



## ОБНАЖЕННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Откройте больше возможностей, выбирайте лучшее, живите полной жизнью.

# «Возвращение к любви»

Marianne Williamson.



Наш величайший страх — не в том, чтобы не соответствовать требованиям. Наш глубочайший страх в том, что мы сильны без меры.

Это наш свет, а не наша тьма пугает нас. Мы спрашиваем себя: кто я такой, чтобы быть неотразимым, восхитительным, талантливым и неподражаемым? В действительности же — кто ты такой, чтобы не быть им?

**Принижение** своих возможностей не помогает миру. Нет ничего продуктивного в том, чтобы **приуменьшать** себя ради того, чтобы люди чувствовали себя комфортно рядом с вами.

И когда мы позволяем нашему свету сиять, мы подсознательно даем толчок другим людям поступать так же.

Как только мы освобождаемся от собственных страхов, наше присутствие автоматически освобождает окружающих.

## Наше «нечестное» преимущество

Талант, или обучение... Об этом спорят многие тренеры и спикеры. Да, это правда, великими ораторами рождаются, но ими также и *становятся*. Делая *Обнаженную презентацию*, именно таким вы предстаёте перед слушателями, ОБНАЖЕННЫМ. Самим собой, свободным от того, чем вы не являетесь. Вы естественны в **вашем** подходе к выступлению и тренингу, что выделяется само по себе. Когда вы отбрасываете необходимость (ведомую эго) быть «лучшим» докладчиком или быть как кто-то другой, уверенность и свобода наполняют ваше выступление. Вот в чем заключается **обнаженное выступление** — вы естественны и вам комфортно быть собой.

В то время как мы продолжаем создавать лучшие смартфоны и сервисы, это вы — Менеджеры по развитию рынка и Тренеры — захватите сердца и умы наших продавцов, а они, в свою очередь, расскажут о нас покупателям. Итак, не принимая в расчет наши телефоны, откуда берется «нечестное преимущество»? Оно заключается в вашей возможности выступать. Успех или провал чаще всего происходит в один критически важный момент — когда вы или продавец рассказываете нашу историю покупателю.

**Хотите ли вы эффективно вдохновлять людей во время своего выступления?**

**Быть вдохновляющим.** Будучи обнаженным, вы отбрасываете всё ненужное, оставляя только суть вашего сообщения.

Во время *Обнаженной презентации* в основе выступления лежат идеи простоты, ясности, честности, целостности и увлеченности. Для слушателя это как глоток свежего воздуха. Идеи, которые вы представляете, могут быть **или** не быть новыми, радикальными или потрясающими. Но новизна и свежесть есть в вашем подходе и содержании. И если вы используете слайды, они отлично вписываются в вашу речь и гармонируют с вашим сообщением. Они последовательны, просто и красиво оформлены, однако ваши слайды не отнимают внимание и не переходят за границы поддерживающей роли.

### Почему мы боимся выступать?

Причин тому может быть много — начиная со случаев, когда вы чувствовали себя уязвимым, вынося свою идею на всеобщее обсуждение, и заканчивая старым воспоминанием о пробах в школьный хор, где вам сказали, что вы не можете петь. Воспоминания о том моменте до сих пор способны вызывать дрожь. Где-то между «тогда» и «сейчас» мы сделались обычными, нам не хватает **вовлечения**, мы стали очень осторожны во время выступлений.

Мы все выступаем в рамках общепринятых культурных норм. Парадоксально, но большинство общепринятых презентационных норм скучны, а наша задача — никогда не делать наше выступление скучным!

Единственная причина, почему мы стали такими скучными взрослыми докладчиками, в том, что мы слишком осторожны. Мы боимся. Мы хотим, чтобы выступление было идеальным, поэтому мы сами **воздвигаем барьеры**. Или **мы бежим и, подсознательно, прячемся за пачками графиков** в затемненной комнате, без всяких эмоций на лице. В конце концов, никого не увольняли за то, что он озвучил факты, правда? В следующий раз, чтобы выделиться из толпы других тренеров, — используйте навыки *Обнаженной презентации*.

## ЗАДАНИЕ: Запрос обратной связи

- Найдите 6 продавцов, которые были на вашем тренинге.
  - Пошлите им сообщение: «Я хочу улучшить свои навыки публичного выступления. Я буду благодарен, если вы сможете ответить на три простых вопроса для меня...»
    1. Что я должен перестать делать, чтобы улучшить свои выступления?
    2. Что я должен продолжать делать, чтобы вы получали удовольствие от выступлений?
    3. Что я должен начать делать, чтобы улучшить свои выступления?
- Я работаю с наставником, который сейчас помогает мне. Пожалуйста, не могли бы вы выслать мне ваши соображения до конца этой недели?

## Руководство к успеху

Когда вы проводите тренинг, у вас в распоряжении есть три основных ресурса:

1. **Стиль** вашего выступления.
2. **Наполнение** вашего выступления.
3. **Остальное**, чем вы можете улучшить ваше выступление.

Это всё. В большинстве выступлений, которые я вижу, основную часть времени тратят на полировку наполнения, показывая всё, на что они способны, во время выступления и на слайдах, но очень мало внимания уделяют стилю. Вот три результата, которые вы в равной мере можете получить во время выступления:

1. **Успех.** Всё сработало отлично, людям понравилось, презентация повлияла на сердца и умы людей.
2. **Пережил.** Всё было нормально. Я помню только несколько фактов. В большинстве случаев люди не вспомнят ничего из вашего выступления уже через две недели.
3. **Провалил.** Это было ужасно, вам было стыдно за выступающего, вы не могли дождаться конца.

Большинство из нас сталкивалось со всеми тремя реакциями. Но если мы спокойно это воспримем и составим матрицу из результатов «Успех», «Пережил», «Провалил», мы сможем определить, что же необходимо для проведения всегда успешных выступлений.

Давайте устроим маленькую ролевую игру прямо сейчас, отвечая на эти вопросы по поводу стиля...

Когда докладчик выступает успешно, как он себя ведет? Он расслаблен, уверен в себе, увлечен аудиторией и содержанием, двигается и говорит уверенно, использует естественные жесты?

А что если «переживает»? Он дольше входит в ритм, не очень уверен в себе, обнаруживает странную привычку, и не одну, выглядит не в своей тарелке?

И в конце концов, если результат выступления — провал, вы скорей всего увидите: кого-то одолел страх, нет глубины мысли, привычки раздражающие, нет взаимодействия с аудиторией, грубость, быстрая речь, медленная речь, скучный стиль и так далее.

Правда в том, что мы можем оказаться в каждой из трех ситуаций, а нашей целью является сделать выступление успешным.

В качестве задания заполните таблицу на следующей странице и проставьте в каждой графе как минимум шесть критериев к каждому результату. Когда заполните таблицу, отметьте вещи, которые вы, скорей всего, сделаете. Или еще лучше, если кто-то смотрит ваше выступление — попросите его отмечать то, что вы делаете. Вы наверняка заметите, что есть отметки в каждой ячейке! Не дайте этому смутить вас — потому что это легко изменить!

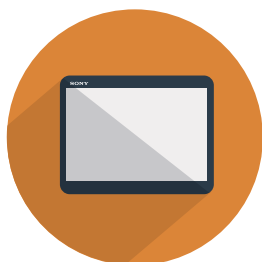
## Руководство к успеху

	Стиль	Содержание	Аудиовизуальная составляющая/ слайды
Успех			
Пережил			
Провалил			

Смотря на строку «Успех», обратите внимание, каких черт вам не хватает для успеха. На этом вам стоит сфокусировать внимание, развивать и улучшать **ваши** черты, необходимые для успеха. Если вы сделаете это правильно, ваши способности непомерно возрастут. **Помните следующее: то, на чем вы фокусируетесь, — это то, что вы получите!**

## 9 архетипов «Пережил»

Большинство выступлений попадет в категорию «пережил», но это очень сложно определить. Вместо того чтобы разбить все на «ингредиенты», тут собраны часто встречающиеся архетипы выступлений. Большинство архетипов движимы страхом, недостатком подготовки и/или чрезмерной самоуверенностью. Вне зависимости от того, что движет архетипом, аудитория будет оценивать то впечатление, которое получает.



### Технарь

Он же — докладчик, который говорит в экран.

#### Симптомы

- Говорит с экраном.
- Сильно технозависим.
- Комфортнее всего чувствует себя, говоря на жаргоне и о технологиях.
- Он бы мог просто прислать вам презентацию.

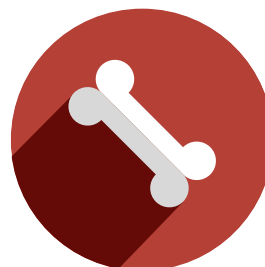


### Ведущий новостей

Он же — докладчик, становящийся роботом.

#### Симптомы

- Не обладает индивидуальностью.
- Следует строгому сценарию.
- Слишком статичен.
- Очень монотонен.



### Маленький щенок

Он же — докладчик, который хочет, чтобы его все любили.

#### Симптомы

- Часто по несколько раз извиняется за презентацию.
- Ищет подтверждения своим словам.
- Задает слишком много вопросов аудитории.
- Не хватает авторитета.



### Ас

Он же — докладчик, который летит!

#### Симптомы

- Может быть слишком лаконичен.
- Когда смущен — продолжает говорить.
- Может не иметь гибкой структуры.
- Легко отвлекается.



### Танцор диско

Он же — докладчик, который **не может** стоять на месте.

#### Симптомы

- Двигаются **будто** в танце.
- Его передвижения начинают раздражать.
- Может быстро вертеть в руках какие-то предметы.



### Комок нервов

Он же — докладчик, который трясется, еще на выйдя на сцену.

#### Симптомы

- Дрожь в голосе.
- Вы чувствуете его нервозность.
- Трясущиеся руки.

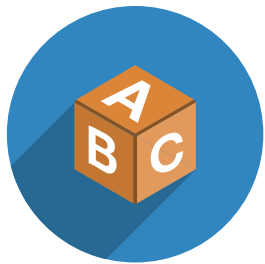


### Рот-мотор

Он же — докладчик, никогда не переводящий дыхание.

#### Симптомы

- Отсутствуют паузы между словами.
- Раздражающая тональность.
- Начинает нервничать, если люди его **не** понимают.
- Не замечает реакцию аудитории.



### Воспитатель

Он же — докладчик, разжевывающий вам все как ребенку.

#### Симптомы

- Говорит менторским тоном.
- Произносит «великолепный», «восхитительный», «потрясающий» слишком часто.
- Использует широкие жесты.
- Неадекватно поощряет активность людей.



### Генерал армии

Он же — докладчик, который выступает, но при этом отдает приказы.

#### Симптомы

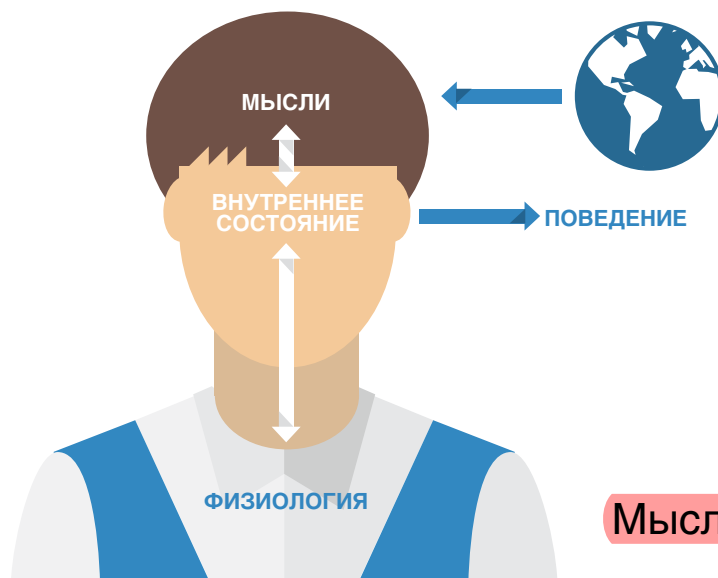
- Командует.
- Слишком усложняет.
- Нет связи с аудиторией.
- Использует силу, а не влияние.



## Главные правила



## Воспитывай в себе эмоциональную уверенность



Мысли — это реальная сила

Поведение зависит от состояния. Чтобы вести себя естественно и уверенно, нужно находиться в оптимальном состоянии.

Проблема, с которой мы можем столкнуться время от времени, — в том, что не всегда легко добиться оптимального состояния. Это может быть связано с:

1. **К**ачеством мыслей, которые у вас возникли, — стресс, приподнятое настроение и т.д.
2. Насколько вы умеете управлять вашей физиологией — быть расслабленным или напряженным, сконцентрированным и т.д.

Вспомните свою самую успешную презентацию или тренинг.

Какие мысли у вас были, положительные или отрицательные?

Как вы двигались и жестикулировали? Было ли это мощно и изобретательно? Наверняка так и было.

У спортсменов мирового класса существуют ритуалы, которые они выполняют перед каждым соревнованием.

Несмотря на то, что мы не являемся спортсменами мирового уровня, приемы из мира спорта могут быть чрезвычайно полезными для нас.

Прислушайтесь к внутреннему монологу, управляйте им, сделайте его заряжающим и наполняющим энергией — это в ваших силах.

Каждый может научиться через мысли управлять своим физиологическим состоянием. Это позволит вам проводить успешные презентации.

## Внутренний монолог

То, что вы говорите себе, и как именно вы представляете себе ваше выступление или тренинг, предопределяет, насколько успешно всё пройдет на самом деле.

# Выбирайте хорошие мысли!



## Как проводить Обнаженную презентацию

Это не законченный список (так что, пожалуйста, делитесь вашими «обнаженными» идеями), но вот несколько советов, которые нужно иметь в виду при создании *Обнаженной презентации*.

- **Быть вовлеченным.** У Дэна Мильмана, автора книги «Путь мирного воина», есть мантра: «Будьте здесь и сейчас». Вы присутствуете здесь и сейчас. Отпустите страхи, опасения, перестаньте думать о вещах, которые произошли в течение дня, и что вы станете делать позже. Будьте здесь и сейчас.
- **Будьте собой.** Это то, что аудитория хочет видеть... вас в естественном состоянии.
- **Служите аудитории.** На презентации они ваши клиенты. Сделайте ее специально для них.
- **Освободите себя от условностей.** Если есть сцена, используйте ее, когда это необходимо. Или перемещайтесь, если так вы чувствуете себя более естественно. Однако будьте осторожны — когда освещена только часть сцены, находитесь именно там, не блуждайте в темноте.
- **Используйте пульт-презентер.** Это делает переход между слайдами гораздо более естественным, и вы можете двигаться по залу, не будучи привязанным к ПК.
- **Не будьте слишком сильно зависимым от ваших слайдов и видео.** Если что-то пойдет не так, ваши слайды зависли или батарейки на микрофоне сели — не переживайте, примите это и работайте дальше. Вы сами и есть презентация, а не только используемые технологии.
- **Будьте проще.** Во всём. Простые цели, четкие сообщения, умеренная краткость.
- Вы обычно немного развязны? Тогда, оставайтесь таким же во время презентации. Пусть ваша естественная личность светится. Зачем скрывать то, что отличает вас от толпы?
- **Будьте тем, кто заслуживает доверие.**
- **Не используйте слишком много корпоративной лексики** — говорите по-человечески. Вы не можете быть *обнаженным*, если вы говорите «наилучшие практики» или «расширение прав и возможностей новой парадигмы».
- Помните, ваша аудитория — это активные участники, а не пассивные слушатели («пассивный слушатель» = оксюморон?).
- **Важно чувствовать себя комфортно, когда вы «вдохновляющий».** Для этого необходимо немного практики и уверенности в себе. Уверенность приходит с практикой. Аудитории ненавидят высокомерие и дерзость, но они любят уверенность... если только она подлинна.
- Никогда не украшайте ваши сообщения или слайды. Художественное оформление не обязательно. **Думайте о дизайне, но украшения неуместны.** Дизайн — это отражение глубины мысли и души, украшение же — надпись «С днем рождения» на праздничном торте.
- Хороший дизайн — это как хороший обед. Сбалансированный, гармоничный и разнообразный... и содержание, которое оставит аудиторию довольной, удовлетворенной и желающей добавки.
- Выступление стопроцентно *обнаженным* подходит не для каждой ситуации, но **легкий стриптиз придаст презентации значительный освежающий эффект.** Результатом будет презентация, которая отличается и так или иначе более настоящая — «настоящая», как откровенный разговор в кругу друзей. По моему опыту, чем выше вы поднимаетесь по карьерной лестнице, тем меньше у вас настоящих разговоров. Люди на самом высоком уровне управления не часто делают *Обнаженные презентации*, но согласитесь, было бы неплохо, если бы они делали это чаще.





# Мощное начало

## Чего хочет аудитория

Давайте подумаем о том, что является целью начала вашей презентации в общем смысле и оценим уровень начала презентации с точки зрения аудитории. Представьте, что вы сидите на презентации, которая только началась. Что вы ожидаете и хотите от **ведущего**?

Вот список, который я составил из мнения людей:

- Я хочу знать, о чем презентация.
- Я хочу, чтобы выступающий мне понравился.
- Я надеюсь, что найду вдохновение.
- Я хочу знать, что в этой презентации именно для меня?
- Я хочу чувствовать так, будто я собираюсь наслаждаться ей.
- Я хочу узнать о нашей новой технологии.
- Я хочу быть уверенным, что это будет полезный тренинг.
- Я хочу, чтобы меня развлекали.

Кроме того, вот то, что слушатели не хотят:

- Я не хочу заскучать.
- Я не хочу, чтобы всё звучало так, как и на любой другой презентации, которую я слышал.
- Я не хочу заснуть сразу же, как только ведущий скажет «Доброе утро!»
- Я не хочу, чтобы **ведущий** выглядел скучно, неприятно или нервничал.
- Я не хочу знать, где пожарные выходы!

Всё это — важные и справедливые вещи, которые зрители обычно хотят и не хотят слышать от докладчика.

## Избегайте бессодержательности

Рассмотрим клише «Вы никогда не получите второй шанс произвести первое впечатление» и подумаем об этом с целью создания нашего первого впечатления.

Представьте, что вы в магазине работаете продавцом, и сегодня еще один MDM собирается представить свою продукцию и обучить Вас — как представители трех других мобильных компаний на этой неделе.

«Доброе утро, меня зовут Виктор Простоещеодинчувак. Я собираюсь показать вам новый СПУТНИК СУПЕРУМНЫЙФОН. Это последняя разработка бренда СПУТНИК, премиальный смартфон с 160-мегапиксельной камерой, встроенным 3D дисплеем и он может делать капучино для вас».

Это то, что все говорят, не так ли? Восемьдесят процентов ведущих начинают свои презентации именно так. А результат? Посредственность, одинаковость, клише и у всех одно и то же. **Скучно.** Нет никакого «бума» в этом открытии.

Нам нужно забыть об условностях и сделать всё иначе, чтобы захватить сердца и умы своей аудитории. Вы должны сделать презентацию легкой для них, чтобы люди включились в нее, не говоря уже о том, чтобы она им понравилась.

Я собираюсь поделиться формулой, и гарантирую, что вы засияете в глазах вашей аудитории. Я называю это «бум-открытие». С помощью соответствующих слов и приемов вы можете быть уверены, что участники будут следить за каждым вашим словом. Вы откроете презентацию лучше, чем восемьдесят процентов ваших конкурентов, соперников и их коллег. И, без сомнения, это очень полезно для вас. Кроме того, чем лучше вы справитесь с бум-открытием, тем больше аплодисментов вы получите. Мы разобьем бум-открытие на семь частей.



## Бум-открытие

Первая вещь, которую вы обязательно должны сделать, — это заинтересовать продавцов. А самый быстрый и лучший способ сделать это, безусловно, заключается в использовании того, что я называю бум-открытием. Оно состоит из семи элементов и обычно делается последовательно такими шагами:

1. Бум-высказывание.
2. Приветствие зрителей
3. Представьтесь сами.
4. Объявите о цели.
5. Вовлекайте аудиторию.
6. Объясните преимущества вашего доклада.
7. Управляйте процессом.

### График, помогающий лучше разобраться в этом



Теперь эти шаги рассмотрим более детально.

## ШАГ 1. Бум-высказывание

Бум-высказывание — это то, что заставляет людей оживиться, поднять голову и проявить любопытство.

### **Бум-высказывание может принимать различные формы**

Вы можете похвалить аудиторию; задать прямой вопрос; сделать поразительное заявление или использовать обычную статистику; использовать наглядное пособие; рассказать историю о личном опыте; ссылаться на признанные мнения; бросить вызов вашей аудитории, чтобы вызвать конфликт; или можете сравнить одну вещь с другой. Эти и другие подходы — хороший материал для бум-высказывания. Давайте рассмотрим некоторые из них более детально, чтобы у вас сложилось лучшее представление о том, что я имею в виду.

### **Комплимент аудитории**

Настоящее спасибо или комплимент — это восхитительный способ сломать лед и сблизиться с аудиторией. Даже больше — такой подход может создать мгновенную связь с вашими слушателями. Например:

«Дамы и господа, я рад, что имею возможность поделиться информацией о следующем поколении продуктов с лучшей в индустрии командой тренеров и специалистов по развитию рынка. Это удовольствие — работать с вами».

## Задайте один или два риторических вопроса

Риторический вопрос является мгновенным способом вызвать интерес и придать актуальность теме с самого начала. Это сразу заставляет людей подумать и провести связь между тем, что вы представляете, и тем, чего они хотят достичь.

«Будет ли полезно, если я поделюсь тремя проверенными техниками, благодаря которым вы станете лучше, чем 80% выступающих?»

Уделим этому следующие 40 минут?»

## Сделать неожиданное заявление

Люди любят драмы. Им нравится быть захваченными чем-то глубоким. Неожиданное заявление — это как кто-то облил вас холодной водой и сразу ухватил ваше внимание. Вы просыпаетесь. Например:

«От следующего обучающего тренинга, который вы проведете, **возможно будет** зависеть, появятся ли Sony на прилавках мобильных салонов или нет».

## Используйте проверенную статистику

В рекламном мире данные статистики используются повсеместно. Такие, например, как эти простые и прямые: «Половина моей рекламы тратится впустую. Проблема в том, что я не знаю, какая именно половина».

Даже при том, что мы, возможно, не совсем верим тому, что говорят рекламодатели, их методы могут быть эффективно использованы в открытии презентации. Посмотрите на следующее:

«Наше последнее исследование удовлетворенности клиента **показало**, что 86 процентов всех розничных компаний ищут инновационные способы, которые **улучшат** опыт их покупателей на момент покупки товара и заинтересуют их. 86 процентов!»

## Используйте наглядные пособия

Мы все знаем клише «картинка стоит 1000 слов». Качественное изображения, связанное с тем, о чем вы говорите, можно вызвать интерес и интригу. Убедитесь, что вы используете только высокое качество графики.

Никогда не используйте Clip Art.

## Поделитесь личным опытом

Нам всем нравятся истории о любви. Рассказывая личную историю, вы открываете окно к вашей личности, что позволит людям соединиться с вами и вашей темой. Это также возможность продемонстрировать необычным способом, что у вас есть некоторый опыт и знания в вашей тематике. Например:

«Провал является результатом маленьких ошибок, допускаемых каждый день. Я хочу поделиться с вами «простой маленькой ошибкой», которую я делал каждый день, — это стоило мне потери самого главного клиента, но теперь позволит всем нам здесь избежать будущих неудач с вашими клиентами».

## Ссылайтесь на признанные мнения

Профессор Роберт Чалдини, доктор философии, выделил и описал один из самых мощных принципов социального влияния — власть. Цитаты авторитетных фигур оказывают внушительное влияние на людей. Это придает дополнительную надежность и многозначительность всему, о чем вы говорите. Вот пример: «Деннис, наш генеральный директор по маркетингу, заявил недавно, что наш успех и будущее с устройствами Xperia™ находится в руках наших менеджеров по развитию рынка, и их способности влиять на сердца и умы продавцов».

## Бросьте вызов аудитории

Нет ничего лучше, чем бросать вызов аудитории, активируя их мышление и провоцируя на участие. Этот вид бум-открытия особенно хорошо работает, потому что большинство людей в аудитории с открытым восприятием и пытаются сознательно или бессознательно принять решение о ценности того, что вы собираетесь говорить.

«Я готов поспорить, что к концу этой презентации вы обнаружите 3 новых способа, как создать и улучшить свои презентационные навыки».

## Истории, метафоры, юмор и Colin Hall

Оживите ваше открытие, рассказывая историю; обычно участники с легкостью запоминают истории.

Colin Hall, бывший генеральный директор 60-тысячной организации под названием Wooltru в Южной Африке, является мастером-рассказчиком.

Он наполняет комнату историями с удивительной пронизательностью, что всегда имеет глубокий, соответствующую смысл для тех, кто слушает. Как будто происходит две вещи параллельно: на первый взгляд это просто забавная, но захватывающая история, а на более глубоком уровне Колин касается вашего сердца и создает внутреннюю мотивацию, которая говорит, что это действительно имеет значение.

Колин открыл совещание по лидерству следующим вступлением и историей.

— Когда мы думаем о личной энергии, то мы можем думать о людях с точки зрения математики: кто-то вычитает, то есть забирает энергию у нас. Другие люди прибавляют, значит, количество нашей энергии увеличивается. Самые плохие те, кто делит энергию. Они, вероятно, намеренные разрушители. Они создают проблемы, настраивают всех друг против друга, портят отношения, пока не разорвут их. А еще есть мультипликаторы — те замечательные люди, которые приходят в нашу жизнь, и энергия по спирали вверх течет бесконечно — они ее умножают. Так или иначе, они, кажется, знают, как генерировать огромные объемы положительной человеческой энергии, которой они делятся с избытком.

Разница между жизнью на полную мощь и существованием и есть личная энергия. Как мы себя чувствуем, когда встаем утром и встречаем день. Как мы относимся к себе, к окружающим, и есть тот холст, на котором мы рисуем историю нашей жизни.

Существует апокриф о личной энергии, и эту историю стоит рассказать:

Испанский джентльмен стучит в дверь своего сына. «Хайме, — говорит он, — проснись!» Хайме отвечает: «Я не хочу вставать, папа». Отец кричит: «Вставай, ты должен пойти в школу». Хайме говорит: «Я не хочу идти в школу». «Почему нет?» — спрашивает отец. «Три причины, — говорит Хайме. — Прежде всего, потому что это так скучно; во-вторых, дети дразнили меня; и третье, я ненавижу школу». И отец говорит: «Ну, я собираюсь дать тебе три причины, почему ты должен пойти в школу. Во-первых, потому, что это твоя обязанность; во-вторых, потому, что тебе сорок пять лет, и в-третьих, потому что ты директор школы!»

Дамы и господа, доброе утро и добро пожаловать!

## Аудио- и видео-бумы

На многих конференциях ведущие открывают презентацию цепляющим видео. Это видеоклип, за который они заплатили, чтобы им его сделали под заказ — как правило, клип о том, что клиенты говорят, как они или их бренды хороши, о запуске нового продукта или некоторых достижениях.

С интернетом, и YouTube в частности, есть много вариантов недорогих клипов, которые вы можете добавить в ваши презентации, а также широкий спектр клипов можно использовать для создания эффекта «бум».

Просто зайдите на YouTube и поищите нужный жанр.

## ШАГ 2. Приветствие аудитории

После вашего бум-высказывания приветствуйте публику. Не слишком чопорно, просто вежливо и профессионально или так, как принято в группе, с которой вы общаетесь. Когда я делаю это, то использую несколько **небольших** правил, которые помогают мне расположить к себе аудиторию. Когда я говорю «Доброе утро» или «Добро пожаловать», я **убеждаюсь**, что произносить слова надо медленно, а не просто выбалтывать их. Всегда создавать хороший зрительный контакт с аудиторией, а также улыбаться. Оставить пространство для ответа зрителей — устного или мысленного... Вы будете поражены тем, как много людей взаимно пожелают вам доброго утра.

«Дамы и господа, доброе утро. Я очень рад быть с вами сегодня утром».

## ШАГ 3. Представьте сами

Это самая легкая часть. Тем не менее люди забывают представиться сами, потому что они глубоко погружены в собственную нервозность. Те же советы относятся к приветствию людей. Вежливо и четко дать людям знать, кто вы, откуда вы и какая у вас роль. Вот моё собственное введение:

«Меня зовут Роман Лебедев, я работаю в замечательной компании под названием Sony Mobile». Я не возражаю, если люди предпочитают представиться первыми, прежде чем они поприветствуют зрителей. Это действительно не имеет значения.

Станет гораздо лучше, как только вы сделаете это несколько раз. Но, пожалуйста, начните с **бум-**высказывания. Вы будете поражены его воздействием на вашу аудиторию.

## ШАГ 4. Объявите вашу цель

Сразу после приветствия зрителей и вашего представления вы должны рассказать всем, зачем вы заняли место перед аудиторией. Я использую термин «цели», а не «задачи» или «моя повестка дня». Ведь постановка цели эмоционально гораздо сильнее, чем постановка задачи. Безусловно, есть место и для вашей повестки дня, но не в этот момент. Повестка не предполагает результата, в то время как постановка цели помогает понять суть презентации и материала презентации, например:

«Моя цель сегодня помочь нам, как полевой команде Sony Mobile, выработать единое видение и улучшить свои презентационные навыки, что позволит запустить наш новый флагман как никогда хорошо».

## ШАГ 5. Вовлечение аудитории

После объявления своей цели часто есть соблазн перейти прямо к **вашей** презентации. Если вы иногда чувствуете, что это про вас, нажмите на «паузу».

Используйте это время, чтобы создать более глубокую связь и вовлечь аудиторию.

Тони Роббинс, известный тренер, говорит, что вы должны вести аудиторию и взять ее под контроль с самого начала. Самый простой и надежный путь добиться этого — вовлечение зрителей. Существует несколько эффективных способов для этого:

- задать соответствующий вопрос;
- провести групповое занятие;
- разрешить своей аудитории задать вопрос или записать цели посещения вашей учебной презентации.

Вот несколько примеров, которые я использую время от времени, в зависимости от группы, ее размера или возраста аудитории:

### Я задаю вопросы с ответами «Да» или «Нет»

Я могу спросить: «Кто думает, что, говоря с клиентом на языке выгод в соответствии с его потребностями, помогает продавать/зарабатывать больше?»

### Я задаю вопросы, на которые можно ответить по шкале от 1 до 10

Участники отвечают, показывая поднятые пальцы, чтобы представлять свои индивидуальные ответы. Это происходит так: «Прежде чем я начну, позвольте мне задать вам один вопрос. По шкале от 1 до 10, как вы оцениваете уровень представленности смартфонов Xperia в ваших магазинах?»

## Я прошу аудиторию повернуться к соседу и задать вопрос

Это выглядит примерно так: «Прежде чем я начну, пожалуйста, обратитесь к своему коллеге рядом с вами и ответьте на этот вопрос. Что вам больше всего нравится в смартфонах Sony?»

## Я показываю слайд с данными или статистикой и прошу дать комментарии с места

Это также хороший способ расколоть лед. Я мог бы сказать: «Посмотрите на этот слайд и обратите внимания, где на рынке, по оценкам наших клиентов, мы находимся. Повернитесь к соседу слева и обсудите, какое улучшение позволит нам занять еще более высокие позиции?»

## ШАГ 6. Объясните выгоды

Ключевые пункты **моей** презентации должны соответствовать основным потребностям и ожиданиям аудитории. Это, как правило, позволяет держать аудиторию заинтересованной и заставляет их слушать и сохранять внимание.

Вот типичное объяснение преимуществ:

«Некоторые из преимуществ, которые вы получите от сегодняшнего обучения:

- Вы будете точно знать, какими выгодами обладает наш новый флагман.
- Вы узнаете, что вы можете лично сделать и как повлиять на своих продавцов, чтобы они рекомендовали продукты Xperیا.
- Вы узнаете, как при помощи навыков консультационных продаж рассказывать о нашем новом флагмане».

## Шаг 7. Управление процессом

Это время, чтобы поделиться материально-технической частью вашей презентации. Например, как долго **ваше обучение-** презентация продлится, повестка дня, где уборные, время перерывов, как и когда задавать вопросы, что делать в случае пожарной тревоги и все другие «вопросы из головы». Некоторые спикеры начинают с этого, чтобы аудитория не отвлекалась на проверку своих телефонов, лазание в интернете и т.д.



# Открытия, которых следует избегать, чтоб не упасть лицом в грязь!

У меня есть еще несколько советов. Вот открытия презентаций, которые вы никогда не должны использовать ни при каких обстоятельствах.

## Не констатировать очевидное

Не пересказывать сказанное или повторять информацию. Вы должны каждую секунду **создавать** интерес и ожидание; не говорить то, что уже доподлинно известно. Нельзя начинать, говоря: «Я собираюсь побеседовать с вами сегодня о безопасности».

## Не открывать свою презентацию с извинениями

Обратите внимание. Вы можете подумать, что это заставит вас звучать доброжелательнее и не высокомерно, но извинения настроят аудиторию на выслушивание ваших слабостей.

## Не зачитывать **ваше начало (с экрана или в заметках)**

Вы упустите возможность установления контакта с аудиторией с самого начала плюс они будут думать, что вы **либо** очень нервный, или переподготовленный. Оставьте использование клише для конкурентов. Вот пример того, как не надо делать:

«Доброе утро, меня зовут Виктор Простоещединчувак. Я руководитель Учебного Центра Скучных Тренингов. Сегодня я собираюсь поговорить с вами **об** Пятидесяти оттенках смартфонов. Презентация завершится в 11:00, где за чашкой кофе вы сможете задать свои вопросы».

После этого начала вы услышите **громкий звук храпа от вашей** аудитории!

## Двигаясь дальше

Это всего лишь один из вариантов начала, **который занимает** от 30 секунд до 3 минут.



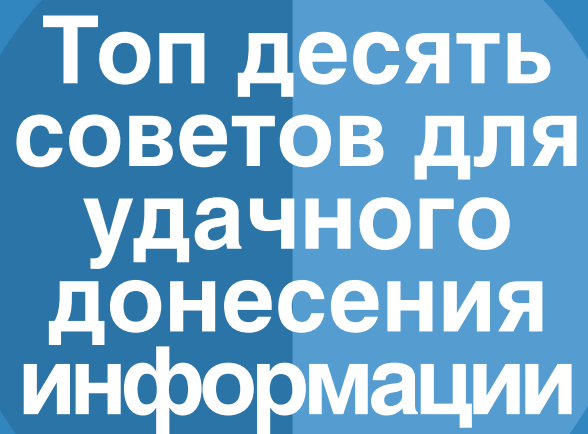
Таким образом, вы справились с бум-высказываниями, поприветствовали зрителей, представились, объяснили свою цель, завлекли аудиторию, указали на преимущества, которые вы можете предложить, и теперь вы готовы начать свою презентацию.

Когда вы думаете об открытии вашей следующей презентации, используйте этот захватывающий подход из 7 шагов. Если всё сделать правильно, вы получите следующие выгоды:

- Аудитория будет чувствовать возбуждение и интерес.
- Это поможет вам задать правильный темп.
- Вы установите доверительный контакт с самого начала.
- Аудитория будет знать, чего ожидать от вашей презентации.
- Такой подход выгодно отличит вас от всех остальных.







**Топ десять  
советов для  
удачного  
донесения  
информации**

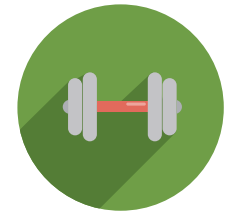


## Покажите свое воодушевление

Если бы я мог дать только один совет, он бы звучал так: **будьте увлечены** тем, о чем вы рассказываете, и дайте выход своему энтузиазму. Да, вам необходимо хорошее содержание. Да, вам нужна профессиональная, хорошо составленная визуальная часть. Но это всё будет бесполезно, если вы не увлечены своим повествованием. Черта, которая отличает докладчиков мирового уровня от заурядных, — способность установить контакт с аудиторией в открытой и воодушевляющей форме. Будьте уверены в себе. И покажите всем, насколько вам нравится то, о чем вы рассказываете.

## Начинайте уверенно

Вы слышали это и раньше: первое впечатление очень важно. Поверьте. Первые 2–3 минуты выступления самые важные. Слушатели хотят, чтобы вы им понравились, и дадут вам несколько минут в начале на это — не упустите такую возможность. Большинство выступающих проваливаются на этой стадии, закливаясь на информации на экране или своей личной/профессиональной истории, и т.д.



## Будьте кратки

У людей очень **короткое время** сохраняется внимание, когда дело доходит до пассивного слушания докладчика. Пик внимания аудитории приходится на вашу открывающую часть и ту часть, когда вы говорите «подводя итог...» Такова человеческая натура, особенно когда дело доходит до занятых (зачастую уставших) работников. Итак, если у вас есть 30 минут на выступление, закончите за 25. Лучше, чтобы аудитория ждала от вас еще чего-либо, нежели чувствовать, что им уже более чем достаточно. Профессиональные выступающие это знают.

## Отойдите от стойки

Будьте ближе к аудитории, отойдя от стойки спикера. Стойка — это барьер между вами и людьми в зале. Но цель нашего выступления — найти общий язык с аудиторией. Убирая физические барьеры между вами и зрителями, вы помогаете себе наладить с ними контакт.



## Используйте пульт д/у

Чтобы перелистывать слайды, воспользуйтесь маленьким устройством, помещающимся в руке. Портативность устройства поможет вам отойти от стойки. Это предмет первой необходимости.

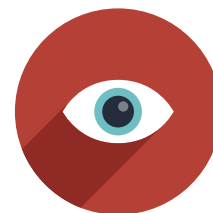


## Помните про клавишу B

Если вы нажмете клавишу “B” (англ.) на клавиатуре во время показа презентации в PowerPoint или Keynote, экран станет черным. Это полезно, чтобы отойти в сторону от того, что вы показывали на слайде. Делая слайд пустым, вы всё внимание можете приковать к себе. Когда вы готовы двигаться дальше, просто нажмите клавишу “B”, и изображение снова появится.

## Установите визуальный контакт

Постарайтесь смотреть на определенных людей, нежели окидывать взглядом всю группу. Так как у вас есть компьютер, вам нет необходимости оглядываться назад — просто киньте быстрый взгляд на монитор. Если вы хотите потерять внимание аудитории — просто повернитесь к ним спиной. А в то время как вы поддерживаете визуальный контакт, не забудьте улыбаться. Улыбка всегда к месту, если только тема вашего выступления не очень грустная.



## Оставьте свет включённым

Если вы выступаете в переговорке или аудитории, есть соблазн выключить свет, чтобы слайды было лучше видно. Но пойдите на компромисс между яркостью экрана и яркостью освещения аудитории. Выключение света — помимо того, что это усыпляет, — приковывает всё внимание к слайдам. Аудитория должна больше смотреть на вас, а не на экран. Сейчас презентационное оборудование обладает достаточной яркостью, чтобы вы могли оставить свет включённым.

## Используйте телевизор для маленьких групп

Если вы выступаете перед маленькой группой, можете подключить свой компьютер к большому экрану. С телевизионным экраном вы можете оставить большую часть освещения. Убедитесь, что ваш текст и графика достаточно хорошо видны на маленьком экране. Если необходимо, увеличьте размер шрифта.



## Всегда будьте вежливы, учтивы и профессиональны

Когда кто-либо из аудитории задает вопрос или дает комментарии, поблагодарите его за дополнение. Даже если кто-то испытывает вас на прочность, вы должны быть галантны и сдержанны по отношению к ним. Истинные профессионалы могут всегда оставаться спокойными и уравновешенными. Помните о том, что у вас есть репутация, поэтому оставайтесь приветливы по отношению даже к самым тяжелым аудиториям.

## Опробованные и проверенные советы

1. Определите потребности и пожелания аудитории.
2. Обозначьте тему презентации.
3. Определите основные интересы и общие потребности аудитории.
4. Узнайте, каковы текущие проблемы и пожелания каждой аудитории.
5. Корректируйте манеру выступления под каждую конкретную аудиторию.
6. Имейте в виду личностные характеристики присутствующих (возраст, религию, образование, политические взгляды).
7. Чувствуйте настроение аудитории; измените манеру выступления, если это необходимо.
8. Если вы проводите презентацию на территории партнера, выясните ожидания тех, кто вас пригласил.
9. Спросите себя: «Какие чувства и/или знания я хочу передать?»
10. Если вы выступаете не один, узнайте, кто будет выступать перед вами.
11. Определите, как долго вам предстоит выступить.

## Владение голосом

1. Мягкий, четкий голос.
2. Будьте решительны.
3. Озвучивайте все пункты.
4. Начиная предложение, убедитесь, что у вас достаточно воздуха, чтобы его закончить не торопясь.
5. Выделяйте интонацией важные слова и фразы.
6. И наоборот, приглушайте речь на менее важных словах и фразах.
7. Нужно мыслить наперед.
8. Разнообразьте высоту голоса, силу, громкость, частоту и ритм.
9. Правильно составляйте слова и предложения.
10. Вокальная и внешняя энергичность.
11. Четкая артикуляция.
12. Верное произношение.
13. Ясная дикция.
14. Одинаково хорошо слышно всегда.
15. Не опускайте менее важное (не спешите).
16. Избегайте «ой», «эх», «о'кей» и «ну вы знаете».
17. Не забывайте про паузы.



## Жесты и язык тела

1. Улыбайтесь.
2. Постарайтесь наладить визуальный контакт со всеми частями аудитории.
3. Действуйте уверенно.
4. Держите осанку.
5. Двигайтесь, для поддержания интереса.
6. Ваши жесты должны быть четкими и уверенными. Ваши жесты должны быть расслабленными и комфортными. В то же время, жесты должны быть расслабленными и естественными.
7. Пусть жесты идут от плеч, а не от локтей.
8. У ваших движений должен быть смысл.

## Управление вопросами и возражениями

1. Подготовьтесь ко всем возможным вопросам и возражениям.
2. Устройте тренировочное выступление.
3. Покажите что у вас достаточно знаний и вы компетентны.
4. Четко объясните, когда вы ответите на вопросы.
5. Держите под контролем ситуацию и аудиторию.
6. Используйте вопросы, чтобы еще раз сфокусироваться на теме или сообщении.
7. Используйте юмор там, где это возможно.
8. Не будьте заиклены на защите.
9. Убедитесь, что ответили на вопросы задающего и всей аудитории.

## Шесть основных причин провала презентации

1. **Неясность цели выступления.** Вы можете хотеть замотивировать аудиторию каким-то образом, но они не поймут это из вашего выступления.
2. **Недостаток четкой организации и лидерства.** Ваша речь не структурирована и не следует легко и логично от одного пункта к другому.
3. **Слишком много информации.** Вы перегружаете аудиторию деталями, некоторые из них технические и в большинстве случаев не нужны.
4. **Недостаточно поддержки вашим идеям, заявлениям и информации.** У вас есть интересные факты, но вашим идеям не хватает красочности, запоминающихся историй и примеров.
5. **Монотонный голос и неразборчивая речь.** Вы верите в то, о чем говорите, и воодушевлены этим, но ваш голос и манера речи не передают ваших чувств.
6. **Выступление не отвечает нуждам аудитории.** Вы фокусируетесь на том, что интересно вам, а не на том, что интересно аудитории.

### Не стоит делать:

1. Двигать ногами туда-сюда.
2. Пересчитывать мелочь в кармане.
3. Постоянно тереть какую-то часть тела.
4. Хмурить брови.
5. Щуриться под светом.
6. Начинать каждое предложение с «эммм...»
7. Мерить шагами сцену.
8. Смотреть на экран позади вас.
9. Стоять полностью за или сильно сбоку от стойки спикера.





# Заключение

## Закончите взрывным финалом

Представьте чтение книги, в которой отсутствует последняя глава, просмотр мюзикла, в котором отсутствует заключительный акт, и просмотр экшн-фильма, в котором в последней сцене ничего не происходит. Вы почувствуете себя обманутым! Ваше выступление не должно заканчиваться с мучением, в идеале в конце должен быть взрывной финал, побуждающий аудиторию к действию.

Большинство докладчиков в конце выступления даже не стараются, потому что они фокусируются на рассказывании содержания, а не стремятся побудить к действию. Завершение презентации создано для того, чтобы люди запомнили главную мысль, побудить их к размышлениям и действиям. Это очень важно! Презентацию надо закончить взрывом энергии, а не мучениями.

### Важность правильного окончания выступления

Чаще всего люди помнят последнее, что они услышали, нежели что-то из середины беседы. Тем не менее большинство тренеров просто затихают, когда доходят до конца повествования. Я встречал людей, которые настолько радовались, что их выступление окончилось, что начинали собираться еще до завершения. То же самое делала и аудитория.

Хорошие докладчики оставляют много сил для работы с аудиторией в конце выступления, и финал их презентации выглядит как изысканный десерт, что-нибудь очень вкусное, оставляющее запоминающееся послевкусие.

Невозможно переоценить важность уверенного окончания выступления. Представьте, что вы создали прекрасное впечатление в начале выступления, и отлично донесли его суть, но окончилось оно двумя словами: «Есть вопросы?» Это как рассказать концовку шутки без начала или с другим началом!

Например: «Дамы и господа, спасибо за уделенное время в это утро. Забегая вперед, если у вас возникнут вопросы касательно телефона, не стесняйтесь, и обращайтесь ко мне». Как это звучало? Это профессионально, но недостаточно эффективно. Разве вы не пытаетесь выделиться и не быть просто-еще-одним-тренером?

### Укрепите связь

Вам нужен взрывной финал. Вам нужен блистательный момент, чего бы вам это ни стоило. Что вы можете дать аудитории в качестве взрывного финала? Завершать выступление так же просто, как и начинать его, но в заключительной части можно быть более раскованным. Начало выступления очень структурировано, потому что у вас есть буквально секунды на то, чтобы у аудитории сложилось правильное мнение о вас. Финал выступления отличается. Хорошие докладчики заканчивают выступление, вспоминая все ключевые моменты своего выступления, и закрепляют его в сердцах и умах людей. На это требуется время, силы и практика. Это то, что будет выделять вас из общей массы.

## Завершая дело

Ваше заключение не должно расходиться с вашим началом и общим посылом. Ваша концовка должна соответствовать началу, и здесь структура презентации играет важную роль. Благодаря заключению ваша презентация выглядит и звучит целостно.

## Никогда не озвучивайте свое намерение завершить выступление

Просто предупреждение. Если люди узнают заранее о том, что вы собираетесь заканчивать выступление, они докрутят до конца **ваше выступление** у себя в голове и начнут думать о своем. Аудитория станет разрозненной, участники начнут готовиться уходить, включать телефоны и начнут отправлять СМС. Вы проиграли. Вы не донесли мысль, которую хотели.

Будьте оригинальны. Подведите аудиторию к вашему заключению в креативной манере, нежели просто фразой «в заключение я хочу отметить необходимость держать осанку, когда сидите на стуле, потому что безопасность — прежде всего. Спасибо за внимание. У вас остались какие-либо вопросы?»

Хорошее заключение должно быть обдуманное и энергичным. Это может быть занятное утверждение, шутка или призыв к действию. Некоторые заключения мотивируют аудиторию, если содержат конкретные руководства к действию.

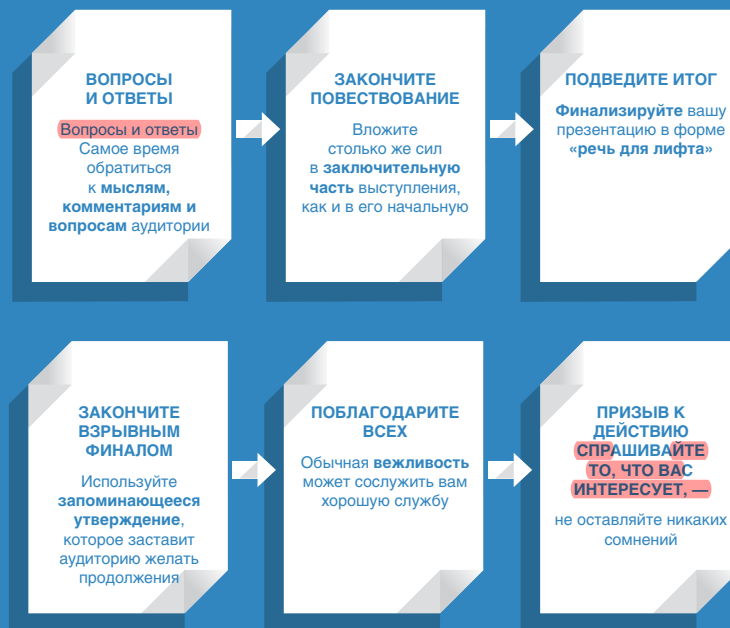
## Взрывной финал

Мы знаем вещи, которые не сработали, вещи, которые заставили людей мысленно покинуть зал до того, как вы закончили. Так давайте посмотрим на то, что работает.

Если бы это был бродвейский мюзикл, это был бы ваш критический момент, ваш финальный номер, грандиозный финал. Взрывной финал. Во время выступления это момент, когда вы просите то, чего вы хотите. Люди будут слушать вас. Вот график, описывающий простой процесс из 6 шагов, которые должны быть в вашем финале. Если есть все шесть — это золотой стандарт.

## Список для успешного финала

Не жалеете времени и разберитесь в нижеследующем. Это поможет вам устроить **ваш** собственный взрывной финал.



## 5 концовок, которые отлично подходят для завершения выступления

Нет четкого руководства, какой тип финала использовать. Я уверен, что список удачных вариантов **окончить** выступление можно продолжать до бесконечности. Лично я нахожу эти пять очень полезными:

### 1. Покажите ценность выступления, подводя итог.

#### Положительный (приятный) **угол**:

- Наш взгляд на мобильные технологии.
- Ценность этого взгляда.
- Положительное в этом взгляде.
- Решение.

#### Негативный (неприятный) **угол**:

- Обозначьте проблему, которую вы решаете.
- Определите размер проблемы — если озвучить финансовую составляющую, это обычно вызывает одобрение.
- Озвучьте последствия нерешения проблемы в кратчайшие и отдаленные сроки.
- Решение.

## 2. Используйте отсылки к началу выступления

Люди любят постоянство. Обращаясь к началу выступления, вы создаете естественное чувство финала и того, что вы достигли своей цели.

## 3. Используйте видеоклип, стихотворение или цитату

Используя видеоклип, стихотворение или цитату, вы создаете эмоциональную связь между выступлением и сообщением в клипе. На недавней конференции Diageo в Ирландии директор по торговле Keiran Budds показал видео — отрывок из фильма Any Given Sunday. Во время показа все стояли очень плотно друг к другу. Если вы еще не видели, посмотрите на [youtube.com “Pasino speech Any Given Sunday”](https://www.youtube.com/watch?v=Pasino_speech_Any_Given_Sunday).

## 4. История или метафора

Используйте историю, чтобы продемонстрировать ключевые моменты вашего выступления или чтобы показать ценность того, что вы говорите.

Вот пример речи директора по продажам, которую он произнес, чтобы мотивировать торговых представителей, на квартальной конференции по продажам:

«Каждое утро посреди африканской саванны просыпается лев. Он знает, что должен перехитрить и обогнать антилопу, просто чтобы остаться в живых. В то же самое утро просыпается антилопа, и она тоже знает, что должна перехитрить и обогнать льва, просто чтобы остаться в живых. Неважно, к кому вы себя отнесете — ко льву или к антилопе, просто убедитесь, что завтра после этой конференции вы перехитрите и обгоните ваших конкурентов».

## 5. Бросьте вызов

Бросить вызов аудитории — отличный способ поддержать интерес после окончания выступления.

«Это факт, что когда люди пользуются нашими телефонами, они им нравятся. Между нами и покупателями находится персонал магазина. Мой вызов всем здесь присутствующим — выберите пять магазинов, еще не очарованных вашим шармом, придите к ним и сделайте из них амбасадоров и поклонников Sony».

## Взрыв

Это мой послы вам. Всегда оставляйте достаточно энергии на достойный финал. Иначе вы можете упустить свою золотую медаль. Закончите выступление так, чтобы это отражало вас, чем-нибудь, что завладеет вниманием и сердцами вашей аудитории и побудит их к действию.

### Заключительные мысли

«Действуя, вы наверняка столкнетесь с рисками и тратами при активном действии. Но они определенно на порядок меньше долгосрочных рисков и затрат при комфортном бездействии».

John F. Kennedy



## Образец окончания выступления

1. Каков мой итог? «Речь для лифта»

2. Взрывной финал

3. Кого я благодарю и кому признателен

4. Каков мой посыл к действию?



## Стань «зеленым»

### Colour Code:

**Красный:** Есть что улучшать.

**Оранжевый:** Средний уровень.

**Зеленый:** Моя сильная сторона!

Презентуя обнаженным			
Я или Не Я.			
Уверенность.			
Простота.			
Связанность.			

Принципы проектирования			
Составление содержания.			
Планирование выступления.			
4 базиса — Почему?			
4 базиса — Что?			
4 базиса — Как?			
4 базиса — Что если?			

Начало презентации			
Бум-начало.			
Приветствие.			
Представление себя.			
Цель.			
Плюсы для аудитории.			
Действие.			
Приведение в порядок.			

Навыки донесения информации			
Подходящий тон.			
Голосовое разнообразие.			
Использование языка тела.			
Присутствие.			
Визуальный контакт.			
Использование жестов.			





**SONY**