

TED GİBİ KONUŞ
KİTABININ YAZARINDAN

HİKÂYE

TED KONUŞMALARINDAN GİRİŞİM EFSANELERİNE

ANLATICISININ

BAZI FİKİRLER NEDEN TUTAR BAZILARI TUTMAZ

SIRRI

CARMINE GALLO



CARMINE GALLO

Carmine Gallo, çok satan *TED Gibi Konuş* ve *The Presentation Secrets of Steve Jobs* (Steve Jobs'ın Sunum Sırları) kitaplarının yazarı, dünyanın önde gelen markalarının iletişim koçu. CNN ve CBS kanallarının eski ana haber sunucusu ve muhabiri. Intel, Cisco, Chevron, Hewlett-Packard, Coca-Cola, Pfizer gibi şirketlerin üst düzey yöneticileriyle çalışıyor ve bu şirketlerin konferanslarındaki açılış konuşmalarıyla tanınıyor. Forbes.com ve My Communications Coach'ta köşe yazarı. Kaliforniya Pleasanton'da karısı ve iki kızıyla yaşıyor.

HİKÂYE ANLATICISININ SIRRI

AGANTA KİTAP

006

Hikâye Anlatıcısının Sırrı

Özgün adı: The Storyteller's Secret

Text Copyright © 2016 by Carmine Gallo

© Aganta Kitap Yayınevi, 2016

Bu kitabın yayın hakları St. Martin's Press, LLC aracılığıyla alınmıştır.

Tüm hakları saklıdır.

Birinci Basım

Ocak 2017

ISBN 978-605-9851-96-1

Sertifika 16343

Türkçesi: Atilla Erol

Editör: Yasin Sofuoğlu

Uygulama: M. Tila Sadık

Aganta Kitap

Notos Kitap Yayıncılık Eğitim Danışmanlık

ve Sanal Hizmetler Tic. Ltd. Şti.'nin tescilli markasıdır.

Ömer Avni Mahallesi, Prof. Dr. Tarık Zafer Tunaya Sokak

No: 11/6 Gümüşsuyu Beyoğlu İstanbul

0212 243 49 07

facebook.com/AgantaKitap

twitter.com/AgantaKitap

Baskı ve Cilt

Pasifik Ofset Ltd. Şti.

Cihangir Mahallesi, Güvercin Caddesi, No: 3/1 Baha İş Merkezi

A Blok Kat:2 34310 Haramidere Avcılar İstanbul

0212 412 17 77

Sertifika 12027

CARMINE GALLO

HİKÂYE ANLATICISININ SIRRI

TED KONUŞMALARINDAN GİRİŞİM EFSANELERİNE
BAZI FİKİRLER NEDEN TUTAR BAZILARI TUTMAZ

TÜRKÇESİ
Atilla Erol



Vanessa'ya, bize inandığı için

İÇİNDEKİLER

Teşekkür	13
Önsöz: Sizin Hikâyeniz Benim Tutkum	15
Giriş: Richard Branson, Dopamin ve Kalahari Buşmanları	21

I. KISIM: **İçimizdeki Ateşi Canlandıran Hikâye Anlatıcıları**

1. İçini Şenlendiren Nedir?	33
2. Tişört Satıcılığından Mega Prodüktörlüğe	41
3. Yankee Stadyumu'nu Doldurmak İçin Sahne Korkusunun Üstesinden Gelmek	48
4. Bir Rock Yıldızı Gençlik Hikâyesinde Kendi Yeteneğini Keşfediyor	56
5. Hikâyeni Değiştir, Hayatını Değiştir	63
6. Kişisel Efsanenizdeki Güç	69
7. Bir Kahve Kralı İşine Kalbini Koyuyor	76
8. Misyonu Olan Perakendeciler Değil Perakende Satış Yapan Misyonerleriz	82
9. Anlatamadığın Şeyi Satamazsın da	88

II. KISIM: **Eğiten Hikâye Anlatıcıları**

10. Muhteşem Bir Hikâye Anlatıcısı TED'in En Uzun Ayakta Alkışını Nasıl Aldı	95
11. Atık Suyunu İçme Suyuna Dönüştürmek	103
12. Anlamadığın Şey Sana Zarar Verebilir (ve Verir de)	110

13. Bir İmparatorluk Kuran 98 Dolarlık K�lotlu �orap	119
14. Japonya Olimpiyatlarda Altın Kazanmak İçin En İyi Hikâye Anlatıcılarını Ortaya Salıyor	124
15. Tüm Zamanların En Popüler TED Konuşmasına Komik Bir Bakış	130
16. Toprak, Purolar ve Terli �oraplar Bir Pazarlamacıyı Haritaya Yerleřtiriyor	138
17. Yan Hik�yeli Burger	144

III. KISIM: **Basitleřtiren Hikâye Anlatıcıları**

18. Eğer Bir Şey Bir �ırpıda Aıklanamazsa, Boř Laftır	155
19. Baş Vaiz	160
20. Bir Sinema Patronunun Torunu Kendi Başarı Tarifini Hazırlıyor	165
21. Hikâye Anlatan Astronot TED İzleyicilerini Őařırtıyor	171
22. "Adam Batarya Satıyor" ve Yine de Esinlendiriyor	180
23. Bir Giriřimci <i>Shark Tank</i> 'te Tarih Yazıyor	187

IV. KISIM: **Motive Eden Hikâye Anlatıcıları**

24. Kavganı Bul	195
25. Steve Jobs'ın İnşa Ettireceęi Hastane	202
26. Bir Otel Patronu 12 Bin �alışanını Müşteri Hizmetleri Kahramanına Dönüřtürüyor	212
27. Bir Peetenin Arkasına Sığan Devrimci Bir Fikir	218
28. Amy Bacaklarını Kaybettięi Zaman Sesini Buldu	225
29. Hooters'dan Tepe Yöneticilięe – Eski Bir Garson Başarısının Sırrını Paylaşıyor	232

30. Bir Kurşunkalem Vaadine Wall Street Zenginliklerini Bırakmak	238
31. Buz Kovası Meydan Okuması Milyonların Kalbini Eritiyor	244
32. En İyi Dönemi – Dünyayı Kurtaran 180 Kelime	252

V. KISIM: **Hareket Başlatan Hikâye Anlatıcıları**

33. Doğuştan Büyük Hikâye Anlatıcısı Yoktur, Hikâye Anlatıcılığı Sonradan Öğrenilir	261
34. Bir Kadın Konuşmaya Başlayınca Milyonlarca Kadın "Omuz Verir"	270
35. Şarap Dünyasını Altüst Eden 60 Saniyelik Hikâye	278
36. Bir Kâğıttan Değil Kalbimden	285
37. Hikâye, Hikâye, Hikâye	292
Sonuç: Hikâye Anlatıcısının Evreni	299
Hikâye Anlatıcısının Araç Çantası	303
Bir Bakışta Hikâye Anlatıcısının Sırları	305
Hikâye Anlatıcısının Kontrol Listesi	307
Notlar	315
Dizin	337

TEŞEKKÜR

Bu projeye verdikleri destek için St. Martin's Press ekibine ne kadar teşekkür etsem azdır. Genel Yayın Yönetmeni Tim Barlett, yaratıcı sürece rehberlik etmek için çok değerli öngörüler ve yorumlar sundu. Yardımcı editör Claire Lampen tüm sürecin akıcı şekilde yürütmesini sağladı, bunun için ona müteőekkirim. Sally Richardson, George Witte, Laura Clark ile reklam ve tanıtım bölümlerinden düzeltme ve tasarım bölümlerine kadar St. Martin's Press'in tüm ekibiyle çalışmak büyük bir mutluluktur. *Hikâye Anlatıcısının Sırrı*'na hayat verdiğiniz için hepinize teşekkürler.

Roger Williams her zaman bir yayının temsilcisinden fazlası oldu. Akıl hocalığı, rehberliği ve sarsılmaz heyecanı için ona ne kadar teşekkür etsem az.

Konuşma temsilcilerim Tom Neilssen ve Les Tuerk dahil olmak üzere BrightSight Group'taki tüm ekip, bu içeriği dünyanın her tarafındaki gruplarla paylaşmamda paha biçilmez bir rol oynadı. Özel bir teşekkür ve tasdiki hak ediyorlar.

Rehberlik için başvurduğum, Fortier PR'daki benzersiz reklamcılar Mark Fortier ve Norbert Beatty. Değerli ortaklığınız için teşekkürler.

Gallo Communications Group'taki topluluk yöneticisi ve tasarım uzmanı Carolyn Kilmer takımımızın önemli bir parçası ve içeriğimizi en uzak yerlere ulaştırmak konusunda harika bir iş çıkarıyor.

Eşim Vanessa Gallo paylaşmak istediğimiz hikâyeye inanarak Gallo Communications'ı idare etmek için yorulmadan çalışıyor. Ebeveyn-Öğretmen Grubu'nun başkanlığına gönüllü olarak kızımızın okulunda da liderlik rolünü yerine getiriyor. Hikâye anlatma içeriğimizi eğitim alanına uygulamasını izlemek esinlendirici. Vanessa benim yol göstericim.

Her zamanki gibi, destekleri için aileme özel teşekkürler sunuyorum: Josephine, Lela, Tino, Donna, Francesco, Nick, Ken, Patty ve annem Giuseppina. Babam Francesco artık aramızda değil ama onun mücadele ve zafer hikâyesi her zaman dünya görüşümü şekillendirdi. Babamın öyküsü bana hayal etme olanağını sağladı.

ÖNSÖZ

Sizin Hikâyeniz Benim Tutkum

Sırtüstü yatmış duruyordum.

Batı Wisconsin'deki 46 metre karelik dairemin dışında, yerdeki buza basıp kaymıştım. O sabah termometre 0 dereceyi gösteriyordu – rüzgârı hesaba katarsanız 20 derece daha soğuk hissediliyordu. Elimdeki tek takım elbisemi de yırtmıştım; Bu pahalı İtalyan takımı, arabamla sabah haberleri sunucusu olarak ilk televizyon işimi almak üzere 3500 kilometrelik yolculuğuma çıkmadan birkaç gün önce San Fransisco'da satın almıştım.

Sabahın erken saatlerindeki dondurucu soğukta kaldırımda yatıp şehrin en berbat kısmındaki çürüyen bir bina kompleksine bakarken aklıma birkaç soru geldi: *Hukuk fakültesini –“sağlam” tercihi– bırakarak televizyon haberciliğinde kariyer yapma tutkumu izlemekle doğru kararı mı almıştım? Hayatımın geri kalanı boyunca yılda 15.000\$ kazanarak olduğum yerde sayacak mıydım? İkinci Dünya Savaşı sonrasında cebinde 20 dolarla bu kıyılarına varan bir İtalyan göçmeni olan babam kararımın gurur mu duyardı yoksa bu eski savaş esiri, oğlunun Amerika'da başarılı olmak adına bir fırsatı çarçur ettiğini mi hissederdi?*

O anda tüm bu sorulara verecek bir cevabım yoktu ama şu iki sonuca vardım. Birincisi, aylık 400 dolarlık kiranızı zar zor öderken tek fiyatına iki takım elbise almak, hele bir de indirimliyse,

daha iyiydi. İkincisi de, tutkumun peşinden gitmek çok zor, hatta biraz önce kafamla parçaladığım buzdan bile daha zorlu olacaktı. Bu düşüncelerle kalktım, donmuş kaldırıma yapışan kâğıtlarımı topladım, üzerimdeki karları silkeledim ve işime gittim. Wisconsin kışına hazırlıklı olmasam da, bundan sonra karşıma çıkacak her türlü engelle yüzleşmeye hazırdım, zira tutkunuzu siz seçmezsiniz: o sizi seçer.

Yirmi beş yıl sonra kendimi tekrar aynı soruyu sorarken buldum: *Neden buradayım?* 2014 yılının Mayıs ayında, Marin County'deki Golden Gate Köprüsü'nün dibindeki bir tatil merkezinde, Khosla Ventures Zirvesi'ne katılan girişimcilerin ve CEO'ların özel bir toplantısında konuşma daveti almıştım. Etkinliğin ev sahibi, milyarder yatırımcı kapitalist Vinod Khosla beni kişisel olarak davet ettiyse de en başta bunun nedenini anlayamamıştım. Diğer konuşmacılar arasında Bill Gates; Google'ın kurucuları Sergey Brin ve Larry Page; Salesforce CEO'su Marc Benioff; eski dışişleri bakanı Condoleezza Rice ve eski İngiltere başbakanı Tony Blair vardı. Konferansın ilk gecesindeki zarif akşam yemeğinde, o da tanıtılması gereken tek kişi olduğumu hissettiğimden olaydaki rolümü sorgulamaya başladım: *Milyarder değilim. Çiçek hastalığımı dünyadan silmedim. Bir devleti de yönetmedim. Neden buradayım?*

Ne var ki sahneye çıkar çıkmaz Khosla beni rahatlattı. Dinleyiciler arasındaki girişimcilere seslendi, "Hepiniz son derece parlak zekâlısınız, bu yüzden sizlere yatırım yapıyorum, ama çoğunuz duygusal bir hikâye anlatamazsınız ve işte bu nedenle sizinle konuşması için Carmine Gallo'yu davet ettim."

Diğer yandan odaya baktığımda, oradaki herkesin zaten bir hikâye anlatıcısı olduğunu fark ettim. Gerçekte, aralarından daha ünlü olanlar ve onların etkili iletişim stilleri üzerine yazmışlığım vardı. Ve dinleyiciler arasındaki etkileyici genç girişimcilerin tamamı da hikâye anlatıcısıydı. Kimileri diğerlerinden daha etkiliydi, ama eğer fikirleriyle dünyayı değiştirmek istiyorlarsa, hepsi hikâye anlatmayı öğrenmek zorundaydı. Doğrusu, öne çıkmış olanlar sinirbilimcilerin ve araştırmacıların daha yeni yeni anlamaya başladıkları şeyi içgüdüsel olarak biliyorlardı: Tek bir duygusal ve akılda kalıcı müşteri hikâyesi, 86 PowerPoint slaytındaki

veri yığımindan daha ikna ediciydi. Bir insan büyük bir fikre sahip olabilir ama eğer başkalarını bu konuda ikna edemezse, fikrin bir önemi kalmaz.

Bu grupla iletişime geçtiğimde beni daha da etkileyen şey şu oldu: En başarılı girişimciler ve kanaat liderleri –ki bunlar zaten birçok açıdan iletişim ustası ve çoğunlukla da hikâye anlatıcısı olarak doğmuş gibidir– kendimizi, fikirleri ve işimizi sunmanın bu en temel –ve en hayati– kısmını daha da fazla öğrenmeye açtılar. Çok kısmi iyileştirmelerin bile nasıl katlanarak büyüyen bir potansiyel taşıdığına bilincindeydiler.

Khosla etkinliği sırasında bir sonraki kitabımın konusu üzerinde düşünüyordum. Bir süredir, TED konferans sahnelerinde dinleyicilerini büyüleyen dünyanın en büyük düşünürlerinin ve girişimcilerinin konuşma sırlarını sergilediğim *TED Gibi Konuş*'un tanıtım turnesindeydim. Kitap hakkında konuşarak ülkeyi gezdikçe, dinleyiciler kim olursa olsun ve ülkenin neresinde bulunursam bulunayım, kitabımdaki bir bölümün en güçlü etkiyi yarattığını tekrar tekrar gördüm: en iyi TED konuşmacıları hikâye anlatma sanatında nasıl ustalaşmışlardı; büyük hikâyeler nasıl oluyor da tüm etkileyici iletişimin temelini oluşturuyordu. Dinleyicilerimle iletişim kurdukça, hikâye anlatmanın sadece mükemmel TED konuşmasında değil, kişinin kendi potansiyelini gerçekleştirme şeklindeki büyük görevde de kilit rol oynadığının ilk defa bu kadar farkına vardım.

Sadece kitabımı tanıtırken değil, başka bağlamlarda da hikâye anlatma konusunun gündeme geldiğini gördüm. Meşhur yatırımcı kapitalist Ben Horowitz söyleşimiz esnasında, “hikâye anlatmanın en az değer verilen yetenek” olduğunu söyledi. Richard Bronson hikâye anlatmanın değişiklik yaratmak için nasıl kullanılabileceği üzerine bir blog yazısı yayınladı. Bir uçak yolculuğu esnasında yanına oturduğum Salesforce profesyoneli, “Müşteri beyanlarını videoya kaydetmek için yeni bir yöntem kullanıyoruz ama bunları bir hikâyeye dönüştürme konusunda sıkıntı çekiyoruz,” dedi. Bu sefer Paris’e doğru bir diğer uçak yolculuğu sırasında dünya çapındaki teknoloji devi SAP’nin bir yöneticisiyle karşılaştım, bana “Şirketim yeni bir pazarlama müdürünü işe aldı. Ünvanı

‘Baş Hikâye Anlatıcısı’. Şirketim makro seviyede hikâyesini sadeleştirirken ben PowerPoint’teki hikâyemi sadeleştirmekte sıkıntı yaşıyorum. Bizden hiçbir sunumun TED’in on sekiz dakikasını geçmemesi isteniyor,” dedi.

Etkili hikâye anlatma ve kısalık konusundaki zorlamalar çoğu kimse için ciddi sıkıntı yaratıyor. Bir başka yolculukta, dünya çapındaki bir enerji şirketinin üst düzey yöneticilerinden birisiyle karşılaştım. Dediğine göre CEO’ları yeni bir talimat yayımlamış: Hiçbir yeni iş sunumu 10 taneden fazla slayt içermemeli. “10 slaytta hikâyemizi nasıl anlatırız?” diye sordu bana. Aynı seyahatte karşılaştığım ve ertesi hafta Vietnam başbakanıyla randevusu olan bir yönetici “Ona 20 dakikada kim olduğumuzu, yaptığımız şeyi neden yaptığımızı ve ülkesinin neden rakiplerimiz yerine bizimle ortaklık kurması gerektiğini nasıl anlatırım?” diye sordu. Dünyanın en büyük şirketlerinin üst düzey yöneticileriyle ve ABC’nin *Shark Tank*’inde hayatlarının sunumunu yapmaya hazırlanan genç girişimcilerle karşılaştım. Hepsi de aynı şeyi soruyorlar: *Fikrimin arkasındaki hikâyeyi nasıl anlatırım?*

Hepimiz “hikâye anlatıcısı”yız. Kendimizi böyle görmesek de aslında her gün yaptığımız şey bu. Binlerce yıldır hikâyeler paylaşıyor olsak da, sanayi çağında başarılı olmak için ihtiyaç duyduğumuz yetenekler bugünkülerden çok farklıydı. Fikirlerimizi hikâye biçiminde satmak bugün her zamankinden daha önemli. Fikirler yirmi birinci yüzyılın geçer akçesi. Bilgi çağında, bilgi ekonomisinde fikirleriniz kadar önemlisiniz. Hikâyeler, bu fikirleri birbirimize aktardığımız araçlar. Fikirlerinizi duygu, bağlam ve alakayla paketleyebilme beceriniz gelecek on yılda sizi daha değerli kılacak tek yetenek.

Hikâye anlatmak bilgilendirme, aydınlatma ve etkileme amacıyla bir fikri anlatı biçiminde çerçeveleme eylemidir. *Hikâye Anlatıcısının Sırrı*’nın temel konusu kariyerinizi ilerletmek, bir şirket kurmak, bir fikri pazarlamak ve düşlerinizi hayalden gerçeğe taşımak için anlattığımız hikâyelerdir.

Ürününüzü veya hizmetinizi yeni bir müşteriye sunduğunuzda, bir hikâye anlatıyorsunuz. Bir ekibe talimatlar veya bir sınıfa ders verdiğinizde, bir hikâye anlatıyorsunuz. Bir sonraki pazar-

lama toplantınız için PowerPoint sunumu hazırladığınızda, bir hikâye anlatıyorsunuz. Bir iş görüşmesine gittiğinizde ve mülakattaki kişi size önceki deneyimlerinizi sorduğunda, bir hikâye anlatıyorsunuz. Bir e-posta, bir blog veya Facebook yazısı yazdığınızda ya da şirketinizin YouTube kanalı için video çektiğinizde, bir hikâye anlatıyorsunuz. Ama bir hikâye, iyi bir hikâye ve güven inşa eden, satışları artıran ve insanları daha büyük düşünmeye esinlendiren dönüştürücü bir hikâye arasında farklar var.

Bu sayfalarda sizi zamanımızın en büyük hikâye anlatıcılarından bazılarıyla tanıştıracam: Richard Branson, Howard Schultz, Sheryl Sandberg, Joel Osteen, Herb Kelleher, Gary Vaynerchuk, Mark Burnett, Oprah Winfrey, Elon Musk, Steve Wynn, Tony Robbins, Steve Jobs ve adlarına daha az aşina olabileceğiniz ama dönüştürücü hikâye anlatabilme yetenekleri sayesinde kendi alanlarında lider olabilmiş başka insanlarla. Bu kitaptaki kişilerin çoğu sundukları veriler nedeniyle değil de anlattıkları hikâyeler sayesinde internette yayılan TED konuşmaları yapmışlardır. Benimsemeyen fikirler bir hikâyeye sarmalanır.

Bu kitaptaki hikâye anlatıcılarının çoğuyla kişisel röportajlar yaptım. Hepsi de başkalarını esinlendirmek, motive etmek ve nihayetinde arzu edilen şekilde hareket etmeye ikna etmek için gerekli hikâye anlatma sanatının ve biliminin ustalarıydılar. Ama bu kişilerin başka bir ortak özellikleri daha vardı – zorluklarla karşılaşmışlardı ve aldıkları dersleri paylaşmaya istekliydiler.

Bu kitaptaki temel bulgulardan birisi, çoğu büyük hikâye anlatıcısının hayatında bocaladığı ve yaşadıkları güçlüklerle karşı mücadelelerinden zaferle dönmüş olmalarıdır. Başarısızlıkları onları daha ilginç kılar, çünkü öğreneceğiniz üzere, sefaletten zenginliğe hikâyelerini işitmeye programlanmışlardır.

Mücadele doğanın parçasıdır, bu nedenle zorluk hikâyelerini görmezden gelmemiz neredeyse imkânsız. İnciler, elmaslar ve ödüllü şaraplar zorluklara rağmen doğanın zaferini simgeler. İstiride rahatsız edici kum tanelerinden kendisini koruduğunda inci oluşur. Elmaslar dünyanın kabuğundaki ezici basınç ve yoğun ısı altında oluşur. Ve en iyi üzümler, asma köklerini zorlayan ve yoğun kokulu üzüm kümeleri yaratan dik dağ yamaçlarından veya

kayalık topraklardan gelir; en “karakterli” olanlar bunlardır. Özellikle sonunda bir elmasın bulunduğu ve mücadelenin tatmin edici bir çözüme ulaştığı hikâyeleri severiz. Esinlendirici liderler, dinleyicileriyle duygusal bir bağ yaratmak için genellikle mücadele hikâyeleri anlatır. Efsanelerin doğduğu ve mirasların yarınlara bırakıldığı yegâne kaynak sizin kişisel tarihinizdir, onu kucaklayın.

Hikâye anlatmak yaptığımız bir şey değildir. Hikâye anlatmak bizi biz yapan şeydir.

HİKÂYE ANLATICISININ SIRRI

TED KONUŞMALARINDAN GİRİŞİM EFSANELERİNE BAZI FİKİRLER NEDEN TUTAR BAZILARI TUTMAZ

Google, SAP, Microsoft ve Lever gibi birçok dünya devi hikâyelerden güç aldı, hikâyelerinin üstünde yükseldi. Dünya liderleri kitleleri hikâyelerle etkiledi. Onları başarılı kılan anlattıkları değil, anlatma becerileriydi.

Peki sizin hikâyeniz nerede duruyor? Onu nasıl anlatacaksınız? Kendinizi, iş fikrinizi, deneyiminizi ve bilginizi aktarırken etkili olmak neden bu kadar önemli?

Türkiye’de de çok satan **TED Gibi Konuş** kitabının yazarı Carmine Gallo, **Hikâye Anlatıcısının Sırrı**’nda dünyada değişim yaratan girişimciler, şirketler, liderler ve TED konuşmacılarının hikâye anlatma becerilerinin sırlarını ayrıntılı örneklerle gözler önüne seriyor. Richard Branson, Steve Jobs, Sheryl Sandberg, Sara Blakely’den Southwest, Virgin, Apple, Whole Foods gibi şirketlere, iz bırakmış pek çok lider ve girişimin başarısına tanıklık ederken kendi hikâyenizin farkına varacaksınız.

İngilizceden çeviren
Atilla Erol



₺ 28

ISBN 978-605-9851-96-1

