

Spis treści

Wstęp	5
Rozdział 1. Opowiedz albo nie przeszkadzaj	15
Natłok informacji i efekt: attention crash	16
Syzyfowe prace marketingu i public relations	19
Od spełniania potrzeb konsumentów po ich tworzenie	22
Marketing decyduje o wartości	24
Trzy tysiące reklam dziennie	27
Krzyczeć głośniej, jeszcze głośniej	29
Kto opowie świat, ten nim rządzi	37
Powrót komunikacji do korzeni	43
Opowiadanie wciąż tych samych historii, na nowo	45
Łakniemy dobrych historii	51
31 narratów i struktura dramatu Szekspirowskiego	54
Rozdział 2. Opowiedz mi o swojej firmie	57
Podstawa: strategia wizerunkowa	59
Precyzja w komunikacji z otoczeniem	61
Scenariusze dla firm	65
Siła narracji w biznesie	69
Co sprzedajecie?	72
Narracja Steve'a Jobsa	74
Sprzedaż emocji, nie produktów	76
Mniej informacji, więcej historii	78
Porywająca walka narracji	81
Nie kupujemy już marek, ale dobre opowieści	87
W poszukiwaniu marzeń	89
Pięć elementów dobrej narracji	98

Rozdział 3. Opowiedz mi swoją historię 107

Precyzja wyjątkowej opowieści	107
Narracyjne wizytówki	109
Życie w kilku sekundach	112
Opowieści kształtujące los jednostki	119
E-reputacja i pułapki sieci	123
Zarządzanie cyfrową tożsamością	126
Narzędzia budowy e-reputacji	129
Blogi nie budują reputacji menedżerów	133
140 znaków skutecznej opowieści	141
Engage or die	149

Rozdział 4. Opowiedz mi o swoim mieście 151**Rozdział 5. Opowiedz mi o swoim przywództwie 155**

Jak wygrać wybory dzięki dobrej narracji?	156
Opowieść omija pośredników informacji	158
Narracja latarnią świata 2.0	167
Dobre opowieści budują frekwencję	175
Odbiorca: low information voters	180
Nadawca: aktor sceny publicznej	183
Rola mediów: wybór polityków z najlepszymi opowieściami	186
Codzienna walka narracji	191

Rozdział 6. Opowiedz mi o swoim kraju... 197**Do it yourself! 205**