

109 年 12 月每月一書「故事學：學校沒教，你也要會的表達力」

延伸閱讀資料

1			
書名	故事課：3 分鐘說 18 萬個故事，打造影響力	北市圖索書號	496 0895
作者	許榮哲		
出版者	遠流		
出版時間	2019 年		
作者簡介			
<p>許榮哲</p> <p>小說家、編劇、導演。曾任《聯合文學》雜誌主編，現任「走電人」電影公司負責人。被譽為「台灣七〇後最會說故事的人」，曾入選「二十位四十歲以下最受期待的華文小說家」，台灣知名導演九把刀的文學啟蒙偶像。</p> <p>代表作《小說課》兩岸熱銷十多萬冊，掀起故事狂潮，被譽為「最適合中國人的故事入門教練」、「華語世界首席故事教練」。</p> <p>影視作品有公共電視《誰來晚餐》等，曾多次獲優良劇本、微電影等獎項。近年也深耕桌遊，並合著有《桌遊課》一書。</p>			
內容簡介			
<p>賈伯斯說，最有影響力的人， 就是會說故事的人！</p> <p>許榮哲說，站在故事的肩膀上，我成了巨人。 現在你可以踩上我的肩，成為下一個巨人！</p> <p>這個時代，說故事已經成為人際溝通基本技能。 學會說個好故事，你也可以收服人心、創造獨特吸引力。</p> <p>故事的影響力就是這樣，沒有腳，卻能走得比任何東西還要遠。 世界是你的，但你必須自己去拿。 怎麼拿？ 說一個有影響力的故事吧！</p> <p>華語世界首席故事教練許榮哲，從個人角度出發，帶你認識故事在人際溝通中發揮的巨大作用。從基本套路開始，一步步打通關節，從好看的故事中學會如何說出好故事來收服人心，創造獨特吸引力。</p>			

109 年 12 月每月一書「故事學：學校沒教，你也要會的表達力」
延伸閱讀資料

2			
書名	故事行銷：寫文案,先學故事,照樣造句 寫出商業級的爆文指南	北市圖索書號	496 4034
作者	李洛克		
出版者	一心文化		
出版時間	2019 年		
作者簡介			
<p>李洛克 化工系畢業，在工廠待到了 28 歲，決心追夢展開全職寫作冒險。之後的寫作經歷橫跨小說、電影編劇、出版編輯、寫作教學等，深信每一次的努力都是未來人生的伏筆。一生奉行一個信念：「努力是能夠超越天才的」。</p> <p>致力推廣故事知識的普及，最常如此勉勵有夢的人： 每個人都是正在發光的星星，不是你不夠亮，而是你還沒有找到屬於你的夜空。 相信寫作能成為迷惘者的夜空，作品將化作點點星光，穿越千萬年依舊在後人眼中閃耀。</p>			
內容簡介			
<p>還在為行銷的創意煩惱嗎？其實好文案不需要創意，只需要「公式」和「重複」</p> <p>如果你正在寫文案打造品牌、下預算爭取廣告流量、或夢想成為一呼百應的自媒體，最低成本且高效益的方法，就是學好故事行銷。究竟什麼是故事行銷？請你先記住這句話：</p> <p style="text-align: center;">故事行銷就是為事物附加心理價值，改變受眾原有的觀感。</p> <p>本書是「故事革命」創辦人李洛克最受歡迎的經典課程集結，利用小說和劇本的故事寫作方法，讓初心者也可以輕鬆寫出有影響力的商用文案。</p> <p>只要「有故事」都有效：</p> <p>品牌故事、Slogan 金句、社群貼文、影片劇本、廣告文案。自己的故事自己寫！</p> <p>30 秒，更加了解故事行銷：</p> <p>Q：我家商品不實用，寫不出來怎麼辦？</p> <p>商品的實用度高低不一定決定銷售成果。在思考自家產品價值時，請記得先摘掉「實用」這個框架。使用書中的「商品四問」就能聚焦痛點。</p> <p>Q：商品就是沒故事怎麼辦？</p> <p>故事行銷並不一定要說故事。老牌食品廠商，只是將文宣上的餅乾轉了 45 度，銷量就上升了 18%。還有商用故事七大素材幫你找出獨特故事！</p> <p>Q：我嘗試寫了故事，但看起來有點糟，該怎麼修改呢？</p> <p>好故事有口訣，使用「劇情簡易基金」六招優化，去形容、用象徵、類比法、放意外、套機制、造金句。你也能一步步照樣修出好故事。</p>			