以實際例子、故事形塑公司文化，進而生動地描述出公司的形象。



PART 04

以企業故事建立品牌形象

Richard Branson, founder of Virgin Group

認為經營企業跟說故事能力密不可分，並說過“**有所作為的企業家實際上是專業的講故事的人**”他專訪中提到，吸引大眾購買維珍企業產品、服務，甚至進入維珍就職，多是因為維珍本身的故事中那些起伏、機會與挑戰。



Storytelling 是專業嗎？



關於一個品牌的故事，我們可能都是從CEO或是
CMO的演說裡得知，但你知道有一個職位叫
Chief Storytelling Officer嗎？

Storytelling 是專業嗎？



Strategic Storytelling 戰略敘事

一個品牌或公司光有故事還不夠，CSO必須更深入地抓出企業願景、任務與核心價值，並規劃吸引人的敘述方式



Story Finding and Telling 尋找和講述故事

一個企業可能會有創辦故事、創辦人背後的成長故事、商品發想故事等，在不同場合面對不同聽眾時，要用哪個故事說服聽眾？這也是CSO的工作



Story Measurement 故事測量

除了說故事，有時必須有可量化的成就來加強故事的力道，比方說公司的股票價值或是公司的品牌成就等，CSO會幫故事配上不同數據增加說服力



Building and Fostering Company Culture 企業文化建設與培育

一個稱職的CSO，也會是最了解公司核心價值的人之一，因此CSO更能幫助公司推廣自家核心文化，與員工分享品牌故事，整合所有人的觀念。

