СОВЕТЫ ОПЫТНОГО ТРЕНЕРА

Нина Зверева

СО МНОЙ ХОТЯТ ОБЩАТЬСЯ

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Содержание

Вступление. Для кого и зачем нужна эта книга? 9
Как пользоваться этой книгой 11

ЧАСТЬ I. ЕСТЬ ФОРМУЛА, И ОНА РАБОТАЕТ! 13
Сформулируйте цель 16
«Попадите» в целевую аудиторию 21
Определите формат 27
Почувствуйте момент 33
Тесты на усвоение формулы «цель–аудитория–формат–момент» 39
Выводы 44

ЧАСТЬ II. ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ 45
Внешний вид 48
Голос 55
Взгляд 60
Выводы 66

ЧАСТЬ III. ВАШ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД 67
Стиль 70
Достоинство 76
Умение говорить комплименты 81
Чувство юмора 87
Обаяние 96
Умение рассказывать истории 103
Позитивный настрой 109
Искренность 114
Креативность 122
Спокойствие 128
Популярность 133

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Умение слушать ... 139
Умение задавать вопросы ... 144
Умение чувствовать время ... 150
Готовность помочь ... 155
Смелость ... 160
Информированность ... 165
Загадочность ... 171
Уверенность ... 177
Эрудиция ... 182
Профессионализм ... 191
Выводы ... 196

ЧАСТЬ IV. ЭТИХ ОШИБОК НАДО ИЗБЕГАТЬ ... 197
Ошибка 1. Говорить вязко, длинно, скучно ... 200
Ошибка 2. Использовать гаджеты во время общения ... 202
Ошибка 3. Приводить себя в пример и «якать» ... 204
Ошибка 4. Рубить правду-матку в лицо ... 207
Ошибка 5. Использовать штампы, канцелярит и общие фразы ... 210
Ошибка 6. Отказываться от произнесения тостов ... 212
Ошибка 7. Говорить от имени других ... 215

Заключение ... 217

Ответы на тесты в главе 1 ... 219

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

«Попадите» в целевую аудиторию

Недавно я проводила занятия с замечательным человеком — профессором, директором успешного научного института (что само по себе уже вызывает симпатию и уважение). Он гордо показал мне свою последнюю презентацию, с которой выступал перед соратниками по отрасли на заседании в министерстве. Я мало что поняла в содержании этой презентации, но что-то мне показалось неверным, и я уточнила: «Перед кем вы выступали?» Профессор радостно подтвердил: перед коллегами и заместителем министра. Я спросила: «А кто для вас в этой ситуации был важнее — коллеги или заместитель министра?» Мой ученик сразу ответил: «Заместитель министра, конечно, потому что именно от него зависит, получит проект государственное финансирование или нет». Тогда я предложила посмотреть презентацию еще раз глазами этого человека, но сначала рассказать о нем: насколько он «в теме», как относится к научным достижениям, каковы личные отношения.

Директор задумался, потом честно ответил на эти вопросы и сам сделал вывод: «Неправильная у меня презентация! Она для него не подходит!»

Тест

Оцените по 10-балльной шкале, насколько верны для вас следующие утверждения (0 баллов — если абсолютно неверны, 10 баллов — если полностью верны).

- ☐ Для вас главное — то, что вы хотите сказать. Кто сидит перед вами — уже не столь важно.
- ☐ Вы заранее уверены, что знаете аудиторию, тем более что в большинстве случаев это ваши коллеги.
- ☐ Вы надеетесь, что аудитория или собеседник сами проявят интерес к вам: уделят вам внимание, будут задавать вопросы.

Если в совокупности вы набрали более 15 баллов, эта глава для вас!

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Кто из известных вам людей умеет чувствовать аудиторию?

Мы стали думать вместе: почему он совершил эту ошибку? И легко нашли ответ. Презентацию он готовил по шаблону и думал прежде всего о коллегах, которым интересны его проекты. Но для этих людей гораздо важнее был бы другой результат — решение министерства о выделении средств на развитие отрасли. А вот этого не получилось.

Правило звучит очень просто: общение будет эффективным только в том случае, если у вашей аудитории (неважно, один это человек, или десять, или триста) возникнет интерес к сказанному вами. Иначе вы просто теряете время — и свое, и чужое. Процесс общения становится эффективным, только если он двусторонний. Трудно ли это?

Нет, не трудно. Надо изучить аудиторию, понять ее интересы и далее «играть» только на той «площадке», где находятся эти интересы.

Советую каждый раз ставить себя на место человека, которому вы хотите сообщить что-то важное. Конечно, прежде чем вы можете это сделать, придется изучить вопрос. Вернемся к истории моего ученика-профессора. Надо найти выступления заместителя министра, изучить ключевые задачи министерства, разобраться в актуальных проблемах, которые явно волнуют этих людей. Мне легко давать такие советы: много лет я работала в журналистике, брала интервью у разных известных политиков, в том числе Черномырдина, Ельцина, Клинтона, Арафата. Я точно понимала, что у меня есть единственный шанс продлить мою беседу сверх

Как они это делают?

1. Опытный коммуникатор досконально изучает аудиторию, с которой предстоит взаимодействовать, еще до формулировки цели общения. Хорошего результата можно добиться только на пересечении интересов. Значит, интересы аудитории надо знать заранее и не ошибиться!
2. Мастера общения не только изучают аудиторию в целом. Они знают некоторых людей по именам, в курсе подробностей жизни целого коллектива или его лидеров и легко оперируют этими фактами.
3. Они постоянно обращаются к аудитории и следят за реакцией, меняя текст своего сообщения в зависимости от нее.

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

назначенного лимита. И чтобы сделать полноценный эксклюзив, нужно задать такие вопросы, на которые собеседники будут отвечать с энтузиазмом. Эти вопросы всегда связаны с тем, что интересно им самим!

На занятиях мы успешно используем простой кейс. Нужно рассказать о своей работе за две минуты, предварительно выбрав любую аудиторию: руководитель, старшеклассники, иностранная делегация, журналисты, экскурсия с участием ваших коллег с другого предприятия отрасли и т. д.

Как правило, люди выбирают разных адресатов. Очень полезно и интересно сравнить, как по-разному может звучать рассказ об одном и том же предприятии для разных аудиторий.

Те участники семинара, кто делает это лучше других, затем делятся алгоритмом успеха. Он выглядит примерно так.

1. Сначала я подумал, что может быть известно журналистам о нашем банке, какой информацией они точно владеют.

2. Затем подумал, какие последние новости о российских банках им известны, какая проблема их сейчас интересует больше других (из тех, что в нашей компетенции).

3. Я вспомнил, что больше всего вопросов в последнее время было посвящено кредитам для малого бизнеса, и решил описать наш последний проект в этом направлении!

Какая аудитория для вас самая сложная?

Найдите как можно больше сведений в интернете, но не доверяйтесь одному источнику. Сравните несколько, так будет надежнее.

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Многие эксперты считают, что труднее всего объяснить , чем вы занимаетесь, вашему пятилетнему ребенку или пожилой маме. Попробуйте это сделать.

На самом деле все очень просто: надо всегда искать точку пересечения, хотя бы для начала. Если вы сумеете заинтересовать аудиторию и явно продемонстрируете, что имеете представление о том, что ее волнует, дальше — «смело, товарищи, в ногу!»

Как быть со школьниками? Алгоритм тот же: какие из ваших проектов могут их заинтересовать? Что их может удивить — тоже хороший вариант, особенно для молодежи. Как ваша информация может им помочь в жизни — тоже хороший вопрос. Например, информация о вузах, которые имеют договор с вашей компанией (это дает грамотным ребятам возможность получить хорошую стипендию и пройти стажировку еще до окончания учебы). Но школьники — особая, очень трудная аудитория. Они устали от нотаций и призывов, лучше всего реагируют на юмор и легкий стиль общения.

Один из наших слушателей прекрасно «рассказал школьникам» о своей консалтинговой компании, используя бейсболку, маркер и речь в стиле рэп! Его выступление признали лучшим. А почему? Было очевидно, что человек «попал» в аудиторию. Причем ему удалось это с первой секунды: он использовал простые предметы и неожиданный прием.

Всегда есть эксперты, которые хорошо знают тех, с кем вам предстоит общаться. Обратитесь к ним, проявите настойчивость, но не забудьте поблагодарить.

Но не переборщите! Нельзя приседать перед аудиторией, лебезить перед нею, захваливать. Это вызывает реакцию, прямо противоположную

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

желаемой. Лучше подготовить как можно больше интересных фактов и выбрать из них самые подходящие — с точки зрения не вашей, а слушателей. И еще одно, очень важное соображение. Иногда под целевой аудиторией люди понимают только тех людей, к которым они *хотят* обратиться, не замечая, что есть другие, и они тоже становятся невольными участниками вашего общения.

Помните: вашей целевой аудиторией могут стать все люди, которые находятся поблизости. Нельзя игнорировать их, и если вы не хотите или не умеете сделать их вашими слушателями, лучше не вступать в контакты.

Мне доводилось не раз бывать в кабинете одного большого начальника, который при нашей съемочной группе устраивал полный разнос своим подчиненным. Естественно, потом очень трудно было наладить доверительные отношения с этими людьми.

Если вы попросились на важную встречу с руководителем, а он пригласил по своему почину еще кого-то, вам придется менять ход общения в расчете на понимание и интерес *всех* людей, находящихся на совещании, нравится вам это или нет.

Интересно, что самым сложным заданием для моих учеников всегда было такое: расскажите о своей работе пятилетнему ребенку. Какие слова вы найдете? Как будете объяснять? Я с грустью наблюдаю,

Какими способами вы заранее собираете сведения о людях, с которыми предстоит общаться?

Подумайте, кто из ваших близких и/или друзей может стать фокус-группой, чтобы заранее проверить эффект вашей речи и, возможно, скорректировать ее и сильно улучшить. Например, вам предстоит выступать перед студентами, а у вас есть племянник (или младший брат), обучающийся в вузе. Позвоните или назначьте встречу, порепетируйте. Вам сразу станет ясно, что надо изменить.

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

как взрослые люди употребляют много уменьшительно-ласкательных слов и словечек, но само содержание выступлений остается туманным.

Я спрашиваю: что любят делать дети в пять лет? Аудитория радостно отзывается: играть! И сразу понятно, что надо давать информацию именно через игру, рисунки на доске, соревнования…

Сделайте интересы аудитории приоритетом. Иначе ваше общение пройдет впустую.

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Почитать описание и заказать в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги: Проза: Детские книги:

МИФ