**5 простых фишек,**

**чтобы выгодно рассказать о своём бизнесе**

**за 30 секунд на встрече с партнёром, клиентом или инвестором**

**Сергей Загородников**

**2013**

# Почему 30 секунд?

Любому бизнесу нужны клиенты и партнёры. Каким бы классным и крутым не был ваш продукт, его нужно раскручивать и продвигать, рекламировать, ждать эффекта. И на это нужны деньги, которых всегда не хватает.

Есть другой способ продвижения своего бизнеса – это поиск нужных людей, людей, которые могут вам помочь деньгами, советами, своим участием, связями.

Как не крути, успех в бизнесе часто зависит от того, сколько у вас знакомых, друзей, партнёров. Чем раньше вы это осознаете, тем раньше начнёте действовать, и тем быстрее ваш бизнес выйдет на новый уровень.

Выглядит всё просто – найти полезного человека, прийти к нему, рассказать о своих проблемах, попросить помощи, предложить что-то взамен.

Но…

Представьте, что у человека, внимания которого вы добиваетесь, хронически нет времени. Он живет в потоке своих проблем, задач, переездов, желаний и надежд. И тут появляетесь вы…

Зачем? Чтобы рассказать о своем супер предложении и отнять у него, как минимум, полчаса на обсуждение деталей вашего предложения. Согласитесь, у вас нет шансов.

Что делать?

Выход есть. Нужно научиться рассказывать о своём бизнесе или о своём предложении за 30 секунд. Это то время, которого, как правило, людям не жалко, и которого любому профессионалу достаточно, чтобы понять суть предложения.

30 секунд – этого вполне достаточно, чтобы чётко, ясно и понятно рассказать о том, чего вы конкретно хотите от человека, даже если вы встретились с ним случайно в лифте, на лестнице, в компании других людей или на публичном мероприятии.

# 1. Говорите языком выгод

Не нужно описывать свой бизнес и говорить о том, как здорово вы можете что-то сделать.

Прежде, чем с кем-то встречаться и что-то предлагать, ответьте на 5 вопросов:

1. Зачем это нужно человеку?
2. Почему с вами выгодно и удобно работать?
3. Какие проблемы может решить человек, работая с вами?
4. Какие возможности могут появиться у человека, если он будет работать с вами?
5. Почему с вами работать лучше, чем с вашими конкурентами?

По каждому вопросу напишите по 3 аргумента. И у вас получится целых 15 аргументов в пользу того, чтобы работать именно с вами.

А теперь составьте свой примерный презентационный спич по формуле:

* Я представляю….
* Мы занимаемся….
* Работая с нами, вы сможете….
* Это позволит вам….
* Мы - лучшие на рынке потому, что….
* Буду признателен вам, если вы рассмотрите наше предложение….

Не теряйте время и уже сегодня опишите все выгоды сотрудничества с вами.

После того как напишите весь спич, проговорите его и засеките время. Если он больше, чем 30 секунд, оставьте только самые важные и главные аргументы. Всё остальное – для ответов на вопросы.

У вас должно получится максимум 10 предложений (200-300 слов).

# 2. Не злоупотребляйте деталями

У любого проекта, предложения, бизнеса есть детали. И если суть вашего предложения можно сформулировать одним предложением, то о деталях можно говорить часами.

Это не означает, что детали не нужно знать. Наоборот, их нужно знать наизусть и очень легко в них ориентироваться.

Но…

Не имеет смысла о них говорить, пока вашему собеседнику не стало это интересно. Оставьте детали для ответов на вопросы собеседника или, как минимум, поставьте их в окончание своего рассказа, если уж без них никак нельзя.

Те слова, которые Вы сейчас используете, когда презентуете свой продукт или в целом свой бизнес, постарайтесь очистить от технических описаний.

Все характеристики своего продукта или бизнеса постарайтесь припрятать на потом, для ответов на вопросы (толщина, длина, скорость, время, расстояние, срок и т.д.).

Сфокусируйтесь на выгодах человека и своих отличиях от конкурентов.

30 секунд – никаких деталей!

# 3. Говорите на понятном языке

Выбирайте при описании своего бизнеса или продукта те слова, которые понимает человек, которому вы это говорите.

Первые 30 секунд:

1. Никаких специальных терминов
2. Никакого сленга и жаргонных выражений
3. Никаких сложносочинённых или сложноподчинённых предложений
4. Никаких расплывчатых формулировок и тезисов
5. Никаких сложных, иностранных или непереводимых выражений.

Чем проще будут ваши слова, тем для большей аудитории они будут понятны, и тем меньше вероятность того, что человек почувствует себя глупо, не зная их значения.

Прямо сейчас возьмите то описание своего бизнеса или услуг, которые вы предлагаете, и оцените, насколько оно будет понятным, если его рассказать70-ти летней бабушке.

Вы, конечно, можете возразить, что это, возможно, не ваша целевая аудитория.

Но.

Это критерий простоты вашего сообщения. Если уж бабушке это понятно, то остальным людям это будет понятно тем более.

# 4. Используйте доказательства

Люди не всегда сразу понимают, в чём суть предложения и насколько оно им нужно. Но они всегда хорошо реагируют на то, что говорят другие, и как другие поступают.

Общественное мнение – это то, что заставляет людей всегда оценивать подсознательно, правильно ли они поступают или нет.

Если вам есть, что сказать, то обязательно используйте выражения такого типа:

1. "Мы представлены в XX регионах"
2. "Нам доверяют XX компаний"
3. "Мы уже реализовали XX крупных проектов"
4. "Мы работали с … (наименование известной компании)"
5. "Мы обслуживаем XX клиентов (посетителей) в сутки"

Количество клиентов, название компаний, количество проектов, количество регионов – всё это социальные доказательства того, что с вами стоит иметь дело. Как минимум, человек почувствует, что стоит уделить вашему предложению времени больше, чем 30 секунд.

Прямо сейчас вспомните крупных клиентов и, возможно, известные компании, с которыми вы работали. Посмотрите статистику нескольких последних месяцев, чтобы найти какое-нибудь число о вашем бизнесе, которое можно использовать в своей само - презентации.

# 5. Производите впечатление успешного человека

Чтобы вы не говорили о своём бизнесе, люди всегда сначала решают вопрос – можно ли вам верить?

Поэтому всегда работайте над первым впечатлением, которое вы производите на людей. Он складывается из внешнего вида, интонации голоса, взгляда, запаха.

Прежде, чем идти на какое-то мероприятие, поинтересуйтесь, какие требования будут к дресс - коду. Лучше быть более официальным, чем немного неформальным.

Чтобы всегда быть готовым к случайной встрече с полезным и нужным человеком обязательно следите:

1. За своей прической
2. За свежестью одежды и обуви, которые вы носите
3. За запахом, который от вас исходит (туалетная вода, пот)

Помимо внешнего вида, всегда оттачивайте свою речь. Не старайтесь сказать как можно больше, говорите спокойно и размеренно, но только самое главное.

Перед важной встречей заранее потренируйтесь перед зеркалом, а лучше - перед своей кошкой или собакой.

# 3 совета

Чтобы любая встреча с нужным вам человеком заканчивалась вашей победой, обязательно:

1. **Заранее готовьтесь к возражениям.** Напишите все возможные вопросы, которые может задать вам человек по вашему предложению, и подготовьте подробный и развёрнутый ответ на них.
2. **Всегда носите с собой свою визитную карточку.** Сделайте её максимально простой и понятной, без лишней информации, декоративных шрифтов и разноцветных узоров.
3. **Заранее узнайте всё о человеке, с которым собираетесь встретиться.** Выучите и запомните его имя и фамилию, должность, которую он сейчас занимает, проект, в котором он сейчас работает.

Тренируйтесь, тренируйтесь и тренируйтесь.

Чем чаще вы будете рассказывать о своём бизнесе, тем быстрее вы научитесь укладываться в 30 секунд.

Информации становится с каждым днём всё больше. Места в информационном поле для вас и вашего бизнеса становится всё меньше.

Короткие, но ёмкие и понятные сообщения о вашем бизнесе в рекламе, СМИ, социальных сетях – это ваш шанс выделиться на фоне однотипных и серых сообщений ваших конкурентов.

Действуйте!