



چگونه از طریق داستان‌گویی با مخاطب ارتباط برقرار کنیم؟

داستان‌گویی در کسب‌وکار یعنی ایجاد تناسب بین داستان و مخاطب. ممکن است خودتان فکر کنید بهترین داستان دنیا را دارید، اما بیشتر مخاطبان شما موافق این موضوع نباشند. برعکس، ممکن است فکر کنید داستان شما پیش‌پاافتاده و خسته‌کننده است، اما مخاطب با همین داستان عمیقا ارتباط برقرار می‌کند. بنابراین بخشی از وظیفه شما به‌عنوان رهبر یک سازمان این است که اجزای مهم داستانتان، یعنی طرح، کیفیت احساسی و ایده اصلی را بررسی کنید. سپس این اجزا را با اطلاعاتی که از مخاطب هدف خود دارید، سازگار کنید. چهار نکته برای راهنمایی شما در این زمینه عبارتند از:

۱. تنها نیستید

همه نویسنده‌ها و سخنران‌ها در وضعیت مشابهی قرار دارند. همه آن‌ها باید دقیقا

بدانند که چگونه با مخاطب خود ارتباط برقرار کنند. این اتفاقی ناگهانی نیست. کارشناسان نظرات مختلفی در مورد ارتباط با مخاطب دارند. چپ هیث، فارغ التحصیل مدرسه کسب و کار استنفورد می‌گوید: «برای اینکه ارتباطات اثربخش‌تری داشته باشیم، باید تفکرمان را از «باید چه اطلاعاتی را منتقل کنم؟» به «می‌خواهم مخاطب من چه سوالاتی بپرسد» تغییر دهیم.» کارن آرمسترانگ، مورخ مذهبی می‌گوید: «داستان‌گویی تا زمانی خوب است که بتوانید افراد را تشویق کنید طبق این داستان‌ها عمل کنند.» میشل دومونتین فیلسوف، هم می‌گوید: «سخن گفتن نیمی متعلق به گوینده و نیمی متعلق به شنونده است.»

۲. می‌توانید از پیش برنامه‌ریزی کنید

صبر نکنید تا وقت ارتباط برقرار کردن با مخاطب فرا برسد. اقداماتی از قبل انجام دهید. یکی از ساده‌ترین، اما قوی‌ترین تمرین‌هایی که می‌توانم پیشنهاد دهم این است که یک تکه کاغذ بردارید و آن را به دو ستون تقسیم کنید. در ستون اول هر چه در مورد مخاطبتان می‌دانید بنویسید. در ستون دوم، هر چه در مورد مخاطب نمی‌دانید را بنویسید. این تمرین ساده به شما کمک می‌کند مخاطب خود را بهتر بشناسید و ارائه متمرکزتری داشته باشید.

۳. احساس ناخوشایندی داشته باشید

گاهی اوقات ارتباط گرفتن با مخاطب به این معنی است که از روتین‌های خود بیرون بیایید و احساس ناخوشایندی را تجربه کنید تا بفهمید چطور نیازهای آن‌ها را برطرف کنید.

۴. نظاره‌گر لحن خود باشید

لحن شما بر درکی که مخاطب از پیام شما دارد، تاثیر می‌گذارد. وقتی زمان ارائه کردن

می‌رسد، بیشتر ما این سوال را از خودمان می‌پرسیم که «چه بگوییم؟» اما در واقعیت، سوال مهم‌تر این است که «مخاطب من کیست؟» ممکن است با بیشترین تسلط و بدون هیچ تپقی، یک ارائه بدون نقص داشته باشیم، اما اگر مخاطبمان را نشناسیم، تلاش بیهوده‌ای انجام داده‌ایم. هدف اصلی این است که در یک سطح انسانی با مخاطب ارتباط برقرار کنیم.