

T A S C H E N G U I D E

Просто! Практично!



Клаудиа Нёльке

Проведение презентаций

2-е издание

СТАВРОПОЛИС
ОМЕГА-А

Проведение презентаций

УДК 004.9:658.6

ББК65.42с51я9

Н49

Lizenzausgabe des Rudolf Haufe Verlags, Bundesrepublik
Deutschland, Freiburg i., Br., 2005

Licensed edition by the Rudolf Haufe Verlag, Federal Republic
of Germany, Freiburg, 2005

Лицензионное издание Издательства Рудольф Хауфе,
ФРГ, Фрайбург, 2005

Нёльке, Клаудиа.

Н49 Проведение презентаций / Клаудиа Нёльке;
[пер. с нем. Д. В. Ковалевой]. — 2-е изд., стер. —
Москва : Омега-Л, 2007. — 144 с. : ил. — (TASCHEN
GUIDE. Просто! Практично!). — Доп. тит. л. нем. —
ISBN 5-365-00607-0. — ISBN 978-5-365-00607-2.

Агентство СІР РГБ

В этой книге речь идет об умении выступать на публике, главным образом при проведении презентаций. Она предостережет Вас от совершения пяти «смертных грехов» во время выступления, научит правильно подготовиться к нему и успешно провести. Детально проанализированы все стадии подготовки к выступлению и его проведения. Отдельная глава посвящена представлению продукта. Подробно описаны этапы подготовки к общению с клиентами, рассмотрены различные фазы диалога с покупателем при продвижении товара.

Книга написана простым, ясным и доступным языком, обильно иллюстрирована примерами.

Адресована широкому кругу читателей.

УДК 004.9:658.6

ББК65.42с51я9

ISBN 5-365-00607-0 (рус.)

ISBN 978-5-365-00607-2 (рус.)

ISBN 3-448-06575-7 (нем.)

© 2005, Haufe Verlag

GmbH et Co. KG

© ООО «Омега-Л», 2005

TaschenGuide - все, что Вы должны знать

Для всех, у кого мало времени и кто хочет знать суть дела. Для начинающих и для профессионалов, которые желают быстро освежить свои знания.

Вы экономите время и можете эффективно применять полученные знания на практике.

Авторы рассказывают о каждой теме просто, в доступной форме.

Все разделы структурированы в соответствии с наиболее важными вопросами и проблемами, встречающимися на практике.

Наглядный план содержания позволяет Вам быстро и четко ориентироваться в книге.

Подробное руководство «шаг за шагом», системы самопроверки и полезные советы послужат Вам необходимым инструментом в работе.

Данные издания могут послужить оперативным и наглядным пособием для рабочих коллективов в различных организациях и на предприятиях.

Нас очень интересует Ваше мнение! Присылайте свои отзывы и предложения на электронный адрес: info@omega-l.ru. Будем рады Вашим откликам.

Содержание

- 8 • **Предисловие**
- 9 • **Пять «смертных грехов» при выступлении на публике**
- 13 • **Подготовка к выступлению**
- 13 • Повод, публика, обстановка
- 16 • Какова Ваша цель?
- 18 • Отбор и систематизация материала
- 23 • Написание сценария
- 34 • Текст доклада и вспомогательные карточки
- 47 • Оттачивание мастерства с помощью упражнений
- 64 • **Как лучше передать смысл сказанного?**
- 64 • Визуализации — в чем они заключаются?
- 68 • Графические наглядные пособия, таблицы и рисунки
- 74 • Рассмотрение моделей и продуктов
- 76 • Самые важные технические средства для проведения презентаций
- 81 • Шумный успех с помощью мультимедиа

Держим речь •	88
Компетентность и обаяние при выступлении •	89
Общение с публикой •	98
Как произвести хорошее впечатление при проведении дискуссий за круглым столом? •	102
Как поступить с вопросами? •	105
Подводим итоги выступления •	113
Анкета «Оценка со стороны» •	114
Анкета «Самооценка» •	116
Представление продукта •	117
Подготовка к встрече с клиентами •	118
Четыре фазы диалога с покупателем при продвижении товара •	123

Предисловие

Почти каждый из нас хотя бы раз в жизни сталкивался с необходимостью произнести речь перед аудиторией. Возможно, шеф попросил Вас сделать доклад. Возможно, что Вы совсем недавно приступили к обязанностям сотрудника отдела сбыта и Вам нужно продать неприлично дорогие компьютеры довольно прижимистым клиентам. Или же Вы должны прорекламировать на выставке какую-нибудь общепользную продукцию.

Что бы Вы ни планировали, чем бы ни занимались — эта книга научит Вас основам успешного и убедительного выступления.

С помощью компетентных советов и контрольных таблиц она поможет Вам подготовиться и подскажет, как привлечь к себе внимание слушателей с помощью красочных диаграмм и средств мультимедиа. Из нее Вы также узнаете, как профессионально и достойно справляться со всеми трудностями, внезапно возникающими при выступлении. Вы поймете, что заслужить признание публики совсем не сложно.

Кпаудиа Нёльке

Пять «смертных грехов» при выступлении на публике

Большинство выступлений действуют на слушателей, как снотворное. С каждым словом докладчика мы все сильнее и сильнее клюем носом. И едва только докладчик успеет начать, как мы, защищенные полумраком зала, тут же начинаем дремать. Однако многие выступления не оказывают даже этого расслабляющего эффекта. Они просто вызывают в нас раздражение и гнев, например, если нам рассказывают о чистке ковров и с вдохновением расписывают достоинства специальных шампуней, но у нас при этом никогда не было в доме никакого ковра.

- В своей профессиональной или в личной жизни Вам наверняка часто приходилось сталкиваться с непрофессиональными докладчиками. Используйте их неудачный опыт в своих целях! Поразмыслите: почему тогда мне было скучно или почему это выступление вызвало у меня раздражение? Что в его поведении разозлило меня и что утомило?

Рассмотрим поближе одну из наиболее частых ошибок докладчиков. Многие речи, доклады и выступления обычно терпят неудачу не из-за какой-то одной ошибки, а из-за целой серии маленьких катастроф. И тогда слушатели «наказывают» докладчиков ерзаньем на стуле, постоянными отлучками в туалет, болтовней с соседями или же просто выставляют их за дверь. Если же Вы вдруг заметили во время своего

выступления подобную реакцию (а это хороший знак, поскольку многие докладчики вообще не обращают внимания на слушателей), то сразу же совершите что-нибудь необычное. Но прежде всего позвольте рассказать Вам, чем именно многие выступающие вызывают к себе негативное отношение.

1. Я буду говорить столько, сколько захочу!

Это один из наиболее распространенных «грехов». Многие считают своим особым правом превышать заранее отведенный на выступление лимит времени, ведь, в конце концов, остальные доклады не так важны, как мой собственный! Наиболее типичным является следующая фраза: «А теперь, глубокоуважаемые дамы и господа, я наконец-то подошел к заключению...», и после этого обычно еще следуют длинные и пространственные речи, несмотря на данное обещание подвести итоги. Ясно одно — слушать его придется еще долго.

2. Я просто делаю доклад по своей теме!

Действительно, доклад должен быть посвящен Вашей теме, но при этом будет нелишне реально оценить окружающую обстановку.

Представьте себе, что некий концерн, производящий продукты питания, попросил одного известного ученого выступить на пресс-конференции и рассказать о генетически модифицированных овощах и фруктах. Профессор оказался выдающимся специалистом в этой области и сразу же перешел к делу. Только, к сожалению, он забыл разъяснить своим слушателям, что такое «генетически модифицированные про-



дукты». И это стало его главной ошибкой, поскольку сидящие в зале не были ни его учеными коллегами, ни журналистами, специализирующимися в данной области, а всего лишь молодыми матерями семейств, озабоченными выбором продуктов для семейного стола.

3. В лучшем случае просто не обращается внимание на слушателя!

В своей жизни Вы наверняка хотя бы раз сталкивались с каким-нибудь консультантом, который говорил как заведенный, при этом не обращая на Вас никакого внимания. Или же с постоянно потеющим от волнения докладчиком, который из-за своей боязни сцены ни разу не бросил взгляда на собравшихся. Ничего удивительного, такое происходит достаточно часто. Игнорирование слушателей и их потребностей может возникать по самым разным причинам. При этом самые распространенные из них — это неуверенность,

волнение и страх. В данной книге Вы узнаете о том, как нужно бороться с этим страхом (см. «Никакого страха перед сценой!»).

4. Импровизация решает все!

Так считают многие докладчики, действующие нам на нервы своими презентациями. «У меня почти совсем не было времени на подготовку», — вот единственная тема их доклада. Они постоянно забывают о чем-либо упомянуть и поэтому вынуждены начинать все сначала. Они шутят и рассказывают анекдоты, не относящиеся к теме. Они постоянно обмахиваются засаленными слайдами и с надеждой смотрят на публику: «Есть здесь кто-нибудь, умеющий обращаться с проектором?». Однако всегда находится какая-нибудь сердобольная душа, готовая выручить этого мастера импровизаций, хотя он того и не заслуживает!

5. Я лучше других!

Если это действительно так — то примите мои искренние поздравления. Однако и в этом случае необходимо знать меру, ведь большинство людей, собравшихся Вас послушать, — простые смертные. А это значит, что если даже Вы и являетесь одним из самых образованных, одаренных и талантливых наших современников, то все равно постарайтесь избежать неясных намеков, сложных понятий и терминов, не пересыпайте свою речь шутками, которых никто все равно не понимает. Если Вы действительно так одарены — отлично! Но при этом не забывайте, пожалуйста, что большинство Ваших слушателей пришло сюда не для того, чтобы любоваться Вами.

Подготовка к выступлению

Повод, публика, обстановка

Прежде чем Вы начнете ломать себе голову над содержанием и гениальными формулировками Вашей презентации или доклада, мы бы хотели рассказать Вам о двух, казалось бы, простых вещах. Ваш успех напрямую зависит от того, насколько Ваше выступление отвечает общим условиям и вписывается в окружающую обстановку.

Пример

Представьте себе, что руководство какого-то предприятия попросило Вас выступить у них завтра с докладом о менеджменте. Вы подготовили десятиминутную презентацию и заслужили похвалу начальства этой фирмы. Однако не успели еще стихнуть аплодисменты, как к Вам бросается один из сотрудников этой организации, ответственный за проведение данного мероприятия. Дрожа от волнения, он объясняет Вам, что Ваше выступление — единственное запланированное, что все ожидали услышать долгую речь. Чем же теперь заполнить оставшееся время?

Неприятные для Вас сюрпризы могут также возникнуть и в том случае, если Вы недостаточно осведомлены о техническом оснащении зала или аудитории, в которой Вы будете читать доклад. Вся Ваша речь построена на впечатляющих слайдах? Тогда Вы будете крайне разочарованы, если вдруг окажется, что в зале нет проектора.

- Прежде всего не забудьте предварительно выяснить, по какому поводу, где и перед кем Вы будете выступать. Иметь абсолютную уверенность в том, что Вы обо всем подумали, особенно полезно в том случае, если у Вас сильная боязнь сцены или же если импровизация не Ваш конек.

Чтобы убедиться в том, что Вы ничего не забыли, просмотрите приведенную ниже контрольную таблицу. Возможно, что на большинство вопросов Вы сможете ответить сразу же. Чтобы разобраться с оставшимися, Вам нужно будет просто заблаговременно связаться с лицом, ответственным за данное мероприятие. Ему же Вы сможете высказать и свои пожелания, если таковые у Вас возникнут.

Контрольная таблица: Общие условия

Повод к выступлению	К чему приурочено данное мероприятие/показ? Какие цели преследуют его организаторы? _____ ☐
Вид мероприятия	Идет ли речь о конференции, представлении товара покупателям, лекции и т.п.? _____ ☐
Атмосфера	Будет ли проходить Ваше выступление в официальной, торжественной или же в свободной и непринужденной обстановке? _____ ☐
Ваше выступление	Выступаете ли Вы наравне со всеми или же являетесь основным докладчиком? Насколько значима Ваша тема? _____ ☐
	Сколько времени отведено на Ваше выступление? _____ ☐

Окончание таблицы

Остальные выступления	О чем будут говорить остальные докладчики? _____ ☐
	Есть ли среди остальных участников кто-то, кто будет выступать против Вас или же представлять противоположную точку зрения? _____ ☐
План мероприятия	Какова программа мероприятия? До и после кого Вы выступаете? _____ ☐
	Запланирована ли дискуссия/конференция после выступлений? _____ ☐
Обстановка	Будете ли Вы выступать на открытом воздухе или же в каком-то помещении (конференц-зале, физкультурном зале, палатке и т.д.)? _____ ☐
	Каково техническое оснащение? _____ ☐
	Как выглядит данное помещение? Будете ли Вы выступать перед слушателями, среди них или же будете говорить со сцены? _____ ☐
Публика	Чего публика ждет от этого мероприятия и от Вас лично? _____ ☐
	Сколько людей должно прийти? _____ ☐
	Пришли они сюда добровольно или же это обязательное мероприятие? _____ ☐
	Каков уровень их знаний применительно к Вашей теме? _____ ☐
	Сколько докладов выслушает публика, прежде чем Вы выступите? _____ ☐
	Будете ли Вы рассчитывать на прибывающих или же на уходящих слушателей (например, при выступлении на ярмарке)? _____ ☐

Какова Ваша цель?

Теперь подошло время поразмыслить о цели Вашего доклада. Многие люди бывают настолько обрадованы возможностью выступить перед другими, что считают своей целью заслужить бурные аплодисменты у слушателей или же просто вызвать у них зависть. «Мой шеф просто рот откроет от восхищения!» — не цель Вашего выступления. Простое стремление к успеху не тронет Вашего начальника и не заставит клиентов купить Вашу продукцию.

Ваша же цель может быть следующей:

- переубедить остальных и заставить их принять Вашу точку зрения;
- передать свои знания и поделиться опытом;
- предложить свою помощь;
- дать отчет о чем-либо;
- пробудить интерес к новой продукции;
- попросить понимания при принятии какого-либо неприятного решения.

Почему цель так важна для нас?

Существует старая немецкая поговорка: «Кто не знает, куда идет, — никогда не придет туда». То же самое произойдет и с Вашей презентацией или докладом, если Вы заранее не сформулируете цель для нее.

Только тот, кто поставил перед собой цель, может приводить аргументы и выстраивать структуру своего выступления. В противном же случае Вы будете «производить» лишь отдельные, не подходящие друг к другу кусочки мозаики, и Ваши слушатели не смогут «собрать» из них общую картину сказанного.

Как мне избежать ложной цели?

Иногда Вы можете преследовать ложную цель. Этого, однако, можно избежать, если предварительно выяснить все внешние детали и условия.

Пример

Допустим, что Вы ярый противник проведения опытов над животными и боретесь за разработку альтернативных методов проверки гормональных препаратов. И вот одно фармацевтическое предприятие пригласило Вас выступить на конгрессе и высказать Вашу точку зрения.

Вы были первым докладчиком и предложили альтернативные варианты к опытам над животными. После этого на сцену поднялся второй докладчик. И тут произошло нечто, чего Вы не ожидали: этот выступающий рассмотрел отдельно каждый пункт Вашего доклада, решительно опроверг их и эффектно доказал, что проведение многих испытаний возможно только на живых организмах. Естественно, Вы понимали с самого начала, что находитесь во вражеском лагере, но при этом Вы абсолютно не знали, о чем будут говорить остальные докладчики. Ваша цель должна была быть сформулирована не как «Я представляю альтернативные методы...», а «Я хочу заставить своих слушателей изменить их точку зрения».

- Мы часто теряем из виду истинную цель нашего выступления, поэтому-то ее просто необходимо записать! Если же Вы потом будете переделывать свой доклад, то не забудьте несколько раз проверить, помогают ли аргументы и сама структура доклада достигнуть намеченной Вами цели. Те, что не подходят, — уберите!

Отбор и систематизация материала

Возможно, Вы немного волнуетесь из-за того, что не сможете собрать достаточно материала для своей темы? Ваши беспокойства излишни, потому как, во-первых, какие-то профессиональные вещи не так-то сложно найти, а, во-вторых, Вы сами благодаря своему жизненному опыту являетесь замечательным источником информации.

- Сделать выступление захватывающим и наглядным можно благодаря не только своим специальным знаниям, но и личному опыту. К Вам будут прислушиваться лишь в том случае, когда Вы будете говорить не только как специалист, но и просто как человек.

В следующих контрольных таблицах приведены основные источники материала, которые могут Вам понадобиться. В первой таблице содержатся указания на то, как получить специальную информацию, во второй же Вы найдете советы, как с помощью личного опыта сделать свое выступление более живым и интересным.

Контрольная таблица: Специальная информация

● Архив фирмы: что можно найти по данной теме в этом обществе, организации и т.д. _____	☐
● Библиотеки: учебники, справочники _____	☐
● Газеты и специальные периодические издания _____	☐
● Видеодокументы (если даже Вы найдете в них темы, лишь слегка близкие к Вашей, все равно они могут послужить неплохим толчком для Вас) _____	☐
● Советы коллег _____	☐
● Различные альманахи, сборники цитат, пословиц (иногда там можно найти меткий афоризм или хороший анекдот, которые помогут Вам разрядить обстановку) _____	☐

Контрольная таблица: Личный опыт

● Непривычное вступление _____	☐
● Самый нелепый случай, который с Вами произошел _____	☐
● Истории из Вашей школьной или студенческой жизни _____	☐
● Значительные события, перевернувшие всю Вашу жизнь (или же жизнь Ваших друзей) _____	☐
● Первый день на новой работе _____	☐
● Самые ужасные чудачества Вашего шефа (естественно, не того, который Вас в данный момент слушает) _____	☐
● Ваши мечты _____	☐
● Неприятные события, произошедшие в Вашей профессиональной или личной жизни _____	☐
● Наиболее захватывающие происшествия, приключившиеся с Вами в путешествиях по экзотическим странам _____	☐

Отбор материала

Теперь в Вашем распоряжении огромное количество материала. Что же дальше? Очень просто: Вам просто нужно выбрать ту информацию, которая поможет Вам достигнуть цели.

Для этого просто спросите себя:

- **что** именно
- я могу высказать в течение отведенного **времени**
- моей **целевой аудитории**
- для достижения намеченной мною **цели?**

Систематизация материала

Ниже Вы узнаете об одном верном и легком способе, который поможет Вам отбирать и систематизировать необходимый материал. При этом мы будем работать с тезисом, который будет обосновываться в ходе выступления.

Пример

Вы выступаете перед руководителями рекламного отдела с докладом на тему «Новые целевые группы для рекламы моющих средств». Свою цель Вы сформулировали следующим образом: «Я хочу убедить своих слушателей в том, что в последнее время начало увеличиваться число продаж моющих средств среди мужчин в возрасте от 25 до 40 лет». При этом Вы собрали огромное количество материала: исследования на тему того, каким моющим средствам отдают предпочтение полноценные семьи и мужчины, ведущие домашнее хозяйство самостоятельно; исследования о частоте проводимых стирок, о средствах массовой информации, которым мужчины отдают наибольшее предпочтение, и т.д.

Вы систематизируете отобранный материал в соответствии со сформулированной Вами целью. При этом Вы не упускаете из виду предоставленное Вам время. Допустим, что у Вас есть 15 минут на то, чтобы привести все необходимые аргументы. Применительно к приведенному выше примеру это может выглядеть следующим образом.

- 1 Вы начинаете с заключительного утверждения:
«Мужчины — новая важная целевая группа для рекламы моющих средств».
- 2 Вы приступаете к доказательству:
«Исследования показали, что в последнее время все больше и больше мужчин стирают самостоятельно, и они постоянно сталкиваются с необходимостью покупать моющие средства. Поэтому при написании рекламных текстов необходимо учитывать данный фактор».
- 3 Вы приводите следующие сведения:
«Предпочтения при выборе моющих средств в семье: как уже было сказано, теперь за стирку отвечают не только матери семейств, но также и отцы. Например, было обнаружено, что почти каждый второй отец стирает сам около двух раз в неделю, закупает необходимые моющие средства и даже знает несколько ведущих марок стирального порошка».
- 4 Вы составляете прогнозы: объясняете, как можно развить сбыт моющих средств среди мужского населения.

- 5 Вы разрабатываете меры: называете средства массовой информации, пользующиеся наибольшей популярностью среди мужчин (некоторые телевизионные программы и каналы, мужские журналы и т.п.).

Как можно еще продвинуться с помощью аргументов?

Конечно же, существует еще масса других способов систематизировать отобранный материал. Следующий способ, например, помогает «запасть в душу» слушающим, а также позволяет сделать свое выступление более эмоциональным.

Например, приступите к систематизации материала или же аргументов:

- от общего к частному.

Вы описываете разрушительную силу, возникшую при взрыве атомной электростанции, и сопоставляете сухие факты с судьбой детей, пострадавших от радиации;

- от следствий к причинам.

Вы начинаете с того, что приводите ужасающее число людей, умерших от наркотиков, и потом медленно переходите к теме неопределенности среди молодых людей и подростков, к теме страха, разрушенных семей и т.д.;

- от приятного к неприятному.

Например, Вы с помощью ярких и привлекательных слайдов показываете, какие чудеса может творить косметика, а потом представляете фотографии животных, на которых были протестированы данные препараты и лекарства;

- от проблемы к ее решению.

Вы изображаете с помощью графика снижение спроса на новую продукцию этой фирмы и затем рассказываете о целенаправленной маркетинговой стратегии.

Написание сценария

Вспомните о своем последнем посещении театра. Пьеса — при условии, что она представляла собой классический образец, — имела некоторый сценарий, по которому развивались все действия и потом достигали своей кульминации. Каждая новая сцена выстраивалась из предыдущей. Именно благодаря этому сценарий показался Вам захватывающим и увлекательным.

Применительно же к нашей теме это означает следующее: Ваши слушатели только тогда будут с интересом следить за Вашим выступлением, когда они будут знать и понимать его «сценарий». Для этого Вы должны выверить и систематизировать все аргументы или же все содержание Вашего доклада. И таким образом Вы сможете составить четкий и разумный план своего выступления.

• Чтобы проверить плотность и полноту составленного Вами плана, устройте ему небольшую проверку: уберите из него один пункт! Если Вы при этом обнаружите, что вся система аргументации разрушилась или же что доказательство перестало быть основательным, то Вы все сделали правильно!

Любопытное название

Если Вы собираетесь читать доклад, то Вам просто необходимо подобрать хороший заголовок для первого важного пункта — это поможет составить удачный «сценарий», ведь даже покупая книгу, Вы прежде всего смотрите на ее название: «Вызывает ли оно у меня любопытство? Интересно ли оно звучит?».

Вот несколько советов, следуя которым Вы сможете найти удачное название для своего доклада.

- Используйте числа: «Пять "смертных грехов" при выступлении на публике — как испортить свой доклад».
- Используйте ходовые пословицы: «Без денег — никуда, человек в долгах».
- Поставьте вопрос: «Развод — что же дальше?».
- Обыграйте название песни, книги или же фильма: «По ту сторону техно — музыка и молодежная культура».
- Вставляйте разговорные слова и выражения: «Как сразить публику одним ударом?».
- Используйте ходовые формулировки типа: «Все о...», «Откуда пошло...?», «Что такое...?» и т.п.

Захватывающее вступление

С помощью удачного вступления Вы, в некотором смысле слова, обретете власть над аудиторией. И, получив ее, заставляйте слушателей постоянно следовать за собой, конечно, при условии того, что Вы не будете грубо «тащить» их за собой, а просто мягко руководить ими. Путь, по которому Вы их поведете, может оказаться слишком тяжелым.

Именно поэтому постарайтесь еще в самом начале заслужить внимание и благосклонность Ваших слушателей и объясните им, каковы Ваши цели.

Вступление должно состоять из следующих пунктов.

- 1 «Стартовый» сигнал.
- 2 Приветствие.
- 3 Представление себя слушателям и упоминание о Вашей компетенции в данной области.
- 4 Информация о цели, содержании и плане Вашего доклада.

- Не забывайте о временных рамках: на каждый пункт Вашего вступления должно приходиться лишь по два, в крайнем случае, по три предложения!

А теперь скажем несколько слов о каждом из четырех пунктов.

1. «Стартовый» сигнал

Возможно, Вы выступаете на ярмарке, где царит шумная атмосфера. Однако и в конференц-зале Вы тоже столкнетесь с задачей завоевать внимание собрав-

шихся, потому как почти все они будут в этот момент болтать, пить кофе или же просто устало сидеть на своих местах.

Пример

Вам самим наверняка не раз приходилось пропускать начало выступления. В то время как Вы обсуждали с соседом его новый мобильный телефон, докладчик поднялся на сцену и выдохнул пару слов в микрофон, кажется, это было что-то вроде «Здравствуйте, ну что ж, пожалуй, я начну», после чего снова скрылся за сценой для того, чтобы принести забытые им листочки. Вы же заметили, что выступление уже давно началось, лишь когда докладчик успел перейти ко второму листу своих записей.

- Пришел момент начать свое выступление. Быстро взойдите на сцену, говорите громко и медленно. И тогда Вас услышат!

Рассмотрим несколько советов для хорошего «старта».

Можно, например, начать со следующего вступления:

- случай, произошедший с Вами недавно и имеющий отношение к теме;
- известная цитата или пословица;
- риторический вопрос;
- анекдот (Но будьте аккуратны! Если Вы никогда не умели рассказывать анекдотов или же если Вы не уверены, подходит ли он к теме, то лучше откажитесь от этой идеи);
- история, сказка, шутка;

- историческое событие;
- небольшое представление (фокус, химическая реакция и т.д.).

2. Приветствие

На торжественных мероприятиях часто случается, что Вам нужно поприветствовать многих лично. Не утомляйте своих слушателей! Если Вам просто необходимо всех назвать, то расскажите небольшую историю или же произнесите пару предложений по этому поводу.

3. Представление себя слушателям и упоминание о своей компетенции в данной области

Громко и четко назовите свое имя, сферу Вашей деятельности и область, за которую Вы несете ответственность. Также упомяните фирму/организацию, представителем которой Вы являетесь. Наконец, расскажите о своей компетентности и, если это необходимо, о Ваших рекомендациях. Публика желает знать, по какому праву Вы высказываетесь на данную тему.

4. Информация о цели, содержании и плане Вашего доклада

Слушатели в ожидании. Они смутно осознают, что Вас нужно внимательно слушать, прямо как примерные ученики! Однако они не уверены, стоит ли, поэтому расскажите им, что Вы им предлагаете. Опишите цель своего выступления и каким путем Вы собираетесь идти, чтобы достигнуть ее.

- Всегда формулируйте вступление! Никогда не надейтесь на то, что всегда сможете сказать «пару слов для начала». Вся суть в том, что первое впечатление решает все! Тот, кто провалил вступление, всегда производит впечатление неподготовленного, некомпетентного, неуверенного человека. И потом в ходе всего выступления ему придется доказывать, что он может и знает гораздо больше, чем кажется на первый взгляд.

Искусство переубеждения

Ну, вот мы и подошли к самой сути Вашего выступления. Здесь Вы должны использовать всю значимую информацию, для того чтобы убедить своих слушателей и подвести их к намеченной цели. При этом есть два пути убеждения.

1. Логика.

2. Эмоциональность.

Приводите необходимые логические аргументы всегда, когда хотите проинформировать или убедить в чем-то своих слушателей. Однако не надо ограничиваться лишь сухими доводами. Вам гораздо легче удастся переубедить публику, если Вы будете более эмоциональны при выступлении.

Что именно Вам нужно будет сделать при составлении основной части Вашего выступления?

1. Приступите к составлению Вашего плана, а в особенности к тем пунктам, которые относятся к его основной части. Сопоставьте их со сказанным в п. «Написание сценария». Вспомните: для того чтобы до-

стигнуть цели своего выступления и найти понимание у слушателей, необходимо приводить свои аргументы по порядку и выводить их один из другого.

2. Составьте таблицу. В правом столбце запишите в логическом порядке всю необходимую информацию и все доводы, которые помогут Вам достигнуть намеченной цели. В левом столбце отметьте забавные происшествия, истории, сравнения и примеры, анекдоты или же случаи из Вашей собственной жизни, — все это сделает Ваше выступление более живым и эмоциональным. Правый столбец представляет собой «голову» и содержит в себе ту информацию, которая должна быть умственно воспринята Вашими слушателями, левый же столбец призван обращаться к сердцам присутствующих, пробуждать в них эмоции, а это, как



известно, играет важную роль в процессе переубеждения.

3. Наконец, сформулируйте по отдельности каждый пункт составленного Вами плана.

Таблица «Доводы разума и доводы сердца»

«Сердце» — эмоциональный уровень	«Голова» — логический уровень
1	
2	
3	
4	
5	
6	
	ЦЕЛЬ

Небольшое упражнение

Вы думаете, что у Вас нет таланта составлять доклады? Тогда выполните следующее упражнение.

Выключите компьютер, отложите в сторону ручку. Теперь представьте себе, что Вы сидите со своим лучшим другом в баре за кружкой пива. Ваш друг хочет знать, о чем Вы будете говорить во время выступления. Расскажите ему об этом. Но не думайте про себя, выскажите Ваши мысли вслух! Запишите все то, что Вы только что сказали. Если Вы чувствуете, что Вашей речи все еще не хватает связности и «чистоты», то можете воспользоваться магнитофоном или диктофоном.

С помощью этого простого упражнения, помогающего Вам высказываться легко, ясно и непринужденно, Вы вскоре добьетесь заметных успехов. Отшлифуйте свой план еще немного и дополните его. Покажите этот набросок своему лучшему другу, партнеру или же коллеге по работе, спросите их мнения.

Убеждаем с легкостью

Каждое выступление призвано убеждать кого-либо, хотя вполне может быть, что один хочет просто проинформировать свою публику, а другой — развлечь ее. Но даже в этих случаях докладчикам приходится иметь дело с убеждением. Стали бы Вы доверять информации, которая не была убедительно подана? Стали бы Вы смеяться над тем, кто показался Вам занудным и пошлым? Теперь Вы видите: каждый, кто выступает на публике, должен постоянно убеждать своих слушателей, т.е. завоевывать их внимание и навязывать им свой взгляд.

Существует несколько техник, которые сильно облегчат Вам задачу убеждения. Об одной из них, помогающей также систематизировать отобранный материал, Вы уже знаете. Кроме нее, есть еще одна, описанная ниже. Если Вы будете правильно следовать нашим советам, то быстро научитесь искусству убеждения.

Рассказывайте своим слушателям лишь о достоинствах и преимуществах

Продавец пылесосов должен расписывать клиентам не технические изыски своих аппаратов, а то, что ковры будут выглядеть после чистки совсем как новые.

Пробудите страх в слушателях

Для того чтобы разбудить в «лихачах» чувство ответственности и опасности, не надо пугать их тем, что, возможно, при следующей их поездке они отправятся на тот свет, — это не возымеет на них никакого действия. Вместо этого просто расскажите им о том, какими несчастными и одинокими станут их дети.

Раскройте секрет

Один докладчик, который считал любые пророчества обычным шарлатанством, объяснил публике следующий феномен:

«Говорят, что Нострадамус мог предвидеть будущее. При этом его последователи и сторонники всегда трактовали то или иное событие так, будто оно соответствовало пророчеству Нострадамуса. Однако при этом им самим почти никогда не удавалось с точностью предсказать будущее».

Проявите понимание

Допустим, Вам нужно рассказать своим слушателям о чем-то неприятном. Сделайте это, но при этом не рубите с плеча! Соглашайтесь с доводами и мнениями присутствующих, покажите, что Вы полностью понимаете их. Вы должны произвести на них следующее впечатление: «Я один из вас. Мы отличаемся друг от друга лишь в одном...».

Сыграйте на угрызениях совести

Чего мы только ни делаем, чтобы успокоить свою совесть. Именно поэтому сборы пожертвований имеют такой успех.

Излагайте свои мысли красиво

Вот два характерных примера: из безработных должны выйти «новые предприниматели», а «сокращение штатов» звучит менее привлекательно, чем «рациональная структура управления предприятием».

Предупреждайте доводы противника

Нет ничего более эффективного, чем предвидеть аргументы противника и вовремя опровергать их.

Хорошая концовка - это все

У каждой истории есть свой конец. Даже у Вашей презентации. Слушатели при этом надеются, что Вы закончите свое выступление так, как полагается. Это как на званом обеде, когда после изысканных блюд подают десерт, чей приятный вкус еще долго потом остается у нас во рту. Завершение Вашего выступления тоже должно обладать таким же свойством и нравиться слушателям. «Да, точно, мы тоже так думаем!» или же «Да, теперь нам все ясно!» — вот такой должна быть реакция после того, как Вы произнесете заключительные слова.

- В заключении, как и во вступлении, важно одно: будьте кратки! Тот, кто уже объявил финал, но при этом продолжает говорить еще в течение получаса, — раздражает слушателей.

Как удачно закончить выступление?

- 1 Начните со следующих слов: «Ну, вот, глубокоуважаемые дамы и господа, я и подошел к концу...».
- 2 Подведите итоги и сделайте краткое обобщение результатов, к которым Вы пришли.
- 3 Упомяните еще раз свою цель/задачу. Если позволяет тема, то обратитесь к собравшимся с эмоциональным призывом.

Текст доклада и вспомогательные карточки

Будем откровенны, публика всегда преклоняется перед теми ораторами, которые говорят без шпаргалок. «Нет, это просто невероятно! И как им только удастся говорить так долго и ни разу не отклониться от темы?» Не расстраивайтесь. Во-первых, такие люди встречаются крайне редко. Во-вторых, люди пришли просто послушать доклад, а не восхищаться их потрясающей памятью. И в-третьих: даже профессионалы всегда работают с листочками или же карточками, но при этом они владеют еще одним искусством: читать свои записи так, чтобы никто этого не заметил.

У заучивания наизусть есть свои недостатки

Возможно, что у Вас честолюбивые планы и Вы хотите выучить текст доклада наизусть. Тогда Вам следует подумать о недостатках такого подхода. Приступайте к заучиванию наизусть лишь тогда, когда ни один из нижеприведенных пунктов не заставит Вас задуматься.

- Речь, выученная наизусть, может показаться Вашим слушателям сухой и натянутой. А в худшем случае Вы будете монотонно произносить предложение за предложением. При этом Вам придется постоянно думать о содержании второго предложения.
- При заучивании наизусть некоторые слова могут оказаться для Вас ловушкой. Например, когда мы хотим обратиться к некоторой теме, мы выстраиваем себе системы ключевых слов. Забудь говорящий хоть одно из них — он ни за что не сможет воспроизвести следующее предложение. Многие ораторы начинают при этом нервничать и сожалеют, что не выписали себе на отдельном листе ключевые слова, такой список помог бы им продолжить.
- Для того чтобы зазубрить доклад, необходимо много времени. Есть ли у Вас это время, или же Вы настолько устаете на работе, что с гораздо большим желанием потратили бы его на отдых? Чтобы выучить что-либо наизусть, необходимо сконцентрироваться и запастись терпением!

- Сможете ли Вы учить текст наизусть дома, не будут ли Вас там отвлекать? Если, допустим, Ваша маленькая дочка радостно прибежит к Вам, чтобы похвастаться нарисованной ею картиной, запретите ли Вы ей входить к Вам в кабинет?

• Существует только две части Вашего выступления, которые хорошо бы было выучить наизусть: вступление и заключение. То, как Вы начнете свою речь, сильно повлияет на то, с каким вниманием будут Вас слушать собравшиеся в течение всего выступления. К заключению тоже надо отнестись с большим уважением, поскольку это как раз та часть Вашего доклада, которая еще раз закрепляет произведенное впечатление. Если же Вы совершите какую-либо ошибку в середине Вашего выступления, то публика легко простит Вам ее.

Зачем нужны листочки или карточки?

Гораздо более разумным решением будет иметь при себе во время выступления текст Вашего доклада или же вспомогательные карточки. Однако это вовсе не значит, что Вы должны постоянно смотреть в них. Наоборот, написанное слово просто помогает Вам чувствовать себя во время выступления более уверенно и свободно. Прежде чем мы займемся изучением составления карточек и листов в отдельности, необходимо подчеркнуть их основные преимущества.

- Чем объемнее Ваша презентация или доклад, тем полезнее будет иметь при себе письменную «поддержку». Тот, кто работает и в выходные, не всег-

да может сосредоточиться с равной силой. В таком случае вспомогательные материалы будут весьма полезны.

- Письменный материал рекомендуется использовать также в тех случаях, когда Вам необходимо разъяснить какой-либо рисунок или диаграмму. Нельзя также «плавать» и там, где речь идет о цифрах и фактах. Таблица, которую неправильно прочли или же объяснили с запинками, кажется слушателям недостоверной. И вместо того чтобы подтвердить на примере данной таблицы сказанное Вами ранее, Вы добьетесь совершенно противоположного эффекта: публика решит, что цифры эти — неточные или даже, хуже того, неверные и что Вы просто пытаетесь обмануть слушателей такими манипуляциями.
- Заметки напоминают Вам не только о том, что Вы должны сказать, но и о тех важных действиях, о которых Вы должны помнить в течение всего Вашего выступления. Например, они могут Вам подсказать, что как раз сейчас, во время представления новой продукции, Вам нужно срочно раздать всем слушателям рекламные экземпляры или же что необходимо погасить свет в зале, поскольку через несколько секунд Вы приступите к показу слайдов. Эти маленькие пометки способствуют плавному течению Вашей речи. Они помогают избегать неловких пауз. Слушатель наверняка подумает: «Великолепно! Все идет как по маслу! Это настоящий профессионал!».

Как должен выглядеть текст Вашей речи?

Как же все-таки выглядит правильно составленный текст речи? Вот несколько советов, которые Вам пригодятся.

- Пишите только на листах формата А4. Оставьте справа поля около трех сантиметров. Слева должен располагаться Ваш текст, а справа — технические и другие вещи, о которых Вам нужно помнить в ходе выступления («режиссерские пометки»).

Пример текста с пометками

.....	выключить свет
.....	слайд А
.....	слайд Б
.....	пауза
.....	включить свет
.....	включить музыку

- Такие пометки особенно необходимы в том случае, когда не Вы отвечаете за технику и реквизиты: поэтому передайте Ваш текст с пометками ответственному лицу, и тогда он будет знать, когда, например, нужно показать новый слайд, а когда запустить на экран фильм.

- В качестве таких пометок Вы можете также использовать хореографические или голосовые знаки, например брать паузу или же просто делать несколько шагов по направлению к публике и т.п. Однако подобные сигналы не должны привести к тому, что язык Вашего тела будет выглядеть «заученным» (см. «Оттачивание мастерства с помощью упражнений»).
- Пишите достаточно крупно. Подумайте о том, что, скорее всего, текст с Вашей речью будет лежать на кафедре. Для того чтобы прочитать что-либо, Вам можно будет лишь слегка наклонить голову. Слишком мелкий шрифт заставит Вас склониться над столом / кафедрой всем корпусом. Во-первых, это будет не очень элегантно выглядеть, а во-вторых, Вы прервете контакт глаз с Вашей публикой. Выберите нужный шрифт, и тогда у Вас не будет проблем.
- Напечатайте текст с двойным интервалом между строками. Здесь та же самая ситуация, что и с размером шрифта: все должно настолько ясно читаться, насколько это возможно. Между абзацами интервал должен быть еще больше. Пусть написанное занимает лишь три четверти листа, в противном же случае Вам придется слишком низко опускать голову при чтении.
- Не разрывайте предложений и мыслей. Это значит, что если Вы начали развивать какую-то мысль на одной из страниц, то должны закончить ее на той же самой странице. Точно так же поступайте и с предложениями: не разбивайте свои высказы-

вания, не переносите их на другую страницу, потому что иначе это приводит к ужасным паузам, возникающим при перелистывании текста.

- Подчеркивайте слова, которые Вы хотите выделить. Текст Вашей речи не просто листочек с буквами. Это нотная запись Вашего сольного выступления. Подчеркните пунктиром те места, в которых бы Вы хотели сделать паузу. Однако знайте меру, не злоупотребляйте пометками и подчеркиванием, иначе Вам потом будет сложно разобраться в своих записях.
- Пронумеруйте свой текст. Благодаря этому уже Вы не станете паниковать, если вдруг по дороге к сцене листы с текстом выпадут из Ваших рук.
- Не скрепляйте листы сбоку и не вставляйте их в скоросшиватель, потому как листы тогда будут стянуты посередине. В противном случае Вам придется вручную в течение всего доклада постоянно разделять страницы, чтобы их можно было прочесть. И из-за этого Вы не сможете жестиковать. Кроме того, Ваша вечная борьба со скоросшивателем станет причиной постоянного шелеста. Будет гораздо лучше, если Вы вообще не будете скреплять страницы. Тогда прочитанные страницы можно будет просто откладывать в сторону, не перелистывая их.

Как работать с текстом речи?

Тот, кто работает с такими текстами, склонен постоянно считывать с них. Если же выступающий к тому же

страдает боязнью сцены, то он начинает хвататься за свои листочки, как не умеющий плавать за спасательный круг. Однако Вам нечего бояться: Ваш текст никуда не убежит, и Вы не пропадете. Просто спокойно заглядывайте в него и читайте. При этом Вы должны обратить внимание на следующий момент: читать надо так, чтобы это было абсолютно не заметно. Как же это сделать?

- Тщательно отрепетируйте свое выступление. Громко прочитайте свой доклад несколько раз. Чем больше времени Вы посвятите подготовке, тем лучше Вы ознакомитесь с содержанием текста и тем свободнее Вы будете чувствовать себя потом при выступлении. Это позволит Вам знать, что следует за тем или иным предложением или разделом, и выступить с большим достоинством.
- Учитесь у телевизионных дикторов. Они всегда читают, но при этом зрителя никогда не покидает ощущение, что с ним просто разговаривают. Весь секрет заключается в том, что они только «начинают» читать предложение, запоминая его конец, и, таким образом, проговаривают оставшуюся часть, смотря в глаза зрителям или же в телекамеру. Кроме того, при смене темы они делают более долгие паузы, во время которых смотрят в камеру (например, при произнесении фразы «А теперь о погоде»). Попробуйте использовать эти приемы при чтении своего доклада.
- Обычно текст кладут на кафедру. Если же таковой не имеется, то это, конечно, не очень приятно. В этом случае Вам очень поможет первый совет:

чем лучше Вы знаете текст, тем легче Вам будет выступать и просто свободно держать его в руке. Не рекомендуется также слишком часто заглядывать в текст, так как для этого Вам придется постоянно поднимать руку, и это будет слишком заметно.

Карточки гораздо предпочтительней текста

Если Вы не хотите учить текст своего доклада наизусть, то карточки, несомненно, будут самым верным решением. Вы держите в руке маленькие карточки, о которых вспоминаете лишь тогда, когда подходите к самым важным моментам Вашего выступления. И поэтому Ваши руки всегда остаются свободными для выразительных жестов. Такой знаменитый оратор, как Йорг Пилава, — настоящий знаток в этой области — говорил: «Вы можете легко и свободно говорить, но при этом, как только речь заходит о фактах, датах и цифрах, Вы смело можете довериться ключевому слову и быстро бросить взгляд в нужную карточку».

Как составить карточки?

Ключевые слова

По правилам карточки содержат в себе только ключевые слова или же иногда пару предложений. Но только не записывайте на них весь свой доклад целиком, иначе Вам придется выступать с огромным

чемоданом карточек. Искусство заключается в том, чтобы составить правильный и четкий «словесный каркас», на основе которого Вы потом сможете заново выстроить доклад. Вот несколько советов по тому, как правильно составить такие карточки.

Составляем карточки с помощью правильного членения текста

- 1 Просмотрите свой план со всеми его подпунктами еще раз. Запишите на карточках основные вопросы и слова. Сложите их в стопку и отложите в сторону.
- 2 Громко прочтите свой доклад. Не «застреваете» ли Вы где-нибудь? В каких местах текста Вам могла бы понадобиться еще одна карточка? Там, где Вы рассказываете анекдот? А может, там, где Вы объясняете таблицу? Составьте такую карточку и добавьте ее к остальным.

Составляем карточки с помощью текста Вашего доклада

- 1 Прочитайте, не торопясь, Ваш текст и проведите под каждым смысловым отрезком жирную черту. Затем подчеркните в этом выделенном куске самые важные слова и предложения.
- 2 Отметьте эти «сигнальные» слова и предложения на карточках.
- 3 Громко прочтите свой доклад. Если необходимо, то составьте еще несколько карточек.

Как нужно определять ключевые слова и предложения?

Возможно, Вы спрашиваете себя, какими же все-таки должны быть Ваши записи вообще и в частности? У каждого есть своя методика. Мы же Вам предлагаем три из них. Опробуйте их на практике и решите, какая из них подходит Вам больше всего.

Метод ключевых слов

Вы записываете только главные слова. Недостаток этого метода заключается в том, что Вы потом можете и не вспомнить контекст, в котором находилось данное слово.

Метод ключевых предложений

В этом случае Вы записываете все главные предложения смыслового отрезка целиком. Преимущество — Вы не сможете отклониться от темы. Однако Вы будете вынуждены дольше смотреть в карточку.

Комбинация методов ключевых слов и ключевых предложений

Пожалуй, комбинация этих двух методов — самое разумное решение. Например, Вы можете отметить начало смыслового отрезка ключевым предложением, а затем уже продолжать с помощью ключевых слов. Тогда Ваши переходы будут плавными, и если Вы вдруг почувствуете, что отклоняетесь от темы, то всегда сможете прибегнуть к помощи ключевых слов.

Как должны выглядеть вспомогательные карточки?

Здесь тоже все зависит от Ваших личных предпочтений. Не важно, выберете ли Вы квадратные или прямоугольные карточки, желтые или же красные, главное — это чтобы Вам было удобно с ними работать. Следует лишь придерживаться нескольких правил.

- Пронумеруйте все карточки, на случай если до выступления или во время его Вы их уроните.
- Ваши предложения и слова должны быть настолько конкретны, насколько это возможно. Если Вы боитесь сцены и вдруг «застрянете» посреди выступления, то слово «метод» не скажет Вам ничего, а вот фраза «методы обработки волокнистых растений» поможет Вам быстро выйти из неловкой ситуации.
- Обратите также внимание на разборчивость Вашего почерка. Вы не должны держать карточки прямо под носом.

Как нужно работать со вспомогательными карточками?

- Главный принцип при работе с карточками остается тем же, что и при составлении текста доклада: чем лучше Вы знаете ключевые слова, тем увереннее будете чувствовать себя во время выступления.

- Пронумеруйте все свои карточки.
- Свободно держите карточки в руке. Не играйте с ними. Вы можете занервничать или, что еще хуже, просто выронить их.
- Учитесь у телевизионных дикторов и ведущих. Они бросают быстрый взгляд в карточки и потом, продолжая при этом говорить, сразу же смотрят на зрителя.
- Подольше задержать свой взгляд на карточке разрешается лишь в случае цитат, коротких анекдотов, комментирования таблиц или же пояснительных картинок, ведь, в конце концов, Вы должны быть точны в своих объяснениях. Однако успех цитат и шуток зависит от того, насколько легко Вы используете их в своей речи. При этом важно не уклониться от темы и уметь быстро продолжить свой доклад.
- Отложите в сторону те карточки, которые Вам больше не понадобятся. Если вдруг во время второй части Вашего выступления карточки упадут на пол, то Вам придется снова разложить по порядку лишь те из них, которые Вам все еще необходимы.

Оттачивание мастерства с помощью упражнений

Зачем нужны упражнения?

На это есть один простой ответ: потому что иначе Ваше выступление превратится в репетицию. Публика с удовольствием посмеется над таким докладчиком. Однако если Вы составили четкий план выступления, подготовили технические эффекты, рассказали пару подходящих анекдотов и вдруг обнаруживаете, что листы с текстом расположены не по порядку и лежат обратной стороной, Ваш ассистент запустил не тот слайд, а от волнения у Вас вдруг все вылетело из головы, то слушатели просто пожалеют Вас.

Поэтому Вы должны не только:

- подготовиться к выступлению;
- выучить его план;
- позаботиться о средствах мультимедиа,

но также и овладеть несколькими техниками, которые сделают Ваше выступление более уверенным. Любое впечатляющее выступление основывается на гармоничной комбинации:

- слов;
- языка тела;
- Вашей уверенности.

Ниже представлено несколько техник, которые помогут Вам выступить и подать себя наилучшим образом. Одно несомненно: то, чем Вы должны поделиться

с публикой, будет принято ею благосклонно в том случае, если Вы сами ей понравитесь.

Насколько важны эти страницы для Вашего сценария, покажет приведенный ниже «ужастик». Если после его прочтения Вы почувствуете страх сцены — не отчаивайтесь! На с. 60 Вы узнаете, как от него избавиться.

Пример: Каким не должно быть Ваше выступление?

Двадцать руководителей одного большого концерна с нетерпением смотрят на подиум. И, в то время как организатор торжественно объявлял о следующем докладчике, г-не Мюллере, к кафедре медленно поплелся какой-то сгорбленный человечек. Очевидно, это и был г-н Мюллер. Его взгляд, устремленный в текст своего доклада, ясно говорил о том, что это не его ампула. Он держал листы с речью так, как будто это была дубина. С подгибающимися и дрожащими коленями он ждал, пока организатор закончит объявление.

И как только это произошло, г-н Мюллер поднялся на сцену и постучал в микрофон, отчего у слушателей зазвенело в ушах. Как только он приступил к приветствию, с задних рядов раздался крик: «Громче! Нам здесь ничего не слышно!». Но вместо того чтобы говорить громче, г-н Мюллер сосредоточился на гладком чтении текста своего доклада.

За все время своего выступления он только два раза взглянул на публику, да и то украдкой. Он скрестил на груди руки, чтобы они не дрожали так сильно, и высвобождал их только тогда, когда нужно было перевернуть страницу текста. Не дойдя еще и до половины второго листа, он успел уже неоднократно сбиться. Из-за этого происходили неловкие паузы. Кроме того, он постоянно откашливался...

Можете себе представить, насколько успешным было выступление г-на Мюллера. Вы хотите, чтобы с Вами было по-другому? Тогда обратимся к первому и самому важному пункту данной главы: языку Вашего тела.

Учимся правильно использовать язык своего тела

Содержание Вашей речи может быть сколь угодно важным и блестяще сформулированным, но если при этом Ваша мимика, жесты, осанка, а также Ваша одежда говорят совершенно о другом, то слушатели будут просто сбиты с толку. Растрепанные волосы докладчика, его бурная жестикуляция или же расстегнутая ширинка настолько отвлекают нас, что мы едва можем уследить за его рассуждениями.



Язык тела не должен приводить публику или же слушателей в замешательство. Умейте правильно подчеркнуть сказанное и выразить свое уважение к публике.

- Уясните себе раз и навсегда: именно в самые первые секунды Вашего выступления публика решает, симпатичны ли Вы ей, компетентны ли в данной области или же нет. При этом важно не что Вы скажете, а как. Помните: первое впечатление исправить очень сложно. ●

Если Вы будете следовать приведенным ниже советам и правильно пользоваться языком своего тела, то успех у публики Вам гарантирован.

Как правильно держать осанку?

- Ваша осанка имеет много общего с Вашим внутренним настроением. Как стоит искренний, открытый и уверенный в себе человек? Естественно, прямо. Возможно, Вы горбитесь, потому как в детстве были очень высокого роста. Тогда представьте себе, что к Вашей голове привязана ниточка, которая ведет к потолку и таким образом выпрямляет Ваш корпус. К тому же Вам придется прогнуться, выставить вперед грудь и поднять подбородок.
- Поставьте ноги на ширине плеч и не напрягайте их. Не скручивайте их, как балерина, но и неставляйте слишком широко, как герой вестернов. Вы же не собираетесь стрелять в своих слушателей.

- Не раскачивайте корпус и не вертите им. Многие докладчики выглядят так, как будто крутят хула-хуп. Однако стоять, как столб, тоже не следует.

Что делать с руками?

- Приведите руки в какую-нибудь удобную для Вас исходную позицию, в которую Вы сможете вернуться после какого-либо жеста. Руки вытянуты, кисти свободно лежат друг на друге. Но только не складывайте их как при молитве!
- Если Вам сложно держать руки свободными, то просто положите их по бокам трибуны — так делают многие ораторы. Взгляните в зеркало и посмотрите, какое Вы производите впечатление. Вы не должны выглядеть напряженно или угрожающе. Если же Вы будете выступать не с трибуны, то просто возьмите в руку карточки или же текст с Вашей речью.
- Не закладывайте руки за спину! Вы будете выглядеть застенчивым, и при этом создастся впечатление, будто Вы хотите что-то спрятать.

Как быть со взглядом?

- Смотрите прямо в зал. Но не как театральный актер, взгляд которого устремлен в одну точку. Напротив, смотрите на отдельных зрителей в зале, при этом не только на тех, которые сидят в первом ряду.
- Если же Вам нужно что-то прочесть, то не забывайте при этом постоянно выглядывать из-за своего листочка.

На что нужно обратить внимание при жестикуляции?

- Одни и те же жесты выглядят скучно, однообразно и утомительно.
- Просмотрите свой текст. В нем Вы находите слова и фразы, к которым можно добавить жестикуляцию. Например: при перечислении можно загибать / разгибать пальцы «во-первых, во-вторых, в-третьих...», можно развести руки в стороны, если речь идет о чем-то большом, огромном и т.д.
- Опробуйте эти жесты. Свободно ли Вы себя при этом чувствуете? Ваши ли это жесты? Или же Вам кажется, что другие выглядели бы естественнее?
- Попробуйте использовать разные жесты, но не заучивайте их. Будет гораздо лучше, если Вы будете действовать спонтанно, а не как выдрессированная собака.

• **Ваша одежда и аксессуары важны ничуть не меньше) И здесь действует одно правило как для мужчин, так и для женщин: ничто не должно отвлекать слушателей от Вашей речи! Консервативность в этом случае гораздо уместнее экстравагантности. Скромные, приглушенные цвета гораздо предпочтительнее, чем яркие и кричащие. Не надевайте звенящих цепочек и браслетов!**

Как найти нужные слова?

Здесь мы не будем подробно рассматривать все риторические хитрости и уловки. Однако тут Вы найдете пару простых приемов, с помощью которых Вы отпо-

лируете свою речь до блеска. И если Вы будете их правильно применять, то сможете говорить:

- точно;
- понятно;
- с выражением.

Как научиться говорить с выражением?

- Работайте по возможности с глаголами («словами-действиями»). Фраза «Мы должны положить конец бракованной продукции» звучит неуклюже, гораздо лучше будет сказать так: «Мы должны наконец прекратить производить бракованную продукцию!».



- Преувеличивайте: «Упомянутый сотрудник был настолько усердным, что не болтал со своими коллегами даже во время обеденного перерыва».
- Делайте паузы. Если, например, Вы только что представили своим коллегам впечатляющий результат исследования, то прервитесь ненадолго, чтобы добиться нужного эффекта.
- Используйте аллитерации, т.е. следующие друг за другом слова, начинающиеся с одного и того же звука: «Мыло от моли, жир с живота...».
- Вставляйте в свою речь метафоры (слова, которые приобретают новое значение в данном контексте): «Ну, вот мы и вышли в открытое море рыночных отношений. И поэтому нам нужен опытный штурман, чтобы не утонуть в нем».
- Задавайте риторические вопросы. Ваши слушатели будут мысленно отвечать на них (и при этом именно так, как нужно Вам). Например: «Правильно ли мы понимаем социальную ответственность, если количество акционеров важнее для нас, чем люди с постоянным заработком?» или «Действительно ли ощущение того, что мы слишком рано сдались, возникает у нас так редко?».
- Не говорите «я», используйте обращение «мы». Например: «Теперь перейдем к следующему примеру».
- Повторяйте ключевые слова и важные для Вас высказывания: «Я это уже говорил, но повторю еще раз, уважаемые дамы и господа...».

- Для подтверждения своих слов включайте также цитаты, при этом повторяйте их еще раз, чтобы слушатели смогли осмыслить сказанное. Однако не злоупотребляйте ими.

Как выражаться более точно?

- Отрепетируйте свою речь от начала до конца и запишите себя на пленку. Прослушайте ее. Часто ли Вы говорите «э-э-э...», откашливаетесь, произносите ничего не значащие фразы вроде «Вот, значит так... ну, что ж, продолжим...»? Не путаете ли Вы слова, не повторяетесь ли? Проанализируйте все свои ошибки и продолжайте репетировать речь до тех пор, пока не достигнете положительного результата.
- При тренировке учитывайте также те средства мультимедиа, которыми Вы будете пользоваться при выступлении. Очень часто о них просто забывают, думая при этом, что «и так все получится». Было бы прекрасно, если бы Вы могли потренироваться в том помещении, в котором будете выступать. Там Вы смогли бы провести «генеральную репетицию».
- Засеките время и попробуйте уложиться в него. Такие тренировки необходимы для того, чтобы потом не попасть в неловкую ситуацию, когда организатор мероприятия будет настойчиво показывать Вам на часы.
- Попросите своих друзей, коллег по работе или деловых партнеров послушать Вашу речь и высказать свое мнение. Спросите их совета.

Как говорить понятно?

- Откажитесь от сложных терминов. Это, конечно же, не означает, что на всемирном конгрессе врачей, например, не нужно употреблять латинских терминов для описания болезней. Однако когда речь заходит не о Вашей профессиональной области, лучше все-таки говорить на нормальном, общепонятном языке.
- Обратите внимание на громкость. В больших помещениях нужно повышать голос или прибегать к помощи микрофона, в маленьких же можно говорить со средней громкостью.
- Говорите четко, не глотайте окончания. Даже если Вы говорите на диалекте, все равно Ваша речь должна быть понятна слушателям.
- О чем бы ни шла речь, не стройте длинных и сложных предложений. Короткие фразы воспринимаются гораздо легче.

Юмор в Вашей речи

Не так-то просто рассказать какой-либо анекдот с юмором. Есть люди, которые вообще не умеют их рассказывать. Юмор — это тоже в некотором роде искусство, врожденный дар и Ваша индивидуальность. При этом самая главная составляющая юмора — умение смеяться над самим собой. Докладчик, который не относится к себе слишком строго, производит на нас впечатление приятного и уверенного в себе человека. Даже если публика держится с этим выступающим настороженно, все равно его тонкий

юмор, заставляющий слушателей улыбнуться, никогда не останется незамеченным. Юмор прежде всего необходим для того, чтобы

- снять напряжение;
- улаживать кажущиеся неразрешимыми конфликты;
- акцентировать какое-либо высказывание;
- завоевать благосклонность публики;
- придать большую выразительность своим мыслям, лозунгам и призывам.

Итак, как же все-таки наполнить свое выступление юмором? Возможно, Вы твердо уверены в том, что совершенно не принадлежите к числу остроумных людей? Или же Вы из тех, кто рассказывает анекдоты и сам же над ними смеется? Не беда! Остроумие выражается во все не в том, чтобы заставлять публику корчиться от смеха. Такое поведение при выступлении скорее даже нежелательно, Вы же не клоун. Все, что от Вас требуется, — это вызвать легкую улыбку или ухмылку на губах Ваших слушателей. А это не представляет собой никакой сложности даже для самого серьезного человека.

Вот несколько искусных приемов.

- Приведите остроумную цитату.

В книжных магазинах всегда можно найти сборники подобных цитат и забавных изречений известных людей. Например, высказывание Вуди Алена: «В жизни есть две вещи, которые человек переживает лишь единожды. Смерть и оргазм». (Это только пример, не вздумайте использовать эту цитату!)

- Перескажите какой-нибудь смешной эпизод из фильма, подходящий к Вашей теме.

Пример

Вы считаете, что женщины сами выбрали себе идеал красоты, требующий от них стольких жертв. Прежде чем перейти к рассмотрению этой проблемы, перескажите своей публике одну забавную сцену из знаменитого фильма «Тутси». Дастин Хофманн играет в этом фильме актера, которому всегда не везет. И на каждом пробах он всегда слышит одно: «Спасибо, достаточно. Вы можете идти». В один прекрасный день он узнает, что некий продюсер ищет актрису на главную роль в новом телевизионном сериале про врачей. Наш актер приходит на пробы в женском платье, выступает перед отборочным жюри и получает роль. На следующий же день он обходит все бутики и косметические салоны с целью приобрести себе женскую одежду, белье и косметику. Вечером, возвращаясь устало домой, он встречает друга и говорит ему: «Хотелось бы мне знать, как это женщинам удастся всегда оставаться красивыми и при этом не умереть с голоду?».

- Рассказывайте смешные истории. Их можно часто найти в воскресных выпусках газет или в письмах читателей.

Пример

Допустим, что Ваше выступление посвящено фирмам, оказывающим своим клиентам необычные услуги. Например, Вы рассказываете об одном агентстве, которое звонит владельцам мобильных телефонов. Цель этих звонков — создать впечатление, будто их абонент весьма занятой человек. На эту тему можно рассказать одну забавную историю, напечатанную в одном из номеров *Suddeutsche Zeitung*: «Однажды у г-на Н. пропал телефон. В его поисках он

перевернул всю квартиру, но тот просто бесследно исчез. И вдруг ему в голову пришла замечательная идея. Он подошел к домашнему телефону и набрал номер своего мобильного. Раздался звонок. Г-н Н. пошел на звук в соседнюю комнату, и там к своему неописуемому ужасу обнаружил, что столь знакомые уху трели доносятся прямо из его собаки. Домашний любимец просто-напросто слопал его телефон. Если же с Вами вдруг произойдет нечто подобное, то Вы сможете не только производить на окружающих вид делового человека, но также с каждым звонком знать, где в данный момент находится Ваша собака».

- Вспомните какие-нибудь забавные тексты, с которыми Вы сталкивались в рабочее время. Служебные кабинеты просто Клондайк для подобных находок. В них сотрудники очень часто прикрепляют на стену забавные изречения своих коллег. Вы можете даже заглянуть в дамскую и мужскую уборные, там можно нередко натолкнуться на выдающиеся образцы живописи и поэзии. (Однако старайтесь избегать при выступлении различных непристойностей и сальностей!) Различные таблички и надписи на дверях тоже могут оказаться полезными при Вашей импровизации.
- Используйте рекламные тексты и «подгоняйте» их под Вашу тему. Всегда можно найти рекламные объявления или изречения, которые знакомы каждому.

Пример

В Германии широко известен следующий слоган из рекламы пива: «Nicht immer, aber immer ofter» («Не всегда, но все чаще»). Допустим, что Вы говорите о необходимости сроч-

ного проведения реформ в кадровой политике предприятия, в таком случае выше-приведенное изречение может быть использовано Вами в следующем виде: «Наши служащие много работают. Не всегда, но все чаще».

- Отыщите какой-нибудь кричащий и необычный лозунг. Вот увидите, он возьмет необходимое действие!

Никакого страха перед сценой!

Страх перед выходом на сцену испытывают почти все. Может, данный факт хоть немного Вас успокоит? Если Вы не принадлежите к тем редким индивидуумам, которым подобное чувство доставляет лишь удовольствие, то здесь написано как раз для Вас. Вы умираете от страха, у Вас холодеют руки и потеют ладони, голос дрожит, и больше всего на свете Вы боитесь сейчас двух вещей:

- провалить все дело;
- осрамиться перед публикой.

Подобные симптомы проявляются не только у Вас. С Вами все в полном порядке. Это как в том анекдоте про человека, мочащегося в постель, пришедшего к психоаналитику. Через несколько посещений аналитик спросил его: «Ну и как идут Ваши дела?», на что тот ответил: «Превосходно! Со мной это все еще происходит, однако теперь меня это совершенно не беспокоит». Точно так же Вы должны относиться и к своей боязни сцены. Подобное напряжение даже необходимо для того, чтобы отнестись к выступлению со всей серьезностью. Если бы Вы ничего подобного не испытыва-

ли, то это означало бы, что Вы очень самоуверенный человек. А тот, кто слишком сильно в себе уверен, как известно, совершает ошибки.

Приведем несколько советов, как побороть в себе боязнь сцены.

Есть несколько простых приемов, которые помогут Вам преодолеть Вашу боязнь.

- Хорошо подготовьте свою речь. Такая подготовка частично избавит Вас от страха перед какими-нибудь непредвиденными катастрофами.
- Позаботьтесь обо всем заранее. Как-то: за день до мероприятия осмотрите комнату, в которой Вам предстоит выступать. Протестируйте звук и громкость аппаратуры. Выясните техническое оснащение. И, самое главное, в назначенный день выйдите из дома заранее.
- Чем больше Ваше волнение перед предстоящим выступлением, тем четче Вы должны сформулировать свой доклад. Вместо ключевых слов используйте целые законченные предложения — при



этом, естественно, старайтесь не читать их постоянно. Знание того, что в случае какой-либо заминки Вы всегда сможете подглядеть в текст, будет успокаивать Вас.

- Сделайте расслабляющие упражнения на дыхание. Их преимущество еще и в том, что Вы сможете прибегнуть к ним непосредственно перед выступлением, и при этом никто ничего не заметит. Вот одна из техник: сделайте медленный вдох, считая про себя до трех. Потом ненадолго задержите дыхание и выдохните. Вот увидите, насколько свободней и расслабленней Вы себя почувствуете.
- Мысленно слетайте на Луну. Это упражнение поможет Вам не воспринимать все так близко к сердцу. Закройте глаза. Попробуйте посмотреть на себя со стороны. Посмотрите, как Вы сидите в кресле (или там, где Вы сейчас дрожите от страха). Представьте себе, что Вы умеете летать и теперь смотрите на себя с высоты птичьего полета. Вы летите все выше, теперь Вы видите здание, в котором Вы сейчас находитесь, затем город, страну, континент и, наконец, Землю. Какая же она все-таки маленькая! Как все незначительно и мелко. Теперь медленно откройте глаза. Глубоко вздохните.
- Представьте себе то, что будете делать после выступления: Вы уберете текст с докладом в папку. Купите себе в буфете пару восхитительных пирожных с кофе. Один из слушателей подойдет

к Вам, чтобы обсудить Ваше интересное выступление...

- И, под конец, еще один утешительный факт: если Вы полагаете, что страх написан у Вас на лице, то ошибаетесь. Как показывает опыт, слушатели, как правило, абсолютно не замечают Ваших страданий.

Как лучше передать смысл сказанного?

Визуализации - в чем они заключаются?

Обращали ли Вы внимание на то, что сегодня даже самые незначительные и банальные вещи отображаются с помощью пленки и диаграмм? И потом, к великому сожалению слушателей, докладчики либо читают все дословно, либо вообще ничего не объясняют. Многие считают, что использование при выступлении слайдов, графиков или других средств мультимедиа говорит о высоком профессионализме докладчика. Однако в действительности мы скорее отвлекаем таким образом внимание публики от скудного содержания нашего доклада или же от плохо подготовленной речи.

Убедитесь в том, что визуализация поможет:

- облегчить понимание сложного содержания Вашей речи;
- подчеркнуть наиболее важные высказывания;
- сократить объяснения;
- зафиксировать в памяти Ваших слушателей некоторые утверждения;
- показать связь.

- Не думайте, что Вам необходимо во что бы то ни стало использовать при выступлении какие-либо визуальные вспомогательные материалы. Если Вы чувствуете, что данный график или таблица «притянуты за уши», откажитесь от этой идеи. Это только пойдет на пользу Вашему выступлению.

Как эффектно оформить наглядные материалы?

Естественно, при использовании визуальных вспомогательных материалов важно не только то, чтобы они были выразительными и отвечали вышеприведенным критериям. Ошибки можно допустить и при оформлении. Однако Вы сможете избежать их, если внимательно проработаете данную контрольную таблицу. В ней содержатся основные пункты внешнего и внутреннего оформления визуализаций.



«Для меня это слишком сложно. Совершенно ничего не понимаю. Хотя, впрочем, я никогда не понимал женщин.»

Контрольная таблица: Визуализации - внутреннее и внешнее оформление

Применительно к тексту доклада	
● Надписи (см. ниже), краткие тезисы, подписи под таблицами, графиками и т.п. _____	☐
● Короткие предложения (максимум — семь слов), тезисы _____	☐
● Каждая отдельная информация в отдельном предложении _____	☐
● Простые, общепонятные выражения _____	☐
● Не больше семи смысловых аспектов за одну визуализацию _____	☐
● Обратите внимание на орфографию! _____	☐
Надписи	
● Ясное название обозначаемого _____	☐
● Краткость и выразительность (по возможности надписи должны выглядеть как заголовки) _____	☐
Цвета	
● Не больше трех цветов на одну визуализацию (в добавление к черному и белому) _____	☐
● Остерегайтесь светлых цветов! (они плохо видны издали) _____	☐
● Основной шрифт черный или темно-синий _____	☐

Окончание таблицы

● То, что различается, — разными цветами, то, что аналогично, — одним _____	☐
● Единая цветовая гамма (не нужно делать для каждой пленки свою цветовую гамму) _____	☐
Шрифт	
● Достаточно крупный (такой, чтобы его можно было прочесть даже с самого последнего ряда, учитывая при этом расстояние между публикой и сценой) _____	☐
● Используйте только один вид шрифта, при рукописном написании обратите внимание на читаемость _____	☐
● Простой печатный шрифт вместо экзотических и витиеватых шрифтов _____	☐
● Используйте прописные и строчные буквы, а не только прописные _____	☐
Дизайн	
● Единый для всех визуализаций (если есть какие-то особые требования к оформлению, например, только в Вашей фирме, то Вы должны их учитывать) _____	☐
● Размещайте наиболее важные высказывания посередине слайдов _____	☐
● Используйте общеизвестные символы и знаки (неизвестные же Вам придется предварительно разъяснить слушателям, что займет некоторое время) _____	☐
● Ясность, придерживайтесь принципа «чем меньше, тем лучше» _____	☐

Графические наглядные пособия, таблицы и рисунки

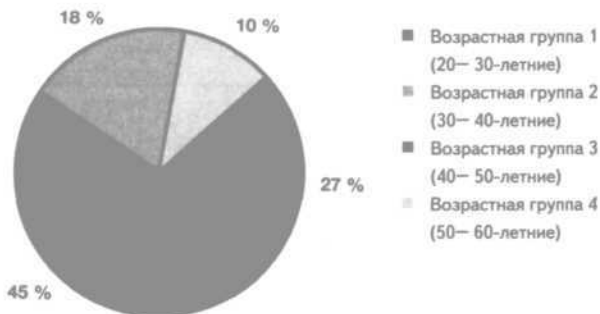
Имеются различные способы графического выражения информации и мыслей. Какой из них следует выбрать, зависит от типа Вашей информации. Как показывает опыт, большинство докладчиков работают с диаграммами, таблицами и картинками, карикатурами, чертежами или же они просто комбинируют различные способы.

Графики и диаграммы

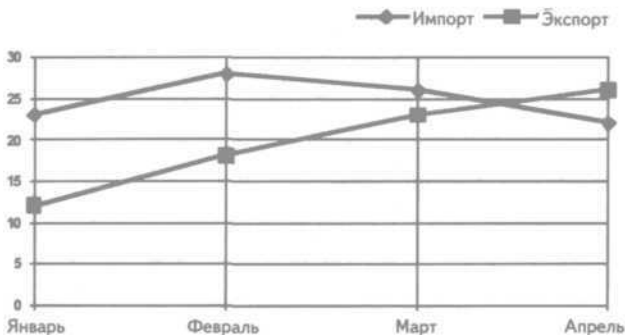
Если Вы хотите произвести подсчет или же наглядно показать организационную структуру, то воспользуйтесь диаграммой. Ниже Вы найдете наиболее употребительные типы диаграмм и узнаете, в каких случаях их применять.

Обзор диаграмм

Диаграмма	Возможное содержание
Гистограмма (столбчатая)	Сравнение (например, количество производимой продукции, в первом случае при помощи новых станков, а во втором — без)
Линейная	Изменения / развитие в течение какого-то определенного отрезка времени (например, статистика заболеваемости, курс акций и т.д.)
Круговая	Процентное соотношение (например, Ваших личных расходов: 10 % на продукты, 25 % на одежду и т.д.)
Организа- ционная	Организационная структура, иерархические уровни (например, какой-то крупный концерн и его отделения, иерархические уровни в какой-то определенной фирме и т.д.)



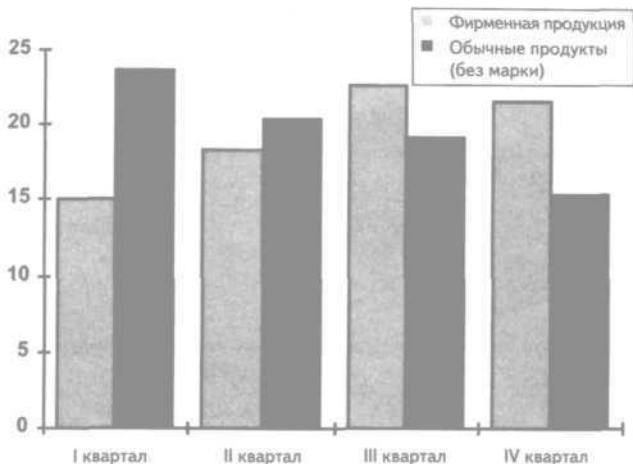
Круговую диаграмму удобно использовать при представлении процентного соотношения.



Линейная диаграмма отлично подходит для изображения каких-либо изменений

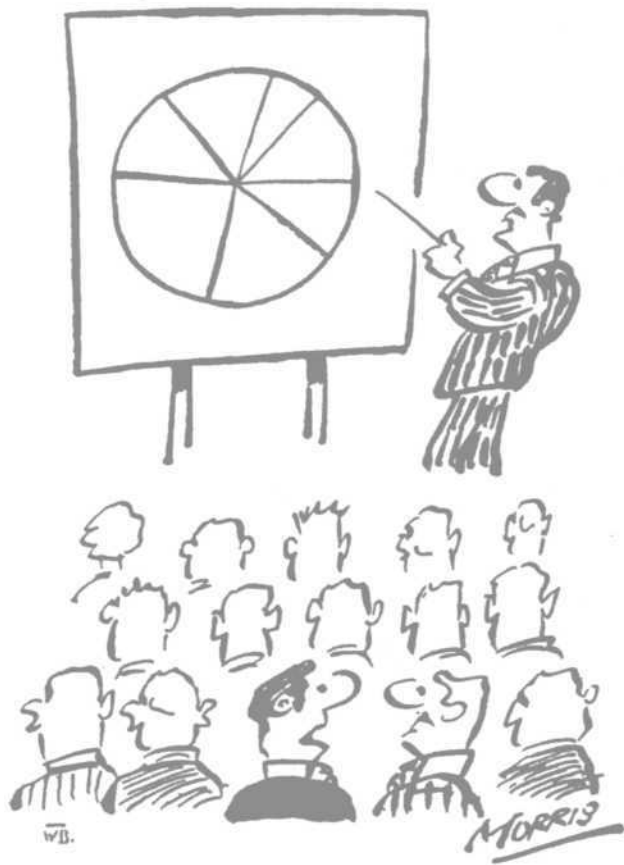
На что нужно обратить внимание при построении диаграмм?

- Откажитесь по возможности от трехмерного представления (например, используйте столбчатые диаграммы вместо колончатых). Двумерные графики гораздо более наглядны.



Столбчатые и колончатые диаграммы сразу предоставляют необходимую информацию

- Тщательно все проверьте. Очень часто случается так, что соотношение цифр и их графических представлений не верно. Внимательный слушатель обязательно будет задавать Вам неприятные вопросы, отвечая на которые Вы отклонитесь от темы и заставите публику усомниться в Вашей компетенции.
- Используйте только округленные числа.
- Не перегружайте диаграммы. В случае линейной и столбчатой диаграмм используйте по возможности не более двух критериев, особенно если речь идет о больших цифрах.
- Обратите внимание на все вышеприведенные правила для шрифта, цвета и объема текста!



«А я и не знал, что мы производим пиццу.»

Таблицы

Используйте таблицы в том случае, когда необходимо представить цифры в каком-либо линейном порядке и таким образом показать процесс развития или же изменения.

**Пример: Количество булочек, хлеба, тортов,
тыс. шт.**

Год	Булочки	Хлеб	Торты
1995	4	2	1
1996	5	3	1
1997	3	4	2
1998	3	2	1

На что нужно обратить внимание при составлении таблиц?

- Ограничьтесь небольшим количеством строк и столбцов (от трех до пяти). Так Вашим зрителям будет гораздо легче воспринять информацию.
- Добавьте пояснения к цифрам и сокращениям.
- При разметке таблиц обратите внимание на толщину линий. Слишком тонкие будут плохо видны издали.

Картинки

Картинки — это могут быть фотографии, чертежи, карикатуры — используются прежде всего для того,

чтобы пробудить в зрителях эмоции или заставить их задуматься. Картинки оживляют Ваше выступление и делают его более интересным. Кроме того, картинки повышают восприимчивость и внимание слушателей.

Пример

Одна докладчица говорит об экономической помощи развивающимся странам. Она важно рассказывает о проекте, которым занимается совместно с командой из Ганы. Перед ней стоит особая задача: ей нужно собрать средства на строительство больницы. В конце своего выступления докладчица показывает эскиз запланированной стройки и описывает с помощью фотографий, на которых изображены больные, недостаток медицинского обслуживания населения. Картинки словно говорят сами за себя: «Помогите нам выздороветь!».

На что нужно обратить внимание при демонстрации картинок?

- Используйте их в разумных количествах. Они не должны слишком сильно отвлекать внимание слушателей.
- Не злоупотребляйте картинками, не используйте их для того, чтобы растянуть свое выступление.
- Выбирайте простые картинки или символы. Зрители должны понять и разобраться в них в течение нескольких секунд.
- Обратите внимание на качество. Контур и цвет изображений должны быть хорошо различимы.

Рассмотрение моделей и продуктов

При проведении презентаций новой продукции с целью ее дальнейшей продажи важно прежде всего следующее: наличие образцов, которые можно потрогать, попробовать или понюхать. Гораздо легче увлечь или склонить к чему-либо покупателя или же просто своего слушателя, если воздействовать непосредственно на его чувственное восприятие.

Пример

Данный трюк очень выгодно использовать при торговле «на ходу» или же при демонстрации продукции. Прежде чем купить электроодеяло, наша бабушка возьмет его в руки и убедится, что она больше не мерзнет.

Распространяемые при чтении доклада образцы продукции тоже значительно повышают Ваш успех. Они являются отличным наглядным пособием, подчеркивают сказанное Вами или же просто оказывают расслабляющее действие на слушателей.

На что нужно обратить внимание при демонстрации моделей и самой продукции?

- В данном случае, как и при визуализациях, следует придерживаться принципа «чем меньше, тем лучше».
- Убедитесь в том, что они функционируют. Если же экземпляры бракованные или сломаны, откажитесь от этой идеи.
- Если Вы работаете с реквизитами, которыми должны воспользоваться Ваши слушатели (очки, трости, парики и т.д.), продемонстрируйте, как они

работают. Если же Вы просто попросите публику об этом, никто не станет этого делать.

- Показ моделей и продуктов хоть и эффективен, однако если он продолжается достаточно долго, то может оказаться утомительным для Вашей публики. Кроме того, не посвящайте слишком много времени демонстрациям и совместным участиям, так как это быстро наскучит слушателям.



«Я хочу познакомить Вас с одним удивительным феноменом этой страны, который часто получает неправильное толкование.»

Как использовать видеоматериалы во время выступления?

Большинство докладчиков никогда не используют видеокдры в своих выступлениях, хотя в ближайшем будущем, благодаря почти что безграничным возможностям мультимедиа, все должно измениться (см. «Шумный успех с помощью мультимедиа»). Видеоматериалы, как известно, оказывают сильное воздействие на публику, и это в свою очередь тоже

представляет проблему, поскольку яркие, впечатляющие кадры легко затмевают всякие слова. Заканчивается пленка, исчезают пестрые картинки, включается свет, и публика снова попадает в отрезвляющую реальность конференц-зала. И тем не менее удачно подобранный короткий фильм способен придать лоск Вашему выступлению.

И поскольку нелицензионное использование фильмов запрещено законом (см. также «Шумный успех с помощью мультимедиа»), хотелось бы предложить Вам несколько тем для создания собственного видео.

- Анкетирование (опрашиваемыми могут быть, например, Ваши сотрудники, шеф, прохожие и т.д.).
- Пожелания деловых партнеров или клиентов.
- Ландшафты и расслабляющие кадры.

Самые важные технические средства для проведения презентаций

Вы уже познакомились с различными способами сделать свое выступление более выразительным и запоминающимся. Теперь давайте подробно разберем основные виды средств мультимедиа и выделим критерии, которые помогут Вам выбрать наиболее подходящие.

Презентационная доска (Flipchart)

Речь идет о листах бумаги размером около 70x100 см, сверху скрепленных рейкой, которые можно переворачивать вперед и назад как листы блокнота и писать на них.

Возможности

- Подходят для проведения презентаций при небольшом количестве человек (не более 30).
- Особенно подходит для записывания ключевых слов, высказываний, подсчетов, набросков и импровизаций.

Советы по применению

- Шрифт должен быть крупным и читаемым!
- Предложения должны быть короткими.
- Рекомендуются использовать следующие цвета: красный, черный, синий и зеленый.
- Делайте для себя небольшие пометки на полях, незаметные для публики.

Проектор

Этот способ может быть весьма выразительным, однако тут все же таится некоторая опасность. Затемненная комната навеивает усталость, и хоть публика и смотрит на картинки, но при этом витает в своих мыслях. Кроме того, показ слайдов ни в коем случае не должен превращаться в отдых и развлечение, как это часто происходит.

Возможности

- Для выступлений перед любым количеством слушателей.
- В дорогих аппаратах есть возможность использовать в качестве фона музыку и различные шумы.
- Для слайдов можно использовать почти все: фотографии, чертежи, диаграммы и т.д.
- Данное коммуникативное средство соответствует нашим визуальным пристрастиям (телевидение и кино), и поэтому хорошо воспринимается публикой.

Советы по применению

- Пусть слайдов будет немного, но при этом они должны быть выразительными!
- Обратите внимание на сценарий Вашего выступления! Если Вы собираетесь использовать проектор, то не включайте свет вообще.
- Четко объясняйте смену слайдов и следите за тем, чтобы они соответствовали Вашей речи. После показа включите свет, говорите громко и сделайте несколько шагов по направлению к публике.

PowerPoint

Компьютерная программа составления слайдов PowerPoint стала в последнее время весьма популярной. Она обладает множеством самых различных функций (например, таких, как выбор типа шрифта, картинки, звука и самых различных эффектов), которые можно выбирать и комбиниро-

вать по своему усмотрению. Во время доклада Вы просто сидите со своим ноутбуком и руководите показом слайдов при помощи одного клика мышью. Отдельные страницы (в PowerPoint они называются слайдами) проецируются на стенку при помощи специального проектора, подключаемого к Вашему компьютеру или ноутбуку (см. также «Шумный успех с помощью мультимедиа»). В Интернете можно найти большое количество бесплатных и достаточно хороших самоучителей по PowerPoint.

Возможности

- Обеспечивает очень удобное и профессиональное оформление Вашего доклада.
- Цветные рисунки, графики, звук и специальные эффекты привлекают внимание слушателей.
- Перелистывание слайдов при помощи одного клика мышью.
- Сама презентация может быть размещена в Интернете.

Советы по применению

- Не перегружайте свою презентацию оптическими и акустическими эффектами. Мерцающие буквы, быстро сменяющиеся страницы, постоянно крутящиеся на экране объекты и непрерывно звучащая музыка только отвлекут публику.
- Не перегружайте и сами слайды. Наглядность и хорошая обозримость только облегчат слушателям понимание происходящего.

- Заранее просчитайте все возможные неудачи с техникой. Если Ваш ноутбук или же проектор могут в любой момент зависнуть или отключиться, то Вы должны придумать, что будете делать в такой ситуации.

Кинопроектор

Телевидение и кино любит большинство слушателей. Именно поэтому все они по достоинству оценят присутствие короткого фильма в Вашей презентации, но при условии, что все сделано профессионально и грамотно. Иначе успех может обернуться провалом. Если качество демонстрируемого материала будет сильно отличаться от того, к которому мы привыкли, то данное коммуникативное средство только испортит Вам выступление.

Возможности

- Отлично подходит для демонстрации различных мнений и отношения к чему-либо.
- Привносит эмоциональность в Ваше выступление, естественно, при условии, что фильм сделан профессионально.

Советы по применению

- Подсчитайте все затраты на видеофильм.
- Подумайте, воспользуетесь ли Вы помощью профессионала или же полностью положитесь на себя и свои возможности. К сожалению, что касается нашего зрительного восприятия, то все мы сильно избалованы телевидением и кино. И поэтому

фильму, созданному не профессионалом, будет весьма сложно произвести нужное впечатление на зрителей.

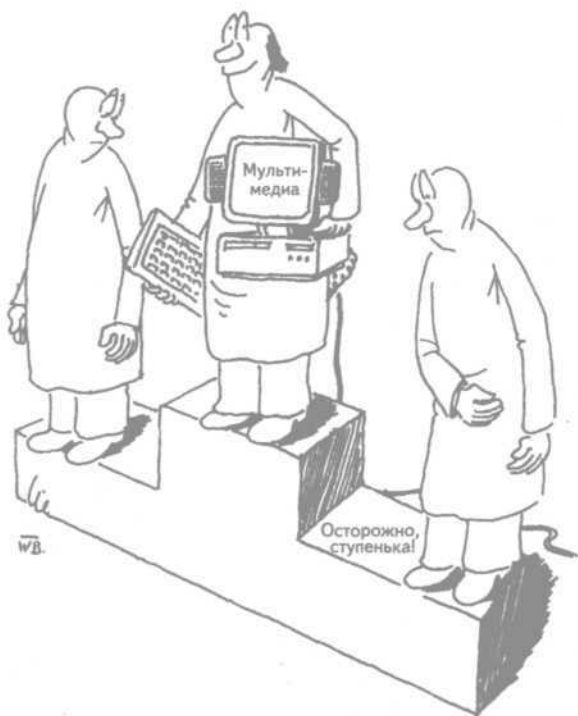
- Заранее проверьте, хорошо ли работает видеоаппаратура. Ознакомьтесь с техникой еще за несколько дней до Вашего выступления.
- Фильм, как правило, полностью отвлекает на себя внимание публики, поэтому необходимо четко обозначить его конец. Это можно сделать с помощью небольшой паузы, повышения голоса или же специального звукового сигнала. Таким образом, Вы снова привлечете внимание слушателей к себе.

Шумный успех с помощью мультимедиа

Мультимедиа способствует успешному выступлению. Возможности их почти безграничны: они могут передавать самые разные тексты, рисунки, графики и звуки, при этом они не обязаны придерживаться каких-то определенных правил. Вы просто наводите курсор мыши на необходимый текст, рисунок или символ и тут же получаете необходимую информацию. Это может быть, например, интервью с начальником отдела, короткометражный фильм про Вашу организацию, график с контрольными показателями объема продаж за последний год и т.д. Вы можете составить свой доклад так, как Вам захочется.

Преимущества презентаций и докладов, созданных с помощью средств мультимедиа

- Гибкость в управлении: решили ли Вы внезапно изменить ход своего выступления или же прозвучал неожиданный вопрос из зала, — Вы всегда сможете с легкостью «перепрыгнуть» через какой-либо текст, рисунок, график, звук, шум или же просто обратиться к любому другому слайду.



- Таким образом, Вы экономите время. Вам не обязательно создавать фильм или же демонстрировать фотографии, Вы можете построить свой доклад и на обычных рисунках и графиках.
- Предоставляемые Вами сведения становятся более достоверными: до этого Вы сами должны были все время доказывать, что Ваша продукция или услуги Вашей фирмы отвечают всем необходимым требованиям к качеству. Один короткометражный фильм о довольных клиентах и покупателях, выражающих свою похвалу и восхищение Вашей продукцией, убедит слушателей гораздо быстрее, чем какая-либо цитата.

• При всех вышеуказанных преимуществах средства мультимедиа не освобождают Вас от тщательной подготовки к выступлению. Никакие технические эффекты не смогут скрыть скудное содержание Вашего доклада. •

Что нужно для составления доклада с помощью средств мультимедиа?

- Хороший Hardware¹: кроме мощной аппаратуры и ноутбука, Вам понадобятся еще звуковая и видеокарты, а также CD-ROM. Прежде чем включать в свое выступление средства мультимедиа, посоветуйтесь сперва с продавцами, клиентами или же коллегами по работе.

¹ Компьютерное «железо». (Прим. пер.)

- Аппаратура для ввода информации: Вам потребуется занести в компьютер все необходимые материалы (фотографии, диаграммы, чертежи, а также некоторые акустические файлы). Для этого либо обратитесь в фирму, специализирующуюся на оказании подобных услуг, либо позаботьтесь:
 - о сканере, с помощью которого Вы сможете внести в компьютер графические данные. Выясните, какой именно сканер Вам нужен. Многие способны оцифровывать лишь слайды. С помощью других Вы сможете сканировать рисунки и фотографии с обычных листов, рекламных брошюр, газет и даже с визитных карточек;
 - видеомэгнитофоне, который Вы сможете подсоединить к Вашему компьютеру или ноутбуку;
 - видеокамере, позволяющей получать уже оцифрованную видеозапись. А с помощью специального компьютерного микрофона Вы сможете создавать готовые интервью в цифровом формате;
 - радио, стереоустановке и проигрывателе для компакт-дисков. Их тоже можно подсоединить к компьютеру.
- **Software¹:** позаботьтесь также о текстовых и графических редакторах (таких как Paintbrush, Coreldraw или PowerPoint).

¹ Программное обеспечение. (Прим. пер.)

- **Авторская система:** с ее помощью Вы можете составить нужную Вам комбинацию отдельных материалов, связав воедино звуки, изображения и текст.

• Обратите внимание, что Вы ни в коем случае не должны заимствовать для своей презентации чужие уже опубликованные тексты, рисунки или фильмы. Соблюдайте авторские права или же позаботьтесь о переработке полученного материала. Например, существуют видеофильмы и фотоальбомы, которые Вы имеете право использовать в личных целях.

На что нужно обратить внимание при составлении и проведении «мультимедийных» презентаций?

Вообще, требования к подобным презентациям не сильно отличаются от тех, которые предъявляются к докладам, создаваемым при помощи более простых средств. В данном случае Вы тоже должны прежде всего выяснить, какие материалы могут оказаться полезными при Вашем выступлении и как их правильно организовать. Для выступления с использованием средств мультимедиа Вам понадобится составить четкий сценарий, согласно которому Вы будете уже выстраивать свои электронные странички. Все должно быть составлено по принципу генеалогического древа. У Вас должна быть основная страница, подаваемая на вход, например схема организа-

ционной структуры Вашего предприятия. Из нее выходят, например, три связи, ведущие к другим связующим узлам. Итак, запишите, что Вы хотите изобразить на данных трех страницах и т.д.

Обратите также внимание на следующие советы.

- Отрепетируйте заранее свою презентацию. Вы должны точно знать, что и за чем следует.
- Позаботьтесь также о системе управления Вашей презентацией, чтобы Вы могли в любой момент, как, например, и при работе с обычными бумажными листами или же с прозрачными слайдами, вернуться обратно. Иногда у слушателей возникают вопросы, и тогда появляется необходимость обратиться к уже изложенной информации.
- Будьте готовы к неожиданной поломке техники. Это значит, что если вдруг зависнет компьютер (что, кстати, случается весьма часто), то Вы должны будете достойно продолжить свое выступление и без высокотехнологичного оборудования.
- При оформлении «мультимедийных» презентаций важно то же, что и при оформлении простых слайдов, чертежей, бумажных листов и т.д. Все должно быть наглядно и сжато. При создании текстов обратите внимание на орфографию!

Вот список вопросов, которые помогут Вам выбрать для презентации подходящее средство мультимедиа.

Контрольная таблица: Выбор средств мультимедиа

Содержание	Организационная работа	Личные способности и предпочтения
Нужно ли мне включать цифровой материал (таблицы, диаграммы)?	Какова техническая оснащенность помещения?	Предпочитаю ли я простые, удобные для использования технические средства, такие, например, как обычная переносная доска?
Необходимо ли мне эмоциональное воздействие на публику? (Рисунки, фотографии, эскизы, карикатуры, фильмы, музыка, звуки.)	Сколько времени у меня есть на подготовку визуализаций и на подготовку моделей или рекламной продукции для их последующего распространения?	Хочу ли я использовать более дорогие технические средства? Умею ли я ими пользоваться? Есть ли у меня время для того, чтобы научиться этому и потренироваться?
Помогут ли мне видеоинтервью или другие записанные на видеопленку материалы яснее выразить свою позицию? (Мнения деловых партнеров, тестирования покупателей, друзей и т.п.)	Во что мне или фирме обойдется приобретение данной техники? Как быть с авторскими правами?	С какими медиасредствами мне будет легче и удобнее работать при выступлении?
Могут ли измениться реквизиты, образцы или сама продукция? Может ли случиться непредвиденное?	Должен ли я при оформлении придерживаться какого-то определенного фирменного стиля?	Раздражают ли меня технические неполадки? Готов ли я к этому? Справлюсь ли я в подобной ситуации?

Держим речь

Вот и пришло Вам время выступать. Если Вы отлично к этому подготовились — а после прочтения данной книги по-другому и быть не может, — то существует еще только три вещи, которые могут заставить Вас врасплох во время выступления:

- публика;
- дискуссия;
- неприятные вопросы.

Однако даже к таким «сюрпризам» можно и нужно подготовиться. Прежде всего займемся Вашим выступлением.



Компетентность и обаяние при выступлении

Помните ли Вы последнее выступление с докладом, на котором Вы были в роли зрителя? Не припомните ли, кто из докладчиков показался Вам наиболее приятным и компетентным? Ведь Вы наверняка выставили тогда всем тайные оценки: первый был слишком скучным, второй — боязливым, но вот выступление третьего докладчика на тему «Воспроизводимое сырье» показалось Вам просто блестящим. Он был весьма мил, достаточно компетентен, а его информация казалась вполне достоверной.

Как же так получается, что в одних докладчиках мы замечаем блестящую искорку, а другие кажутся нам совершенно блеклыми и неинтересными? И разве не удивительно, что почти все слушатели при этом едины в своих суждениях? И даже если в зале все еще стоит шум, то он мгновенно стихает, как только на сцену выходит человек, обладающий харизмой.

На этот вопрос не так-то легко ответить. Действительно, почему же одни становятся любимцами публики, а другие нет? Однако такие качества, как

- индивидуальность;
 - компетентность;
 - участие;
 - внешний вид;
 - глубокое уважение по отношению к публике,
- все же оказывают на это некоторое влияние. Даже если Вам кажется, что Вы не обладаете харизмой, Вы

тем не менее можете быть хорошо приняты публикой, если проявите свои способности наилучшим образом и установите доброжелательные отношения со слушателями.

Являюсь ли я личностью?

Мы не будем решать здесь вопрос о том, что же такое личность. Пусть этим занимаются ученые. Мы только задумаемся над тем, почему во время выступления самых разных людей у нас возникает чувство, что кто-то говорит как по шаблону, а кто-то проявляет индивидуальность. Как показывает опыт, речь в таком случае чаще всего идет о людях, представляющих одну и ту же точку зрения. Их нельзя упрекнуть в отсутствии тактичности, но при этом они всегда прямы и открыты. Такие люди часто не относятся серьезно даже к самим себе. Как показывает следующий пример, все, что имеет отношение к другим, относится и к нам тоже.

Пример

На одну конференцию, посвященную реформам в правлении, было приглашено большое количество докладчиков от самых крупных организаций и предприятий. Они должны были показать управленцам, чему они могут научиться у суровых ученых. Почти все читаемые доклады не имели никакого отношения к управлению, гораздо чаще ораторы выступали с длинными рефератами о том, в каких потрясающих организациях им выпала честь работать. Единственным интересным оказался доклад одного профессора из школы управления. Он с пылкостью взывал к проведению реформ, а также не оставил без внимания и стиль работы служащих

административных учреждений. Публика ему рукоплескала! А то, что он сам был человеком из правления, только придало его докладу больше достоверности.

Конечно же, индивидуальности научиться невозможно. Либо она есть, либо ее нет. Но если Вы все-таки решили стать на путь ее достижения, то несколько полезных советов помогут Вам выглядеть незаурядной личностью.

- Будьте честны. Это относится как к тому, о чем Вы говорите, так и к Вам лично.
- Относитесь с достоинством к своим противникам, не насмехайтесь над ними и не старайтесь разоблачить их. При возникновении конфликтов оставайтесь на нейтральной стороне.
- Не забывайте и про самокритику. Никто не совершенен, указывая другим на их ошибки и упущения, не делайте исключения для себя.
- Будьте всегда спокойны и невозмутимы. Нервные и несобранные люди всегда выглядят неуверенными и ненадежными.

Насколько я компетентен?

Некомпетентный докладчик выглядит беспомощно в глазах публики. Если Вы говорите о том, о чем не имеете ни малейшего понятия, то безнадежно проиграете на фоне выступлений настоящих специалистов. Естественно, на свете существует немало людей, которые поступают так всегда и при этом зарабатывают неплохие деньги. Однако этот фокус работает лишь

тогда, когда Ваша публика абсолютно не разбирается в данной теме.

Вы же без сомнения компетентны. Ведь иначе Вы бы ни за что не стали выступать. Вы уже догадались, как убедить слушателей в том, что Вы компетентны в данном вопросе? Правильно, Вы должны (конечно со всей скромностью) непременно намекнуть им на то, что разбираетесь в данной области так хорошо, как никто другой.

В самом Вашем докладе уже есть множество пунктов, которые помогут Вам скромно намекнуть на Вашу компетентность. Допустим, Вы можете сослаться на успешное управление каким-либо проектом. Такой способ действует лучше всего в самом начале Вашего выступления.

Так будем же компетентны!

Прежде чем начать, представьтесь и расскажите, в какой области Вы работаете. Это необходимо Вам для того, чтобы показать себя компетентным и достойным доверия докладчиком. Соберите вместе все Ваши квалификации, которые могут иметь отношение к рассматриваемой Вами теме. Это может быть, например:

- многолетний опыт работы в данной области;
- публикации в соответствующих специальных общепризнанных журналах и газетах;
- Ваше образование, различные свидетельства и сертификаты;
- особые достижения и заслуги.

- Лучше и элегантнее всего будет, если организатор мероприятия сам возьмет на себя ответственность представить Вас. Выясните, будет ли он объявлять о Вашем выступлении, и если да, то предоставьте ему самую важную и по возможности полную информацию о себе! •

Один из примеров того, как можно представиться самому

Глубокоуважаемые дамы и господа,

я очень рад, что буду выступать сегодня с докладом на тему воспроизводимого сырья и его будущего. Как Вы, наверно, знаете, наша фирма «Аграрплюс» вот уже в течение почти пяти лет занимается выращиванием и переработкой волокнистых растений. Как председатель нашего молодого предприятия и как агроном, я с уверенностью могу сказать: нам выпало счастье работать на очень плодородной почве. Многие известные компании, среди которых я отметил бы прежде всего заводы, изготавливающие автомобили, уже проявили интерес к совместному сотрудничеству.

Однако перейдем теперь к сырью и его переработке...

Один из примеров того, как можно представить кого-либо

Глубокоуважаемые дамы и господа,

наш следующий докладчик родом из маленькой деревушки под Мюнхеном, однако вот уже более двадцати лет он проживает в Бостоне. Он закончил Гарвардский университет, где изучал литературу, но, сколько себя помнит, цифры всегда влекли его к себе с непреодолимой силой. Вот что он сам говорит о себе: «Это совсем не моя специальность, но я

бы назвал себя простым консультантом по вопросам хозяйственной деятельности предприятия, имеющим свои публикации». Вам, конечно же, известны многие его книги, среди которых есть и такие бестселлеры, как «Деятельность на месте преступления» и «Конец работы». Так поприветствуем же профессора Ларса Петера Купфердингера...

Вы не должны зарывать свой талант в землю, но в то же время и не должны кичиться им. Ограничьтесь лишь перечислением Ваших главных заслуг и знаний, имеющих отношение к теме Вашего выступления. Иначе Вы рискуете показаться хвастуном.

Насколько я значим для публики?

Уже из главы «Подготовка к выступлению» Вы должны были понять, насколько важно хорошее начало. Очень важно заявить о себе еще по пути к сцене. И этому тоже можно научиться на чужом примере. Вспомните последнюю вечеринку, на которую Вы пришли в качестве гостя. Подобные мероприятия — отличная возможность изучить значимость наших ближних. Некоторые вообще не привлекают к себе никакого внимания, другие же, едва успев войти в комнату, уже приковывают к себе взгляды всех присутствующих. И что бы они ни сказали, воспринимается всеми как непреложная истина. А то, что такие люди не всегда умны, мы замечаем только спустя несколько дней. Психологи считают, что эти люди оказывают на нас такое влияние потому, что они бодрые, живые и от них исходит постоянная энергия.

Как мне стать более значимым?

- Обратите внимание на все советы, приведенные в разделе «Учимся правильно использовать язык своего тела».
- Хорошо отдохните перед выступлением.
- Покажите слушателям, что Вы очень увлечены своей темой.
- Говорите с воодушевлением, подчеркивайте главные слова.

Имеет ли значение мой внешний вид?

Естественно, здесь не идет речь о том, достаточно ли Вы красивы. Ведь если природа и не наделила Вас совершенным телом и лицом, все равно Вы можете произвести прекрасное впечатление на публику. Многие утверждают, что блестящая внешность может даже навредить Вашей компетентности. Представьте себе, что какая-нибудь супермодель (неважно, мужчина или женщина) выступала бы с докладом об управлении проектом перед специалистами. Неужели Вы все-таки думаете, что все внимание публики было бы направлено на произносимую речь?

Вам не обязательно иметь ослепительный внешний вид для того, чтобы быть хорошо принятым публикой. Но Вы должны проявить вкус и аккуратность. Вот несколько советов:

- Всегда помните о том, что презентация — это не показ мод. Об экстравагантных и сверхмодных нарядах здесь даже и речи быть не может. Они только будут отвлекать внимание слушателей.

- Оденьтесь в соответствии с предстоящим мероприятием. И здесь мы слишком близко приближаемся к уже устоявшимся клише и стереотипам: например, для страхового агента мы бы посоветовали серый галстук, а для «рекламщиков» — розовый пиджак или жилет. Кроме того, подумайте о том, как будет одета Ваша публика, и попробуйте подстроиться под нее.
- Отдайте предпочтение скромным цветам.
- При выборе одежды обратите внимание на то, чтобы она не слишком сильно подчеркивала Вашу фигуру, и неважно, выглядите ли Вы при этом как модель или атлет.
- Позаботьтесь также о прическе.
- Подумайте об украшениях: многие браслеты и цепочки слишком сильно звенят при движении.
- Отдайте предпочтение той одежде, которая хорошо сидит на Вас при любых движениях. Если, например, Вы наклоняетесь к видеомagneтофону, чтобы включить его, и при этом зрителям становятся видны волосатые ноги, это значит, что Ваши брюки слишком коротки.

Нужно ли оказывать уважение публике?

В данном случае у нас много преимуществ. Так как научиться выражать слушателям свое почтение совсем не сложно. Итак, как же все-таки можно вставить в свою речь комплимент, похвалу или же льстивое замечание?

Возможно, в этом Вам помогут следующие советы.

- Упомяните в своей речи такие общечеловеческие ценности, которые близки Вашим слушателям, например: семья, вера, толерантность, свобода или же защита окружающей среды. Есть ли в Вашем докладе места, которые Вы смогли бы связать с данными ценностями?
- Дайте понять слушателям, что Вы считаете их весьма информированными и компетентными в данной области. Однако это работает лишь в том случае, когда публика хорошо знакома с темой Вашего доклада. Например, Вы можете сказать: «Поскольку Вам как закупщикам лучше всех известны трудности современного рынка, то я не буду останавливаться на этом...».
- Даже если Вы прибегаете к критике, никогда не ругайте и не оскорбляйте своих слушателей.
- Если же вдруг в ходе спора возникло непонимание, и Вы по собственной вине попали в неприятную ситуацию, то принесите публике извинения. Однако они должны быть как можно более краткими и конструктивными. Публика не захочет наблюдать за Вашим трогательным самобичеванием.
- Не лгите публике, не подтасовывайте факты.
- Упомяните об общеизвестных негативных условиях Вашего выступления. Возможно, что Вашим слушателям было бы куда приятнее сейчас посмотреть футбол по телевизору, а не обучаться у Вас техническим приемам ведения торговли. В таком случае упомяните об этом и выразите публике свое понимание: «Я бы с большим удовольствием

посмотрел сегодня вечером футбол по телевизору. Но, к сожалению, Ваш шеф не слишком-то симпатизирует этому виду спорта».

- Не давайте слушателям скучать. В этом случае Вам помогут советы, приведенные в п. «Захватывающее вступление».
- Выясните, находятся ли среди слушателей люди, оказывающие большое влияние на остальную публику. Это может быть шеф, высокопоставленный политик или же известный критик. Постарайтесь заслужить их расположение. Поскольку если Вы выступаете против них, то в данных обстоятельствах будете выступать и против остальной части зрителей.
- Во время паузы или сразу после окончания мероприятия не исчезайте резко из поля зрения публики. Отвечайте на вопросы, подойдите к участникам (см. также «Как поступить с вопросами?»).

Общение с публикой

Важно: наладьте отношения с публикой

Вы не обращаетесь свысока к своей публике. Вы говорите с ней, даже если Ваша речь представляет собой монолог. Особенно это касается тех случаев, когда Вы выступаете в рамках дискуссии или конференции. Во время чтения доклада обращайтесь больше внимания на своих слушателей: смеются ли они

над Вами или выражают Вам так свое одобрение, разговаривают ли они с соседями или же смотрят в окно от скуки. Необходимо вовремя отметить подобные проявления и уметь правильно среагировать на них.

Даже если Вы этого и не замечаете во время выступления, поведение публики оказывает самое непосредственное влияние на Вашу речь и Ваше самочувствие. Существует милая, благосклонная публика, которая внимательно слушает Вас, хлопает в нужных местах, смеется над Вашими шутками и, наконец, вознаграждает Вас бурными аплодисментами. И это просто окрыляет Вас.

Но нередко случается и так, что на нас смотрят с усталостью или же в зале царит напряженное молчание. Возможно, все объясняется тем, что это обязательное мероприятие или же что Ваше выступление приходится на вечер пятницы — время, которое все бы с большим удовольствием провели в кругу семьи или друзей. И все же, чем бы ни было обусловлено подобное настроение слушателей, для выступающего все едино.

Вопрос же состоит в следующем: как заслужить внимание публики? А также: что делать с выводящими Вас из себя нарушителями спокойствия или с задремавшими слушателями? Ниже Вы найдете несколько полезных советов на эту тему.

- Следующие советы пригодятся Вам лишь в том случае, если они подойдут к стилю Вашего выступления. Однако Вы можете придумать, как извлечь из них пользу.
-

Как «растолкать» усталую публику?

- При вступлении разбудите публику следующим вопросом: «Сейчас вечер субботы, Вы, вероятно, сейчас с большим удовольствием подстригли бы лужайку перед своим домом, или же в зале есть кто-то, кто уже сделал это сегодня утром?».
- Попросите своих слушателей что-нибудь сделать: «Итак, глубокоуважаемые дамы и господа, все мы здесь немного устали. Я осмелюсь попросить Вас встать не надолго... взять своего соседа за руку... и присесть вместе с ним несколько раз...». Вы можете даже вызвать несколько человек из зала и попросить их продемонстрировать это упражнение перед публикой. Только оставьте в покое тех, кто уже не в состоянии ходить от усталости.
- Задайте им вопрос, который заставит их задуматься: «Вспомните, кто в Вашей жизни оказал на Вас наибольшее влияние?»

Как с достоинством выйти из неприятной ситуации?

Каждый раз среди слушателей находятся люди, которые усложняют Вам жизнь. Иногда складывается впечатление, что они приходят послушать доклад лишь для того, чтобы мешать Вам. В подобных случаях очень важно знать, как нужно вести себя с такими возмутителями спокойствия. Вся проблема состоит в том, что они привлекают к себе слишком много внимания, разрушают благоприятную обстановку в зале,

мешают ходу Вашего выступления и отвлекают или же раздражают остальных слушателей.

- Сохраняйте спокойствие. Не принимайте все на свой счет и будьте хладнокровны.
- Подумайте о том, что такие возмутители спокойствия тоже являются манипуляторами общественного мнения. Если Вы ведете себя с ними дружелюбно, то симпатия всегда будет на Вашей стороне.
- Спокойным и деловым тоном обобщите то, что было только что спрошено или сказано нарушителем спокойствия. Это разрядит ситуацию. Дайте краткий ответ или же примите к сведению высказанное замечание. Перейдите к рассмотрению следующего пункта или вопроса.
- Если же замечания или вопросы кажутся Вам абсолютно глупыми, то просто проигнорируйте их! Даже самый дерзкий вопрос можно превратить в вполне серьезный, например, с помощью следующего оборота: «Позвольте мне все же продолжить».
- Предложите этому слушателю обсудить данный вопрос попозже. Можно сказать так: «Подойдите ко мне во время перерыва. И я поговорю с Вами об этом!».
- Не позволяйте втягивать себя в дискуссию или же, не дай Бог, ссору, даже если Вы правы.
- Если же дело дошло до «массовых беспорядков», не кричите. Просто объявите своим слушателям, что в создавшихся условиях Вы, к сожалению, не

можете продолжить свое выступление. Покиньте зал с гордо поднятой головой.

- В самых худших случаях призовите на помощь организатора мероприятия или же дежурного по залу.

Как произвести хорошее впечатление при проведении дискуссий за круглым столом?

Многие мероприятия заканчиваются обширной дискуссией или конференцией. Возможно даже, что Вы сами оказались инициатором данного разговора. Подобные формы коммуникации развиваются по собственным законам, и Вы не всегда можете их предугадать. Но Вы можете овладеть специальной техникой, которая действует вне зависимости от содержания.

Многие докладчики опасаются момента, когда организатор подойдет к микрофону и скажет: «А теперь я по-прошу докладчика выйти вперед. Мы начинаем обсуждение». Неудивительно, что многих при этом бросает в пот, потому что дискуссия весьма щекотливая ситуация по ряду причин.

- Публика сравнивает всех участников между собой. И если один из них просто блистает, то все остальные меркнут на его фоне.
- Возможно, публика задаст Вам вопросы, к которым Вы не подготовились.

- Вы не знаете, как именно начнется дискуссия: с вопроса организатора? С представления участников? С просьбы выдвинуть какой-нибудь провокационный тезис?
 - Обсуждение может стать очень напряженным.
- Нижеследующая контрольная таблица поможет Вам подготовиться к различным ситуациям. Просмотрите все пункты, и тогда Вы сможете произвести хорошее впечатление!

Контрольная таблица: Подготовка к дискуссии

- | | | |
|---|---|--------------------------|
| 1 | Спросите у организатора мероприятия, кто будет принимать участие в дискуссии и кто — вести ее. _____ | ☐ |
| 2 | Спросите, с чего модератор начнет дискуссию. Если он начнет ее, например, с какого-либо провокационного тезиса, то поинтересуйтесь, сколько отводится на это времени. Сформулируйте свой собственный тезис. Вы должны уметь легко и свободно произнести его. _____ | ☐ |
| 3 | Поинтересуйтесь, будет ли у Вас свой собственный микрофон или же один на всех участников. Если же в наличии будет только один, стоящий посередине стола микрофон, то воспользуйтесь им. Пододвиньте его к себе. Иначе им быстро завладеет тот, кто сидит к нему ближе всех. _____ | ☐ |
| 4 | Выясните, как долго будет длиться дискуссия и будут ли участники беседовать только между собой, или же к ним подключится и публика. Спросите, будут ли слушатели задавать общие вопросы, относящиеся ко всем участникам дискуссии. _____ | ☐ |

Как правильно вести себя во время дискуссии?

- Всегда ведите себя дружелюбно с остальными участниками дискуссии, будьте спокойны даже тогда, когда обстановка станет напряженной. Держитесь с достоинством: «Я прекрасно все понимаю, тем более что фрау Мейер только что наглядно все показала. Но в одном пункте я все-таки вынужден не согласиться с ней...».
- Позаботьтесь о том, чтобы не выбыть слишком быстро из «игры». У некоторых докладчиков слушатели постоянно что-нибудь спрашивают, остальные же просто сидят и молча смотрят в публику. Войдите в игру, например, Вы можете прокомментировать что-либо, сказанное предыдущим оратором: «Позвольте мне кое-что добавить...».
- Обратите также внимание на организатора. Если он плохо подготовился и неправильно Вас представил, то Вы всегда можете в случае необходимости дополнить его речь.

Возможно, организатор просто не в состоянии руководить ходом дискуссии, поскольку один из участников постоянно пытается находиться в центре внимания. Не ждите, пока вмешается организатор, сделайте это за него: «Простите, г-н Шмидт, если Вы дадите мне договорить...».

Если же организатор отлично справляется со своими обязанностями, то в таком случае от Вас требуется одно — будьте кратки.

Как поступить с вопросами?

После большинства презентаций всегда следуют вопросы, правда, иногда их задают и по ходу выступления. Но даже если Вы и боитесь, что не сможете ответить на все вопросы, все равно они крайне желательны для Вас, потому что вопросы:

- показывают, что слушателей заинтересовала Ваша тема;
- предоставляют Вам возможность установить прямой контакт с публикой;
- дают Вам шанс устранить все неясности.

Однако не все вопросы полезны для Вас. Есть люди, которые задают вопросы только ради того, чтобы что-нибудь спросить. Есть также и оппоненты, которые хотят поставить нас в тупик с помощью своего вопроса или же просто раскритиковать нашу точку зрения. Случается, правда, и так, что публика вообще не задает никаких вопросов, даже несмотря на то, что Вы сами этого хотите. К этим ситуациям Вы должны подготовиться заранее.

Придумайте сами вопросы к своей теме!

Самое главное — это уметь предвидеть вопросы и заранее придумать ответы на них. Как правило, это не так уж трудно сделать.

- Вы уже знаете свою тему. Так представьте себя на месте слушателя. Что бы Вас в таком случае заинтересовало?

А теперь, дамы и господа,
Вы можете задавать мне
вопросы!



Когда будет обед?



- Есть ли в Вашем аргументировании какие-либо спорные или сложные моменты? Может ли кто-то спросить Вас, почему Вы не привели доводы А, Б и В?
- Что Вы ответите, если кто-то спросит Вас, на каком основании Вы рассуждаете о данных вещах и насколько Вы компетентны в данном вопросе?
- Происходило ли в Вашей жизни какое-нибудь значительное событие, о котором Вас могут спросить?

• Скажите перед самым началом выступления, что в конце Вы с удовольствием ответите на все вопросы. Как показывает опыт, вопросы, которые возникают в ходе самого чтения доклада, отвлекают оратора и смещают оговоренные заранее временные рамки. Однако встречаются люди, которые не хотят отвлекаться на задаваемые им вопросы и слышат только себя.

Как спровоцировать вопросы?

Вам наверняка хорошо известна следующая ситуация: докладчик только-только закончил свое выступление. Он делает один шаг по направлению к публике, улыбается и говорит: «Глубокоуважаемые дамы и господа, у Вас, конечно же, появились вопросы ко мне. Так не стесняйтесь, задавайте их!». И — ничего не происходит. В зале стоит мертвая тишина. Наконец один из слушателей набирается храбрости и подает голос. Его вопрос интересен и даже относится к изложенной только что теме — докладчик в восторге.

Как же сделать так, чтобы с самого начала Вашего выступления в зале создавалась благоприятная обстановка для вопросов? Просто спровоцируйте их! Это можно сделать следующими способами.

- Задайте вопросы зрителям. Например: «Есть ли какие-то аспекты, не затронутые мной в докладе, но которые кажутся Вам достаточно важными?» или «К каким выводам пришли лично Вы в данном вопросе?».
- Упомяните вопросы, которые задают Вам чаще всего. Расскажите об одном таком вопросе и о том, как Вы обычно на него отвечаете.
- Перед выступлением попросите присутствующих записывать свои вопросы на листочках и передавать их Вам: «Я хочу Вас кое о чем попросить. Все Вы ждете от моего выступления чего-то конкретного. И естественно, что у каждого из Вас есть уже пара вопросов, ответы на которые он хотел бы услышать от меня. Запишите и передайте мне Ваши вопросы, и я посмотрю, смогу ли ответить на них».

Как разобраться с вопросами?

- 1 Внимательно и с интересом слушайте задаваемые Вам вопросы даже в том случае, когда они кажутся Вам плохо продуманными или глупыми.
- 2 Громко и четко повторите вопрос: «Г-н Мюллер желает знать...». Таким образом, Вы убедитесь, что правильно поняли вопрос и что публика его расслышала.

- 3 Дайте правильный ответ на заданный Вам вопрос. Если он имеет непосредственное отношение к Вашей теме, то это не составит для Вас никакого труда. Со сложными же вопросами все обстоит иначе. Ниже Вы найдете перечень широко распространенных неприятных вопросов и узнаете, как нужно на них реагировать.

- Важно следующее: не позволяйте мелким и незначительным вопросам вывести Вас из равновесия. Наоборот, будьте доброжелательны и сохраняйте спокойствие.

Неприятные вопросы и как нужно на них реагировать

Провокационный вопрос

Многие вопросы задаются именно для того, чтобы загнать Вас в тупик. Подобными вопросами-ловушками являются, например, те, на которые Вы должны дать конкретный ответ: «да» или «нет». Допустим, слушатель спросил Вас: «Собираетесь ли Вы приобрести сталелитейный завод? Да или нет?». Сохраняйте спокойствие. Ответьте так, чтобы скорректировать высказанное в вопросе предположение: «Речь идет не о его приобретении, а о слиянии. А это запланировано уже на этот год, это правда». Или же просто не дайте вовлечь себя в игру в «Да или Нет», и ответьте уклончиво: «Как Вы знаете, в настоящий момент ситуация в данной отрасли весьма напряженная, поэтому наше решение зависит от многих, пока еще не выяс-

ненных вопросов». Прислушайтесь к политикам. Они в совершенстве владеют этой техникой.

Вопрос-нападение

Допустим, что спрашивающий хочет «атаковать» Вас и подвергнуть критике Вашу точку зрения. И с этой целью он предпринимает нечто, что, как он полагает, «зацепит» Вас, спровоцирует и, в конце концов, Вы сами загоните себя в тупик: «Вы считаете, что с Вашим консервативным подходом к вопросу мы сможем решить стоящие сегодня перед Вами проблемы?». Вы ни в коем случае не должны отвечать: «Да, я так считаю», потому что в таком случае Вы признаете, что Ваши подходы и методы консервативны, т.е. давно устарели. Вместо этого задайте встречные вопросы: «Что Вы понимаете под консервативностью? На каком основании Вы заключили, что мой подход консервативен?».

Что было бы, если...?

Гипотетический вопрос тоже может испортить все Ваше выступление. Например: «Скажите, пожалуйста, что будет, если через пять лет этой болезнью будут страдать два процента населения, поможет ли нам в таком случае предложенное Вами сегодня решение данной проблемы?» Ответьте следующим образом: «Никто из нас не может с точностью сказать, что будет через пять лет. И какие решения станут правильными, мы увидим позже».

Бесконечный вопрос

Многие вопросы заключают в себе еще около пяти, а то и десяти дополнительных вопросов. Не отчаивайтесь. Наоборот: ответьте на те вопросы (один или два), которые Вам больше нравятся. И если спрашивающий останется недоволен, то предложите ему поговорить на эту тему с Вами лично, но только после мероприятия. Скажите ему, что другие тоже хотят задать свои вопросы и получить на них ответы, а Ваша задача — предоставить им такую возможность.



Вопрос-рефрен

Есть люди, которые не слушают Вас или просто не хотят слушать. Последние часто задают вопросы, которые до них уже задавали и на которые Вы уже отвечали. При этом они непременно хотят получить ответ. Оставайтесь любезны, но при этом не раздражайте остальных слушателей, отвечая еще раз на уже рассмотренный ранее вопрос, особенно если это занимает много времени. Попросите спрашивающего задать Вам этот же вопрос в перерыве. Но, может быть, Вы не хотите быть столь любезным с этим слушателем и с гораздо большим удовольствием выпили бы кофе в буфете. В таком случае просто скажите ему: «Этот вопрос уже задавался. Пожалуйста, не обижайтесь и поймите, что сейчас я должен перейти к новым вопросам».

Подводим итоги выступления

Вы, конечно же, помните, о чем мы говорили в самом начале этой книги: Вы должны были сформулировать цель своего выступления. И вот оно уже позади, и Вы наконец задаетесь этим страшным вопросом: «Достиг ли я своей цели? Было ли мое выступление удачным, или же это был провал?». Выяснить это можно двумя следующими способами: оценкой со стороны (т.е. насколько Вы были успешны в глазах публики) и самооценкой (для ее выведения Вы должны спросить себя: насколько я доволен собой и что можно было бы улучшить?).

Возможно, у Вас сейчас возник вопрос: почему подведение итогов после выступления так важно для нас? Ответ: потому что полученные результаты Вы потом с успехом можете использовать для своего профессионального и личностного развития.

- **Ваше профессиональное развитие**

Допустим, что с помощью данного доклада Вы хотели заполучить новых покупателей. В таком случае для Вас очень важно выяснить, действительно ли Вы приобрели новых клиентов или же, наоборот, отпугнули своих слушателей. Это необходимо знать в том случае, если Вы намереваетесь делать и дальше доклады, от которых могут зависеть Ваша карьера и Ваш профессиональный успех.

- **Ваше личностное развитие**

Вы заметите, что с каждым выступлением будете чувствовать себя более уверенно. И каждый раз Вы будете открывать в себе что-то новое. Например, Вы узнаете, какое влияние оказываете на людей, как ведете себя в щекотливых ситуациях, каковы Ваши слабые стороны и в чем Вы уязвимы. Как только Вы выясните все эти вопросы, то сможете лучше понимать себя и развиваться дальше.

- При подведении итогов выступления, ответьте на два вопроса: достиг ли я своей цели? Как я могу улучшить свои ораторские навыки? •

Есть два способа ответить на эти вопросы: узнать оценку со стороны и вывести самооценку.

Анкета «Оценка со стороны»

Перед началом мероприятия раздайте всем участникам анкеты и попросите анонимно заполнить их в конце Вашего выступления. Ниже Вы найдете образец такой анкеты, которую можете использовать в соответствии с собственными целями.

Конечно же, чтобы приступить к разбору ответов, Вам придется набраться мужества. Однако при подведении итогов Вы также должны принять во внимание и тот факт, что некоторые участники не будут честны перед Вами в своих оценках.

Образец анкеты «Оценка со стороны»

Глубокоуважаемые дамы и господа,
еще раз огромное спасибо за проявленный Вами интерес к этому докладу. Я попрошу Вас вынести свою оценку данному выступлению, чтобы в будущем я смог учитывать Вашу критику и Ваши пожелания. Пожалуйста, поставьте каждому из перечисленных ниже положений оценку от 1 = плохо до 5 = очень хорошо и обведите свой выбор в кружок. На вопросы без системы оценок ответьте кратким замечанием. Заранее спасибо!

Вопрос	Ответ
Какова, по-Вашему, цель данного выступления?	
Насколько оно было структурировано?	1 2 3 4 5
Как Вам понравились примеры?	1 2 3 4 5
Наглядно ли был оформлен мой доклад и насколько?	1 2 3 4 5
Насколько понятными были использованные докладчиком слайды/фильмы/чертежи?	1 2 3 4 5
Хорошо ли докладчик разъяснял изображенное на слайдах/чертежах/рисунках?	
Что нужно было бы объяснить более подробно, а что можно сократить?	
Узнали ли Вы что-то новое для себя?	1 2 3 4 5
Насколько громко и четко говорил докладчик?	1 2 3 4 5
Что из услышанного и увиденного Вам запомнилось лучше всего (содержание, жесты, истории)?	
Удачно ли докладчик отвечал на вопросы, задаваемые ему в ходе дискуссии?	1 2 3 4 5
На что докладчику нужно будет обратить внимание в следующий раз?	
Скучали ли Вы? Если да, то в какой момент?	

Анкета «Самооценка»

Даже если Вы не осмеливаетесь пока предложить Вашим слушателям заполнить вышеприведенную анкету, то оценить сами себя Вы должны в любом случае. Хотя, конечно же, гораздо интереснее составить обе анкеты — таким образом, Вы сможете узнать, совпадает ли Ваше восприятие себя и то, как Вас видят другие, а также поймете, над чем Вам предстоит еще работать.

Образец анкеты «Самооценка»

Вопрос	Ответ
Что сработало удачно?	
Были ли какие-то неуверенные моменты?	
На что слушатели отреагировали положительно (аплодировали, задавали вопросы, улыбались и т.п.)?	
Возникало ли у меня чувство, что мои зрители устали/рассеяны/скучают? В какой части/в каком месте выступления это произошло?	
Подходили ли слушатели ко мне в перерыве или же в конце выступления? По какому поводу?	
Есть ли какие-либо признаки того, что я достиг своей цели?	
Хорошо ли я проявил себя при дискуссии? Если другие справились с этим лучше меня, то почему?	

Представление продукта

Когда мы говорим о профессиональном ораторском искусстве, то тут, естественно, речь идет не только о чтении докладов и выступлениях с презентациями. Тот, кто связан с торговлей, знает, что, не владея профессиональной техникой убеждения, не заработаешь и рубля, поэтому в данной главе мы рассмотрим основные техники, применяемые при общении продавцов с покупателями. Покупатели не всегда готовы тут же раскошелиться. При продаже «на ходу» или же при обычном представлении товара продавцы часто сталкиваются с отказом, мотивированным следующим образом: «Ему от нас что-то нужно, но мы ему это не дадим». И продавец должен возражать на это только тогда, когда покупатели действительно заинтересованы в предлагаемых им товарах или услугах. В таком случае важно следующее:

- **Если продавец хочет добиться успеха, то ему нужно уметь правильно реагировать на возражения покупателей.**

Пример

Вспомните ситуацию, в которой Вы сами были покупателем. Например, когда Вам предлагали что-то в магазине. В первый момент Вы, скорее всего, были настроены довольно скептически, ведь, в конце концов, мы не любим, когда нам навязывают абсолютно ненужный и недоброкачественный

товар. А может, мы и вовсе не хотим ничего покупать и желаем лишь одного, чтобы продавец поскорее отстал от нас. Нам вовсе не нужен его пылесос, миксер, чудо-резка или что там он еще предлагает.

А теперь вспомните продавца, чьим предложением Вы воспользовались с огромным удовольствием. Скорее всего Вы подумали тогда: «Этот человек понимает меня и знает, что именно мне нужно». Наверняка этот продавец применил какую-то технику, чтобы убедить Вас в этом. И она была настолько удачна, что Вы даже ничего не заметили.

Как же создать ту необходимую атмосферу, в которой Ваша речь возымеет необходимое действие? Ниже мы расскажем Вам об этом.

Подготовка к встрече с клиентами

- **Самое, первое правило гласит: тщательно подготовьтесь к каждому клиенту!**

А для этого Вам необходимо знать:

- к какому типу покупателей он принадлежит;
- какие товары и какого качества/с какими преимуществами Вы предлагаете.

Представьте себе, что Вы в течение четверти часа рассказываете некой пожилой даме о достоинствах нового пылесоса, и вдруг выясняется, что вот уже десять лет, как уборкой в доме занимается ее невестка. Допустим, что какой-то покупатель спросил Вас, в чем же неповторимость Вашей продукции, что в ней тако-

го особенного, и Вы в первый раз задумались над этим! Если Вы последуете приведенным дальше советам, то сможете избежать подобных неприятных сюрпризов.

Соберите всю необходимую информацию о Вашей продукции или услугах

Как правило, предприятие, на котором Вы работаете, располагает всей необходимой информацией. Брошюры, справочники, рекламные образцы и много чего еще — отличные источники подобной информации. Вы также должны знать все о фирме, в которой работаете, о ее целях и политике. Является ли данная продукция новой, не загрязняет ли она окружающую среду? Вся подобная информация может стать позже важным аргументом в пользу предлагаемого Вами продукта. Самое важное — всегда пополняйте Ваши знания и будьте в курсе самых последних изменений.

Будьте готовы к встрече с самыми разными типами покупателей!

Различаются два типа покупателей: новые, т.е. те, к которым Вы обращаетесь впервые, и покупатели, которые уже имели дело с Вами или же Вашими коллегами. Вы должны быть готовы к общению с обоими, поскольку у каждого типа свои собственные потребности и к каждому из них нужно относиться по-разному.

Как вести себя с новыми покупателями?

Поставьте себя на место покупателей, которые еще ни разу не имели с Вами дело и ничего не знают о Вашей фирме. Задайте себе следующие вопросы.

- Что нужно сказать о нашем предприятии?

Например, можно упомянуть о доброй репутации, о качестве продукции, об инновациях в данной области, об уникальности услуг и т.д.

- Что бы я спросил на месте покупателя?

Например: какое программное обеспечение имеется сейчас в наличии? Занимаетесь ли Вы решением проблем, возникающих в ходе неполадок в системном обеспечении?

- Какая информация мне нужна, чтобы пробудить у покупателя интерес к данной продукции или услугам?
- Какая продукция пользуется сейчас наибольшим спросом? Зависит ли это от времени года (системы отопления — зимой) или же от приближения праздников (подарки к Рождеству)?
- Существует ли система скидок?

• При общении с новыми покупателями старайтесь чаще входить в их положение и принимать их точку зрения. Подумайте, какие вопросы они могут задать, и на их основании разработайте выгодную стратегию. Говорите громко! •

Как вести себя с постоянными покупателями?

С теми покупателями, которые уже имели когда-либо с Вами дело, нужно вести себя совершенно по-другому. Вот несколько наиболее важных советов.

- Изучите особенности этого покупателя!

Например: что он обычно покупает? Подтолкните его к дополнительному заказу!

- Подумайте, какая еще продукция могла бы заинтересовать данного покупателя!

Что бы он купил с наибольшей вероятностью?

- Существует ли какой-то особый повод, по которому он может согласиться на Ваше предложение?

Возможно, он только что женился, а Вы предлагаете ему заключить договор о страховании жизни.

Определите, к какой целевой аудитории принадлежит Ваш покупатель!

С помощью небольшой тренировки Вы вскоре легко сможете относить своих клиентов к той или иной целевой аудитории. Целевые аудитории могут быть, например, следующими:

- деловые люди;
- семейные люди;
- одиночки;
- пенсионеры;
- молодежь, дети.

Спросите себя, каковы особенности данной целевой аудитории, какие товары и услуги могут ей понадобиться прежде всего?

Используйте рекламные средства!

Многие фирмы предоставляют своим продавцам огромное количество рекламных средств, которые помогают им повысить привлекательность товара и увеличить количество продаж. Как Вы уже знаете (см.

«Рассмотрение моделей и продуктов»), очень важно дать покупателю возможность ознакомиться с Вашей продукцией. Однако обратите внимание на то, что это не должно быть представлено как «подарок». Если до или во время посещения снабдите своего потенциального покупателя рекламными каталогами или пробными образцами, то можете не сомневаться — Вы очень скоро снова увидите с этими клиентами!

Пример

Допустим, что Вы продаете на ярмарке мед с собственных пасек. Раздайте прежде всего покупателям небольшие кусочки сот, чтобы они смогли попробовать его, а потом спросите их, понравился ли он им, не хотят ли они его купить.

Оденьтесь правильно!

Основное правило: одежда должна быть чистой, выглаженной и не слишком «кричащей».

Несите в себе позитив!

При продаже чего-либо сама продукция не стоит на первом месте. Прежде всего необходимо наладить хорошие отношения с Вашими покупателями. Вы должны создать приятную атмосферу и завоевать доверие клиентов. От того, как Вы поведете себя, зависят Ваши продажи.

- **Второе правило удачной торговли гласит: при общении с покупателями всегда настраивайтесь на позитив!**

Старайтесь всегда пребывать в хорошем настроении, и тогда улыбки Ваших покупателей станут для Вас хо-

рошей наградой. Кроме того, не забывайте и о следующем.

- Будьте всегда любезны во время разговора с клиентами.
- Проявляйте интерес к своему собеседнику, для этого кивайте головой, задавайте вопросы и обязательно смотрите ему в глаза!
- Никогда не начинайте спорить или дискутировать с Вашим клиентом!
- Используйте в своей речи слова с положительным значением (избегайте при этом таких выражений, как «нет», «неправда», «это невозможно» и т.п.)!

Четыре фазы диалога с покупателем при продвижении товара

Каждый диалог с покупателем проходит четыре стадии. И для Вас очень важно знать их все. Только так Вы сможете подготовиться к диалогу правильно и знать, как и на что реагировать.

- 1 В начальной фазе Вы должны суметь пробудить в Вашем клиенте интерес и заслужить его расположение.
- 2 В информационной фазе предоставьте Вашим клиентам всю необходимую информацию, которая сделает товар для них более привлекательным.

- 3 В фазе приведения аргументов и демонстрации расскажите обо всех преимуществах и достоинствах данного предложения.
- 4 В целевой фазе покупатель соглашается, что данное предложение действительно выгодно для него. Покупая данный товар, он удовлетворяет собственные потребности. Цель достигнута.

Рассмотрим каждую фазу в отдельности.

1. Начальная фаза: как пробудить интерес?

Будете ли Вы симпатичны или же не симпатичны Вашему клиенту — решается в самый первый момент Вашего с ним общения, поэтому всегда помните об этом. Говорите четко, спокойно и уверенно. Многие продавцы трещат без умолку и говорят заученными наизусть предложениями. У покупателя же должно сложиться впечатление, что Вы обращаетесь к нему лично.

Задайте клиенту какой-нибудь интересующий его вопрос, при этом такой, на который он не сможет просто ответить «да» или «нет».

2. Информационная фаза: как выяснить, что именно нужно Вашему покупателю?

Для того чтобы выяснить потребности покупателя, нужно обладать необходимой информацией. И Вы сможете получить ее только тогда, когда вступите

в диалог с клиентом. Наилучший способ добиться здесь успеха — это задавать правильные вопросы.

- Заметьте: тот, кто спрашивает — руководит. •



Открытый вопрос

Он должен быть таким, чтобы клиент не мог ответить на него просто «да» или «нет». Типичные вопросительные слова: кто — что — когда — как — где — какой — почему — как так — за что. Обдумайте заранее вопросы, которые помогут Вам выяснить желания и потребности Вашего потенциального покупателя.

Пример: что Вы думаете о домашних сайтах в Интернете? (Вместо: не хотели бы Вы завести собственную страничку в Интернете?)

Альтернативный вопрос

Вы вынуждаете клиента принять выгодное для Вас решение.

Пример: представим себе, что покупатель просит Вас дать ему время подумать. Ни в коем случае Вы не должны отвечать: «Конечно же, подумайте еще раз, всего доброго». Вместо этого скажите так: «Хорошо. Когда Вам будет удобно прийти в следующий раз? Во вторник или же в среду?».

Техника «утюга»

Представьте себе, что кто-то запустил в Вас горячим утюгом. Что Вы сделаете? Конечно же, Вы кинете его обратно. Точно так же Вам нужно обращаться и с вопросами покупателей. Вместо того чтобы ответить, задайте им встречный вопрос.

Пример

Покупатель: «У Вас есть синие рубашки?»

Продавец: «А Вам больше всего нравятся синие?»

Покупатель: «Нет, красная была бы еще лучше.»

Каверзный вопрос

Попробуйте выяснить слабое место Вашего покупателя и предложите ему решение.

Пример

Продавец: «Вы уже купили подарки к Пасхе? У нас есть предложение, которое наверняка Вас заинтересует...»

3. Фаза приведения аргументов и демонстрации: как убедить покупателя?

Клиент совершит покупку только в том случае, если она удовлетворит его потребности. А для этого следуйте правилам, изложенные ниже.

1. Выучите все, что только возможно, о Вашей фирме и продукции (см. «Подготовка к встрече с клиентами»).

2. Научитесь описывать все преимущества и полезность данного товара самым выгодным образом.

Как это сделать? Вот несколько важных советов:

- Обрисуйте все преимущества настолько подробно, насколько это возможно. Опишите покупателям, какой прекрасной и легкой станет их жизнь, если они приобретут этот товар.

Пример

Продавец: «Да на такой машине Вы всех обгоните!» (вместо: «Мощность этого автомобиля — 180 л.с»)

- Разрешите покупателям развернуть товар, понюхать его и т.д.

- Не затягивайте разговор. Максимум — 15 минут!
- Подстраивайтесь под покупателя. Приводите те аргументы, которые необходимы. Скажите ему комплимент, который поможет Вам достичь цели.

Пример

Продавец: «Какая у Вас милая собачка! Вы наверняка отдадите предпочтение той продукции, которая не была протестирована на животных...»

Что делать, если покупатель говорит «нет»?

Во время диалога с покупателями Вы должны предвидеть все его возможные отговорки и возражения. Может случиться и так, что покупатель прямо скажет Вам «нет». Многие продавцы очень сильно боятся этого маленького слова. Однако оно не должно Вас пугать. Во-первых, этот отказ не относится к Вам лично, а во-вторых, зачем портить себе настроение из-за каких-то слов? Вместо того чтобы сердиться, оставайтесь спокойны! Попробуйте с помощью вопросов выяснить причину, по которой покупатель отказывается (прочитайте приведенную выше технику задавания правильных вопросов).

Пример

Покупательница: «Спасибо. Мне не нужна косметика!»

Продавец: «А что Вы имеете против косметики?»

Покупательница: «Она так сильно сушит кожу!»

Продавец: «Так, дайте мне Вашу руку... Ну?... Вам нравится эта косметика? Хорошо, не правда ли?»

- Настоящее искусство продажи начинается только после того, как покупатель скажет «нет»!

4. Целевая фаза: как узнать, что клиент уже готов совершить покупку?

Многие продавцы своей болтовней только расторгают уже вроде наметившуюся сделку. Они просто не умеют «ловить» момент, в который клиент уже готов согласиться на их предложение.

Вот несколько сигналов о том, что покупатель «готов»

- Выражение согласия.
«И действительно неплохо!», «С его помощью я наконец-то смогу...»
- Вопрос о деталях.
«А как мне пользоваться этим?»
- Однозначный вопрос.
«А сколько это будет стоить?»
- Следующее поведение клиента:
 - кивание головой в знак согласия;
 - подходит к Вам чуть ближе;
 - берет товар в руку и т.п.

К вопросу о цене

Разговор о стоимости — один из самых сложных в теории торговли. Сама цена не должна являться при этом главной темой Вашего разговора, о ней речь заходит лишь тогда, когда клиент уже согласился с полезностью предлагаемого Вами товара. Очень важно подчеркнуть то, что данная цена выгодная. Покупатель должен подумать при этом: «Невероятно, такое высокое качество за такую низкую цену!».

- Говоря о цене, всегда упоминайте выгоду.

Пример

Продавец: «Полный пакет Вы приобретаете всего за 1500 руб. К тому же Вы сможете пользоваться этим замечательным очистителем воды целых 12 месяцев. Что может быть выгоднее?»

- Если покупатель в начале или середине диалога спросит Вас о цене, задайте ему встречный вопрос.

Пример

Продавец: «Цена так важна для Вас?»

Покупатель: «Конечно!»

Продавец: «Но Вы же еще пока не знаете, что Вы за нее получите. Давайте я Вам расскажу вкратце...»

Посередине диалога старайтесь обратить внимание покупателя на выгоду, а не на цену.

Как подвести покупателя к совершению сделки?

Приведите еще раз все важные и положительные аргументы в пользу приобретения товара и подтолкните покупателя к заключению сделки.

Здесь важно то, насколько быстро Вы сможете заполнить договор. Если Вы замешкаетесь, то покупатель может и передумать. Следующие советы помогут Вам достигнуть нужного результата.

Ваше поведение при заключении сделки

- Задайте наводящий вопрос.

Пример

«Как Вы думаете, сколько... Вам нужно?»

- Избегайте таких страшных слов, как «подписать», «заклучить», «торговый договор», «стоимость» и т.д. Они только вызовут страх в Вашем покупателе.

Пример

Вместо этих выражений используйте следующие: «подтвердите заказ», «документы» — они звучат намного приятнее для покупателя.

- Если вдруг, вопреки Вашим ожиданиям, клиент внезапно изменит свое решение, не сдавайтесь! С помощью вежливых вопросов выясните причину его нерешительности и найдите хороший аргумент, который рассеет все его сомнения.

Электронная версия данной книги создана исключительно для ознакомления! Реализация данной электронной книги в любых интернет-магазинах, и на CD (DVD) дисках с целью получения прибыли, незаконна и запрещена! По вопросам приобретения печатной или электронной версии данной книги обращайтесь непосредственно к законным издателям, их представителям, либо в соответствующие организации торговли!

Нёльке Клаудиа

Проведение презентаций

Главный редактор Г.Л. Гуртова

Ведущий редактор М.Р. Зребная

Редактор Ю.А. Серова

Корректоры О.А. Ильинская, Т.Ю. Шаманова

Дизайнер Е.О. Филючкова

Компьютерная верстка Д.В. Агентова, О.Н. Баканковой

Подписано в печать 11.09.2006. Бумага офсетная.
Формат 70х90/32. Печ. л. 4,5. Тираж 5000 экз. Заказ 64021

ООО «Омега-Л»

123022, Москва, Столярный пер., д. 14

Тел: (495) 777-17-99

www.omega-l.ru

Отпечатано ЗАО «Типография «Полиграфист»

410031, г. Саратов, ул.Волжская, 28

«Читается легко и с интересом, а предлагаемые идеи легко применимы в реальной жизни».

аутентичный
персонал
кадровый

«Когда Вам нужны идеи, совет профессионала или просто хочется расти как специалисту, открывайте любую книгу этой серии на любой странице».

журнал
МАРКЕТИНГ pro

«Лаконичные, понятные и одновременно практичные руководства по поведению в самых распространенных бизнес-ситуациях. Хорошая структура и продуманный дизайн книг делают их особенно удобными для тех, кому важно быстро получать доступ к необходимой информации».

BeGIn
be in group!

Проведение презентаций TG 2-е
изд. Нельке



2000002448006

ярный пер., 14

7-99

ти