

|                                           |   |
|-------------------------------------------|---|
| Magiczny klucz, a raczej cały ich toolbox | 3 |
|-------------------------------------------|---|

## Wstęp

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Trzy badania, które zmieniły nasze myślenie<br>o historiach opowydanych w pracy | 11 |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Historie pomagają pracownikom działać                    | 11 |
| Historie wzmacniają relacje w zespołach                  | 15 |
| Historie budują tożsamość firmy                          | 18 |
| To nie tylko teoria – firmy już wdrazają wnioski z badań | 21 |
| W świecie BANI firmy potrzebują historii                 | 23 |
| Nie czytaj tej książki, jeśli...                         | 24 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Przewodnik po książce | 27 |
|-----------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Część 1. Poznaj historie | 28 |
|--------------------------|----|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Część 2. Wykorzystaj historie | 29 |
|-------------------------------|----|

---

|                          |    |
|--------------------------|----|
| CZĘŚĆ 1. POZNAJ HISTORIE | 33 |
|--------------------------|----|

## Rozdział 1.

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Co łączy przedhistoryczną plotkę z kulturą organizacyjną? | 34 |
|-----------------------------------------------------------|----|

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Liczba Dunbara i cztery funkcje przedhistorycznej plotki     | 37 |
| <i>Homo sapiens</i> osiąga stan kolektywnej intencjonalności | 39 |
| O czym mówią Agta?                                           | 41 |
| Nie ma firm bez historii                                     | 44 |
| Historie wewnątrz i na zewnątrz                              | 48 |
| ...wzmacniają się nawzajem                                   | 50 |
| Podsumowanie rozdziału                                       | 51 |
| Ćwiczenie #1                                                 | 52 |

## Rozdział 2.

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Sekret długowieczności. Co niesie historię? | 53 |
|---------------------------------------------|----|

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Przekaz. Z jaką myślą historia zostawia słuchaczy? | 55 |
|----------------------------------------------------|----|

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Konflikt. Co historia stawia na szali? .....       | 57 |
| Postacie. Kto jest dla nas ważny w historii? ..... | 60 |
| Fabula. Co dzieje się w historii? .....            | 64 |
| To nie tylko historia IBM. ....                    | 67 |
| Podsumowanie rozdziału .....                       | 70 |
| Ćwiczenie #2 .....                                 | 71 |

### Rozdział 3.

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Wszystko wszędzie naraz. Jak analizować zbiór historii?</b> ..... | 72 |
| Samotnik Sam i jego dwie opony .....                                 | 73 |
| Antybiurokracja, czyli mentalność założycieli .....                  | 76 |
| Zrobiłem to po swojemu .....                                         | 79 |
| Ku strukturze głębokiej. ....                                        | 81 |
| Co łączy historie pracowników Nordstromu? .....                      | 85 |
| Od matrycy narracyjnej do doświadczenia pracy i nie tylko .....      | 89 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                         | 94 |
| Ćwiczenie #3. ....                                                   | 95 |

### Rozdział 4.

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Kim jesteśmy? Jak (lepiej) opowiedzieć firmę?</b> .....  | 96  |
| Pomiędzy zyskiem a wpływem .....                            | 97  |
| Wpływ generuje zysk, ale pod jednym warunkiem .....         | 100 |
| Na wzgórzu Karola rodzi się międzynarodowa korporacja ..... | 103 |
| Pieniądze vs. piwo. Co jest celem Carlsberga? .....         | 106 |
| W annałach historii .....                                   | 108 |
| Nowe historie wyznaczają nowy cel. ....                     | 112 |
| Firma silna pamięcią .....                                  | 114 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                | 117 |
| Ćwiczenie #4 .....                                          | 118 |

---

## CZĘŚĆ 2. WYKORZYSTAJ HISTORIE .....

### Rozdział 5.

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Sześć typów historii, które powinieneś poznać</b> ..... | 120 |
| Przewodnik po historiach. ....                             | 121 |
| Historie początków. ....                                   | 125 |
| Historie kamieni milowych .....                            | 127 |
| Historie produktów i usług. ....                           | 131 |
| Historie o przełożonych. ....                              | 135 |
| Historie o współpracownikach .....                         | 138 |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Historie klientów .....                                      | 140 |
| Kiedy brakuje wzorów zachowania, potrzebne są historie ..... | 145 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                 | 146 |
| Ćwiczenie #5. ....                                           | 147 |

## Rozdział 6.

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Nie płońz historii, zbieraj je szybko i skutecznie</b> .....    | 148 |
| Wybierz osoby, z którymi warto porozmawiać .....                   | 149 |
| Nie zadawaj pytań o poglądy. Jak wywołać historię? .....           | 153 |
| Słuchaj z zachwytem. Jak zachować się w trakcie? .....             | 156 |
| Ciągnij za język. Co zrobić, kiedy historia się nie rozwija? ..... | 159 |
| Pomóż zinterpretować. Na co zwracać uwagę? .....                   | 163 |
| Poza słowami. Co jeszcze pomaga zbierać historie? .....            | 165 |
| Test nekrologu – postaw pytanie graniczne. ....                    | 165 |
| Karty metafor .....                                                | 168 |
| Wykres wydarzeń .....                                              | 169 |
| To nie jest wywiad .....                                           | 171 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                       | 172 |
| Ćwiczenie #6 .....                                                 | 174 |

## Rozdział 7.

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Od historii do misji, wizji i wartości x-komu</b> .....       | 175 |
| Nowe biuro, nowe zachowania. ....                                | 176 |
| Utrwalić i zachować to, co ważne w x-komie. ....                 | 178 |
| Historie dla całej firmy, dla zespołu i dla jednego ucha .....   | 180 |
| Wartości. Jak działamy w x-komie? .....                          | 182 |
| Ferrari na polu. Jak dobrze obsłużyć klienta? .....              | 183 |
| Kontroler w Biedronce. Jak działa x-komowy geek? .....           | 186 |
| Michał na magazynie. Kiedy trzeba wyjść poza swoją rolę? .....   | 188 |
| Awaria jedynej toalety. Działać czy dać się wykazać innym? ..... | 190 |
| Zamknięty bar. Czego potrzeba, żeby wydobyć potencjał? .....     | 191 |
| Etykiety zmieniają się, przekaz pozostaje. ....                  | 193 |
| O czym opowiada x-kom? Wyjście poza wartości. ....               | 195 |
| Wypracowywane długo – wypracowane na długo .....                 | 200 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                     | 202 |
| Ćwiczenie #7. ....                                               | 203 |

## Rozdział 8.

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Zarządzanie przez opowiadanie – historie dla menedżerów</b> .....         | 204 |
| Tworzenie wizji – jedna historia jest warta więcej niż tysiąc wykresów ..... | 208 |
| Podejmowanie decyzji – quest na co dzień. ....                               | 214 |
| Upowszechnianie rozwiązań – kiedy instrukcja to za mało. ....                | 219 |

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| Symulacja doświadczenia – lekcje z przeszłości ..... | 226 |
| Storytelling storylistening .....                    | 233 |
| Podsumowanie rozdziału .....                         | 236 |
| Ćwiczenie #8 .....                                   | 237 |

## Rozdział 9.

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Opowiadaj, nie opisuj – historie w employer branding</b> ..... | 238 |
| Historie to nie testimoniales .....                               | 239 |
| Trzy hormony skutecznej komunikacji .....                         | 241 |
| Jesteś między swoimi .....                                        | 243 |
| Czekają cię wyzwania .....                                        | 247 |
| Staniesz się kimś .....                                           | 251 |
| Część za całość, czyli spójność w czasie .....                    | 254 |
| Niech cię zobaczą .....                                           | 259 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                      | 261 |
| Ćwiczenie #9 .....                                                | 262 |

## Rozdział 10.

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Rozpędź koło historii – historie w komunikacji wewnętrznej</b> ..... | 263 |
| Znajdź czas dla historii .....                                          | 267 |
| Gromadź historie .....                                                  | 270 |
| Dziel się historiami .....                                              | 273 |
| Komunikuj historie .....                                                | 279 |
| Twórz historie .....                                                    | 282 |
| W kole historii .....                                                   | 289 |
| Cel: rezonować .....                                                    | 293 |
| Podsumowanie rozdziału .....                                            | 293 |
| Ćwiczenie #10 .....                                                     | 294 |