

Галина Панина



Дар речи: семь ступеней подготовки публичного выступления

<http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/346573-dar-rechi-sem-stupeney-podgotovki-publichnogo-vystupleniya>



Как преодолеть страх и понять, зачем ваше выступление слушателям

Когда я первый раз делала открытый тренинг по публичным выступлениям – я попросила всех участников ответить на вопрос: «Какой у вас самый большой страх?» Я была уверена, что это будет боязнь выступить, сцены, публики. Нет! 80% ответили, что это страх не написать речь. И тогда раскрылись масштабы нашего блока со времен средней школы, когда нужно было писать сочинение: через 45 минут сдавать, а у тебя в голове ни одной мысли.

Вот вы сейчас прочитали заголовок и уже представили себе лестницу вверх. Вверх сложно идти, вверх карабкаются. Но как меняется восприятие, если эта лестница идет вниз. Вы

стоите на горе своего уникального знания, и все, что вам надо сделать, – спокойно спуститься вниз.

ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ

Ее главное достоинство – пока не нужно ничего писать. Ваша задача – ответить на три вопроса:

1. Кто вас будет слушать? Только конкретнее. Визуализируйте, как засидевшаяся невеста, жениха: в красках. Еще важный момент – уровень подготовки аудитории по вашей теме. Кто вы там? Химик среди поэтов или жеребенок среди мустангов? От этого зависит, необходимо ли дать людям азбуку или можно сразу в космос.

Не забудьте также посмотреть, где вы стоите в программе. Хорошо, если в первый день до обеда. Обычно туда записывают хэдлинеров. Но если это второй день последней сессии? Это то же самое, что прийти с тортиком к концу застолья. Вкусно, но все уже сытые. Учтите этот момент. Чем сильнее публика устала – тем больше нужно развлекательных пауз.

Недавно на тренинге одна девушка планировала свою речь на бизнес-форуме. Сложность была в том, что весь форум проходил на бизнес-тематику – продажи и эффективность, а она выступала с социальными проектами. Ей казалось логичным, что надо обратиться к бизнесменам как к людям, поговорить о человеческом вне работы, но выступление стояло в конце второго дня. Аудиторию лично я хорошо знала – дельцы в лучшем смысле слова. Такие люди «заточены» на бизнес во время форума. У них роль «я — человек со слабостями» в принципе подавлена. Я посоветовала другой подход: обратиться как к меценатам, как к уважающим свое общество бизнесменам. Не предлагать им новую роль, а усилить ту, над которой уже работала два дня программа форума, от «я – бизнесмен» до «я- крутой бизнесмен, отвечающий за свой город». Сработало!

2. Зачем вас будут слушать. Важно ответить на вопрос — не «зачем вы выступаете?», а зачем зритель будет тратить свое время. Как правило, это камень преткновения практически у каждого. Свой интерес в выступлении формулируется легко, а вот зачем он нужен вашей публике? Сформулируйте максимально точно.

3. Садитесь в кафе и берите ручку и салфетку. Ваша задача – написать в одном предложении, что вы хотите донести. Лаконично и четко. Это ваша сквозная линия, которая поможет придерживаться темы.

ВТОРАЯ СТУПЕНЬ

Вы будете смеяться, но и здесь вам еще рано садиться за стол. Когда в голове все разложено по полочкам, написать не составит труда. На этом этапе важно выбрать организационную структуру — архитектуру изложения. У вас есть тезис — как его преподнести? Есть бесконечное число вариантов, но набор из SOS-аптечки выглядит примерно так:

- **преимущества и недостатки.** Есть традиционное решение и ваше. Традиционное решение имеет массу недостатков, но все уверены, что у него нет альтернатив. И тут, небрежно накинув плащ Супермена, приходите вы. Еще вариант: не предлагая ничего, открыть новые грани ситуации. В разбросанном виде они, может, и приходили в голову публике, но вот так, красиво, да с красочными диаграммами – сразу все понятно. Этот формат очень удобен начинающим спикерам – публика уже знает контекст, ничего не надо объяснять. Вы видите кивающие лица с выражением «Плюсую стопятысот», и это очень ободряет. Вы не открыли Америку, но сошли за уважаемого специалиста.

- **проблема и решение.** Это легко, если вы идете к вашим потенциальным клиентам. Тогда вы наверняка что-то продаете и ваш продукт – решение проблемы клиента. Главное, чтобы клиент был согласен, что такая проблема у него есть. Не драматизируйте, но и не приуменьшайте необходимость решить вопрос.

- **логическая цепочка.** Здорово, когда так вы презентуете новое решение, открытие, стартап. Ужасно, когда вы продаете сотый вид газонокосилки большому ретейлу с этим апломбом. Логические выводы выигрышны только тогда, когда ваша финальная цель действительно свежая и может удивить.

- **вокруг света.** А что делать, если вы предлагаете очень локальное решение. Вы вообще никогда дальше Саратовской области заводы не строили, и экспертиза у вас только там. Ну вот именно это и станет вашим уникальным знанием – экспертиза в регионе. За

пределами вашего региона – вы уникальны со своими знаниями. Как думаете, почему в международных организациях на самом деле легче всего пробиться на работу представителям маленьких государств? Потому что их никто не знает, каждый человек оттуда воспринимается как диковинка. Говорите с гордостью о своем опыте.

ТРЕТЬЯ СТУПЕНЬ

Садимся писать. Мы уже знаем достаточно много: основную мысль, язык, на котором мы будем говорить, подход к слушателю и структуру, по которой строим презентацию. Именно так эта ступень и называется – строительство. По кирпичику, прописываем каждую мысль по схеме: основная идея + аргументы + детали и примеры + визуализация. По традиции самые сильные аргументы идут в начале и в конце. А средние – в середине.

ЧЕТВЕРТАЯ СТУПЕНЬ

Сейчас вы готовы писать вступление. Оно должно быть простым, ведь именно в первые минуты вашего выступления публика определяется, стоит ли отвлекаться от смартфона.

Представьтесь, сообщите, о чем вы будете говорить. Не просто тему, а буквально дорожную карту, напоминайте эту карту в течение презентации. Чтобы все понимали, на каком этапе рассказа вы находитесь. Вот вы сейчас читаете эту статью и видите, что ступень четвертая, а в заголовке стоит семь, и понимаете, совпадает ли оставшееся время на статью с количеством остановок до вашей станции метро. И последний пункт вступления: а кто вы, простите, такой, что взялись за эту тему? Расскажите о себе. Но не все подряд, а только то, что поможет считать вас экспертом в данной области.

ПЯТАЯ СТУПЕНЬ

Не удивлю — пишем заключение. Напомните основную мысль, ваши удачные метафоры или яркие примеры. Повторите, куда ваша аудитория применит эти знания. И яркая концовка: цитата, призыв.

ШЕСТАЯ СТУПЕНЬ

Как думаете, вы уже много времени потратили? Вудро Вильсон, дважды президент США, как понимаете, при любом раскладе выступал чаще вас. Так вот когда его спросили, сколько ему нужно времени, чтобы подготовиться к выступлению, он ответил: «Если мне предстоит речь на 10 минут – я готовлюсь две недели. Если на час – неделю. А если можно говорить бесконечно – готов выступать прямо сейчас». Берете диктофон и сплошным текстом начитываете ваши три основные части: вступление, основная часть и заключение. В этот момент импровизируйте и ищите переходы.

СЕДЬМАЯ СТУПЕНЬ

Вы смотрели видео, где Дональд Трамп перед выступлением на Конгрессе репетирует речь, сидя в машине? Если нет – не ленитесь, найдите. Обратите внимание, Трамп, а мы его рассматриваем сейчас только как спикера на высоком посту, отрабатывает не просто речь. Он отрабатывает даже мимику. Репетируют все умные спикеры. Однажды наши французские партнеры рассказывали мне, как они готовили президента Путина к выступлению в Гватемале. Если помните, в 2007 году там проходила презентация стран-кандидатов, которые боролись за право проведения Олимпийских игр. Президент в сопровождении тренера часами ходил вокруг озера, размахивая руками и репетируя. Что бы ни происходило с самим проектом потом, признаю, что речь и выступление были отменными. Поэтому берем телефон, разворачиваем камеру на себя и говорим.