

KINDRA HALL

# Potęga OPOWIEŚCI

**czyli jak opowiadać historie,  
by zdobyć klientów,  
wpłynąć na słuchaczy  
i wypromować swoją markę**



KINDRA HALL

# Potęga OPOWIEŚCI

czyli jak opowiadać historie, by zdobyć klientów,  
wpłynąć na słuchaczy i wypromować swoją markę

Tłumaczyła:  
Alicja Laskowska



Wydawnictwo Aktywa  
Chełmiec 2021

Tytuł oryginału: Stories That Stick

© 2019 Telzall, LLC.

Copyright © 2021 for the Polish edition: Wydawnictwo Aktywa Sp. z o.o.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część niniejszej publikacji nie może być powielana, przepisywana, zapisywana w systemach odczytu lub przesyłana w jakiegokolwiek formie lub jakiegokolwiek drogą bez uprzedniej pisemnej zgody wydawcy, z wyjątkiem krótkich cytatów publikowanych w recenzjach oraz artykułach.

Redaktor prowadzący: Piotr Witold

Projekt i wykonanie okładki: Joanna Bianga

Redakcja: Bartosz Szpojda

Korekta: Marta Kafar, Monika Kociuba

Łamanie i skład: Joanna Bianga

Tłumaczenie: Alicja Laskowska

Zdjęcie na okładce: depositphotos.com

ISBN: 978-83-960324-6-1

Wydawnictwo Aktywa

Chełmiec 2021

# Spis treści

<b>Wprowadzenie: Słowenia, JFK i opowieść, która ujęła mojego męża</b>	<b>4</b>
<b>Część PIERWSZA. Nieodparta moc opowieści</b>	<b>15</b>
1. Luki i dystans w biznesie – jak je zmniejszyć (lub nie?)	16
2. Pewnego razu w... mózgu	39
3. Elementy doskonałych opowieści	55
<b>Część DRUGA. Cztery kluczowe opowieści, czyli historie, które powinna opowiadać każda firma</b>	<b>86</b>
4. Opowieść o produkcie	87
5. Opowieść o założycielu	123
6. Opowieść o idei	165
7. Opowieść klienta	199
<b>Część TRZECIA. Stwórz własną opowieść, czyli jak odnaleźć, dopracować i opowiedzieć swoją historię</b>	<b>225</b>
8. W poszukiwaniu opowieści	226
9. Budowanie opowieści	252
10. Opowiadanie opowieści	276
<b>Zakończenie: „...i żyli długo i szczęśliwie” to dopiero początek</b>	<b>292</b>
<b>Załącznik: Cztery kluczowe opowieści – ściągą</b>	<b>299</b>
<b>Przypisy</b>	<b>300</b>
<b>Podziękowania</b>	<b>308</b>
<b>O autorce</b>	<b>311</b>

## Wprowadzenie

### Słowenia, JFK i opowieść, która ujęła mojego męża

Był weekend. Więcej, był Dzień Dziękczynienia. Jakies dziesięć tysięcy kilometrów dalej ludzie wsuwali indyki i tłuczone ziemniaki, opowiadając przy tym o rzeczach, za które są wdzięczni, a po tym wszystkim zasypiali na swoich kanapach przy akompaniamencie meczów futbolowych transmitowanych w telewizji.

A ja? Nie robiłam żadnej z tych rzeczy. Dlaczego? Bo... byłam w tym czasie w Słowenii.

Czytelniku, będę z Tobą szczerą. W życiu nie pomyślałabym, że kiedykolwiek będę miała okazję stwierdzić, że jestem w Słowenii... Może z wyjątkiem jednej sytuacji, gdy spotkałam słoweńskiego piłkarza podczas wakacji w Meksyku i przez jeden wspañały dzień byłam absolutnie przekonana, że chcę za niego wyjść za mąż. W końcu pewnego dnia niespodziewanie tam trafiłam. W zasadzie powinnam powiedzieć, że trafiliśmy tam wraz z moim mężem Michaeliem, który – dodam – w żadnym wypadku nie jest piłkarzem.

Przemierzaliśmy wspólnie urokliwe, lekko wilgotne brukowane uliczki Lublany, stolicy tego słowiańskiego kraju. I fakt, co prawda ominął nas Dzień Dziękczynienia, ale mimo to byłam zdecydowanie *wdzięczna* losowi – nie tylko za to bajkowe miasto, po którym spacerowaliśmy.

Przede wszystkim byłam wdzięczna za to, że miałam okazję usłyszeć tam jedną z najlepszych opowieści sprzedażowych w moim życiu.

Zanim przejdę dalej, muszę się do czegoś przyznać. Opowieści są moim życiem. To moja praca, moja waluta, to mój sposób postrzegania świata. Swoją pierwszą opowiedziałam w wieku jedenastu lat – od tamtej pory stały się częścią mnie, a nawet moim sposobem na życie. Obecnie sama opowiadam wszystkim, którzy chcą mnie słuchać, o tym, w jaki sposób mogą strategicznie wykorzystywać opowieści i uczyć ich sztuki ich opowiadania.

—

Opowieści były też zresztą powodem mojego wyjazdu ze Stanów Zjednoczonych do Słowenii. Zostałam tam zaproszona, by wystąpić przed blisko tysiącem menedżerów z całej Europy Wschodniej zajmujących się marketingiem, brandingiem, mediami i reklamami. Temat wystąpienia? Potęga opowieści w biznesie.

Wyobraź sobie zatem ironię sytuacji, w której to ja – ekspertka utrzymująca się z opowieści – stałam się przypadkowo świadkiem największego podstępu w dziejach wykorzystującego właśnie jedną z nich.

Zdarzenie to miało miejsce w godzinach wieczornych w czasie wspólnie spędzanego w Słowenii weekendu. Wprawdzie Słowenicy nie obchodzą Dnia Dziękczynienia, ale miasto było odświętnie przystrojone i pełne ludzi ze względu na ceremonię zaświecenia bożonarodzeniowej choinki, która oficjalnie rozpoczyna okres świąteczny. Wspólnie z Michaelem spacerowaliśmy

wśród tysięcy Słoneńców, delektując się lokalnym winem, kasztanami pieczonymi na otwartym ogniu przez ulicznych sprzedawców i... wspominałam już o winie? Nocne niebo było ciemne, powietrze wilgotne i chłodne, a ulice oświetlał delikatny blask ciepłego światła dekoracji świątecznych rozwieszonych pomiędzy budynkami. Z serca miasta dobiegał nas cichy dźwięk kołęd, a witryny sklepów wzdłuż ulic lśniły, starając się nas przyciągnąć, zachęcić do wejścia i zapoznania się z ofertą.

Dobrze, będę szczerą... Mówienie w tym kontekście o *nas* stanowi pewne nadużycie. Przede wszystkim zachęcały mnie – Michael nigdy nie robi zakupów. Nie wpatruje się maślanym wzrokiem w produkty wystawiane w sklepowych witrynach, nie kupuje rzeczy w internecie, nie poluje na promocje, nie robi zakupów. Nie kupuje rzeczy. Nigdy. Żadnych. Do tego stopnia, że zanim zdecyduje się na zakup kolejnej pary bokserek, poprzednia musi się na nim dosłownie rozdrzeć. Odnoszę dziwne wrażenie, że nie ma nawet portfela.

Im dłużej trwała nasza podróż, tym częściej ta fundamentalna różnica w naszych preferencjach zakupowych owocowała jakże powtarzalną rozmową:

**Ja:** Och... Butik miejscowego projektanta. Zajrzyjmy do środka!

**Michael:** [Zachowuje się, jakby mnie nie słyszał. Idzie dalej].

**Ja:** Och... Lokalny sklep z dywanikami! Zajrzyjmy!

**Michael:** [Nie słyszy mnie. Idzie dalej].

**Ja:** Och... Sklep z produktami z korka! Chodź, tylko zerkniemy!

**Michael:** [Wyciąga z kieszeni swoją rozładowaną komórkę i patrzy wymownie na ekran. Idzie dalej].

**Ja:** Och... Świeży chleb!

**Michael:** [Bierze głęboki wdech i wciąga zapach pieczonego chleba. Idzie dalej].

Wiem, co sobie myślisz – ale nie, nie zrobiło to na mnie szczególnego wrażenia. Dlaczego? Po pierwsze, jestem już do tego przyzwyczajona. Po drugie, na tygodniową wycieczkę postanowiliśmy polecieć tylko i wyłącznie z bagażem podręcznym – po jednej walizce na głowę. W praktyce oznaczało to, że do żadnej z nich nie dałoby się wcisnąć nawet najmniejszej i najmiększej bułeczki. Wiedziałam, że nie ma sensu o to walczyć.

Ta noc miała być jednak inna. W pewnym momencie moją uwagę przykuły... buty.

Na jednej z doskonale oświetlonych witryn sklepowych lśniła para butów, która sprawiła, że dosłownie zastygłam z wrażenia. Były srebrne. Lśniły. Błyszczały w świetle lamp niczym brokat. Nie wiem, na co mogę zrzucić winę – może na wino, może na chleb, którego nie zjadłam, bo nie kupiłam go wcześniej, ale nie potrafiłam im się oprzeć. Zanim Michael zdążył się zorientować w sytuacji, pociągnęłam go za sobą do ekskluzywnego butikiu przy jednej z wielu uliczek Lublany.

W środku okazało się, że wybór produktów jest wprost olbrzymi – od zegarków i biżuterii, przez dzieła sztuki, aż po ciuchy. Jednym słowem – eklektyzm. Oczywiście niewiele myśląc, natychmiast pobiegłam do zauważonych na ulicy butów i zostawiłam biednego Michaela na pastwę losu w pobliżu stoiska z perfumami.

Na miejscu doznałam ogromnego zawodu. Z bliska buty wyglądały okropnie, były wręcz oślepiające. Od razu poczułam ukłucie głębokiego poczucia winy z powodu porzucenia Michaela – i to tylko dlatego, że zobaczyłam kawałek błyskotki. Natychmiast ruszyłam do wyjścia, przy którym stał Michael, próbując schować się za obrotowym stoiskiem załadowanym po brzegi małymi buteleczkami. Już miałam zamiar go złapać i pociągnąć za sobą w stronę bezpiecznej i znajomej ulicy, gdy nagle znikąd pojawił się dwudziestokilku-



letni ambitny sprzedawca. Tak naprawdę to wyłonił się nagle zza stanowiska z zapachami zaledwie kilka centymetrów od miejsca, w którym stał Michael. Po sekundzie zagaił:

– Przepraszam, proszę pana! Czy szuka pan przypadkiem zapachu?

„Och, nie...”, pomyślałam. „Och, ten biedny chłopak nie mógł trafić gorzej...”

Michael na pewno nie szukał zapachu. Nie tylko dlatego, że szukanie zapachu oznaczałoby konieczność zakupu zapachu – wydaje mi się, że już dostatecznie wyjaśniłam, na czym polega problem. Głównym powodem było jednak to, że Michael nie używa wody kolońskiej. Nigdy. Nie jest po prostu mężczyzną, który lubi zapachy czy choćby używa ich z konieczności. Stał w pobliżu jakichkolwiek perfum tylko dlatego, że było to najbliższe miejsce, w którym można stanąć bez zwracania na siebie zbyt dużej uwagi.

Próbowałam wytłumaczyć to sprzedawcy, ale nie sprawiał wrażenia, że go to szczególnie obchodziło. Zamiast tego delikatnym ruchem zdjął z górnej półki granatowo-białe pudełko w paski.

– To jest nasz bestseller – stwierdził, obejmując pudełko swoimi (niezwykle długimi – jak po chwili zauważyłam) palcami.

Przygotowaliśmy się na to, że za chwilę zostaniemy opryskani wbrew naszej woli, jednak sprzedawca nawet nie otworzył opakowania. Zamiast tego położył zamknięte pudełko na szklanym blacie i z subtelnym uśmiechem charakteryzującym człowieka, który doskonale wie, co robi, zaczął snuć swoją opowieść.

### **Eight & Bob**

– Ta woda kolońska... to Eight & Bob<sup>1</sup>. W 1937 roku pewien młody i przystojny amerykański student zwiedzał Lazurowe Wybrzeże. Miał

wówczas zaledwie dwadzieścia lat, jednak było w nim coś zdecydowanie wyjątkowego. Każdy, kto spotkał go na swojej drodze, natychmiast odnosił wrażenie, że patrzy na wschodzącą gwiazdę.

Młody sprzedawca przerwał na chwilę, by się upewnić, że go słuchamy. Słuchaliśmy uważnie.

– Pewnego dnia młody człowiek przemierzał ulice miasta, gdy zbiegiem okoliczności natknął się na Francuza Alberta Fouqueta, paryskiego arystokratę i konesera perfum. Oczywiście nie miał wówczas pojęcia, kim był ten człowiek, wiedział jedynie, że *niesamowicie* pachniał. Korzystając ze swojego wrodzonego wdzięku i uroku osobistego, ambitny Amerykanin przekonał Fouqueta, który nigdy dotychczas nie sprzedawał swoich perfum, by podzielił się małą próbką tej wyjątkowej wody kolońskiej.

Spojrzałam na Michaela. Przez cały ten czas nawet nie mrugnął.

– Jak możecie sobie państwo wyobrazić, kiedy młody mężczyzna wrócił do Stanów, wszyscy byli zachwyceni zapachem. Trudno było mu się oprzeć już wcześniej, lecz po powrocie... Po powrocie nie było o tym absolutnie mowy. To uświadomiło mu bardzo szybko, że trafił na coś zupełnie wyjątkowego. Napisał więc do Fouqueta, błagając, by wysłał jeszcze osiem próbek, a do tego jedną dodatkową dla Boba.

Michael nie musiał nic mówić. Jego wyraz twarzy zadawał pytanie, na które sprzedawca odpowiedział dosłownie kilka sekund później.

– Bob był jego bratem. Natomiast sam młodzieniec... Zapewne pan o nim kiedyś słyszał. Miał na imię John, choć wszyscy znają go raczej jako J.

Głos sprzedawcy przycichł pod koniec zdania, a Michael, który sprawiał wrażenie, jakby właśnie odkrył mapę prowadzącą na Wyspę Skarbów, wyszeptał tylko:

– ...FK.

– Zgadza się – przytaknął sprzedawca. – Młody człowiek, o którym opowiadam, nazywał się John Fitzgerald Kennedy, a próbka, którą usiłował zdobyć była dla jego brata, Roberta.

W tym momencie przestałam być uczestniczką tej interakcji – jeśli w ogóle kiedykolwiek nią byłam. Stałam się widzem wyjątkowego widowiska. Oczywiście chciałam poznać zakończenie historii o wodzie Eight & Bob, jednak dużo bardziej ciekawiło mnie to, jak skończy się opowieść, której akcja działa się na moich oczach.

– To jest woda kolońska, której używał JFK? – zapytał z nieskrywanym podziwem Michael.

– W rzeczy samej – sprzedawca podjął temat. – Oczywiście, jak pan wie, stosunki międzynarodowe pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Francją nie zawsze układały się doskonale, a czasem pozostawiały wiele do życzenia. Nie jestem co prawda historykiem, jednak wiem, że przewóz butelek z wodą kolońską stał się w pewnym okresie niezwykle trudny. W celu ochrony ostatnich możliwych transportów przed nazistami ostatnie butelki zostały ukryte...

Sprzedawca umilkł na chwilę i spojrzał na Michaela, któremu szczęka wręcz opadła z podziwu.

– ...w książkach – dokończył.

Po chwili otworzył pudełko, które ściągnął z półki wieki wcześniej, a następnie wyjął z niego książkę. W jej środku, pomiędzy stronami wyciętymi w kształt idealnie okalający zawartość, leżała piękna, kryształowa butelka wody kolońskiej.

W tym momencie Michael wypowiedział jedno słowo, które nigdy wcześniej nie padło z jego ust.

– Biorę.