



Эльмира
Шевченко

Продающая Презентация



Как продавать,
презентуя

Оглавление:

О себе	3
Вступление.....	4
Урок 1. Умереть или выйти выступать? Как справиться со страхом публичных выступлений.....	5
Урок № 2. Невербальная коммуникация? Нет, не слышал. Что это и как ее использовать.....	8
Урок №3. Что бы надеть поприличней? Внешний вид презентатора	12
Урок 4. Он очень хотел спеть на «бис», но публика предпочла покинуть зал. Роковые ошибки в презентации	17
Урок 5. Хорошо спланировано-наполовину сделано. Структура презентации. Основная часть.....	20
Урок 6. Убил или зацепил? Вот в чем вопрос. Крючки внимания во вступлении и заключении	23
Урок 7. Работа со слайдами, микрофоном, продуктом для демонстрации.....	27
Урок 8. Сыски? Хыхки? Фыфки? Шишки! Важные составляющие речи	30
Урок 9. Правила составления слайдов	35
Урок 10. За вопрос денег не берут. Техника ответов на вопросы	38
Заключение.....	41
Список рекомендуемой литературы.....	42

О себе



Здравствуй, дорогой читатель!

Любимое дело есть у каждого, но не каждый занимается любимым делом. Моя жизнь с раннего детства была связана с публичными выступлениями. Сначала – это кружки художественной самодеятельности, ведение школьных мероприятий, затем огромное желание стать актрисой и играть на сцене.

Как понимаете, мечта не сбылась☺

Меня всегда тянуло к публике.

Впоследствии я получила речевую профессию (логопед) и с 2009 года работаю бизнес-тренером.

Мне часто приходится выступать на сцене, перед аудиторией, проводить тренинги и презентации. В моей жизни были выступления и для аудитории в 10 человек, и для – 3500-тысячного зала. Надеюсь, это – не предел.

Могу смело сказать, что это - мое любимое дело!

Каждая презентация неповторима, она наполнена смыслом, целью и миссией.

В этой книге освещены лишь некоторые инструменты, как сделать Вашу презентацию интересной, продающей и попадающей в цель!

Приятного чтения...



Вступление

От успеха одной презентации может зависеть получение важного заказа, повышения по службе, увеличение дохода. Клиенты часто принимают решение по принципу нравится - не нравится; увидел выгоду – не увидел; произвел впечатление – не произвел. Многие хорошие предложения отвергались лишь потому, что кто-то их понял неверно.

Очень редкие продавцы обладают даром проводить действительно продающие презентации. Искусство продавца также заключается в мастерски проведенной презентации.

Кому может быть полезна эта книга?

Для тех:

- кто хочет научиться выступать;
- чей доход и карьера зависят от умения проводить презентации и привлекать клиентов;
- менеджеров по продажам и профессионалов, которые самостоятельно продают результаты своего труда, проводя презентации
- кто создает, обучает и проводит продающие презентации для сотрудников компаний.



Урок 1. Умереть или выйти выступить? Как справиться со страхом публичных выступлений

Изучая этот вопрос – страх публичных выступлений – я наткнулась на очень интересную мысль: страх перед публичным выступлением - это не наш страх, мы унаследовали его от наших предков.

Страх публичных выступлений очень силен. Он генетический – передался нам по наследству, и композитный – состоит сразу из нескольких страхов. Публичное выступление очень похоже на события из нашего прошлого, от некоторых из которого погибли миллионы людей. Перечислим лишь три.

1. Битва.

Такой страх похож на битву, потому что первый раз, когда человек стоял лицом к лицу с большой группой людей, эта группа, скорее всего, была войском. Ну как здесь сердцу не пытаться выпрыгнуть наружу?

2. Изгнание из племени

Издrevле люди все делали вместе, именно так было проще выживать. Вместе охотились и спасались от диких зверей. Вместе защищались от набегов других племен. То есть, отделяться от коллектива было не принято и даже опасно.

Страх публичных выступлений - это еще и страх быть изгнанным из племени. Если твое же племя тебя отвергнет, то один ты быстро умрешь от голода и зубов хищника. Тебе нужно обязательно понравиться слушателям. Провал приравнивается к смерти.

А любое публичное выступление – это в первую очередь выражение своей индивидуальности, чаще всего собственной точки зрения. Здесь просто необходимо выделяться из толпы и быть «не таким как все».

Большинству людей это очень трудно сделать.

3. Чужая территория

Хозяева всегда побеждают намного чаще, чем команда, которая играет на чужой территории.

Чем может быть полезен страх перед выступлением? На первый взгляд вопрос звучит абсолютно абсурдно.

Один интересный факт.

Ученые доказали, что в момент публичных выступлений у многих людей выделяется такое количество адреналина, как при прыжке с парашютом.

Вы испытываете эмоциональное возбуждение, глаза горят. Презентатор - яркий, горячий и может сделать выступление незабываемым.

Но случается так, что страх полностью охватывает наше сознание, и тогда можно потерпеть фиаско.

Есть несколько способов, которые помогут справиться со страхом публичных выступлений.

Они не претендуют на получение патента или инновационность, и тем не менее опробованы многими практиками, презентаторами и выступающими.

Способ №1.

Дыхательный.

Тревога вызывает напряжение мускулов грудной клетки и горла, прерывая доступ кислорода к легким. Это приводит к тому, что голос может превратиться в скрип или писк. Глубокое дыхание снабдит ваши легкие и мозг кислородом и, освободив горло и грудную клетку, поможет звучать вашему голосу.

До выступления проделайте упражнении 7+7+7*7. Вдыхайте, считая до семи, задержите дыхание на вдохе до семи, медленно выдохните, досчитав до семи. Проделайте так семь раз.

Способ №2.

Физический.

Сразу оговорюсь, что не призываю Вас делать сложные физические упражнения: отжиматься, приседать или носить с собой на публичные выступления гриф.

Что можно предпринять?

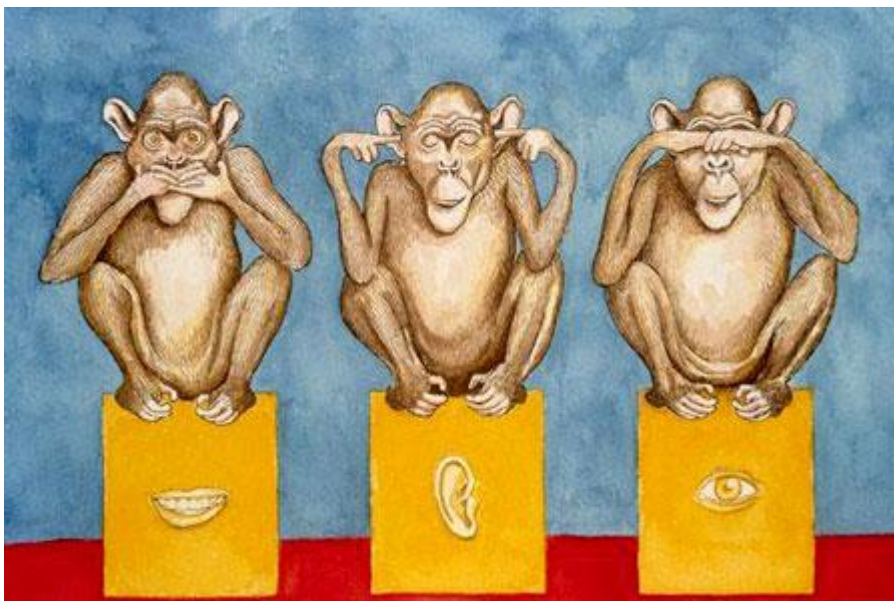
Напрягите все части своего тела, настолько сильно, насколько сможете. Пойдите так несколько секунд, и затем резко сбросьте всю силу, которая у вас накопилась в руках, ногах. Сделайте это упражнение несколько раз, вы почувствуете как часть адреналина ушла.

Способ №3.

Уверенный.

Взойдите на сцену так уверенно, насколько сможете. Сделайте это энергично, ярко, заострите внимание публики на себе. Пусть уже Ваш выход говорит слушателям, что именно сейчас будет что-то, что нельзя пропустить.

Выучите свое вступление наизусть. Так вы сможете играть уверенную роль первые минуты.



Урок № 2. Невербальная коммуникация? Нет, не слышал. Что это и как ее использовать

В этом уроке мы рассмотрим три важных аспекта невербального вовлечения аудитории в выступление – это поза, жесты и зрительный контакт.

Начнем, пожалуй, с **жестикуляции**.

Как часто вы задаете себе вопрос, выходя вступать: “Куда деть руки?”

Либо: после презентации вы получаете отзывы о том, что слишком активно жестикулировали и отвлекали от того, о чем рассказывали.

Предлагаю определить критерии жестикуляции:

- жесты должны помогать;
- жесты позволяют разнообразить выступление и привлечь внимание;
- жесты должны быть осознанными;
- жесты должны соответствовать тому, о чем вы говорите (если говорите о чем-то маленьком, то и показываете это таким образом);
- при выступлении на сцене жесты гиперболизируются, становятся более широкими;
- жесты должны быть открытыми;
- жесты должны быть синхронными (участвуют обе руки).

Как найти свои жесты?

Способ №1.

Читательный.

Возьмите любую книгу. Начиная ее читать, подбирайте жест к каждому слову. Делайте это перед зеркалом. Определите, какие жесты подходят Вам больше всего.

Способ №2.

Наблюдательный.

Наблюдайте за телеведущими различных программ, обращайтесь внимание на их руки, запоминайте их жестикуляцию. Повторяйте, наиболее приглянувшиеся Вам жесты перед зеркалом. Старайтесь использовать их в ходе бесед с друзьями, коллегами, родственниками.

Способ №3.

Ограничительный.

Если же у вас очень активная жестикуляция, то репетируйте с двумя тяжелыми книгами в руках.

Поверьте, лишние жесты точно не появятся. А вот те, которые Вам необходимы, останутся при Вас.

Поза.

Красивая осанка – залог хорошей позы.

Есть предложение.

Встаньте к стене и прикоснитесь к ней пятью точками: затылком, плечами, ягодицами, икрами, пятками. Если вам так удобно и комфортно стоять, значит с вашей осанкой все в порядке. Если же нет, то есть над чем работать.

Представьте себе, что вы архитектор, которому дали задание изваять статую оратору в некоем городе N. Представьте себе в мельчайших подробностях, какой она должна быть.

1. Ноги на ширине плеч, либо чуть уже
2. Одна нога выставлена вперед
3. Плечи распралены, спина прямая
4. Руки обращены в зал
5. Корпус тела чуть наклонен вперед

Обратите внимание на ведущих: как они стоят, как они держатся.

Репетируйте положение своего тела, вживайтесь в образ даже тогда, когда нет выступления.

Зрительный контакт.

Зрительный контакт - это тонкая неразрывная связь выступающего и аудитории, способ вовлечения в разговор.

Если Вы не установили контакт глазами с публикой, то поверьте она сама заберет внимание себе.

Если зал небольшой, то есть возможность охватывать всю аудиторию взглядом и уделять внимание каждому участнику. Это вполне посильная задача при численности до 20 человек.

Критерии зрительного контакта:

- смотреть в глаза;
- не смотреть на макушки голов или в ноги;
- охватывать взглядом максимальное количество людей;
- не выбирать “жертву” и смотреть только на него;
- не скользить взглядом по аудитории.

Что делать если зал, в котором Вы выступаете вмещает свыше 100 человек?

Разделите аудиторию по секторам. Когда вы выступаете со сцены, то поворачивайте не только голову, но и весь корпус тела к той части аудитории, к

которой в данный момент обращаетесь.

Используйте следующий способ: разделите зал на три фланга: правый, левый и центральный. Выберите последовательность обращения - в течении всего выступления контролируйте процесс зрительного контакта со всеми тремя флангами.



Урок №3. Что бы надеть поприличней? Внешний вид презентатора

Насколько важно в чем мы собираемся выступить?

Люди, как говорится, встречают по одежке, поэтому в наших интересах сделать так, чтобы внешность была безупречной.

Презентации бывают различного формата. Есть, где дресс-код уже изначально оговорен и вы точно знаете в чем вам необходимо выходить. Есть презентации формата FUN, когда во внешнем виде могут присутствовать дополнительные элементы.

Важное замечание: когда Вы выступаете со сцены срабатывает «эффект края». В глаза людям сразу же бросается Ваша прическа и обувь. Обратите на это пристальное внимание при подготовке к выступлению.

В этой главе мы рассмотрим два самых популярных варианта дресс-кода: Business Best и Smart Casual.

Деловой стиль Business Best подойдет для встреч с крупными руководителями, важных переговоров, презентаций с крупными клиентами и партнерами.

Для мужчин:

- строгий костюм синего, черного, коричневого или серого цветов
- сорочка белого или голубого цветов
- обязательный элемент – наличие галстука (однотонный, в мелкий горох)
- туфли классические черного цвета (оксфорды, дерби)
- кожаный узкий ремень, обязательно сочетающийся с обувью
- количество аксессуаров не более трех (очки, обручальное кольцо, часы уже являются аксессуарами).

Для женщин:

- строгий костюм синего, серого, черного или бежевого цветов
- блузка белого, кремового цветов (пастельных тонов)
- туфли черные, либо под цвет костюма. На устойчивом каблуке (до 7 см) без лишних аксессуаров
- аксессуары неброские, не массивные, аккуратные. Для женщин допустимо наличие не более пяти элементов (очки, обручальное кольцо, часы уже являются аксессуарами).

Smart Casual – элегантная повседневность, выглядеть презентабельно-консервативно и в то же время выразительно-стильно.



Для мужчин:

- комплект из джинсов и пиджака
- штаны чинос со стрелками и кардиган
- наличие галстука
- джинсы классического кроя темно-синего цвета без потертостей и других вольностей
- обувь: лоферы, броги
- синий блейзер. Один из главных символов мужской элегантности с давней историей
- твидовый пиджак — неизменный компонент мужского стиля вот уже много лет. Хорош для прохладного времени года. Лучше брать одно- или двух-пуговичный. Ну и конечно, не забываем про то, что застегивать нижнюю пуговицу не нужно
- серый кардиган. Серый — вообще один из самых знаковых цветов стиля, поэтому смело берите вещи этих оттенков. Оставьте одну или две пуговицы внизу расстегнутыми, верхнюю — по желанию.
- свитер с V-образным вырезом. Придает стройности владельцу, а еще прекрасно сочетается с галстуком

Женщины любят разнообразие в одежде. Стиль smart casual позволяет выглядеть элегантно, сохраняя деловитый образ с чертами индивидуального стиля.



Для женщин:

- джинсы: прямые темные джинсы, но ни в коем случае не рваные, светлые или цветные, которые создают непрофессиональный образ.
- плиссированные платья и юбки (длина по колено)
- брюки могут быть прямые, немного расширенные от колена, чуть расклешенные от бедра, а также допускаются модели слим. Брюки хорошо комбинируются с топом с воротником-стойкой, трикотажным верхом, блузкой, рубашкой
- цвета лучше подбирать консервативные. Всегда актуальна нейтральная гамма (серый, белый, темно-синий, черный, коричневый, кремовый, а также красный, фиолетовый). Двух-трех цветов для узора более чем достаточно, принт – полоска, сдержанный цветочный, горох.

- аксессуары: шарф, шейны платок, простые серьги. Ничего длинного, тяжелого и слишком блестящего. Хорошо подойдут жемчужные серьги, небольшие кольца
- сочетание юбка-карандаш + блуза + кашемировый кардиган
- платье-футляр + кардиган
- избегайте атласных, блестящих тканей



Урок 4. Он очень хотел спеть на «бис», но публика предпочла покинуть зал. Роковые ошибки в презентации

В этом уроке мы поговорим о том, что следует учесть при подготовке к своей презентации, о часто допускаемых ошибках, и к каким последствиям они могут привести.

Ошибка №1.

Отсутствие плана или структуры презентации.

Как часто бывают такие ситуации, когда Вы слушаете выступающего, который сейчас говорит о малиновом джеме, в следующую секунду - о черных ботинках из кожи, а затем – о голодных детях Эфиопии. А после задаетесь вопросом: «Секундочку! А с чего вдруг он об этом заговорил?»

Налицо полное отсутствие структуры выступления.

Последствия

Для нас составит огромную сложность донести ключевые идеи и мысли до своих клиентов или партнеров, тех слушателей, которым презентуем продукт или услугу. И, конечно, презентация будет проведена как факт, но не как достижение результата.

Что делать?

1. При подготовке к презентации стоит ответить для себя на несколько основных вопросов:

- КТО мои слушатели?
- В ЧЕМ я хочу их УБЕДИТЬ? ЧТО я буду рассказывать?
- ЗАЧЕМ они пришли меня послушать ?

2. После сбора основной информации – составляем краткий план выступления. Рекомендуем готовиться тезисно (карточки, слайд, блокнот: одна мысль = одна карточка) или в виде mind-maps, столь удобных сейчас.

Ошибка №2.

Отсутствие цели выступления.

Известный бизнес-презентатор - Джерри Вайсман - советуют всегда держать в голове простую мысль: «Из пункта А в пункт Б выехал поезд...». Поезд точно знал, КУДА ему ехать.

Оратор – тот же поезд, бережно везущий пассажиров-слушателей в точку Б – к своей ЗАРАНЕЕ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ЦЕЛИ.

Тестовый вопрос: сколько раз вы, целиком прослушав презентацию, в конце спрашивали себя: «И в чем же суть?»

Что делать?

1. Сформулируйте цель, которая должна отвечать следующим критериям:

- Конкретность;
- Краткость;
- Достижимость.

2. Ваша цель должна быть сформулирована как результат, то есть отвечать на вопрос: «Что мои слушатели СДЕЛАЮТ после презентации?» (поставят подписи, купят продукт, придут еще раз, наймут на работу и т.д.)

Ошибка №3.

Отсутствие выгод для клиента.

Презентующий ведет своих слушателей точно к цели, рассказывает о том, какой он замечательный, каковы заслуги и успехи компании... но почему-то они слушают без особого интереса?

К сожалению, зачастую из презентаций неясно, какую выгоду из нее сможет извлечь аудитория. Выгоды бывают как минимум двух типов: рациональные и эмоциональные. Лучше, если презентация одновременно показывает, какие материальные выгоды извлекут слушатели, если примут решение в вашу пользу, а, с другой, – какие эмоциональные, ИЛИ какие яркие впечатления получат и т.п.

Тест: сколько раз вы, присутствуя на презентации, беспрестанно спрашивали себя: *«Ну и что мне с этого?»*

Что делать?

Заранее подумать о ЦЕННОСТЯХ, ВЫГОДАХ, ИНТЕРЕСАХ ваших слушателей. Встроить выгоды в презентацию, проследить, чтобы они повторялись в начале и в конце текста.



Урок 5. Хорошо спланировано-наполовину сделано. Структура презентации. Основная часть

Сократ говорил: «Структура публичной речи проста: сначала скажи, что ты собираешься сказать, затем скажи это, затем поясни, что ты сейчас сказал».

Желание создать эффективную презентацию заставляет нас прислушаться к принципам построения речевого выступления. Структура любого публичного представления, в том числе и деловой презентации, подчинена определенным правилам.

Давайте вспомним правила написания школьных сочинений, рефератов, курсовых работ. **В них обязательно должны были присутствовать:**

1. Вступление (введение в тему, основная цель)

Вступление необходимо для того, чтобы расположить к себе аудиторию, создать благоприятный фон.

2. Основная часть (развитие темы)

Основная часть освещает основные характеристики и выгоды того, что Вы презентуете.

3. Заключение (финал, резюме, выводы и рекомендации)

Заключение - это этап подведения итогов сказанного, резюмирования

Презентация длится в среднем один час. Этого времени достаточно для того, чтобы показать новый продукт, рассказать о его свойствах-выгодах. Не будем забывать, что есть презентации, которые могут длиться и 15 минут, и два часа. Здесь важно помнить о том, что после 30-40 минут лучше сделать перерыв.

В 1896 г. американец Э. Левис предложил формулу рекламного сообщения, которая используется и сейчас под названием **AIDA**. Это аббревиатура английских слов:

Attention - внимание

Interest - интерес

Desire - желание

Action - действие

Формула показывает, как должна воздействовать реклама на потребителя: вначале привлекая к себе внимание, потом пробуждая интерес и поддерживая это внимание. Далее вызывается желание – которое приводит к действию по его приобретению. Эту технику можно применять и в составлении презентаций.

Внимание

Это то как мы выходим на сцену: энергично, ярко, нетривиально.

Интерес

Как начинаем свою презентацию, насколько можем удивить аудиторию. За

интерес отвечает *вступление*.

Желание

Здесь делается акцент на выгодах вашего предложения. Что они дадут клиенту? Почему нужно выбрать именно ваш продукт или услугу? За желание отвечает *основная часть*.

Призыв к действию

Призыв осуществляется в конце выступления.

Действие- это непосредственно покупка услуги или товара после презентации. Действие зависит от того, насколько хорошо проработаны все предыдущие этапы. Рассмотрим еще одну модель построения основной части. Это принцип ХСП (Характеристика-связка-польза)

Характеристика продукта – связка (это позволит Вам сэкономить; для вас это будет...) - чем он выгоден для клиента(польза).

Для примера возьмем красный маркер.

Характеристика	Связка	Польза
Красный	Для Вас...	Яркий
Пластмассовый	В Вашем случае...	Легкий
Спиртовой	Это позволит Вам...	Экономичный



Урок 6. Убил или зацепил? Вот в чем вопрос. Крючки внимания во вступлении и заключении

Важность **вступления** для Вашей презентации очень велика. Приступая к его подготовке, Вы знаете, зачем Ваши слушатели будут присутствовать в аудитории. Только вот ведь незадача - заключения они могут и не услышать. Они будут сидеть и смотреть на Вас. Может быть, даже изображая внимание и понимание. Только мысли их будут далеко. И виной этому - неудачное вступление.

Перед кем бы Вы ни выступали, перед хорошо знакомой аудиторией или перед теми, кто видит Вас впервые, до начала выступления Вы величина неизвестная. Слушатели не знают степень Вашей подготовленности (или неподготовленности) к выступлению, Вашу позицию и стиль поведения. Иначе говоря, они не знают, стоит ли им слушать внимательно и пытаться понять Вас. Или же, наоборот, внимательное отношение к Вашему выступлению - просто потеря времени. Решение слушатель примет быстро - за первые две минуты Вашего выступления. За 120 секунд. Именно это время Вас все слушают внимательно. И Вы прекрасно понимаете - эти стартовые 120 секунд надо максимально использовать, чтобы "сработало" заключение Вашей презентации.

Идеи для вступления:

- Комплимент аудитории
- Самопрезентация
- Информирование о теме презентации (три пункта, о которых пойдет речь)
- Обращение к интересам аудитории
- Регламент
- Известная цитата, относящаяся к теме выступления
- Интересный факт или статистические данные
- Сделайте анонс недавних событий, относящихся к теме
- Расскажите историю из своей жизни, имеющую отношение к теме

Именно во вступлении слушатели ожидают услышать от Вас ответы на свои вопросы:

- Почему мы здесь?
- Какова тема выступления?
- В чем выгода для нас в Вашем выступлении?

Не разочаруйте их. Слушатель из вступления должен понять, что обсуждаемая тема интересна лично для него. Вступление - начало пути, конец которого слушатель должен ждать с интересом.

Вот список того, что не стоит делать:

- не рассказывайте шуток, если у вас нет настроения шутить
- не произносите слов "Я счастлив находиться здесь" до тех пор, пока язык Вашего тела не сообщит слушателям того же самое
- не приносите извинений; не говорите о том, что сильно взволнованы. Уверенности Вам это не прибавит, а людей насторожит
- не демонстрируйте организационную диаграмму и не рассказывайте истории вашего отдела или вашей организации

- не сводите свое выступление только к чтению каждой строки в каждом наглядном пособии и ничего более.

Для всех выступающих начальная часть встречи - волнующий этап. Волнуются все. У одних сильно бьется сердце, и потеют ладони. У других - видимое полное спокойствие. Но только видимое - оно создано большой практикой и репетициями выступления. Поэтому совет, который уже звучал в первом уроке, - выучите вступление наизусть.

Заключение - это самая важная часть презентации. Формулировка целей в том виде, как они представлены в заключении, - это задача встречи в целом. Именно в заключении мы либо сделали, либо не сделали. Они купят или они не купят. Они станут Вашими союзниками или не станут.

Заключение - это увеличительное стекло. Все, что мы скажем и сделаем, будет построено так, чтобы привести к заключению и обосновать его.

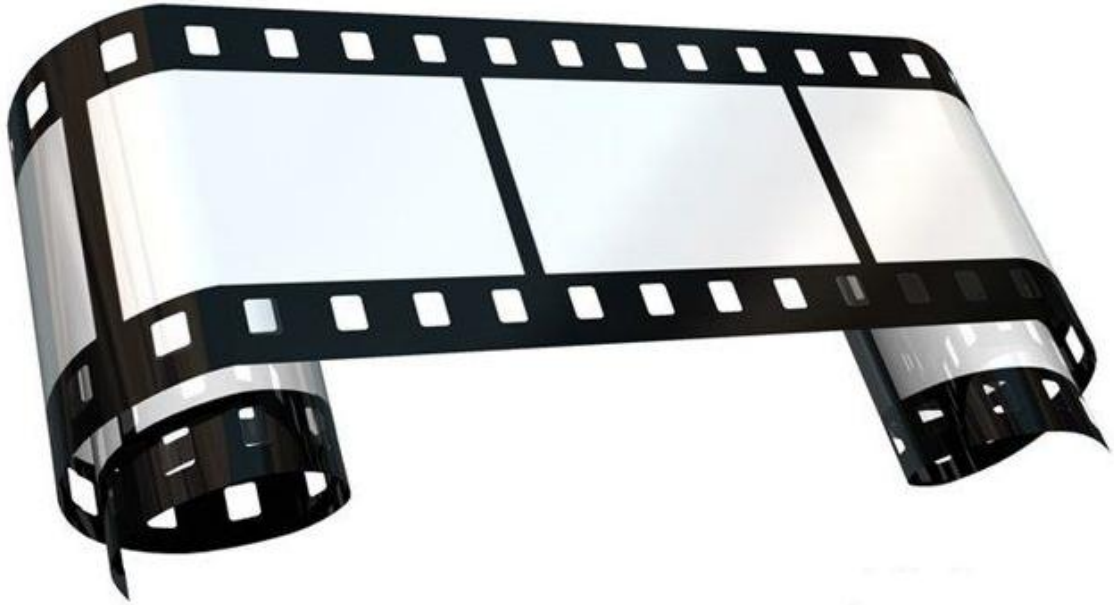
Поэтому успешным будет заключение, с которым мы поступим так, как поступают профессионалы: **НАПИШЕМ ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ВЫУЧИМ НАИЗУСТЬ.**

Заключения могут быть разных типов. Выбрать лучше всего такой, в котором присущий Вам стиль изложения будет наиболее естественным. Некоторые из возможных вариантов заключения предлагает Дэвид А. Пиплз в своей книге "Презентации плюс".

Варианты заключения:

- заключение "Счастливым концом". Перечислите сильные стороны и преимущества предмета вашего изложения. И покажите, что они те же самые, что характеристики идеала "Х", который был описан вами во вступлении
- заключение "Мост над беспокойными водами". Покажите, как функции и/или свойства вашего продукта/услуги позволяют потенциальному потребителю избежать проблем, минимизировать риск и достичь поставленных целей

- заключение "Головоломка-конструктор". Разбейте цели покупателя на несколько частей. Затем покажите, как ваши рекомендации дают решение для каждой части - обеспечивая общее решение
- эмоциональное заключение. Дейл Карнеги сказал: "Имея дело с людьми, помните, что вы имеете дело не с логичными созданиями, а с эмоциональными". Поэтому завершите эмоциональной цитатой уважаемого авторитета
- заключение "Делай, как я". Вы - пример для подражания. Заставьте слушателей поверить, что доверившись Вам, они смогут достичь своей цели и выгод
- заключение должно быть лаконичным, четким, конкретным, с призывом.



Урок 7. Работа со слайдами, микрофоном, продуктом для демонстрации

Презентация со слайдами - мультимедийный инструмент, используемый в ходе докладов или сообщений для повышения выразительности выступления, более убедительной и наглядной иллюстрации описываемых фактов и явлений.

Правила демонстрации слайдов:

- готовьтесь к презентации не перед экраном компьютера, а визуально, предполагая, что слайды находятся за Вашей спиной
- разбейте слайды на логические группы и составьте для себя план слайдов
- не читайте информацию со слайда
- отрепетируйте невольный поворот головы на слайд, а затем снова в аудиторию
- подготовьте «мостики» - переходы от слайда к слайду
- при работе с демонстрацией слайда помнить, что пространство для передвижения ограничено
- используйте кликер с виртуальной указкой для показа отдельных моментов.

Правила демонстрации продукта:

- частой бывает ситуация, когда презентатор демонстрирует продукт, затем забывает о том, что он еще в руке и продолжает жестикулировать вместе с ним, отвлекая внимание.
- если вы хотите продемонстрировать продукт, то просто возьмите его в руки. Покажите его всей аудитории. Затем верните обратно на стол.
- можно применить способ вовлечения аудитории и дать потрогать товар первым рядам. Помните, что этот момент отвлечет всех, поэтому лучше в этот момент не доносить важных мыслей.
- остерегайтесь отдавать в зал тяжелые или, издающие громкие звуки, предметы.
- если Вы демонстрируете продукт с выставочного стола, то не стойте никогда за ним, потому что это создает преграды между вами и людьми.

Правила работы с микрофоном:

- очень редко, в исключительных случаях, вокалисты и дикторы поют и говорят в микрофон на близком расстоянии, вплотную. Это объясняется тем, что практически в каждом тексте встречаются согласные «Б», «П» и «Ф». При их записи поток воздуха вызывает неприятные взрывные звуки, на сленге звукорежиссёров микрофон «задувается». Звукорежиссёры легко решают эту проблему с помощью фирменного или самодельного поп-фильтра.

Поп-фильтр (Pop Filter) представляет собой кусок сетчатой материи с гибким креплением.

- универсального рецепта расстояния до микрофона не существует, т.к. сила голоса и подача звука у каждого человека своя. Можно придерживаться «правила двух ладоней», при котором расстояние от губ до микрофона равно расстоянию восьми пальцев.

Это правило хорошо в работе с конденсаторным микрофоном. Динамический микрофон менее чувствительный, дистанцию до него можно сократить.

- чем ближе вы подносите микрофон к губам, тем громче звучит Ваш голос, при этом низкие и высокие частоты голоса будут более выразительны.
- если Вы будете читать текст далеко от микрофона, то к Вашему голосу подмешаются окружающие и часто нежелательные звуки, а в голосе будут преобладать преимущественно средние частоты. Это тоже необходимо обязательно учитывать.
- если у Вас нет возможности, желания или необходимости использовать поп-фильтр, то ни в коем случае не располагайте микрофон прямо перед губами. Расположите его чуть левее или правее, но направление оставьте прежним.
- если во время записи Вам приходится часто крутить головой, отдаляться и приближаться к микрофону, то лучшим решением для Вас будет приобретение гарнитуры.
- если вы слышали свист, визг микрофона. То следует резко опустить микрофон вниз, отойти от колонки или силовой установки из-за которой мог произойти сбой, затем снова говорить в микрофон.



Урок 8. Сыски? Хыхки? Фыфки? Шишки! Важные составляющие речи

Этот урок я решила посвятить очень важным составляющим речи - дикция интонация и тембр.

Это большая редкость, если Вы встретите в своей жизни человека с идеальной дикцией, хорошо и четко поставленной речью грамотного содержания и приятным голосом с рождения. Обычно, развитие голоса, работа над дикцией, интонацией и тембром занимает немало времени, усилий и регулярных тренировок.

Пожалуй, начнем с артикуляционной гимнастики.

Цель артикуляционной гимнастики – разминка органов артикуляционного аппарата, необходимого для правильного произношения звуков.

- проводить артикуляционную гимнастику необходимо ежедневно для закрепления навыка. Выполнять упражнения 3-4 раза в день по 3-5 минут
- каждое упражнение выполняется 5-7 раз
- статические упражнения – по 10 секунд (удержание позы)

Итак, приступим к артикуляционной гимнастики.

Осанка прямая. Дышим диафрагмой.

Разработка мягкого неба

1. «Пасть льва» – зевок с закрытым ртом.
2. Имитировать полоскание горла.

Разминка щёк

1. «Полоскание» – надувание и втягивание обеих щек одновременно.
2. «Шарик» – перегонка воздуха из одной щеки в другую, затем под верхнюю губу и под нижнюю.

Разминка губ

1. «Улыбка – хоботок» – зубы сомкнуты, улыбнуться с напряжением, обнажив зубы, затем с напряжением вытянуть губы вперед трубочкой. Удерживать на счет 10.
2. «Скольжение» – пожевали верхнюю и нижнюю губу. Рот приоткрыли, губы натягиваются на зубы, затем растягиваются в улыбке.

Разминка языка

1. «Вертушка» – вращать языком по кругу между челюстями и губами с задержкой и уколом языка то в правую щеку, то в левую (челюсти неподвижны).
2. «Лопаточка-иглочка» – язык тянуть «иглочкой» до противоположной стены, затем положить «лопаточкой» на нижнюю губу, т.е. расслабить – все выдерживать на счет 10.

После того как Вы размяли свой артикуляционный аппарат, потренируемся на произношении сложнопроизносимых звуков.

Сначала медленно, затем ускоряйте темп.

СПРА-СПРО-СПРУ-СПРЫ-СПРЭ

ЗБРА-ЗБРО-ЗБРУ-ЗБРЫ-ЗБРЭ

Обращайте внимание на четкость произношения.

Всех скороговорок не перескороговоришь!

Переходим к скороговоркам.

- прочитать скороговорку медленно, понимая смысл сказанного
- затем ускоряете темп скороговорения
- постарайтесь это скороговорку проговаривать не только быстро, но и с интонационной окраской речи.

Девчонка везла на возу козленка, козла и козу,

Девчонка в лесу проспала козленка, козу и козла.

Бык-тупогуб, тупогубенький бычок

У быка бела губа была тупа.

Вот казалось бы, что плохого в звонком, высоком голосе?

Обладателя высокого голоса мало кто воспринимает всерьез (не кажется он солидным, крепко стоящим на ногах человеком!), а уж если интонация визгливая, то и вовсе хочется закрыть уши.

Вы сможете развить свой голос при помощи приведённого упражнения подобно тому, как развиваете мышцы на занятиях физкультурой. Ваш голос станет более низким и благозвучным, его диапазон расширится, произношение станет более чётким, модуляции — выразительнее, а экспрессивность — убедительнее.

Положительный дополнительный эффект выразится в активизации ваших сил. Лучше всего выполнять эти упражнения регулярно, причём по утрам, это зарядит вас бодростью на целый день.

Упражнение

Встаньте перед зеркалом. Сделайте выдох, затем вдох. Произносите каждый звук до тех пор, пока у вас хватит дыхания. Итак, вдохните и начинайте:

ииииииииии

ээээээээээ

аааааааааа

оооооооооо

уууууууууу

Эта последовательность не случайна — вы начинаете со звука самой высокой частоты — «и». Если вы при этом положите ладонь на голову, то ощутите лёгкую вибрацию кожи. Это свидетельство более интенсивного кровообращения. Произнесение звука «э» активизирует область шеи и горла, вы это можете почувствовать, приложив руки к шее. Произнесение звука «а» благотворно воздействует на область грудной клетки. При произнесении звука «о» усиливается кровоснабжение сердца, а упражнение со звуком «у» оказывает положительное воздействие на нижнюю часть живота. Произносите медленно один за другим все звуки три раза.

Вы хотите, чтобы ваш голос был более низким и глубоким?

- много раз в течение дня произносите звук «у»
- говоря низким голосом, Вы будете говорить на четверть медленнее
- дышите спокойно и голос будет низким
- Если человек выспался, он говорит более низким голосом – установлено точно. Поэтому хорошенько высыпайтесь. Сон расслабит Ваши голосовые складки и наполнит их тембром.

Интонация играет огромную роль в общении. Именно соединение логических ударений, пауз, тембра, мелодики и громкости голоса делает нашу речь живой и многогранной. Давайте вспомним школьную или институтскую юность.

Наверняка вам тоже встречались преподаватели, которые говорили так монотонно, что аудитория начинала клевать носом. Нам уже неинтересен был сам вопрос, настолько невыразительно объяснял его лектор. А вот если бы педагог поработал над интонацией, он смог бы зажечь учеников и студентов.

Упражнения

1. Выберите любую книгу (даже труд Карла Маркса). Читайте вслух по несколько страниц в день с интонационной окраской, выражая эмоции. Это может быть грусть, радость, восторг, злость.
2. Любую скороговорку можно прочитать с различными интонационными оттенками. От чего зависит их выбор?

«От топота копыт пыль по полю летит».

а) радостно, восторженно (Как красиво мчатся кони!)

б) раздраженно, недовольно (Напылили только...)

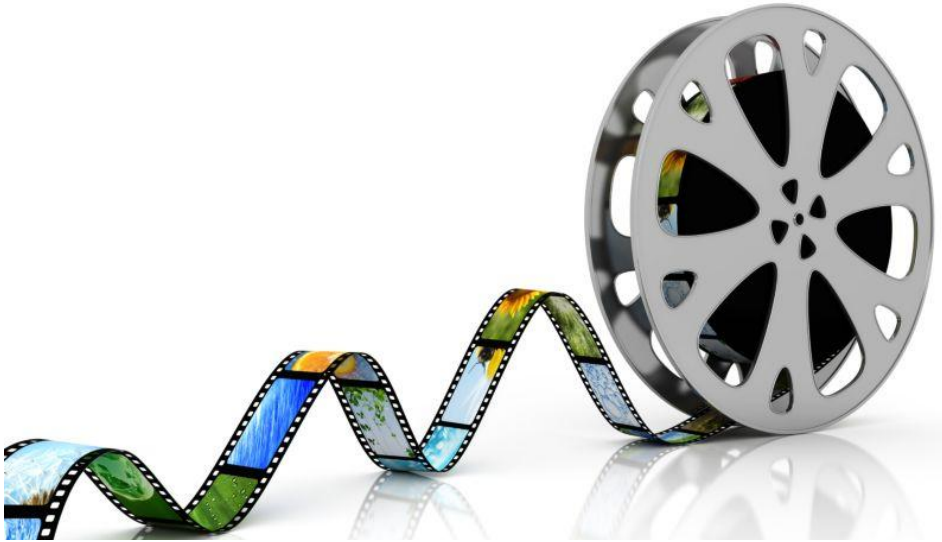
в) презрительно (Фу! Какая пыль!)

3. Прочитайте предложения. Определите место центров интонационной конструкции в соответствии с пояснением в скобках.

Вы приехали сегодня (а не ваш брат)

Вы приехали сегодня (а не приплыли)

Вы приехали сегодня (а не вчера)



Урок 9. Правила составления слайдов

Слайды - это один из способов вовлечения аудитории в процесс презентации. Важно помнить о некоторых моментах, которые позволят сделать слайды легкими, яркими и запоминающимися.

На что стоит обратить внимание:

- каждый слайд должен быть необходим. На слайд выносится та информация, которая без зрительной опоры воспринимается хуже
- слайды должны дополнять или обобщать содержание выступления или его частей, а не дублировать его. Другими словами, текст или изображения, выносимые на слайд, должны не буквально повторять содержание какой-либо части выступления, а обобщать, структурировать или иллюстрировать ее
- используйте правило 5с (не больше 5 строк на слайде, не больше 5 слов в строке)
- на слайдах следует использовать не полные предложения, а словосочетания.
- слайдов было не больше 2-3 в течение - 5-7 минутной презентации, и 6-7 – в течение 12-15-минутной

- первый слайд, особенно если презентация объемная, должен быть обзорным, т.е. должен содержать структуру презентации, причем акцент делается не на структурные части выступления (введение, основная часть, заключение), а на смысловые
- необходимо использовать более крупный размер шрифта для заголовков и более мелкий - для текста слайдов, причем шрифт в заголовках и тексте слайдов должен быть один
- для выделения следует использовать жирный шрифт или цвет, а не курсив, подчеркивание или набор слов заглавными буквами, поскольку они значительно хуже воспринимаются. Заглавные буквы можно использовать для заголовков или если нужно выделить одно слово в тексте слайда
- количество различных шрифтов не должно быть больше двух, размер должен быть одинаковым на всех слайдах
- текст на слайдах следует выравнивать по левому краю, оставляя правый край рваным; доказано, что это ускоряет его восприятие
- рекомендуемый стандартный размер шрифта текста слайдов – 22 - 24, и он ни в коем случае не должен быть меньше . При выборе некоторых типов шрифта заголовках приходится применять больший размер (оптимальный размер для заголовков 30-40). Чтобы точно определить размер шрифта, нужно провести «репетицию» презентации, т.к. то, что выглядит достаточно разборчиво на экране компьютера, может оказаться слишком мелким на экране
- рекомендуемый межстрочный интервал 1,5
- в цветовом оформлении следует использовать контраст и закономерности сочетания цветов. Во-первых, цвет текста должен резко контрастировать с цветом фона. Стандартное сочетание черный текст на белом или другом очень светлом фоне идеально для хорошо освещенной аудитории, если же аудитория затемнена, лучше использовать светлый текст на черном фоне, например, белый на синем или желтый на темно-зеленом. Следует избегать красного цвета в больших количествах – он раздражает глаз, и сочетания красный - зеленый, доказано, что эти цвета не воспринимаются многими людьми
- слайд не должен быть перегружен графическими изображениями и текстом, свободное поле слайда должно быть достаточно большим

- не следует перегружать слайды различными элементами оформления
- на слайдах рекомендуются шрифты Verdana или Arial, на раздаточном материале Times New Roman.



Урок 10. За вопрос денег не берут. Техника ответов на вопросы

Завершающим, но не всегда простым и удачным этапом презентации выступают вопросы слушателей. Не стоит бояться этой части выступления, ведь вопросы свидетельствуют о том, что оно сумело задеть аудиторию. Однако для того, чтобы встретить финал презентации во всеоружии, стоит учесть несколько важных правил относительно вопросов из зала.

1. Готовьтесь заранее

Перед презентацией составьте список возможных вопросов и продумайте ответы. Поставьте себя на место слушателей. Подумайте, где может возникнуть

непонимание, что может вызвать сомнения или повышенный интерес, есть ли какие-то горячие темы или события, связанные с вашей презентацией. Почему в 80-90% случаев политики быстро и результативно отвечают даже на самые каверзные и острые вопросы из зала? Потому что спичрайтеры всегда готовят список прогнозируемых вопросов и удачных ответов на них.

2. Предоставьте зрителю слово

Успешное выступление не должно быть монологом. По своей природе большинство из нас больше любят говорить, а не слушать. Игнорирование вопросов не добавит, а скорее отнимет у Вас условные баллы за презентацию.

3. Поблагодарите за вопрос

Ритуал взаимной благодарности помогает успешно поддерживать отношения с другими людьми. Возьмите его на заметку, ведь, задав вопрос, зритель проявил заинтересованность в вашей презентации и в Вас лично как ораторе. Обязательно благодарите за заданные вопросы и не стесняйтесь делать им комплименты.

4. Разложите вопрос по полочкам

Не начинайте отвечать на вопрос, если смутно уловили его суть. Правильнее будет сначала уяснить его содержание с помощью уточняющих фраз. Затем переформулировать его и получить подтверждение у интересующегося зрителя, что он хочет узнать именно этот аспект. Только затем передавайте вопрос всей аудитории и начинайте излагать ответ.

5. Пользуйтесь положением

Помните, что ведете презентацию Вы, а значит на данный момент Вы главный. Поэтому нет повода волноваться при возникновении трудностей с безотлагательным ответом на вопрос из зала. Не можете на ходу сформулировать мысль по какой-то теме? Просто возьмите паузу и вежливо предложите автору вопроса ответить на него во время перерыва или в другом

формате после презентации. Это даст Вам время подготовить качественный содержательный ответ, который удовлетворит аудиторию.

Иногда получается, что на призыв задавать вопросы не следует никакого отклика из зала. Не теряйтесь! Есть несколько способов «выйти сухим» из такой ситуации:

- Можно после паузы подтолкнуть аудиторию к началу диалога приободряющей фразой: «Я буду рад ответить на любые Ваши вопросы, поэтому, пожалуйста, не бойтесь их задать».
- Можно, окончив презентацию, поблагодарить аудиторию за внимание, обозначить свою готовность ответить на вопросы от каждого присутствующего (если они возникнут) и начать уходить в зал. Это поможет избежать неприятного момента, если вопросы так и не возникнут.
- Можно дать слушателям время подготовиться, предложив ответы на вопросы, «заданные Вам перед презентацией», «часто задаваемые Вам по этой теме» или самому озадачив публику вопросом. Это подтолкнет присутствующих к началу общения.



Заключение

Что нужно делать, чтобы хорошо водить машину? Правильно, водить машину!

А что нужно делать, чтобы хорошо выступать и проводить презентации?..

Выступать, выступать и еще раз выступать!

Перед друзьями, на конференциях, на совещаниях, во время застолья и т.д.

Предоставился случай выступить? Не упускайте его.

Применяя, хотя бы часть рекомендаций, Вы сможете убедиться в том, что нет ничего невозможного.

Продающих, ярких, незабываемых Вам презентаций!

- Ваша работа связана с постоянным предложением своих товаров и услуг?
- Если Вам часто приходится что-то презентовать и продавать?
- Если Вам знакома ситуация, когда завтра выступать на совещании, а колени предательски дрожат уже сегодня?

Если у Вас появились дополнительные вопросы, я с удовольствием проведу для Вас консультацию. Подробности здесь: <http://sheff-1612.livejournal.com/>

Список рекомендуемой литературы

1. Рон Хофф «Я вижу Вас голым. Как подготовиться к презентации и с блеском ее провести»
2. Радислав Гандапас «К выступлению готов»
3. Радислав Гандапас «Камасутра для оратора»
4. Сергей Шипунов «Харизматичный оратор»
5. Ларри Кинг «Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно»
6. Марк Туллий Цицерон «Речи»
7. Алексей Каптерев «Мастерство презентаций»
8. Аллан Пиз «Харизма. Искусство успешного общения»
9. Сергей Поварнин «Искусство спора»
10. А.Ф. Кони «Советы лекторам»