

*На страницах этой книги
мы практикуем созидательное говорение.
Говорение о будущем без опоры на прошлое.*

Поэтому свое посвящение я посвящаю:

- 1. Тем, кто меня выслушает аутентично
и услышит именно меня, а не себя в моих словах.*
- 2. Тем, кто, прочитав книгу, задаст мне еще
больше продвигающих вопросов, чем было у него
или нее до начала чтения.*
- 3. Тем, кто сможет отличить факты, изложенные
в этой книге, от моего личного мнения.*

И еще:

*Хочу, чтобы читая именно эти строки улыбались
моя семья и друзья, так как я думаю о них сейчас.
И внутри мой «маленький ребенок» говорит им:*

*— Спасибо за любовь, заботу, внимание
и поддержку.*

*Будьте счастливы все члены «Санты», будь
счастлива любимая, будь счастлива мама.*



Денис Решетов

НАСТРОЙ НА ОБЩЕНИЕ

КАК ПОНИМАТЬ ЛЮДЕЙ
И РАСПОЛАГАТЬ ИХ К СЕБЕ

Livres

Москва, 2022

УДК 316.776.3

ББК 88.50

P47

Решетов Д.

P47 Настрой на общение. Как понимать людей и располагать их к себе / Денис Решетов. — М.: Проект Livres, 2022. — 182 с.

ISBN 978-5-6046921-1-0

Денис Решетов занимается исследованием и преподаванием современных коммуникаций на протяжении последних 15 лет.

За свою карьеру прошел путь от специалиста в отделе культурного наследия Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ до создателя и генерального директора собственной компании «Академия деловых коммуникаций и речевой харизмы».

Часть информации может кому-то показаться знакомой. Автор ставил перед собой задачу консолидации в этой книге самых эффективных приемов и инструментов коммуникации с людьми, полученных благодаря своему жизненному опыту, работе с клиентами, учениками и, конечно, lifelong-learning-обучению в России и за рубежом.

Критерии отбора перечисленных в книге находок были следующими: во-первых, они должны быть понятными даже ученику средней школы. Во-вторых, интересными, чтобы пробудить в вас желание протестировать их. В-третьих, они должны давать быстрый и точный результат.

УДК 316.776.3

ББК 88.50

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-6046921-1-0

© Денис Решетов, 2022

© Издание. Проект Livres, 2022

*Книга издана при поддержке
«Академии деловых коммуникаций
и речевой харизмы»*



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

*Академия создана, чтобы помогать бизнесу
избегать потерь из-за ошибок в коммуникации,
а менеджерам — достигать успеха
с минимальными затратами.*



<https://academiacomm.ru/>

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	8
Сторителлинг по миссии	9
Смысл книги	13
М-м-м. С чего начать?	18
 ЧАСТЬ 1. АУДИАЛЬНАЯ	 21
1.1. Телефонный разговор	22
1.2. Чуть помедленнее пони	26
1.3. Да тише ты!	29
1.4. Интонация, мать всего	31
1.5. Протяжные гласные и прочая чепуха	33
1.6. Созидательное говорение	38
1.7. Активное слушание	41
1.8. Одно предложение = одна точка	45
1.9. Правило двух секунд	48
1.10. Сорян, или Как правильно говорить «извините»	50
1.11. А что, собственно, не нравится?	52
 ЧАСТЬ 2. ВИЗУАЛЬНАЯ	 54
2.1. Будильник лучше телефона	55
2.2. Вы на мне дыру протрете	58
2.3. Дыши, бобер!	60
2.4. Внешний вид	63
2.5. Как правильно сидеть	67
2.6. Суперпозиция	69
2.7. Нетворкер 2.0	71
2.8. Я хочу быть с тобой	73

ЧАСТЬ 3. ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ	75
3.1. Я-сообщение	76
3.2. Люди «К» и люди «ОТ»	80
3.3. Теория самопроверки	82
3.4. Непрошенные советы	85
3.5. Штирлиц загорает	87
3.6. Позитивный фидбек	90
3.7. Волшебная таблетка	92
3.8. Пойдем выкинем мусор	94
3.9. Извините	97
3.10. Три вопроса к себе	102
3.11. Ошибки обратной связи	106
ЧАСТЬ 4. СМЫСЛОВАЯ	110
4.1. Простой как 5 копеек	111
4.2. Перестановка мест: да, но	113
4.3. Кейс на миллион	116
4.4. Результат результатов	119
4.5. Метод меню	122
4.6. Факт и мнение о факте	127
4.7. Начало и финал встречи	130
4.8. Кто ты такой	134
4.9. Интеллектуальные фары	139
4.10. Тост	142
4.11. Опен луп	146
4.12. Поддержка	149
4.13. У кого вы покупаете сами	152
4.14. Продажи без продажи	154
4.15. Темная сторона историй	160
4.16. Ты мне все расскажешь	164
4.17. Пошути, умоляю	168
4.18. Страх публичных выступлений	174
ОБ АВТОРЕ	179

ПРЕДИСЛОВИЕ



Сторителлинг ПО МИССИИ

В «Бригаде» — культовом сериале 2000-х — один из героев произносит такую фразу: «Не мы такие, жизнь такая». Я немного перефразировал ее. В моем варианте она стала звучать так: «Мы такие, поэтому и жизнь такая». Эта фраза включает в себя большое количество различных жизненных смыслов — она и про мысли, и про поведение, и про отношения, и, конечно же, про коммуникации, которые являются основой, базисом человеческих взаимоотношений, да и сама общественная жизнь невозможна без коммуникации.

Коммуникативные способности — это индивидуальные психологические особенности личности, которые обеспечивают эффективное взаимодействие между людьми в процессе общения. Их можно улучшать при помощи грамотных методик, настойчивости и практики еще на старте жизненного пути.

Ребенок растет, учится и развивается, и именно коммуникативные навыки позволяют ему адаптироваться и полноценно жить в окружающем мире.

К моему глубокому сожалению, в Федеральном государственном стандарте начального и среднего общего образования закреплены слишком формальные и уже устаревшие требования к развитию коммуникативных навыков ребенка.

А мне в идеале, конечно, хочется, чтобы молодому поколению с самого раннего возраста прививались правильные социальные коммуникационные привычки, чтобы наши дети со школы и садика обладали навыком задавания вопросов, слушания и критического мышления. Чтобы им начиная еще с младшего школьного возраста было интересно приобретать знания и познавать, как устроен этот мир, — а для этого мы должны помочь им, показав, что учиться задавать вопросы, интересоваться чем-либо, нестандартно мыслить вовсе не страшно, а, наоборот, интересно.

Чтобы, увидев светофор, ребенок не просто воспринимал его сигналы, но мог задуматься: «А почему он прямо стоит, а не висит в небе? А почему нужен именно светофор, почему не может светиться сам пешеходный переход?» В моем идеальном мире такой пытливей ребенок каждому предмету, к которому прикасается, должен задавать вопрос: «А как бы это могло выглядеть и работать по-другому?»

Такой образ мышления будет развивать не только мозг человека, но и глобальный бизнес, двигать человечество вперед. Можно сколько угодно убеждать меня в том, что ядовитая змея неопасна, но я ее боюсь на инстинктивном уровне. На таком же уровне я боюсь выйти из своей «уютной норки», даже если я уже давно взрослый и понимаю, что

никакой норки давно нет. А мне бы очень хотелось, чтобы у нас — на инстинктивном уровне — закрепилось умение и желание задавать вопросы «почему?», «а как иначе?», «что еще?», «почему именно так?». Именно так в школе и университете мы получали бы гораздо больше благодаря этому инновационному подходу. Мы бы исследовали, приходили к новым выводам и решениям, ставили бы перед собой вопросы, которые вели бы нас дальше.

Сейчас мы смотрим на мир и принимаем его как финальную инстанцию, мы видим что-то и понимаем, что по-другому и быть не может, у нас не возникает вопроса о том, почему это так и как может быть иначе. Поэтому привычка с самого рождения интересоваться, ставить под сомнение (а это значит — задавать вопросы и сомневаться!) должна и может стать двигателем развития нашей страны. Этот подход будет играть решающую роль везде и во всем — и в мирной жизни, и в период войн и междоусобиц, в социальном росте, в развитии бизнеса, в государственном управлении, в семейных и бытовых делах. Список каждый может продолжить сам.

По сути, это и является ключевой задачей, целью и смыслом нашей Академии — популяризировать важность и нужность системного подхода к коммуникациям, к важности изучения и адаптации современных теоретических практик к жизненным реалиям и в дальнейшем максимально повлиять на систему общего образования.

Пока что мы стараемся брать на работу студентов, с которыми занимаемся. Мы стараемся проводить с ними больше времени, общаться, учить их

и учиться с ними. При этом понимая, что это лишь одна из ступенек на долгом пути миссии нашей Академии — коммуникативного воспитания членов окружающего нас общества с их самых первых профессиональных и общественных шагов. Чтобы, став профессионалами коммуникаций в социуме и бизнесе, они могли оглянуться вокруг и с радостью повторить: «Мы — такие! Поэтому и жизнь — такая!»



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

СМЫСЛ КНИГИ

Идея написать эту книгу возникла как и многое другое в моей жизни благодаря вопросу. Вопросу, который я задавал себе на протяжении всей своей осознанной жизни. Он довольно простой, и я уверен, что многие его не раз себе задавали. Звучит он так:

Почему у одних получается, а у меня нет?

Или еще варианты:

— *Почему кому-то говорят «да» после собеседования, а мне нет?*

— *Почему одним выделяют деньги на проекты из бюджета, а на мой проект нет?*

— *Почему с кем-то девушка хочет продолжить общение после свидания, а с кем-то нет?*

Мне хотелось разобраться в том, что такого делают те люди, у которых все получается. А точнее, что сделать мне, чтобы получалось у меня. Ответ на эти вопросы у многих очевиден и, как

правило, одинаков. Проиллюстрирую на примере из реальной жизни.

Я преподаю в РАНХиГС курс «Деловые коммуникации и управление командами». На одной из лекций одна из студенток рассказала, что, когда ей было 20 лет, ее наняли на работу в крупную международную компанию. Услышав это, с присущим мне исследовательским любопытством, я спросил участников занятия:

— *Как вы думаете, почему вашу одноклассницу взяли на работу?*

Ответ прозвучал так:

— *Ну она же у нас умная и талантливая. Это же Карина! Она классная.*

Задача этой книги дать вам детальное понимание того, как быть классным. И помогут в этом четыре аспекта, по которым нас воспринимают люди. Чтобы было понятно, представьте, что вы находитесь в студии известного музыкального продюсера. У него перед глазами большой пульт с десятками различных рычажков. Каждый из них отвечает за свой инструмент. И от того, какие рычажки будут подняты, а какие опущены, будет зависеть, услышите вы симфонию или какофонию.

Также и с нашими коммуникациями с людьми. Мы воспринимаем друг друга, опираясь на маленькие нюансы, делая это иногда бессознательно.

К примеру, если сейчас в комнату, где вы находитесь, войдет человек, то вы сразу же сможете рассказать несколько слов о нем до того, как он успеет открыть рот. Вы обратите внимание на мимику, улыбку, осанку и так далее. Когда он нач-

нет говорить, вы станете прислушиваться к его голосу: какие у него тембр, интонация, громкость и скорость речи, а также, произносит ли он слова с акцентом или нет. Затем вы начнете прислушиваться к его словам, стараясь понять их значимость. Параллельно будете считывать его энергетику и харизму. Исходя из этих маленьких мелочей вы составите свое впечатление об этом человеке. Назовем все эти мелочи «точками восприятия».

В этой книге мне удалось собрать десятки «точек восприятия». Я рассказываю, как их настроить для того, чтобы после общения с вами люди говорили: «Этот человек классный». Считаю, что мы с вами, ходя на переговоры, совершая продажу, презентуя себя, посещая кастинги, собеседования и в целом коммуницируя с людьми, можем, пусть не всё, но контролировать то, как будут воспринимать нас окружающие люди. В «Академии деловых коммуникаций и речевой харизмы» мы называем это так: «взять ответственность за коммуникацию на себя».

Все «точки восприятия» в этой книге разделены на четыре группы: аудиальная, визуальная, энергетическая и смысловая. Советую вам, прочитывая каждый топик этой книги, сразу пробовать на практике описанный в нем инструмент. Тогда вы убедитесь, что предлагаемые мной подходы и методы работают. Думаю, что эта книга станет для вас настольной.

Я часто говорю:

— *Давайте спорить о вкусе устрицы с теми, кто их их ел.*

Некоторые люди любят давать оценку всему сразу. Вам же я предлагаю сначала попробовать

инструменты из этой книги в своей жизни, а потом написать мне и поделиться вашим мнением.

Приятного прочтения и пусть все узнают, что вы — классный человек.

А чтобы было еще понятнее, приведу пример моего разговора с той самой студенткой, которая в двадцать лет получила должность с окладом 200 000 рублей в крупной международной компании.

— Скажи, пожалуйста, как ты оделась на собеседование?

— Я посмотрела, какие у них корпоративные бренды, и добавила маленький элемент цветовой гаммы данного бренда.

— Как ты выбирала юбку, обувь и прочее?

— Я зашла в соцсети и посмотрела, как одеваются на работе сотрудники данной компании.

— Прекрасно.

— Как ты зашла в офис, на что обращала внимание?

— Я старалась держать осанку, идти ровно, держать улыбку, потому что понимала, что на меня смотрят.

— Здорово.

— Какую позицию ты заняла на стуле, когда села на собеседование?

— Села на край стула, следовательно, нога на ногу, так как у меня была юбочка ниже колена и я хотела выглядеть аккуратно. Так как там не было стола, то я приняла решение занять именно такую позицию.

— Хорошо. Теперь на аудиальном уровне. С какой скоростью, громкостью ты разговаривала?

— Пока восстанавливала дыхание от волнения, спокойно дышала, так, как вы говорили нам, я держала зрительный контакт, такую легкую улыбку, но не ухмылку, доброжелательную мимику и ждала, пока человек, который меня интервьюировал, проводил собеседование, что-нибудь скажет, чтобы подстроиться под его громкость, под его ритм, говорение.

— Здорово. А когда тебя попросили рассказать о себе, как ты это сделала?

— Я сделала так: расставила ключевые моменты, сказала, чему хочу научиться в этой компании, что для меня важно, а что не очень, где я работала, рассказала по схеме кейсов, как вы меня учили.

— А на энергетическом уровне ты какой была?

— Я была заинтересованной, слушала, что мне говорили, и задавала свои вопросы. Я заранее подготовила те вопросы, которые интересуют меня.

Я думаю, что данная книга поможет вам настроить ваш эквалайзер таким образом, чтобы вы всегда были в верхних строчках чарта. Поэтому мы будем говорить о визуальном, аудиальном, смысловом и энергетическом аспектах.

Давайте начнем!

М-м-м. С чего начать?

В «Академии деловых коммуникаций и речевой харизмы» мы уверены: любая коммуникация подобна модели ДНК. И любое собеседование, свидание, переговоры, презентации, светское общение и нетворкинг можно разложить на мелкие нуклеотиды. То есть мы можем описать всю совокупность элементов, по которым нас воспринимают окружающие. Так начнем же разбираться.

КТО КОГО ПРИВЕТСТВУЕТ ПЕРВЫЙ?

Младший приветствует старшего. Мужчина — женщину. Дама более молодая приветствует более взрослую. Вошедший — тех, кто в помещении. Подчиненный приветствует первым руководителя.

КАК ПРЕДСТАВИТЬ СЕБЯ ИЛИ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА?

Называйте свое имя и фамилию. Фамилия — это «корона», указание на корни вашего рода. Других людей представляйте так же.

Несколько слов скажите о человеке, которого вы представляете. К примеру, где вы познакомились или как долго дружите.

Презентовать других людей — мастерство, которое принесет вам большие дивиденды в жизни.

КАК ЗАПОМНИТЬ ЧЬЕ-ТО ИМЯ?

Повторите за короткое время знакомства три раза имя своего нового друга.

К примеру, у японцев принято повторить имя собеседника до 10 раз! И дело не в деменции: дело в уважении.

- *Константин, очень приятно познакомиться.*
- *Константин, а чем вы занимаетесь?*
- *Рад знакомству, Константин. До встречи!*
- *Константин, у вас есть визитка?*

КАК БЫТЬ ВЕЖЛИВЫМ?

Ничто так не украшает человека, как вежливость. И ничто так не ранит других, как ее отсутствие.

- *Приятно было познакомиться.*
- *Благодарю вас за беседу.*
- *Буду ждать новой встречи.*

СОЦИАЛЬНАЯ СМЕРТЬ — ЭТО МОЛЧАНИЕ. А О ЧЕМ ЖЕ ГОВОРИТЬ?

1. Искусство.
2. Коллекционирование.
3. Впечатления.

4. Интересы.

5. О вашем собеседнике.

НИКОГДА НЕ ГОВОРИТЕ О БОЛЕЗНЯХ,
РЕЛИГИИ, ПОЛИТИКЕ, НИКАКИХ СПЛЕТЕН,
И НАЦИОНАЛЬНОСТЬ ТОЖЕ УГАДЫВАТЬ
НЕ НАДО.

На странные вопросы: «Откуда вы?», «Где вы работаете?» отвечайте, чем вы занимаетесь, в какой сфере. Должности не для светских бесед.

P.S: А вопрос «Откуда вы?» — не задавайте, спросите лучше: «Откуда вы родом?»



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

ЧАСТЬ I

АУДИАЛЬНАЯ



1.1. Телефонный разговор

Первый топик этого раздела посвящен тому, как людям свойственно вступать в конфликтно-речевые передраги со своими близкими и друзьями, сотрудниками и подчиненными. А все потому, что полученные, например, в мессенджере SMS-ки, каждый интерпретирует по-своему.

Расставленные смайлики, улыбки — одна или несколько — придают эмоциональный оттенок сообщению, той информации, которую вы хотите донести до собеседника.

А ЕСЛИ СМАЙЛИКОВ НЕТ?

Без визуального аспекта, когда мы говорим по телефону, остается лишь аудиальный и оказывается, что людей зачастую обижает не то, ЧТО им говорят, а КАК им это наговаривают.

Я мог за собой не замечать, пока сам не обратил на это внимание: к примеру, усталость на работе, или взволнованность в какой-то фактически произошедшей ситуации может оказать на меня прямое воздействие, а значит, найти свое отражение в голосе,

в том, каким тоном я начинаю разговор. Представьте, что вы возмущены, что вас оторвали от решения важной задачи, вырвали из негативного состояния! А если вы управляете автомобилем, и кто-то вас подрезал? И в этот момент звонит телефон...

Поэтому я отношу тон голоса к ключевым аспектам коммуникации и уделяю ему внимание на страницах этой книги.

По результатам ряда исследований я сделал для себя вывод:

Не меньше 80% воспринимаемой информации в телефонном разговоре зависит от тона и темпа речи.

3,5 слова в секунду — это скорость, которую респонденты характеризуют как речь более убедительная, чем если говорить быстрее или медленнее.

Когда вы говорите быстро, появляется ощущение, будто вы в себе не уверены или пытаетесь пустить пыль в глаза, то есть это воспринимается как некое запутывание: человек не может отфильтровать вашу речь и осознать, что вы ему говорите.

Когда вы говорите слишком медленно, это воспринимается как некомпетентность либо педантичность: вы вычленяете каждое слово, что неприемлемо для нормальной, уверенной речи, такой, когда вы рассказываете, например, сколько ложек сахара добавляете в чай.

Обращу ваше внимание на временной аспект, так как часто бывают ситуации, когда вам звонят, а у вас совершенно нет времени на разговор. Чтобы не говорить собеседнику: «Да-да, потом... мне пора»,

чтобы не перебивать его и оставаться корректным, скажите, сколько времени вы готовы выделить на разговор. Приведу пример диалога:

— *Денис, у меня к тебе вопрос!*

— *Да, давай обсудим, только у меня есть всего две минуты. Потом на встречу бегу.*

Тем самым я задаю ограничение по времени — и человек сам берет на себя ответственность за две минуты уложиться, понимая, что если разговор прервется, то правила уже были определены. Таким образом, все остаются в выигрышной ситуации.

Небольшое наблюдение. Почему-то раньше я воспринимал любой телефонный звонок, поступивший с незнакомого мне номера, как разговор, который нельзя будет повторить. Так, понимая, что общаться не готов, а второго шанса произвести впечатление на клиента (а клиенты часто звонят с незнакомых номеров) у меня может не быть, приучил себя сбрасывать звонок и писать сообщение, поясняющее: «не могу говорить», «я на мероприятии», «веду тренинг», и уточняю, могу ли перезвонить через какое-то время...

Отправленная мной SMS служит подтверждением факта, что я зафиксировал звонок, что клиент мне небезразличен и что я ему перезвоню. В то же время я беру тайм-аут, чтобы переключиться, решить вопросы по текущей ситуации, даже на то, чтобы выпить кофе и взбодриться, если, к примеру, у меня утренний звонок. А после — обязательно позвоню и проведу свой лучший в жизни разговор с энтузиазмом и улыбкой.

*Надеюсь, данные инсайты и наблюдения
окажутся для вас полезны.
Покорно благодарю.*

1.2. Чуть помедленнее ПОНИ

Сейчас я хочу рассказать вам о том, как когда-то я был не просто говорливым, а быстроговорящим молодым человеком.

Активный мозг — активное поведение: говорил я быстро (мне всегда было что сказать), поэтому выдавал информацию постоянно. Но чем старше становился, чем больше встречал умнее и успешнее, чем я, людей, тем больше понимал, что скорость моя должна снижаться. Помню только двух человек за всю мою профессиональную карьеру, которые смогли сказать мне: «Хоть кто-то разговаривает так же быстро, как и я». Многие просили меня говорить помедленнее. Поэтому я научился разговаривать достаточно спокойно (думаю, вы послушаете еще мою аудиокнигу или посмотрите ее на YouTube в видеоформате и увидите, что разговариваю я медленно).

Итак, поговорим о скорости речи. Первое, на что стоит обратить внимание, когда вы общаетесь с человеком, а значит, обращаете внимание и фокусируетесь на самом человеке, — то, в каком темпе он разговаривает. Если говорит медленно — замед-

ляйтесь тоже. Это всегда легче, чем ускориться. Поэтому замедляйтесь, ориентируясь на скорость речи собеседника.

СКОЛЬКО, СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЯМ, НАБЛЮДЕНИЯМ, НУЖНО ГОВОРИТЬ СЛОВ В МИНУТУ?

Запишите вашу речь на диктофон, прослушайте и посчитайте: у вас должно выходить примерно 100 слов в минуту с предлогами — это нормальное количество слов для адекватной скорости восприятия вас другими.

УПРАЖНЕНИЕ.

Возьмите любую книгу (кстати, поделитесь информацией: напишите мне в обратной связи, какую книгу вы сейчас читаете, и в ответ я напишу вам название своей, той, которая произвела на меня большее впечатление), откройте ее на любой странице и начните читать. Только читайте с небольшой хитростью: произнесите слово и еще раз его проговорите, только не вслух, а про себя.

Пример предложения:

Пришла весна, побежали ручьи.

Читайте его так:

— *Пришла* (пришла) *весна* (весна), *побежали* (побежали) *ручьи* (ручьи).

Второе слово, то, которое повторяете, проговаривайте про себя, тогда получается:

— *Пришла весна, побежали ручьи.*

Так мы себя затормаживаем. Перед каким-либо выступлением, если вы такой же быстрый говорун, каким я был в прошлом, попробуйте настроить свой мозг, прочитав страничку приведенным выше способом. Так вы немного успокоите себя перед выступлением.

Для меня это упражнение — читабельный вид медитации. Оно заставляет правильно дышать, успокаивает сердцебиение, помогает сфокусироваться на том, что я планирую сказать, и синхронизирует скорость речи с потоком мыслей.

Пользуйтесь этим упражнением и не тараторьте. Ну и занудой, снобом, который разговаривает очень медленно, быть не надо. Наблюдайте за вашими собеседниками: часто они сами подсказывают, с какой скоростью им самим было бы комфортно воспринимать информацию.

1.3. Да тише ты!

Голос — один из главных инструментов удержания внимания аудитории. Его основное свойство — громкость — позволяет расставлять акценты в речи: уровень громкости при этом повышается или понижается. Еще более упрощая, объяснение можно свести всего лишь к двум вариантам: говорите громче или тише.

Начиная карьеру модератора, выступая на большой сцене, я столкнулся с большой проблемой — я говорил быстро и очень громко. Наверное, и вы замечали, что непрофессиональные ведущие либо модераторы начинают кричать громко там, где надо, и там, где не надо. На этот недочет воспроизведения моих мыслей мне указывали мои тренеры и учителя — мол, надо говорить чуть тише.

Мне кажется, эта проблема родом из детства. Так уж мы устроены, что помним голос мамы, когда находились еще в ее животике. Представьте, ребенок сидит в животике и сквозь толщу тела мамы слышит ее голос... тихий, спокойный.

Невольно вспоминается анекдот о том, как мужчина, сидя в пещере, выталкивает женщину

наружу — и если слышит крик, то понимает, что снаружи хищник. Да, громкий голос мы воспринимаем как крик. И есть такое правило у актеров:

Если не знаешь, как сыграть, либо не умеешь играть, — играй быстро и громко, чтобы никто не запомнил, как это было.

ГРОМКОСТЬ ВСЕГДА ДОЛЖНА БЫТЬ ОДНА.

Громкость всегда должна быть комфортная для аудитории и ситуации, и лучше чуть снизить ее до уровня, чтобы вас было слышно. Чтобы вы не орали, не напрягали связки — так вам будет удобнее расставлять акценты, поднимая громкость голоса именно в тех местах, когда нужно что-то выделить в речи.

Спросите ваших собеседников, насколько громкий у вас голос в обычной жизни, и послушайте их рекомендации, если не можете определить сами, насколько у вас громкий или тихий голос.

*Низкий поклон и давайте продолжим
изучение этой книги.*

1.4. Интонация, мать всего

Интонация — речевой маркер, у каждого он свой. И хотя в обычной жизни мы часто говорим без каких-либо особых интонационных выделений, давайте в этом топике порассуждаем на эту тему.

Одна буква, кажется, сама по себе не существует. Добавим к ней еще одну, чтобы получить слог из нескольких звуков, к примеру, состоящий из гласного и согласного — [С'О], ударение на букву О. Из разных слогов соединяем пары и таким образом получаем слово. Допустим, мы составили слово «собака».

В каждом слове есть одна ударная гласная. Всего лишь одна: не две, хотя есть, конечно, редкие исключения, о которых мне приходилось слышать, но, в приведенном здесь слове «собака», ударение на одну гласную — [А]:

собАка

В каждом словосочетании есть одно главное слово. Например, в словосочетании «вечная мерзлота»:

вечная мерзлотА

Согласитесь, слово «мерзлота» главнее, чем «вечная», но мы можем сказать:

ве-Е-Е-чная мерзлота

Как именно сказать, вы решаете сами, но в словосочетании у вас есть одно главное слово, а в предложении есть главное словосочетание — главное слово и акцент, который нужно выделить интонацией.

Есть возвышенная интонация, присущая тому моменту, когда вы чем-то восторгаетесь, либо удивлены, и есть пониженная интонация, когда вы стремитесь привлечь внимание ко всей серьезности происходящего события, словно говоря: «Обязательно обратите внимание». Когда я понижаю интонацию, то словно опускаюсь и замедляюсь — у меня появляется ощущение сгущающихся темных грозовых туч.

При подготовке к какому-либо выступлению обратите внимание на текст: прочитайте каждое предложение, найдите в нем главный смысл, словосочетание либо слово и подумайте, какой интонацией вы его выделите. Поставьте там либо стрелку вверх, что будет означать интонационную вершину, либо стрелку вниз — интонационное понижение.

*Порепетируйте свое выступление, используя эту небольшую шпаргалку, — вам будет легче произносить по памяти блестящую речь с присущей только вам харизмой.
Категорически благодарю вас.*

1.5. Протяжные гласные и прочая чепуха

К этой теме у меня отношение особенное: она пропагандируется всеми тренерами, которые помогают развить навык говорения. Безусловно, такой информации много в статьях и книгах, посвященных публичным выступлениям. Тем не менее, как я уже написал, у меня к этой теме отношение особенное, своеобразное, которое я хотел бы высказать на этих страницах.

СЛОВА-ПАРАЗИТЫ.

Я долго пытался разобраться, что же является такими словами, а главное, что сподвигает слова-паразиты выходить из нашего рта.

И мне кажется, что не мы ответственны за их появление, а мозг, по той простой причине, что работает он у всех людей по-разному. Действительно, у кого-то, например, как у меня, мозг работает быстро, поэтому моя речь может быть беглой, очень быстрой, — ее скорость нужно понижать; у кого-то медленнее, поэтому его речь размеренная, в среднем темпе, спокойная.

Оказываясь в ситуации, когда помимо говорения нужно активно заниматься поисками информации из разных источников и проводить сравнительный анализ, мозг начинает замедляться, но речь при этом сохраняет свою скорость. Получается рассинхронизация, когда мозг не успевает за открыванием рта. В этот момент и появляются А, Э, О и другие, те самые протяжные гласные, которые тоже считаются паразитами. Разберем подробнее. У меня есть слово-паразит, как многие думают (мне это доподлинно известно), но появляется оно только во время выступления. Тогда, когда я что-то рассказываю, правильное сказать, обучаю. Это слово «соответственно». А иногда появляется его брат «следовательно». Являются ли эти слова паразитами?

Со временем я заметил, услышал мои любимые слова от преподавателей, от тех, у кого учусь сам, и понял, что лично мне эти слова помогают соединить ранее сказанное с тем, что я собираюсь сказать. Чтобы доказать что-то логическое, перейти из одного во второе, в третье, четвертое и так далее. Всю эту последовательность скрепляют, как клей, слова «соответственно» и «следовательно»: А превращается в Б.

Поэтому я решил для себя не относить эти слова к паразитам. В обыденной жизни я их не произношу, а говорю тогда, когда выхожу на тренинг.

Подумайте, может быть, и ваши «слова-паразиты» на самом деле являются помощниками, а не паразитами: как микробы в организме, которые помогают жить комфортной жизнью, той, которой мы уже живем, или той, о которой мечтаем. То есть:

Слова-паразиты — не значит плохо, они нам нужны!

Выражения «так сказать», «как бы», как мне кажется, к словам-паразитам относятся. Они лишние, не являются переходами и никакой смысловой нагрузки при частом повторении не несут.

УПРАЖНЕНИЕ.

Я предлагаю вам выписать ваши слова-паразиты. Предполагаю, что их будет не так много, но коли вас они бесят из-за того, что вы их часто произносите, все же рекомендую выписать. После сделайте к ним подборку слов-синонимов самостоятельно или прибегнув к помощи интернета. Для того, чтобы эти синонимы стали неотъемлемой частью вашего тезауруса (лексикона, словарного запаса, вашей лексики), необходимо будет их использовать как можно чаще. Поэтому держите перед собой бумажку с выписанными словами или запишите их в телефон, поставьте заставкой на смартфон и, когда слово попадается вам на глаза, постарайтесь синтезировать его в свою речь. Вот такое прекрасное упражнение.

А ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ С МОЗГОМ, КОТОРЫЙ ОТСТАЕТ?

Каждый раз, когда вы будете открывать рот, что-то из него будет вылетать. Невозможно же находиться с открытым ртом просто так! На автоматизме, на каких-то физиологических рефлексах будет получаться мычание, слышаться протяжные гласные либо слово-паразит. Поэтому совет: закрывайте рот, если не готовы что-то сказать, замолчите хотя бы на секунду. В конце концов, сделайте паузу

побольше, а если боитесь, что люди подумают, что пауза длилельнее, чем обычно, скажите: «Дайте мне секунду подумать», «Сейчас я подумаю над интересным ответом», «Сейчас я отвечу». Кроме контроля, в этом случае ничего не подойдет.

Не бойтесь показать, что заданный вам вопрос или случившееся событие заставило вас подумать, потому что людям, наоборот, будет приятно видеть, что вы думаете и рассуждаете на интересную им тему.

ПРОСТО ТРЕНИРОВКА.

Когда говорите, старайтесь сконцентрироваться на ком-нибудь либо на чем-нибудь. Чтобы ваш мозг концентрировался на глазах, на рте, на носе человека. Смотрите на человека! Зрительный контакт не позволит вашему мозгу одновременно (он просто не справится): выдавать слова-паразиты, думать о насущном и фокусироваться на собеседнике. Всегда будьте в зрительном контакте.

Фокусируйтесь на зрительном контакте и на разговоре. Тогда слов-паразитов и протяжных гласных будет гораздо меньше.

ЛОВУШКА ДЛЯ СОЗНАНИЯ.

Наш мозг воспринимает 2 модальности. Когда вас берут за руку, вы испытываете тактильные ощущения (кинестетика), когда смотрят в глаза — это зрительный контакт, начинают говорить — контакт аудиальный. И ваш мозг перестает справляться с такой нагрузкой и впадает в транс (состо-

яние оцепенения). Поэтому сделайте своему мозгу его сами, чтобы он не справился и забыл о словах-паразитах.

Будьте здоровы!

1.6. Созидательное говoreние

На протяжении всей своей жизни я обучаюсь сам, пропагандируя концепцию lifelong learning*, и обучаю других. Находиться в позиции учителя — мое природное, естественное кредо. Но чем старше я становлюсь, тем быть в учениках становится для меня, во-первых, безопаснее, так как я не чувствую, что от меня что-то хотят, как в школе, и нет боязни выглядеть глупцом, если я чего-то не знаю. Во-вторых, считаю, жизнь как раз нацелена на то, чтобы искать моменты, когда я чего-то не знаю. Искать новое в известном, задавать вопросы и находить на них ответы, — составляет почти 100% моей жизни, такой подход заряжает, двигает меня вперед.

Однажды я посетил тренинг, на котором участников попросили разделить на пары и выполнить

* Lifelong learning (англ.) — непрерывное образование — это процесс роста образовательного потенциала личности в течение всей жизни на основе использования системы государственных и общественных институтов и в соответствии с потребностями личности и общества.

(Источник — Википедия.)

одно простое упражнение. Мы должны были записать приветствие друг друга на диктофон: сначала один партнер в течение трех минут рассказывает о себе, затем — другой. После, прослушав записи, мы пообщались друг с другом, высказали свое мнение, и тренер задал нам вопрос: «Сколько в презентации вашего партнера было произнесено выражений в прошлом времени, сколько в будущем и сколько в настоящем?»

Готов похвастаться, на том тренинге у меня был лучший результат! Только не радуйтесь за меня, результат — 87% про прошлое (у остальных этот процент был больше). Говорение о прошлом у нас выработано на автомате. Мы рассказываем о том, что и как было когда-то и делаем это при знакомствах, в самопрезентациях, во время первых свиданий. Но прошлое ушло, сформировав нас такими, какие мы есть, и никуда не будет нас двигать, так как уже оставило нас где-то там с воспоминаниями, о которых классно поностальгировать.

Конечно, послушать пластинку Муслима Магомаева, Булата Окуджавы или старые песни AC/DC — все это возвращает нас куда-то в ностальгическое прошлое, но движемся мы всегда вперед.

Время движется вперед. Поэтому я хотел привлечь ваше внимание к тому, чтобы в своей самопрезентации вы как можно больше добавляли созидательное говорение.

СОЗИДАТЕЛЬНОЕ ГОВОРЕНИЕ — ЭТО РАЗГОВОР О БУДУЩЕМ.

Расскажите в самопрезентации, о чем вы мечтаете. Повествуйте не только о вашем профессиональном

пути согласно резюме, но еще и о том, над каким проектом вы сейчас работаете, чем начали увлекаться, чем хотели бы заняться в будущем. Например:

Я полюбил большой теннис, мне бы хотелось сыграть с кем-то в паре. С кем-то, кто играет более-менее полупрофессионально. Для поддержания физической подготовки и эмоционального духа в этом году я планирую сходить в горы.

Это характеризует меня как человека спортивного, и мне интересно об этом рассказывать. Думаю, и мой собеседник будет рад узнать о том, что в моей голове есть мечты, узнать о моих устремлениях, амбициях и дальнейших планах, ведь именно об этом и мне будет приятно с ним поговорить.

Мое прошлое — это здорово, но говорить о нем лично мне неинтересно. Если вы, к примеру, зададите мне вопрос о прошлом, я отвечу: «Но сколько же раз можно к нему возвращаться? Давайте поговорим о чем-нибудь созидательном, о том, что нас ждет впереди».

Задавайте вопросы вашему партнеру: о чем он мечтает, к чему стремится, чем сейчас интересуется, какие строит планы. И сами не забывайте вставлять это в свою презентацию, в свое ставшее уже созидательным говорение. Обратите на это внимание.

Кстати, о чем вы мечтаете?

1.7. Активное слушание

Разговор — форма общения. Его составляющие — говорение и слушание. Тема созидательного говорения уже была затронута, а здесь мне бы хотелось порассуждать об активном слушании.

Слушание — это то, что превращает ваш монолог в диалог. Когда вы не только говорите, но и слушаете. Начну с главного и самого простого, с описания маленького инструмента, помогающего становиться для собеседника незаменимым партнером в разговоре. Для собеседника, с которым хочется общаться вам.

Нам хочется общаться не только с теми, кто говорит о себе, и, скорее всего, даже не с теми, кто говорит постоянно о себе, а кто интересуется нами и умеет нас внимательно слушать.

Приходилось ли вам замечать, как люди отвлекаются на мобильные телефоны, на проходящих людей, на что-либо еще — и не смотрят в глаза собеседнику? Впрочем, пойдем по порядку.

КАК ДАТЬ СОБЕСЕДНИКУ ПОНЯТЬ, ЧТО Я ЕГО СЛУШАЮ?

1. Зрительный контакт.

Если мы удерживаем на человеке взгляд, то он понимает, что наш взгляд направлен на него. Но думать в это время мы можем о чем угодно, поэтому было бы здорово, чтобы были еще какие-либо подтверждения, что вы слушаете собеседника.

2. Кивки.

Движение «кивок» делается многими людьми подсознательно. Заметьте, когда вы чем-то увлечены, то тоже киваете. Когда я, например, смотрю интервью интересных мне людей, я тоже киваю в такт, так как весь во внимание. Это работает не только в офлайне, но и в онлайне. Кивки являются подтверждающим элементом активного слушания.

3. Междометия. «Угу», «так», «ага», «вау!», «класс».

— Понял?

— Ага.

4. Повторение финальной фразы.

Представьте, что ваш собеседник сказал:

— *И мы решили отправиться на Волгу.*

Делаем паузу, убеждаемся, что собеседник закончил говорить, и повторяем финальную фразу:

— *О, на Волгу! Классно, ни разу там не был.*

Про повторение — помните, как было в школе? Учительница говорила:

— *Повтори, что я сказала!*

Она имела в виду последнюю произнесенную ею фразу, — так она проверяла, слушали мы ее или нет. Так и здесь. Повторение финальной фразы говорит о том, что вы слушали внимательно.

После того как вы повторили фразу, если ваш собеседник еще что-то говорит, не начинайте говорить о себе. Чем больше вы будете слушать, тем больше вы узнаете информации о вашем партнере и тем комфортнее ему будет.

5. Положение тела.

Я вижу, как на некоторых тренингах наши участники, работая в паре, общаются друг с другом просто повернув головы. Мало кто догадывается переставить стул, чтобы все тело либо большая его часть была направлена к собеседнику.

Если хотите, чтобы человек понял, что вы его внимательно слушаете и заинтересованы в разговоре с ним, обязательно наклонитесь чуть вперед в случае, когда сидите за столом, либо повернитесь к нему, чтобы он понимал, что вы готовы воспринимать его информацию.

Перечислим и закрепим: зрительный контакт, междометия, кивки, повторение финальной фразы, положение тела.

Цель коммуникации — получение новой информации и расположение собеседника к себе.

Поэтому план такой: слушаем и нравимся людям!

Приведенные здесь инструменты активного слушания в дальнейшем очень помогут вам в жизни и достижении ваших личных и профессиональных целей. Будьте счастливы. Даже молча.

1.8. Одно предложение = одна точка

Несколько лет я работал на телевидении. На телеканале ТНТ-Тула у меня была программа об автомобилях, после я работал в Москве корреспондентом на РЕН-ТВ, НТВ, Russian music box. Общаясь с коллегами, обращал внимание на темп речи в профессиональной деятельности и в быту.

Эволюция моды: помню, был период, когда речь телеведущих отличалась живостью и быстротой. Эта манера, став популярной, сохранилась у многих и переросла в проблему быстрой речи.

Когда мы говорим быстро, то не успеваем набрать дыхание, в итоге речь не успевает за мыслями, тогда как наша задача — синхронизировать свой мозг с речью. Безусловно, есть люди, которые говорят быстро, и есть люди, которые говорят очень медленно. (Мы еще порассуждаем на страницах данной книги о нормальной скорости речи для восприятия собеседником — и чтобы ваша харизма и самобытность при этом сохранялись.)

И все же скорость, громкость и интонация — основные маркеры, которыми вы подчеркиваете главные мысли своей речи.

Вспоминая молодежные телеканалы (MTV, 2x2, «МУЗ-ТВ») и радиостанции («Радио MAXIMUM», «Европа Плюс»), где очень быстро говорили — и это было классно, я хочу дать вам один простой совет: в одном предложении должна быть одна точка. Одна точка, не несколько!

Например, фраза «Добрый день, меня зовут Денис, я выстраиваю систему коммуникаций для бизнеса» звучит так:

Добрый день — точка — Меня зовут Денис — точка — Я выстраиваю систему коммуникаций для бизнеса — точка.

После точки всегда делайте маленькую паузу. Если произнести текст без точек, то многим не хватит дыхания. Придется останавливаться, а для этого потребуется открывать рот, чтобы захватить воздуха, а для этого придется использовать протяжные гласные А, О, Э. Такая ситуация знакома?

Делайте короткие предложения и после каждого предложения ставьте точку.

ТОЧКА — ИНТОНАЦИЯ НА ПОНИЖЕНИЕ.

Если в начале предложения мы уходим вверх, то в конце — вниз. И интонацией, и смыслом. После точки мы всегда делаем паузу, которую можно приравнять к одной секунде.

Раньше, когда поэты и прозаики пользовались вместо ручек перьями, одного раза обмакнуть в чернильницу перо было достаточно, чтобы написать одно предложение, состоящее из семи-восьми

слов. И для одного предложения такого количества слов достаточно.

Пусть ваши предложения и составленные из них статьи, заметки, посты — будут читабельными и комфортными для произнесения на слух. А после каждого предложения ставьте, пожалуйста, интонационную точку. После — отсчитывайте секунду и начинайте говорить.

Следование этому простому совету позволит вам сделать вашу речь более чистой, комфортной для восприятия и, как следствие, более понятной. Вы заметите, как ваш быстрый темп речи спадет, уберутся протяжные гласные и ваш мозг будет успевать за речью, а речь за мозгом (и не нужно будет делать придыханий!).

1.9. Правило двух секунд

Концепция *lifelong learning*, которой я следую, предполагает непрерывное совершенствование своих навыков. В моем случае — *soft skills*^{*}, навыки, помогающие коммуницировать с другими людьми, проводить переговоры и решать жизненные задачи. Цифровые технологии пусть и развернулись уже масштабно, но я думаю, что на своем веку мы с вами продолжим общаться с людьми и тем более обсуждать со своими близкими и любимыми либо партнерами, коллегами и сотрудниками, какую работу следует переложить на бота или робота, а какую еще пока оставить человеку.

Правило, которое помогло мне в свое время, звучит достаточно просто:

После того как ваш собеседник сказал вам что-то, ответил на ваш вопрос и вам уже кажется, что он закончил, отсчитайте про себя две секунды. Раз-два.

^{*} *Soft skills* (англ.) — мягкие навыки, комплекс умений общего характера, тесно связанных с личностными качествами.

Эта пауза «раз-два» крайне необходима. Пауза длинной всего в две секунды. Как мне нравится выражаться, это четкое понимание «Раз — Миссисипи, два — Миссисипи».

Что я сделал, когда узнал это правило? Провел эксперимент! Я решил в течение дня по отношению к тем людям, с кем коммуницирую больше всего (супруга, партнер по бизнесу) применить это правило: общаясь с ними, после того, как они заканчивали говорить, делал паузу в две секунды и после — начинал говорить.

По итогам дня я спросил у испытуемых: не заметили ли они какие-либо изменения в коммуникации со мной?

Среди ответов были следующие: «Ты меня ни разу не перебил», «Мне понравилось, что ты думал над тем, что мне ответить». И я сделал вывод:

1. Иногда, слушая человека, а точнее, всегда мы заведомо знаем, о чем он говорит, и нам хочется высказаться самим, поэтому мы его перебиваем. Применение правила двух секунд поможет научиться не перебивать собеседника даже в случае, когда кажется, что он договорил, тогда как, на самом деле он набирает воздуха, чтобы продолжить еще что-то говорить.

2. Людям нравится, что над их словами задумываются. Это называется включенностью, эмпатией, правилом хорошего тона.

*Всего лишь две секунды могут принести
вам деньги и правильное позиционирование.
Используйте их. Начните с этого правила!*

1.10. Сорян, или Как правильно говорить «ИЗВИНИТЕ»

Порассуждаем о вежливых словах. Я заметил, что «спасибо» и «пожалуйста» многие люди осваивают начиная со второго класса школы, а вот слово, которое звучит просто — «извините», — и с возрастом произносить крайне тяжело (после него и «пожалуйста» говорить трудно).

ПОЧЕМУ ЖЕ ТАК СЛОЖНО ИЗВИНЯТЬСЯ?

Я выделил четыре основные причины:

1. Гордость.

Приходится признавать свою ошибку. Это многим дается нелегко. Чем ты старше, тем слово «извини» больше похоже на «потерю лица», что в корне неправильно.

2. Отсутствие эмпатии.

Зачастую нам тяжело почувствовать, насколько больно или неприятно другому человеку. Встать на место другого — задача не из легких.

3. Смушение.

Нам стыдно за содеянное. Мы понимаем, что не правы, но признать это вслух нам неловко.

4. Гнев.

Другой человек тоже виноват, считаем мы. Почему именно мне надо первым говорить «извини»? Если хотите, чтобы ваши извинения восприняли всерьез, формулируйте мысли конкретно. Покажите, что вы:

- Осознаете свою ошибку. Это важно. Взгляд, мимика вам в этом помогут.
- Вам не наплевать на чувства и боль другого, вы понимаете, как ваши слова или действия повлияли на человека.
- Обещаете, что в будущем такого не повторится (если это уместно).

Извиняться не придется, если вы не будете создавать ситуации, за которые вам придется извиняться.

ПРИМЕР.

«Примите мои извинения за то, что наш сотрудник не позвонил вам по поводу нового помещения для аренды. Насколько я понимаю, из-за этого вы упустили интересный вариант, особенно с учетом того, что найти апартаменты не так-то просто. Давайте я еще раз запишу ваш телефон, чтобы в будущем не возникло подобных проблем».

*Спасибо вам! Пожалуйста, дочитайте
эту книгу до конца.*

1.11. А что, собственно, не нравится?

Если рассуждать о спикере, то чаще всего я слышу от выступающих следующее: «Что-то я разволновался, наверное, было заметно», «Аудитория мертвая. Им ничего не заходило», «Звук — отстой. Думаю, аудитории ничего не было слышно», «Ничего не помню. Что я там наговорил?»

ЧТО НЕ НРАВИТСЯ АУДИТОРИИ ВО ВРЕМЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ СПИКЕРА?

В этом вопросе мне помогла разобраться группа ученых из Стэнфордского университета под руководством Стивена Кослина. В 2012 году, проведя исследование, они получили следующие результаты.

Оказывается! Больше всего раздражает и разочаровывает аудиторию во время выступления следующее:

- главная мысль замусорена неважными деталями (1340 опрошенных);
- спикер читает слайды пункт за пунктом (1315);

- недостаточно доказательств в поддержку главной мысли (1325);
- спикер слишком медленно выдает информацию (1262);
- презентация содержит слишком много информации (1225);
- слишком мелкие буквы на слайде (1195);
- отсутствует главная мысль (1170);
- спикер вышел за пределы временного регламента, очень спешил, чтобы уложиться (1117);
- спикер думал, что аудитория знает меньше, чем он (1096);
- не было четкого заключения в конце (1089).

Мысль, которую я хочу внедрить косвенно в ваш мозг:

Люди не видят вашу нервозность. Лишь немногие по внешнему виду могут определить, насколько другой человек волнуется. Расслабьтесь. Ошибочно предполагать, что аудитория видит, насколько вы волнуетесь. Это значит, что причин для страха как минимум на одну меньше.

А какие ошибки чаще всего замечаете вы у себя и своих коллег во время выступлений?

Благодарю вас!

ЧАСТЬ II

ВИЗУАЛЬНАЯ



2.1. Будильник лучше телефона

Возможно, я буду рассуждать здесь о происходящем только со мной и с подобными мне, а вы не такой, и я безумно за вас рад. А если вы, как и я, просыпаясь, выключаете будильник на своем мобильном телефоне и сразу открываете социальные сети и смотрите, что там за ночь набежало в ленте, то дочитайте этот топик до конца.

Порассуждаем здесь на тему, связанную с утренним бодрящим либо, наоборот, вводящим в депрессию, в состояние тревоги, сгущающим тучи над кроватью еще до того момента, когда мы с нее встали. О том, что за последние годы в современном мире очень сильно влияет на нас сразу после пробуждения — о наших смартфонах.

**А В ЧЕМ ПРОБЛЕМА ТОГО, ЧТО С УТРА
МЫ ЛЕЗЕМ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?**

Лично для меня это то место, которое постоянно от меня что-то требует. Просыпаясь утром, я уже знаю, что опоздал! Я должен, обязан, мне надо кого-то догонять, я вижу в ленте посты, что кто-то

уже в аэропорту и куда-то летит, а кто-то поехал на отдых и уже загорел! А у кого-то была работа и этот кто-то уже на встрече и заключил какую-то сделку, а еще написал в конце концов книгу! (Которую я не мог выпустить три года). Неважно, правда это или нет, неважно, когда произошло: ведь человек это выложил сейчас, а даже если это и произошло давно, тем не менее, он уже выложил в ленту, он сделал, он разместил! И неважно, что у него параллельно могло произойти что-то плохое или хорошее, связанное с его психическим или физическим состоянием, неважно — я вижу красивую картинку, оцениваю результат и уже понимаю, что опоздал.

От меня социальная сеть требует показать, что и у меня все хорошо, она требует от меня куда-то бежать. Это дестабилизирует. С самого утра я вставал с кровати с настроением, что уже что-то не так, что день не успел начаться, а я уже не успеваю даже выпить кофе, потому что мне надо бежать и доказывать всему миру, что у меня тоже все хорошо!

Возможно, это мои психические проблемы, но кажется, что все мы постоянно, избегая информационной гигиены, погружаем себя в ситуацию, когда нам нужно что-то делать. И эту проблему я решил просто. Предлагаю и вам свое решение.

Я пошел на винтажный рынок (можно было пойти и в обычный магазин либо заказать в службе доставки) и купил себе красивый раритетный будильник. Он будит теперь меня каждое утро. Его звук громкий, шумный, поэтому я всегда под него просыпаюсь. А мой смартфон ночует в другой комнате, беззвучно, чтобы вообще меня не беспокоить.

Когда я просыпаюсь, у меня есть время, чтобы представить себе наступающий день, подумать о чем-то хорошем.

Я не отношу себя к тем людям с третьим глазом, кто медитирует по утрам, — я простой человек и понимаю, что нужно планировать свой день и что делать это лучше, когда жизнь ничто не омрачает.

Поэтому считаю, что лучше полежать две минутки в кровати, чтобы представить, что и как я буду сегодня делать. А после можно спокойно встать и идти в душ.

О РАСКРЫТИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Говорят, что творческий потенциал нашего мозга открывается, когда мы, простите, находимся в туалете, когда гуляем, рассматриваем витрины, смотрим журналы, когда мы погружаемся в послеобеденный сон и когда моемся в душе.

Моясь в душе, я думаю о реализации моих планов и задач, о том, какие творческие приемы я могу применить. Я просто стою в душе, кручу в голове эти мысли и моюсь. После — выхожу и наливаю себе чашечку кофе. И только когда я уже создал себе туннель реальности на сегодняшний день, когда уже представил все в позитивном ключе и нарисовал некий план действий с пониманием, что я буду делать и чем бы мне хотелось заняться, тогда я открываю свой смартфон.

Потому что у меня уже все прекрасно, и не только на картинке в социальной сети, а и в жизни.

Вам желаю того же!

2.2. Вы на мне дыру протрете

Мы с вами говорим о том, как транслировать свою уверенность либо, наоборот, как свою уверенность скрывать. Так вот, если разобраться, на что обращает внимание наш собеседник в тот момент, когда общается с нами, когда мы находимся напротив него, — это три вещи: позиция, дыхание (потому что оно влияет на голос, скорость и громкость речи) и, конечно же, на зрительный контакт.

Зрительный контакт — тема неисчерпаемая, но мне бы хотелось здесь все упростить, выжать и оставить концентрат только полезности.

Поэтому: зрительный контакт держать во время общения с собеседником необходимо. Раз в пять секунд мы имеем полное право отводить свой взгляд в сторону, так как в живом общении мы на что-то периодически отвлекаемся. Но если мы совсем не смотрим на собеседника, если не можем удержать зрительный контакт хотя бы 3–5 минут, если мы его не слушаем и, задавая вопросы, не смотрим ему в глаза, то теряем кредит доверия, и это воспринимается обычными людьми так:

- человек юлит,
- стесняется,
- находится в более слабой позиции.

КАК НАТРЕНИРОВАТЬ ВЗГЛЯД, ЧТОБЫ ОН НЕ БЕГАЛ.

Выберите какую-либо точку или зафиксируйте и считайте до 100 и обратно. Даже можете напевать. Голос звучит, как музыка: раз-два-три-четыре-пять-шесть-семь... И смотрим в одну точку, взгляд не переводим. Посмотрите, до сколько вы сможете дойти. У вас должно получиться в общей сложности двести: до ста и обратно. Потом пробуем то же проделать и с людьми, когда общаемся с ними. Попробуйте сегодня, с кем-то общаясь, удерживать взгляд на человеке и про себя посчитать хотя бы до пятидесяти.

Во время выполнения упражнения в процессе общения может потеряться какой-то смысл. Будьте к этому готовы, на первых этапах обучения это не так важно, по сравнению с тем, чтобы научиться держать зрительный контакт, контролировать свое дыхание и позу.

Спасибочки.

2.3. Дыши, бобер!

На что обращает внимание наша аудитория и что поможет вам находиться в более выигрышной позиции: контролировать эмоции, речь, визуальное представление? (Дыхание.)

Дыхание влияет на физическое состояние тела, в том числе и на работу голосовых связок.

Насколько связки напряженные/расслабленные, влажные/сухие, настолько голос будет громким/тихим, настолько мы сможем проговаривать и договаривать слова. Дыхание оказывает влияние и на выработку гормонов, впрочем, я не медик, чтобы рассказывать в этой книге про кортизол, окситоцин, дофамин, серотонин и адреналин, — почитать про действие этих гормонов вы можете по любому запросу, связанному с ними, в интернете.

Здесь порассуждаю о том, что равномерное либо учащенное неглубокое (сбивчивое) дыхание является поводом для совершения различных действий нашим организмом.

Как человек, который болел два года паническими атаками, и как амбициозный мальчишка, пытающийся лечиться от них сам, готов утверждать

(и в этом со мной согласятся все врачи, у которых я в дальнейшем проходил реабилитацию), что успокоить себя, понизив сердцебиение, быстрее всего можно, применяя техники правильного дыхания. А еще я тот человек, который никогда не медитировал, но может сказать, что таблетка глицина, даже если она действует как плацебо и триггер на успокоение, или какое-нибудь успокоительное средство будет действовать гораздо дольше, чем равномерное спокойное дыхание.

Кому-то проще подышать лежа на спине, кому-то легче сидя, тогда как я предпочитаю позу извозчика — это значит сесть на стул, упершись локтями в колени, свесить руки и расслабить шею. Сажусь в такую позу и дышу.

ТАК ЧТО ЖЕ НУЖНО ДЕЛАТЬ, ОБЩАЯСЬ С СОБЕСЕДНИКОМ?

Держать взгляд и контролировать дыхание!

Я ведь тоже человек эмоциональный и могу выходить из себя. Эмоции — это неконтролируемая история, но то, как мы реагируем на эти эмоции и что будем делать после того, как разозлились на что-либо/кого-либо, — будет зависеть от нас.

В моменты, когда чувствую, что меня несет, я начинаю контролировать свое дыхание: успокаиваюсь, дышу носом, вдыхаю и выдыхаю.

Дыхание — это то, что будет держать вас в тонусе; то, что будет позволять вам контролировать ситуацию; то, что будет помогать вам транслировать и излучать уверенность.

Можно сколько угодно репетировать разные ситуации и пробовать разные техники дыхания: на

мой взгляд, когда мы сталкиваемся со стрессом, проблемами, реальным разговором с живым человеком, эмоциями, — именно в таких ситуациях мы учимся контролировать дыхание.

*Поэтому настройтесь и сядьте в позу,
удобную вам. Держите зрительный контакт,
старайтесь улыбаться вашему собеседнику,
не закрывайте руками свою грудную клетку
и контролируйте дыхание.
Все будет хорошо!*

2.4. Внешний вид

Говоря о визуальном аспекте, я обязан озвучить небольшой чек-лист, который я в своей голове прохожу перед тем, как собираюсь выйти на публику. По чек-листу пройдемся снизу вверх.

ОБУВЬ.

Если вам предстоит участие в какой-либо панельной дискуссии и нужно будет присаживаться, то в тот момент, когда вы закинете ногу на ногу, на подошве может быть виден ценник (я это у многих замечал).

Поэтому совет: снимите обувь и проверьте, как выглядит ваша подошва снизу и с торца. Не только снизу, но еще и с торца! И да, обувь должна быть чистой и комфортной.

Комфортно ли мне в обуви, не натирает ли она? Буквально так спрашиваю я себя перед выходом из дома. Согласитесь, оказаться в нервной, стрессовой ситуации во время проведения тренинга продолжительностью до восьми часов, находясь при этом еще и в неудобной обуви, — уф! Хотя, конечно, я беру

с собой запасной вариант и даже иногда переобуваюсь в тапочки, но лучше делать все и сразу правильно.

БРЮКИ.

Я осматриваю их в зеркало на предмет серьезных заломов, пятен и других различных нюансов, которые могут сделать мои брюки визуально неприятными. О как много мужчин «погорело» на ширинке! Конечно, если это не часть плана.

РЕМЕНЬ.

Обратите внимание на его длину, она должна соответствовать определенным нормам. Конец ремня не должен болтаться. И тоже быть без заломов!

РУБАШКА.

Когда вы наденете рубашку, плотно заправьте ее в брюки. Затем медленно поднимите руки вверх. Насколько вылезет рубашка, столько достаточно, чтобы она выглядывала наружу. Обратите внимание, когда ваше выступление открытое, то есть без пиджака, возможно, стоит сделать так называемый «рукав мясника». Посмотрите, как это делается на YouTube — это достаточно открытая демонстрация своих рук и предплечий.

ШЕЯ.

Нужно, чтобы она была выбрита либо проработана триммером, если вы ходите к барберу. Шеей

вы будете вертеть, поэтому она должна быть чистой, тем более если вас будут снимать на камеру.

И подбрасывайте ее сзади, вы же блистаете!

ГУБЫ.

Должны быть смазаны гигиенической помадой, но при этом сильно не блестеть.

ЗУБЫ.

Вы могли принимать пищу, следовательно, мог остаться и запах изо рта, и что-то между зубами. Обратите на это внимание — проверьте, пожалуйста.

ВОЛОСЫ В НОСУ.

Да, люди обращают на это внимание, несмотря на мнение, что каждый человек заботится больше о том, как выглядит он сам, во время беседы с вами. Тем не менее если собеседнику захочется на секунду задуматься о вас, разглядывать он начнет именно такие моменты.

ГЛАЗА.

Замечали ли вы, что люди смотрят и иногда говорят «у вас вот тут сонька застряла» (мне приходилось слышать и такое). Следовательно, люди смотрят вам в глаза и на то, что между ними, поэтому проверьте, чтобы у вас не было никаких сонек. Лучше приобрести какие-нибудь капли, закапать их и протереть глаза, чтобы все у вас было хорошо.

ВОЛОСЫ.

Волосы должны быть уложены, чтобы ничего нигде не торчало. И даже если у вас харизматичная прическа, сохраняя свою индивидуальность, оставайтесь самобытным, но уложить вы эту прическу должны так, как задумывал ваш мастер, а значит, аккуратно.

УШИ.

Проверяйте чистоту ушей!

НОГТИ.

Если вы не делаете маникюр, то старайтесь, чтобы ногти были всегда пострижены.

АКСЕССУАР.

Я всегда забочусь о том, чтобы, когда я выступаю в пиджаке, у меня был какой-либо аксессуар. Это может быть брошка или платок, подходящий к данному ансамблю, который притягивает внимание, является визуальным акцентом.

Шея, уши, зубы, губы, нос, прическа, рубашка, рукава, ремень, брюки, ботинки — это то, что нужно проверить. Прочекайте себя, направляясь на важную для вас встречу. Будьте красивыми!

2.5. Как правильно сидеть

Поговорим о позиционировании и визуальном представлении себя. Ведь мы хотим не только на смысловом, энергетическом, аудиальном, но в первую очередь и на визуальном уровне казаться уверенными в себе людьми, спокойными и профессиональными.

Я сделал для вас небольшую подборку. Попробуйте соблюсти все данные здесь рекомендации и занять позицию, описанную чуть ниже.

ЭТО КАСАЕТСЯ ВАШИХ РУК.

- Когда садитесь за стол, достаньте их из-под стола.
- Не крутите ничего в руках, пусть они будут свободными.

ВАШ ВЗГЛЯД.

Взгляд направьте прямо на своего потенциального собеседника. Если придется отвести глаза в сторону, сделайте это спокойно. И не переживайте: вы

контролируете свой взгляд и вы можете смотреть куда вам угодно.

ВЫПРЯМИТЕ СПИНУ.

Если вы горбитесь, то выпрямляйтесь, не сутультесь.

- Не бойтесь занять больше места на стуле.
- Не бойтесь облокотиться на спинку стула.
- Не бойтесь откинуться назад.

А разваливаться на стуле, конечно, не стоит.

ОПИРАЙТЕСЬ НА ДВЕ НОГИ.

Поставьте обе ноги на пол. Носки обуви держите расходящимися линиями, как буква «V».

ДИСТАНЦИЯ.

Если мы находимся в ситуации, когда собеседник рядом, выпрямляем руки так, чтобы ему было комфортно. И если вы к нему расположены близко, не доставайте его своей жестикуляцией.

Это маленький набор рекомендаций, которые стоит учесть, когда вы занимаете какое-либо место в пространстве. И если вам предстоит кастинг, собеседование, интервью, деловая встреча, то чтобы вас воспринимали гармоничным, спокойным, уверенным в себе, таким, каким бы вам хотелось быть, — этот топик для вас!
Спасибо.

2.6. Суперпозиция

Рассуждая о позиции, всегда вспоминаю труды Алана Пиза и Ларри Кинга. Причем сначала я думаю об Алане Пизе, который в своих замечательных книгах еще много десятилетий назад рассказывал о важности движения, жестикуляции, позиции, а после — о великом Ларри Кинге, признанном лучшим интервьюером в Штатах. Будучи скрюченным в силу физических проблем, ни один человек не воспринимал (и не говорил), что этот человек находится в закрытой позе.

Но если все упрощать, а моя речевая харизма направлена как раз на упрощение, на выявление вашей самобытности, а не наоборот, на наложение всего того, что вы и так переживаете во время презентаций, собеседований, переговоров и так далее, то стоит вспомнить про позицию.

Вы не должны мельтешить, суетиться, ваша задача — держать себя в спокойствии. В том плане, что вы и сесть перед человеком можете так, как вам удобно: в закрытой или открытой позе.

У того, кто волнуется, сбивается дыхание, прерывает зрительный контакт, он может и вовсе начать

бегать по сцене. Знайте! Тот, кто вкопался, сидя в одной позе, выглядит гораздо увереннее. К такому человеку больше доверия: он не суетится, он знает, что делает, говорит спокойным тоном, держит зрительный контакт, контролирует дыхание и, конечно, не шебуршит на кресле. Это важно.

По поводу позиции напому: есть позиция в личных переговорах/на сцене/онлайн (ставлю акцент на сидячей позиции). И хочу дать небольшой лайфхак.

Чтобы держать спину прямо, чтобы не сутулиться, понимая, что переговоры иногда бывают долгими, посадите ваш краешек попы на краешек стула и тогда благодаря строению тела ваша спина выпрямится, вы будете сидеть ровно и высоко — уровень ваших глаз по отношению к собеседнику будет выше, чем если вы предпочтете находиться в сгорбленном состоянии.

Вот такой небольшой лайфхак и мне бы хотелось, чтобы вы о нем знали.

Благодарю вас.

2.7. Нетворкер 2.0

Если вы интроверт и застенчивый человек, то вы научитесь знакомиться с людьми, и делать это легко, прочитав данный топик.

Раньше я думал, что нетворкинг осуществляет только тот человек, которому что-то нужно. То есть я такой-то и предлагаю то-то. Действительно, так возможно, но мне не нравилось быть в состоянии просящего, не нравилось чувствовать себя в состоянии заниженного стула — что-то прося у тех, кто по статусу выше меня.

Я думал, как бы переформатировать смысл, чтобы мне не было так тяжело, а главное, не было бы стыдно подходить первым и знакомиться.

Стыд и вина — разрушающие нашу жизнь чувства.

Причем вину могут возбуждать в нас другие люди, а стыд мы сами навязываем себе.

Когда я обучался в институте НЛП, нам говорили: «Стыд и вина — две самые манипулятивные вещи. Помогать человеку развивать в себе чувство стыда и навязывать ему чувство вины».

КАК ПЕРЕФОРМАТИРОВАТЬ СМЫСЛ, ЧТОБЫ В СИТУАЦИИ ЗНАКОМСТВА ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ КРАСАВЧИКОМ?

Есть позиция «Я такой-то, предлагаю то-то», тогда как мне ближе: «Мне нужна ваша экспертиза, мне нужен ваш совет, мне нужна ваша помощь, мне нужна ваша рекомендация. У меня есть для вас вопрос, помогите мне разобраться, прокомментируйте, пожалуйста, не могу, заплутал в своих умственных изысканиях».

Понимаете? Это позиция человека, который тоже вроде бы просит, тоже подходит первым в ситуации, когда ему что-то надо, но ему нужен совет. А если вам от другого человека нужен совет, его экспертиза, если он может дать свою рекомендацию, то не откажет вам в этом. Ведь люди любят говорить о себе, любят умничать, любят быть красавчиками, любят выпендриваться. Да нас хлебом всех не корми, только дай нам такую возможность! Поэтому я считаю, что такая модель нетворкера придется по вкусу многим.

Берите на счастье!

2.8. Я хочу быть с тобой

Несмотря на то, что основным направлением моей деятельности является обучение и развитие навыков нетворкинга, деловых коммуникаций, публичных выступлений, сам я, если честно, долгое время был человеком застенчивым касательно знакомств.

Сейчас я себя не узнаю, потому что сам применяю те советы, которые на страницах этой книги рассказываю вам.

Я — интроверт. В моем понятийном аппарате интроверт — человек, которому хорошо наедине с собой. Он восстанавливается один. Это не значит, что я, к примеру, не могу блистать на сцене, вести тренинги так, чтобы все как замороженные смотрели на меня и внимательно слушали, — нет. Просто восстанавливаюсь я один.

Экстраверт — это человек, который восстанавливается в компании. Ему нравится находиться в присутствии других, он заряжается энергией, общаясь. К примеру, сходит со сцены и идет радостно фотографироваться и раздавать автографы. Я же, сходя со сцены, хочу побыть один, хотя, конечно,

понимаю, что этого требует ситуация: фотографии, ответы на вопросы, но внутри себя я мечтаю уединиться. Поэтому считаю себя 100% интровертом.

А вы, согласно данной формулировке, интроверт или экстраверт?

Являясь интровертом, знакомиться мне было очень тяжело, и я пытался разобраться: где начинается и где заканчивается нетворкинг, не успев еще начаться?

Ответ я нашел. Зафиксируйте или примите беспристрастно, а главное — начните применять: я думаю, что все заканчивается еще на том этапе, когда мы не даем человеку, с которым хотим познакомиться, понять, что мы хотим и готовы с ним познакомиться. То есть мы не смотрим в его сторону, не улыбаемся ему, не киваем, не машем рукой, не делаем шаг к нему навстречу. Ни энергетически, ни визуально — никак!

Предлагаю здесь выжимку из моего большого тренинга по нетворкингу, который делает из застенчивых людей лучших коммуникаторов в компаниях, самое важное — понимание, что вы готовы общаться и хотите взаимодействовать с окружающим вас миром, с людьми. С этого понимания все кардинально поменяется, дальше будет легче!

Покорнейше благодарю.

ЧАСТЬ III

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ



3.1. Я-сообщение

Одной из наиболее актуальных проблем, с которой чаще всего обращаются топ-менеджеры международных компаний к тренерскому составу нашей Академии, является подача обратной связи одних представителей компании другим.

В рабочем процессе мы не всегда задумываемся о том, как будет воспринята та или иная информация: насколько она может повлиять на эмоциональное и энергетическое состояние того человека, которому дается обратная связь, потому что «не об этом мне сейчас думать надо», «работа кипит», «идет процесс», потому что «для меня главное — сообщить тебе информацию, а ты должен услышать, быстро понять, пойти и сделать либо передать другому».

Считаем, настало время, когда мы должны бережнее относиться друг к другу, вспомнить (если забыли) нашу национальную идею доброжелательства, легкого, в хорошем смысле панибратства, общения на «ты». Мы часто наблюдаем за тем, как во многих компаниях выстраиваются сейчас более демократичные деловые коммуникации. Но важно

при этом понимать, что, обращаясь к коллеге с каким-то сообщением, давая обратную связь, мы общаемся с сотрудником компании не как с биороботом, а как с человеком восприимчивым, с развитой эмоциональной системой, который по-своему может воспринимать наши слова.

КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ ФОРМАТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ?

Наверняка многие замечали, что в русском языке (по крайней мере, пока изучали его в школе) при обращении мы пишем в письменной речи слово «Вы» с большой буквы, а слово «ты» с маленькой.

Сравним с английским языком: единственное слово, которое постоянно пишется в нем с большой буквы, — слово «I». Переводится: «Я». Рассмотрим подробнее конструкцию «Я-сообщение».

Когда происходит _____ (то-то), я чувствую _____ и _____ (то-то и то-то), поэтому прошу тебя делать _____ (так и так).

Рассмотрим ситуацию: муж опаздывает с работы. Можно сказать:

— Ты постоянно где-то шляешься. Следовательно, ты постоянно опаздываешь. Сколько можно постоянно пропадать?

А можно сказать иначе:

— Дорогой, когда ты опаздываешь, я беспокоюсь, очень волнуюсь и переживаю. Я прошу тебя, если ты опаздываешь, сообщай мне, пожалуйста, когда

ты будешь дома, насколько задерживаешься и где находишься.

ИЗ ЖИЗНИ ОФИСА, ПРО ДЕЛОВУЮ КОММУНИКАЦИЮ.

— Ты постоянно забываешь мне передавать информацию от наших поставщиков.

А теперь через «Я-сообщение»:

— Когда ты забываешь донести информацию, я чувствую, что не контролирую ситуацию и могу допустить ошибку в принятии решения. Не мог бы ты поставить себе напоминание и чаще сообщать мне промежуточные этапы по текущему делу?

«Я-сообщение» базируется на вашей личной эмоции, привязано к событию, а не к конкретному человеку, не к его характеру. Мы не говорим, что человек плохой, не называем его «тупой», когда он что-то не понимает, мы говорим, что определенная ситуация могла произойти по разным причинам и что именно в момент ее наступления мы испытываем конкретные чувства и просим человека совершить конкретные действия.

Данная форма подачи обратной связи доброжелательна, тактична, более безопасная и менее ершистая. Поэтому мы рекомендуем попробовать такое сначала в семье, а затем, потренировавшись, перенести эту форму коммуникации на работу.

Начните использовать в речи конструкцию «Я-сообщение» — и вы удивитесь, когда почувствуете, насколько меньше стали переживать и стес-

няться, давая обратную связь: во время разговора с человеком о своих чувствах, во время сообщения ему конкретных комментариев с оценкой текущей рабочей ситуации, когда говорите о том, что вам не нравится, и просите поступить по-другому.

Вы увидите в вашем собеседнике сопереживание и услышите адекватную точку зрения на происходящее. А главное — почувствуете его доброжелательное отношение к тому, чтобы исправить что-то, что вам не нравится в данной ситуации.

Спасибо!



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

3.2. Люди «К» и люди «ОТ»

Мне бы хотелось научить вас общаться с разными людьми. Но как не запутаться во множественных классификаторах психотипов, ведь тема классификации личности интересовала многих ученых и философов, что и привело к появлению великого множества классификаторов, — это оставалось для меня загадкой.

В какую сферу ни пойдешь, нас везде разделяют. А мне бы хотелось научить вас общаться с разными людьми. Поэтому я постарался эту тему упростить, разделив людей всего на две категории: одна категория — люди «К», вторая — люди «ОТ».

Люди «К» перед вами тогда, когда их представитель говорит: «Я хочу, я мечтаю, я желаю». «Мне хочется это сделать, я могу и буду это делать». По таким выражениям можно понять, что перед вами человек, который стремится к чему-то. Он делает что-либо, исходя из своей позиции, что ему так хочется.

Люди «ОТ» базируются на том, чтобы делать что-то, чтобы чего-то избежать. «Мы поехали пораньше, чтобы не попасть в пробку», «Мы органи-

зовали свадьбу, потому что если иначе, то нас бы не поняли родители. И мы позвали всех родственников, чтобы никого не обидеть». Это люди «ОТ».

Разговор с каждой из категорий строится по-разному. Если перед вами человек «К», то не надо ему говорить фразами и словами человека «ОТ».

К примеру: для человека «ОТ», который пытается чего-то избежать, главное — безопасность. И если мы ему скажем: «Да! Давай! Хочу!» — он может испугаться столь громких фраз и сбежать.

Или если мы скажем человеку «К»: «Мы обязаны пойти на этот праздник, так как нас пригласили, а если мы не придем, то нас не так поймут», то, скорей всего, он никуда не пойдет, так как никому и ничем не обязан.

Поэтому когда вы делаете кому-то какое-либо предложение, держите это в голове:

*Люди «К» хотят чего-то и говорят:
«Я хочу, могу», а люди «ОТ» говорят: «Я должен,
я обязан». Не перепутайте их!
Иначе один другого не поймет.*

Благодарю за чтение.

3.3. Теория самопроверки

Когда-то мне рассказали об одном синдроме, который произвел на меня неизгладимое впечатление и, можно сказать, привел к инсайту, которым я хочу поделиться с вами на этих страницах. Итак, что же это за синдром и как его распознать?

Смысл этого синдрома в том, что люди, которые думают, что недостойны похвалы, предпочитают, чтобы окружающие видели их точно в таком же неблагоприятном свете, как и они себя сами. То есть:

Я хочу, чтобы мнение окружающих обо мне соответствовало моему мнению о себе — независимо от окраски.

ТЕОРИЯ САМОПРОВЕРКИ.

По сути, самым ценным является то мнение о нас, которое подтверждает нашу самооценку. Поэтому нужно наблюдать за тем, как люди стараются преподнести себя, и помочь им выстроить этот образ — в этом есть определенный смысл. Если

вы хотите нравиться окружающим и оказывать на них влияние; если хотите, чтобы собеседник прислушивался к вашему мнению, увидел в вас партнера, постарайтесь в ответ на «Бли-и-ин, у меня все плохо» не идти по старой схеме, наподобие «Да классно, забей!»

Эта поддержка, к которой можно привыкнуть, думая, что если человек жалуется, значит, нам надо срочно его поддержать, — не всегда работает! (А если быть честным, то практически никогда.) Это не значит, что нужно подтверждать:

— *Да, у тебя, конечно же, все плохо, хреново.*

Нужно сказать:

— *Да, понимаю, сейчас хреново, сейчас — так. Давай подумаем, что мы можем сделать, чтобы исправить эту ситуацию.*

Приведу примеры:

— *Я недостоин похвалы, я ничего не добился.*

— *Да, возможно, это так, но ты искал себя, и сейчас можно что-то изменить.*

Но не говорите ему: «Бли-и-ин, это не так, ты такой крутой, и на самом деле все у тебя классно!» Потому что такой ответ отрицает мнение человека о себе, о его ситуации, базируясь на чужом личном опыте и мнении о ситуации, возможно, в корне неправильных. Ведь таким образом мы пытаемся сказать, что знаем лучше, чем он сам, о том, что с ним происходит. Но это же не так!

Это называется подменой мнения о факте личным мнением о факте, что, к сожалению, некорректно, увы!

Поэтому в следующий раз, когда вам кто-то будет жаловаться на жизнь либо рассказывать о проблемах, не стоит их отрицать, говорить, что все не так и что он заблуждается. Просто примите его позицию, согласитесь с его мнением и помогите ему выбраться из сложной ситуации. К примеру, спросите: «Чем я могу вам помочь?» Предложите разобраться в проблеме, вместе подумайте о том, что можно сделать в текущей ситуации.

*«Теория самопроверки» помогает иначе взглянуть
на коммуникацию с любимыми, знакомыми
и с новыми друзьями.*

Весьма признателен вам.

3.4. Непрошенные СОВЕТЫ

Приходилось ли вам встречать людей, а может, вы и сами относитесь к таким (не смущайтесь, после прочтения этого топики, вы будете действовать по-другому, так как посмотрите на себя со стороны), которые раздают непрошенные советы?

ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ ХУЖЕ НЕПРОШЕНОГО СОВЕТА?

Давайте разберемся. Действительно, у нас, людей, есть желание помочь, но реализовываем мы это желание настолько некорректно, что, к примеру, бывает так, что собеседник не просил нас подсказывать, а мы говорим:

— Поступи вот так, послушай меня, слушай мои рекомендации...

— Слушай, а тебя не спрашивали, на хрена ты мне все это рассказываешь?

Как человек эмоциональный я долгое время искал инструмент, слово либо фразу, какими бы я мог таких людей ставить на место. Со временем мой гнев сменился на понимание того, как можно было бы людям достаточно корректно отвечать, чтобы они не продолжали давать мне непрошенные советы, а то и вовсе бы прекратили это делать —

и в то же время не обиделись. В одной из книг своего учителя Маршалла Голдсмита я такой инструмент нашел! И теперь рекомендую его вам.

Я интерпретировал этот инструмент, поэтому буду рассказывать в своей манере.

После того как вам дадут непрошенный совет, скажите своему собеседнику всего лишь одно слово: «Спасибо». Просто — «спасибо». Не добавляйте ничего.

Подобная ситуация может случиться, когда мы задаем человеку вопрос, он нам отвечает, и мы начинаем комментировать его ответ, к примеру, говорить: «И я думал так же», «Да, мысль такая», «Следовательно, ага» либо «Нет, ты не понял, тут...», — скажите ему просто: «спасибо». Если вы задали вопрос и вам ответили, то от вас ждут благодарности, а не комментариев и каких-то формулировок.

Если вам дали совет, который вы не просили, — всегда, когда хотите остановить бессмысленный, неприятный разговор; когда вас раздражает интонация и формулировки, которыми пользуется оппонент, — посмотрите человеку в глаза и скажите со спокойным дыханием, с легкой улыбкой: «Спасибо». И больше ничего не добавляйте, не комментируйте, не заводитесь, не распыляйтесь.

*Слово «спасибо» — главное оружие,
много тут учить не надо.
Чтобы вы оставались спокойными
и уравновешенными!*

Очень вам благодарен.

3.5. Штирлиц загорает

Поговорим об общении в стиле винтаж (добавим слово в копилку), о чем-то таком, что перенесет нас во времена Марселя Пруста.

Есть роман у Пруста — «По направлению к Свану» из цикла «В поисках утраченного времени», который он писал долгие годы. (Весь цикл объемнее, чем «Война и мир».) В нем описывается феномен памяти (получивший название «феномен Пруста»), при котором вкус и запах провоцируют героя на воспоминания о прошлом.

Надеюсь, если не вкусом и запахом, то благодаря теме данного топика мы сможем гипотетически перенестись в прошлое (даже если вы не являетесь человеком моего поколения и старше), потому что поговорим здесь про анекдоты.

Когда состоялось мое знакомство с единственной обладательницей «Хрустальной совы» в нашей стране, я с Елизаветой Овдеенко вел игру «Что? Где? Когда?» для элитарного сообщества. Организатор данного мероприятия подвел меня к прекрасной даме, впоследствии оказавшей влияние на всю мою коучинговую карьеру.

— *Привет, я Карина.*
 — *Привет, я Денис.*
 — *Денис, давай ты мне расскажешь какой-нибудь анекдот, а я расскажу тебе.*

Я опешил. Как человеку, который связан с творчеством, все-таки выступал на сцене, писал сценарии для юмористических проектов и участвовал в КВН, мне по долгу службы приходилось шутить, но запоминать анекдоты, да еще и коллекционировать их — такого не было.

Карина рассказала мне анекдот, потом и я вспомнил несколько. Она сказала: «У меня есть такой инструмент. Когда я знакоблюсь с новыми людьми, то прошу их рассказать мне анекдот и дарю им какой-нибудь классный анекдот взамен».

Что бы вы сейчас ни подумали, считаю это потрясающим, добрым, милым приемом для нетворкинга. Ведь анекдот вызывает смех, и даже если он несмешной, то улыбку от чувства неловкости.

Когда из каких-нибудь коллекций анекдотов вы будете подбирать какой-то классный, подходящий вам: может, он будет о вашей профессии, про ваш вид деятельности, то обязательно найдите тот, который не будет топорным, кажущимся глупым, типа «колобок повесился», чтобы он стал хорошим инструментом для заведения новых знакомств.

Только не стоит подходить к людям и говорить: «Давай я расскажу тебе анекдот». Нет, если вы с кем-то познакомились, то можете сказать: «Для нашего знакомства для начала предлагаю обменяться хорошими анекдотами. Я анекдоты коллекционирую. Давайте я вам расскажу анекдот, а вы — мне».

Соберите коллекцию из 3–5 хороших анекдотов. И не смейтесь. Рассказывать анекдоты — это что-то человеческое, что-то такое, что еще не забыто, что всегда актуально, понятно, что-то, что всегда сделает из вас либо глупца, либо интеллектуального эрудированного человека с хорошим чувством юмора, а именно с таким и хотят иметь дело.

*Хороший анекдот — залог долгих партнерских,
дружеских, даже любовных отношений.
Пусть ваше знакомство начинается с улыбки!
Мерси.*

3.6. ПОЗИТИВНЫЙ ФИДБЕК

Поговорим об одной из самых ключевых проблем в бизнесе, которую мы наблюдаем, занимаясь активной тренинговой деятельностью во время работы с представителями крупного бизнеса на протяжении уже более шести лет. Это проблема обратной связи.

Мы постараемся обеспечить вас несколькими конкретными фразами, чтобы, прочитав данную книгу, вам не нужно было придумывать какие-либо формулировки, чтобы у вас было готовое решение, дающее быстрый результат.

УПРАЖНЕНИЕ.

Проговорите, запишите себя на диктофон и прослушайте, как звучат произнесенные вами фразы:

- *Я бы почувствовал, что это важно для тебя, если бы ты....*
- *Если бы ты добавил в свое выступление то-то и то-то...*
- *Свое предложение ты мог бы сделать более*

понятным, если бы добавил то-то и сделал бы вот так...

— Я хотел бы в твоём выступлении, в твоём докладе услышать больше конкретики об этом и об этом...

Обратная связь не является залогом только положительного контента. Обратная связь направлена на улучшение и исправление чего-то.

Конкретными фразами в доброжелательной манере мы говорим что-то, чего не хватает нам, и то, что, по нашему мнению, было бы здорово добавить в предложение, самопрезентацию, выступление, рассказ.

Любой фидбек — это подарок. Дарите людям свою экспертизу. При этом старайтесь не сделать человеку лучше, а сделать лучше самого человека. Это ценится гораздо больше!



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

3.7. Волшебная таблетка

Сколько бы я ни наступал на всякие грабли, коммуницируя с разными людьми в социальных и профессиональных мирах, я понял, что людям важны две вещи, которые не нужно бояться выпячивать.

НА ЧЕМ СДЕЛАТЬ АКЦЕНТ В СВОЕЙ ЖИЗНИ,
ЕСЛИ ЗАПУТАЛСЯ В ЕЕ СЛОЖНЫХ
УРАВНЕНИЯХ И НЕРАВЕНСТВАХ?

Хочется порекомендовать две вещи:

1. *Эмпатия.*
2. *Простота.*

Эмпатия. Думаю, вам хорошо знакомо это понятие, означающее включенность, растворение, понимание человека, а точнее, его принятие. Это желание выслушать, помочь; это заинтересованность в разговоре, понимание, что человеку, к примеру, действительно больно, а не перекладывание его боли на свой позитивный опыт фразами: «У меня такое было», «Да ла-а-дно!» и «Это фигня». Нет,

эмпатия — это когда вы действительно сочувствуете, когда пытаетесь понять человека и искренне интересуетесь его внутренним состоянием.

Простота. Наверное, у нас так сложилось в обществе еще со времен советского образа жизни, что это свойство, качество, условие мы описываем одной фразой: «Будь проще — и люди к тебе потянутся».

Я общался с очень умными людьми: и богатыми, и небогатыми. И ни разу не было такого у адекватных людей, чтобы, оставаясь простыми, они возвышали себя, сравнивая с другими (находящимся ниже по статусу, состоянию, должности), и хвастались своими достижениями. Так вот, эти люди всегда достигали бОльшего результата.

Поэтому простота здесь как синоним слов и выражений «не зазнаваться», «оставаться благосклонным к людям, которые находятся ниже» и «не кичиться». Быть простым — это значит оставаться равным тем людям, собеседникам, с которыми общаешься, даже если они по статусу, финансам либо по чему-либо еще стоят ниже вас.

Чувствительно благодарен вам.

3.8. Пойдем ВЫКИНЕМ мусор

Поговорим о том, когда необходимо выносить мусор — это я про мужчин.

Вот такое кликбейтное начало этого топики. Порассуждаем здесь на тему «Как происходит процесс зарождения неприятных разговоров, а то и скандалов, внутри семьи и как они переносятся в профессиональное пространство».

Представим ситуацию, при которой как-то/что-то случайно заметив/услышав/подумав, в вас зарождается чувство ревности/злости/агрессии/грусти.

Согласитесь, сложно спрогнозировать, когда у вас возникнет та или иная эмоция. Это неконтролируемый процесс, влияние гормонов на деятельность мозга — работа всей нашей системы. И лично я прекрасно понимаю, что, как и вы, не могу контролировать момент возникновения той или иной эмоции. Она просто зарождается, и в соответствии с этой эмоцией я начинаю совершать определенные действия. Действия, которые я могу контролировать. Именно за них я становлюсь в ответе.

Вы не замечали, что разные люди по-разному реагируют на вроде бы одинаковые события? Все

мы по-разному воспринимаем что-либо, и у всех у нас по-разному возникают определенные реакции, в принципе, на одно и то же. К примеру, кто-то смотреть не может на фейхоа, а кто-то обожает вареный лук.

Отмечу следующее: важно замечать момент, когда возникает та или иная эмоция, и то, как мы начинаем на нее реагировать, потому что сослаться на эмоцию и сказать: «Я сейчас в агрессии, поэтому на тебя так сильно наорал» — не оправдание. Допустим, вы в агрессии и разозлились, вы не несете ответственность за то, что в вас эти эмоции зародились, но то, что вы наорали, — это полностью ваша ответственность за совершенное действие.

ПОЧЕМУ Я НАЧАЛ С ТЕЗИСА О МУСОРЕ?

Потому что в начале отношений мы, как правило, привыкаем друг к другу, тогда как во время отношений, ставших уже длительными, начинаем больше позволять себе друг с другом. На самом деле неважно, на какой стадии или с кем находиться в отношениях, важно наблюдать за тем, каких поведенческих моделей придерживается человек после возникновения у него бесконтрольных эмоций.

Когда я злюсь, ревную, я стараюсь не высказывать все это жене: не ругаться, не кричать, а пойти выкинуть мусор, посетить лишний раз уборную и просто посидеть там (даже если нет такого желания) или сходить в душ, умыться, чтобы выйти из состояния эмоционального всплеска, из гейзера неконтролируемых мной эмоций, — чтобы немного остыть. Таким образом я разрешаю сгореть выброшенным гормонам в моем организме.

Поэтому рекомендую: в случае, когда вы разозлитесь на жену/мужа/партнера, попробуйте пойти и выбросить мусор либо спуститься в магазин и купить хлеба. А когда вы вернетесь, я гарантирую (в 50% случаев точно), что вам не захочется больше обсуждать эту тему. Вы поймете, что это была неконтролируемая история, которая в принципе не имеет никакого смысла и уж тем более не стоит того, чтобы кричать на своего партнера/собеседника.

Даже во время деловых встреч вы всегда имеете возможность выйти в уборную по своим делам либо сделать важный звонок. Это поможет вам не контролировать эмоцию, а контролировать последствия этой эмоции.

Ну что, пойдём выкинем мусор?

3.9. Извините

Мне бы хотелось разобрать ситуацию, в которой человек на автопилоте, будучи так воспитан, погруженный в социальные нормы общества в детстве, начальных классах и в средней школе, университете, привык оправдываться и как-то несоразмерно ситуации извиняться.

Начну по порядку. Я считаю, что человек, который оправдывается, всегда неправ. И моя позиция такова, что каждый может относиться к поступкам этого человека как угодно.

Человек совершает поступок по собственной воле, хорошо понимая, какими могут быть последствия его слов и действий, он несет ответственность за результат.

Если вы принимаете решение, никто не может в нем вас переубедить: оно хорошо обосновано и принято с искренней верой в себя. Поэтому когда вас спрашивают: «Почему ты так поступил?», вы можете ответить: «Я так захотел, я так считаю нужным».

Рассмотрим ситуацию подробнее. Человек начинает оправдываться в двух случаях. В первом —

когда боится, что его могут не так понять, во втором — когда случайно, не желая того, обидел/задел другого человека. Понял, что обидел, и после пожалел о содеянном. Посмотрим на это объективно.

Если мы боимся, что человек нас не так понял, а человек имеет на это право, попробуем согласиться: каждый может интерпретировать наши слова по-своему, у нас у всех разный понятийный аппарат, туннель реальности, разная картина мира, основанная только на собственном опыте, на знаниях, полученных эмпирическим путем.

Так вот, когда мы стараемся донести до кого-то свои оправдания, мы совершаем попытку в мозгу этого кого-то подкорректировать его картину мира, то есть пытаемся изменить этого человека.

А когда мы пытаемся изменить другого, то автоматически оказываемся в зависимой от него позиции, то есть теряем самоуважение и уверенность в себе. Человек наше рвение может понять по-своему, и это нормально. Так не стоит и пытаться менять его картину мира, если он сам не попросил каких-то аргументов в защиту вас и не готов вступать с вами в нормальную дискуссию, диалог, чтобы разобраться в данной ситуации.

МОМЕНТ, КОГДА МЫ, НЕ ЖЕЛАЯ ТОГО, КОГО-ТО ОБИЖАЕМ/ЗАДЕВАЕМ.

К примеру, вас ждали на совещании, а вы опоздали.

Интерпретация № 1

Запыхавшись, вы врываетесь, наконец, в кабинет и начинаете рассказывать:

— *Была пробка на дороге, задержали, собаки облаяли, и вообще жена попросила сделать то, о чем мы не договаривались!*

Рассказали всю предысторию и начинаете чувствовать себя в данном позиционировании шатко, так как в этом оправдании показали зависимость от внешних обстоятельств, а значит, неуверенность в себе.

Показывая, что внешние обстоятельства могут оказывать влияние на наши действия, мы не признаем собственные ошибки.

Интерпретация № 2

— *Извините, пожалуйста, спасибо, что дождались, я опоздал.*

Вы имеете более уверенную позицию, берете ответственность на себя и признаете свою ошибку. Данная позиция воспринимается как устойчивая, вы более уверены в себе.

Именно поэтому я предлагаю вам никогда не оправдываться. Так как в оправдании нет никакого смысла, вы лишь показываете себя в более шаткой и уязвимой позиции, по сравнению с тем, как если бы вы оказались в ситуации, когда не пытались бы в чем-то переубедить собеседника.

ИЗВИНЕНИЯ БЕЗ ИЗВИНЕНИЙ.

Мне кажется, извинения без извинений — второй паттерн после оправданий, по которому можно

отличить советских и российских людей, встречаемых в жизни, и таких людей много. Как говорил Роберт Уилсон «Некоторые, но не все».

Меня на тренингах часто спрашивают, как правильно извиняться. Мой ответ прост:

— Не создавайте ситуаций, за которые пришлось бы извиняться.

Это, пожалуй, лучший совет, который я могу дать по этой теме. Если вы вынуждены за что-то извиняться, пожалуйста, добавьте после слова «извини» — за что конкретно. И ни в коем случае не говорите «извиняюсь». Еще в начальных классах школы учительница русского языка научила меня, что нет такого слова «извиняюсь» — то есть, вы сами себя не можете извинить, вы просите прощения за что-то. Решение извинить/помиловать вас человек, к которому вы обращаетесь, должен принять сам. В конце концов, он может вас даже и не извинить.

— Извините, если я оскорбил вас своими словами, темой, за то, что мои такие-то действия оскорбили вас.

Вы можете просить извинения за что-то. И вы просите их у конкретного человека, поэтому говорить «извиняюсь» за что-то либо просто «извиняюсь» — и на этом как бы все, проехали, показывает определенный уровень воспитания и отношения к своему собеседнику.

Если все-таки создалась ситуация, в которой вы вынуждены извиняться, скажите, за что именно, и произнесите ваши слова убедительно, смотря

в глаза своему собеседнику, дабы он понимал, что вы действительно искренне это говорите. Поверьте, в таких ситуациях получить не только вербальное, но и, главное, внутреннее прощение, будет гораздо проще.

И еще раз подчеркну: старайтесь не создавать ситуаций, за которые вам придется извиняться, потому что человек, который относится к извинениям с легкостью, раздавая их направо и налево (как часто я наблюдаю это в европейском обществе), доверия внушать не может.

Как однажды я выразился:

— Из-за того, что ты постоянно извиняешься, мне легче не становится. Просто не наступай мне на ногу, не плюй мне в спину и не бросай бычок мимо урны! Так, наверное, будет лучше, спасибо!

3.10. Три вопроса к себе

На этих страницах я расскажу вам о том, с чем познакомился, обучаясь на мастер-классе Стенфорд, Master of Presentation. На этом курсе преподаватели обучили меня навыку задавать себе вопросы перед тем, как приступить к подготовке текста презентации.

**КАКИЕ ОТВЕТЫ НА КАКИЕ ВОПРОСЫ НАМ
НЕОБХОДИМО НАЙТИ И ТРАНСЛИРОВАТЬ
ВО ВРЕМЯ СВОЕГО ВЫСТУПЛЕНИЯ?**

Вопрос № 1

— Почему вы должны меня слушать?

Задайте себе вопрос: почему люди должны слушать именно вас? Например потому, что вы что-то открыли и готовы поделиться вашим know-how с остальными.

Запишите тезисы. Может быть, вы эксперт рынка и представляете безоговорочный авторитет в вашей сфере, а может, вы провели исследование и собрали статистические данные, совершили открытие —

и теперь ваше предложение является уникальным. Задайте себе этот первый вопрос и ответьте на него от лица вашей аудитории. «Почему вы должны меня слушать?»

— Здравствуйте, я Денис Решетов, тренер по деловым коммуникациям и речевой харизме. Сегодня тема моего выступления такая-то. Итак, первый вопрос, который у вас возникает, так как со многими из вас, я вижу, мы незнакомы: почему вы должны слушать сегодня выступление на данную тему?

Вопрос № 2

— Почему я хочу этим поделиться?

Иными словами, в чем моя заинтересованность выступать перед вами, почему я хочу объяснить вам эту тему?

Вы показываете не только свою экспертизу, но и интерес — поясняете, почему это выступление очень важно для вас. Как участник, по сути, монолога, а на самом деле — диалога, вы находитесь с аудиторией в некотором объединенном пространстве, в котором есть слушатели и говорящие. Люди, слушая вас, проговаривают про себя какие-то мысли, расставляют важные для себя акценты, задумываются над услышанным. Поэтому вашей аудитории очень важно понять: почему вы решили поделиться с ними этой информацией, почему вы в этом так заинтересованы?

Вопрос № 3

— Почему я имею право этим поделиться?

Наверное, потому, что вы понимаете, в чем состоит ваша экспертность, вы занимаетесь этим давно, проводите исследования по выбранной теме и преподаете ее вашим студентам.

Итак, три вопроса:

1. Почему вы должны меня слушать?
2. Почему я хочу этим поделиться?
3. Почему я имею право этим поделиться?

ПЛАН ПОДГОТОВКИ К ВЫСТУПЛЕНИЮ

Составим по образцу примерный план подготовки к выступлению.

Я вышел к аудитории и представился.

— *Ок, ты — Денис. А зачем нам тебя слушать?*

— *Вот мои регалии.*

— *Ок, а что ты будешь рассказывать?*

— *Я буду вам рассказывать про это и еще про то.*

— *А зачем нам об этом знать?*

— *Потому что эта тема важна тому-то и тому-то.*

Или на собственном примере.

Вышел — представился:

— *Меня зовут Денис.*

— *Денис, привет, а зачем нам тебя слушать?*

— *Потому что я занимаюсь коммуникациями последние семь лет, у меня есть лицензия Министерства образования, я преподаю в РАНХиГС, а еще я выстраиваю уникальную систему коммуникаций в крупных компаниях и в госсекторе.*

— Ок, а о чем ты будешь рассказывать?

— Я буду рассказывать о силе вопросов.

— А зачем нам об этом знать?

— Вам нужно об этом знать, потому что вопросы являются главным продвигающим и создающим будущее инструментом. Благодаря вопросам были созданы самые уникальные открытия, которыми вы пользуетесь, которые делают вашу жизнь комфортной.

Спасибо!

3.11. Ошибки обратной связи

Обратная связь — важный аспект деловых коммуникаций. На работе нам часто приходится комментировать, а иногда даже критиковать работу коллег. Порассуждаем об ошибках подачи обратной связи, которые мы часто фиксируем в Академии в ходе проведения тренингов.

ОШИБКА № 1

Использование конструкции «Ты-высказывание» и обезличенных, неопределенно-личных сообщений, например: «ты врешь», «ты заблуждаешься», «это неправда». Вместо данных конструкций желательно использовать «Я-сообщения».

ОШИБКА № 2

Готовые советы и рекомендации, когда мы говорим: «в следующий раз сделай то-то и то-то», «еще раз это повторится, сделай так-то и так-то». Все ситуации по-своему особенные, многие люди участвуют в создании определенных ситуаций,

и причинно-следственные связи понимаются по-разному. Другими словами: бывает разный контекст. Для себя мы расшифровали слово «контекст» так: «кон» — по-испански — «с», значит, контекст — «с-текст», — то, что идет вместе с текстом, текст — непосредственно слова, а контекст — описание ситуации, в которой происходит общение, то есть то, в какой ситуации мы находимся, что перед нами, какие особенности, что было до и как это повлияет на наше будущее, — это совокупность фактов и обстоятельств. Контекст бывает разный, поэтому давать готовые советы и рекомендации очень опрометчиво. Избегайте этого.

ОШИБКА № 3

Отсылка к некому безоговорочному авторитету, например: «Ни один нормальный человек так не поступает», «Никто так не делает», «Мы все знаем, что это не так», «Все об этом говорят». Не нужно этих обобщений! Если вы знаете, кому конкретно принадлежит цитата, — скажите. Если знаете, кто конкретно и на что ссылается, — скажите. Если вы знаете, что руководитель это сказал, — так и произнесите. Но ссылаться на некое абстрактное мнение совершенно не стоит.

ОШИБКА №4

Оценочные высказывания. Например: «Вы думаете только о себе», «Проект неинтересный» — это лично окрашенные комментарии произносящих — кому-то лично проект показался неинтересным; «Предложение нерентабельное» — для кого-то

лично это предложение нерентабельное, «эта идея неновая» — лично кому-то, произносящему это выражение, показалось, что идея не новая.

Обобщать, окрашивать лично и говорить, что это так и есть в единственной инстанции, — так делать неправильно.

Лучше сказать:

— Для меня эта идея неновая.

Одна из частных форм обобщения — когда мы на человека по одной-двум-трем произошедшим с ним ситуациям вешаем ярлык. Например: «Ты вечно опаздываешь», «Тебе никогда ничего говорить нельзя», «Ты постоянно все забываешь». Такие высказывания создают ощущение несправедливости, что так навсегда, подобное будет постоянно и по-другому быть не может. А если это так, то уже невозможно ничего исправить. Поэтому старайтесь не использовать такие формы обобщений. Вместо них лучше:

— Уже третий раз на этой неделе ты опоздал.

— На протяжении недели я несколько раз заметил, что ты не убираешь свои вещи в гардероб.

ОШИБКА № 5

Критика того, что человек не в силах изменить ни в себе, ни в окружающем его мире. Бессмысленно осуждение физических данных, аспектов деятельности, ситуаций, случившихся в прошлом и проис-

ходящих в мире, — всего того, на что человек своим трудом и в ближайшее время повлиять не может. А если может, то спросите, какие у него есть ограничения при выполнении данной задачи. Этот вопрос будет вам в помощь.

*Это основные ошибки, которые мы выделяем
при подаче обратной связи одними сотрудниками
другим, одного человека другому.*



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

ЧАСТЬ IV

СМЫСЛОВАЯ



4.1. Простой как 5 копеек

На этих страницах я расскажу вам о том, как в свое время очень сильно восхитился теми людьми, у которых эрудиция не просто находится внутри черепной коробки в виде информации, знаний, а которые умно транслируют эти знания через свой речевой аппарат. Они говорили витиевато о тех вещах, которые мне не были понятны. И я искренне верил, я считал, что они умные именно поэтому: если мне непонятно, то это реально что-то умное.

Говоря про коммуникацию, светскую, личную, когда нужно донести до собеседника идею, порой неновую, глобальную, мне бы хотелось сказать следующее: то, что легко понять, остается в памяти дольше и вызывает больше симпатии на подсознательном уровне. Нам легче воспринимать информацию, которая кажется простой, — такая информация притягивает, а отталкивают нас вещи, которые кажутся слишком сложными.

В контексте социального успеха ваша цель — казаться простым и ясным, не заумным и таинственным, чтобы окружающие вас люди поняли, что важно для вас и что вы из себя представляете,

при этом не прикладывая особых усилий. Думаю, здесь идет речь также о некоей безопасности: когда мы не понимаем, с чем имеем дело, то, с одной стороны, это может вызвать интерес, а с другой — может быть небезопасным, так как мы не знаем, что у человека на уме, мы не знаем, что он имеет в виду. Конечно, будет хорошо, если перед вами окажется собеседник, который умеет задавать вопросы. Но если перед вами окажется обычный, рядовой человек, постарайтесь выражать свои мысли более простыми словами, понятными ему. Это вызовет больше понимания, симпатии и доверия к вам и на сознательном, и на подсознательном уровне.

И мне кажется, что это работает на всех фронтах. Людям не всегда легко, не всегда хочется погружаться во что-то неизведанное. Не все люди вокруг нас — исследователи.

Иногда нам нужно за короткий срок презентовать свой проект, рассказать о своей идее. В этой ситуации лучше использовать всем понятные слова и образы, сравнения и метафоры.

Спасибо!

4.2. Перестановка мест: да, но

От перестановки мест слагаемых все-таки сумма, смысл и результат меняются.

Не приходилось ли вам замечать, что когда вы что-то хотите прокомментировать, то сначала говорите хорошее, а потом плохое (наверняка нас в детстве всех этому научили), или у вас наоборот?

Я, например, уже смоделировал ситуацию, представил, как мне сначала говорят: «Какая хорошая книга, Денис! Как здорово, что ты ее написал», а потом: «Вот только исследований бы побольше. Еще оформление мне не понравилось, и вообще какая-то фигня...» А человек — он такой, запоминает, конечно же, плохое.

НУ ПОЧЕМУ ЛЮДИ СНАЧАЛА ГОВОРЯТ
ХОРОШЕЕ, А ПОТОМ ПЛОХОЕ?

Не хочу играть в игры разума и надеяться, что ваш мозг, восприняв информацию из этой книги, запомнит что-то последнее. Я хочу сделать так, чтобы обратная связь, данная вами человеку, который

вам что-то говорит, была бы не только ему понятна, но еще и более-менее комфортна и максимально лояльно им принята, так как обидеть вы его точно не хотите.

Представим ситуацию. Выходит человек после спектакля и начинает высказывать свое мнение: «Спектакль, конечно, прекрасный, но режиссер совершенно бездарный».

Сформулируем эту фразу иначе: «Режиссер, конечно, оставляет желать лучшего, но спектакль сногшибательный!»

Чувствуете, как по-другому звучит? Поэтому когда вы захотите кому-то сказать что-то не особо положительного оттенка, перенесите в начало именно ту корректировку, тот маленький минус, который вы хотите прокомментировать, а после — замыкайте мысль, свое предложение чем-то классным, позитивным. Так информация будет восприниматься гораздо лучше.

ДА-ДА-ДА, ЭТО ПРАВДА, НО...

Это «НО» — перечеркивает все! Наверное, вы об этом слышали, но задавались ли вопросом, что с этим делать? Отвечу:

— *Замените, пожалуйста, слово «НО» на буковку «И». Тогда получится «Да, и».*

Пример:

— *Да-да-да, это все понятно, и думаю, что стоит задуматься еще об этом вопросе.*

Рассмотрим два варианта:

1.

— Да, Денис, прекрасная глава, но, думаю, что не раскрыта вот такая тема...

2.

— Да, Денис, прекрасная глава, и думаю, что стоит раскрыть еще вот эту тему.

Чувствуете, как по-другому звучит?

Перестановка слагаемых меняет всю картину и открывает многогранный позитивный спектр наших с вами дальнейших взаимоотношений.

Спасибо!

4.3. Кейс на МИЛЛИОН

Мне часто приходится слышать о так называемых кейсах. Кейс — это то, что многие воспринимают так:

Что было — Что сделано — Что стало.

Так вот, однажды мне показалось, что в этой схеме не хватает двух пунктов для того, чтобы:

1. Очеловечить кейсы.
2. Вселить в людей веру и надежду на получение пользы.

Отмечу: мне бы хотелось, чтобы вы научились отделять личные истории от кейсов. Кейсы — это все-таки бизнес-направление, когда на своих рабочих сайтах мы размещаем истории успеха бренда, когда компании презентуют отчеты и тому подобное.

Как правило, пункты в описании кейсов, которые помогают сделать их более наполненными, жизненными и вызывающими доверие у слушателей, следующие:

1. *Что было — точка А.*
2. *Что сделали — промежуточный этап.*
3. *Почему сделали именно так.*

3-й пункт — важный, так как он показывает вашу экспертизу: почему вы выбрали именно такой вариант решения проблемы, а не какой-либо другой (к примеру, почему решили выбрать именно эту модель штукатурки для своего дома, а не другую). Именно здесь происходит раскрытие ваших навыков и опыта, профессионального потенциала.

И я предлагаю добавить еще два пункта:

4. *Что стало — точка Б.*
5. *Что не получилось.*

Поясню пятый пункт: он не для того, чтобы вы признавались во всех смертных и несмертных грехах, а чтобы вы добавляли к описанию кейса — что, например, было запланировано 5 участников проекта а оказалось достаточным 4, значит, на реализацию следующего подобного проекта, вы планируете меньшее количество участников.

Еще пример: вы планировали решить задачу за 4 дня, а решили за 5 дней, поэтому в следующий раз отнесетесь внимательнее к этому виду работ.

Подобные пояснения помогают представить более реально картину происходящего. Подумайте, что бы могло быть таким мелким, не порочащим вас, но в то же время добавляющим жизни и правды в описание ваших кейсов. В итоге предлагаемая мной схема кейса:

Что было — Что сделано — Что стало

теперь выглядит так:

- 1. Что было. С какой проблемой пришел к вам клиент.*
- 2. Что сделали. Пошаговый алгоритм решения проблемы.*
- 3. Почему вы сделали именно так. Ваша экспертиза.*
- 4. Что стало. Какой результат получил клиент.*
- 5. Что не получилось. Описание корректирующих действий.*

Мне кажется, такая форма описания кейсов основывается на принципе человечности, выглядит правдоподобной, а значит, вызовет больше доверия к вам как к эксперту в решении проблемы клиента.

Спасибо!

4.4. Результат результатов

Работая на компанию или на себя, предлагая товары или услуги, мы часто рассказываем клиентам о собственном опыте. Будучи погруженными в свою сферу деятельности длительное время (например, я уже 25 лет на сцене и знаю все о модерации и проведении тренингов), не замечаем, как увлекаемся рассказом и перенасыщаем других людей информацией. Но люди, к примеру, клиенты, которым мы предлагаем свои товары или услуги, несильно разбираются в вашей сфере деятельности, и самое главное — не надо им разбираться во всей вашей механике процесса.

Представьте ситуацию: вы приходите и заказываете в своей любимой кофейне кофе, при этом вам неинтересно, что сделают с вашим кофе в первую очередь: перемелят зерна сразу или вначале расфаскуют, откроют пачку и профильтруют или что-то еще, мальчик или девочка будет это делать, потому что вас интересует результат. Данная схема действует во взаимоотношениях, когда мы предлагаем свои товары/услуги/себя как личный бренд нашим потенциальным клиентам.

К примеру, вы — парикмахер, результатом вашей деятельности являются деньги. Но сами деньги — это всего лишь результат. А какой результат результатов принесет ваш сегодняшний рабочий день?

Результат результатов означает, что на полученные деньги вы сможете реализовать свои хотелки. То есть что-то купить, кому-то помочь, выплатить долги.

КОГДА ВЫ СЕБЕ ЧТО-ТО ПОЗВОЛИТЕ,
КОГДА ЧТО-ТО КУПИТЕ, КОМУ-ТО
ПОМОЖЕТЕ И ВЫПЛАТИТЕ ДОЛГИ,
ЧТО ТОГДА?

Я, например, получу спокойствие и удовольствие, а если еще и увижу улыбку на лице человека, которому помог, то буду счастлив!

Как бы вы ни вели цепочку последовательных действий к результату, вы все равно придете к тому, что результат результатов — это счастье и удовольствие, главное в жизни. И клиенты ничем не отличаются от нас. Поэтому в первую очередь говорите не о технологическом процессе (о нем при необходимости вы успеете рассказать после подписания договора или когда вам зададут соответствующий вопрос), а о результате, о том, какой продукт получит клиент, какие эмоции испытает, что будут говорить о результате и в каком статусе окажется ваш клиент.

Про пример с парикмахером: клевая стрижка — это классно, но почувствуете ли вы себя моложе с этой стрижкой, захочется ли вам чаще выходить на улицу? Возможно, с этой стрижкой вам будут

делать комплименты, с ней вам не будет жарко и так далее.

*Говорите с клиентом о выгоде, о результате,
а не о процессе (о нем рассказать вы всегда успеете).
Мерси.*

4.5. Метод меню

В этой исповеди я расскажу вам о том, какие глобальные цели преследую, передавая знания, в надежде на то, что вы поверите мне и попробуете применить в своей жизни хотя бы несколько приемов из этой книги. И в знак благодарности за прочтение еще нескольких страниц я подарю вам прекрасную методику, которая называется «метод меню».

Однажды меня попросили:

— Денис, расскажите о своих глобальных целях. К чему все это? Чтобы передать что? Зачем вы преподаете?

Глобально мне бы хотелось, чтобы в раннем возрасте людям прививались эффективные социальные коммуникационные привычки. Чтобы дети в садике обладали навыками задавания вопросов, слушания и критического мышления, и чтобы детям начиная с младшего школьного возраста хотелось поглощать знания и познавать, как устроен окружающий мир. Для этого, как мне кажется,

мы должны им показать, что нестрашно задавать вопросы, интересоваться новым и смотреть на привычные вещи под другим углом.

В моем идеальном мире каждому предмету, к которому прикасается ребенок, должны задаваться вопросы: «Можно ли было это сделать иначе? Как можно это улучшить?» Считаю, задавание подобных вопросов развивает мозг и двигает человечество вперед.

Сколько угодно раз можно говорить, что змея неопасна, но на инстинктивном уровне я буду продолжать ее бояться.

На инстинктивном уровне я боюсь выйти из пещеры и остаться один. Даже если я взрослый и понимаю, что пещеры уже нет. Еще пример: женщина на инстинктивном уровне боится, что не сможет одна убежать от хищника, потому что у нее расширился таз после рождения ребенка, происходят свои трансформации, и в этот период если с ней рядом не будет мужчины, то ее могут съесть. Так было во времена наших праотцов и закрепилось на подсознательном уровне. А мне бы хотелось, чтобы у нас всех на таком же инстинктивном уровне закрепилось задавание вопросов: «Почему?», «Как иначе?», «Что еще?»

ПОЧЕМУ ИМЕННО ТАК?

Думаю, обучаясь в школе, в университете, мы получали бы больше знаний, это был бы инновационный подход, мы бы исследовали, приходили бы к новым выводам и решениям, если бы не боялись больше задавать вопросов себе и своим учителям.

Став взрослыми, мы смотрим на мир и принимаем его в финальной инстанции. Мы видим что-то и понимаем, что иначе оно быть не может. И у нас уже не возникают вопросы: «Почему это так?», «А что, может быть как-то иначе?»

Считаю, что социальная привычка с самого рождения интересоваться и ставить под сомнение, а значит, задавать вопросы и сомневаться, является двигателем нашей страны в контексте социального роста, в госуправлении, развитии бизнеса, в семейных и бытовых делах.

Мне рассказывали об одной школе, в которой преподаватель, для того чтобы объяснить фундаментальные знания физики и химии, предложил ученикам после школы копаться в его гараже, где он менял классические бензиновые моторы на электродвигатели. Детям это было очень интересно, но для того, чтобы понять, как работают электронные батареи, как заменить/прикрутить/какую силу преломить/какой инструмент взять, им необходимо было открыть учебник и изучить физические/химические/механические законы. Погрузившись в особенную, непривычную среду, ученикам хотелось задавать вопросы и учиться.

И нам еще не поздно научиться задавать вопросы в процессе коммуникации, но еще лучше — научиться провоцировать желание задавать их нам. Важно только объяснить, что это безопасно, и понять, что это вовсе не означает, будто ваш собеседник может чего-то не знать и что его интеллект остановился в развитии.

ЕСЛИ СЕЙЧАС НЕ ЗНАЕШЬ, ТО НЕ УЗНАЕШЬ НИКОГДА?

Есть люди, которые считают, что если на данный момент они какую-либо информацию не знают/не могут ответить на какой-либо вопрос (вдруг их спросили на конференции во время доклада) — это приговор их интеллекту: если что-то не знают сейчас, то как будто больше не узнают этого никогда/не захотят узнавать/принимать новую для себя информацию.

А есть люди, которые относятся к вопросам как к возможности узнать что-то новое, углубиться в знания. Они благодарят за вопросы, понимают, что в течение жизни наш интеллект развивается, формируются новые нейронные связи. И мне кажется, что именно эти люди всегда стремятся к чему-то новому и поэтому живут более красочно, более ярко.

Благодарю за прочтение. А теперь, наконец, о методе, который я использую во время продаж.

МЕТОД МЕНЮ.

Представьте, что вы пришли в ресторан, сели за стол и открыли меню. В нем есть разные позиции: холодные и горячие закуски, супы, горячие блюда, десерты и напитки. Вы понимаете, что сейчас не хотите супа, поэтому не смотрите этот раздел меню. Сейчас вы хотите горячее блюдо и салат. Вы смотрите, какие позиции есть, к примеру, в разделе «Горячие блюда». И если появляются вопросы, то зовете официанта и задаете их ему. Вы можете спросить, как готовится блюдо, из чего оно

состоит, какие ингредиенты используются, есть ли, например, в составе продукт, на который у вас аллергия?

Метод меню — это когда вы широкими мазками описываете, что есть у вас в наличии, какие товары или услуги готовы предложить. Клиент знакомится с ассортиментом и далее по интересующим его моментам задает вопросы.

Согласитесь, вероятность допустить ошибку, рассказывая человеку все и сразу в надежде угадать, чего он хочет, больше, чем в ситуации, в которой человек сам задаст вам вопрос. Потому что, задавая вопрос, клиент узнает точно о том, что его интересует.

4.6. Факт и мнение о факте

Поговорим об одной из важных вещей, которую я ставлю на пьедестал вместе с умением задавать вопросы, навыком активного слушания и созидательного говорения. Это место достается умению человека отличать факт от мнения о факте.

Факт всегда происходит в настоящем действии. К примеру, в русском языке слово «сейчас» употребляется не так, как в англоговорящем мире.

Я бы выразился так: «now» означает «now-now» — это то, что происходит прямо сейчас.

В России, к примеру мама говорит сыну:

— *Сынок, иди кушать!*

— *Да, сейчас.*

Это может не означать, что идет он в данный момент. Это может означать «да, скоро приду». Иногда это «сейчас» может растягиваться на часы. А попробуйте уложить вашего ребенка спать, когда он играет в компьютер: он раз 500 вам скажет «сейчас-сейчас»!

Мнение о факте основано на опыте человека, на представлениях человека, что это так.

Приведу простой пример. Один из генералов Советской армии (может быть, это легенда, а может быть, и нет), когда ему приносили информацию солдаты либо его заместители или помощники, спрашивал: «Ты это сам видел? Тебе это сказали или ты так думаешь?»

Он работал только с той информацией, про которую доносчик уверенно говорил: «Я сам это видел». Попробую усугубить:

Фактом является только то, что приносит нам ощущения.

Поясню. Если сказать «чай горячий» — то это не является фактом. «Чай, который я наливаю себе в кружку, является горячим» — и это тоже может не быть фактом. А вот если я палец окуну в чай и почувствую, что он горячий, то тогда уже с уверенностью могу утверждать, что да, чай действительно горячий. А просто говорить «чай горячий» — это мнение о факте.

В своих суждениях мы базируемся на прошлом опыте, но факт происходит только в настоящий момент — и основан он на ощущениях.

Это интересная и забавная история, которая сильно меняет картину мира и помогает развивать критическое мышление. И эта информация, которой я с вами делюсь, действительно изменит вашу жизнь, если вы заведете себе привычку отличать

мнение о факте от самого факта. Попробуйте в следующий раз, когда вам что-то скажут, прислушаться не к своему прошлому опыту и чьим-либо оценочным суждениям, а задать себе вопросы: «Действительно ли это так?», «Как я могу это проверить?».

Мы должны базироваться на информации и считать фактом только то, что происходит в данный момент, и только то, что можем констатировать.

Задайте себе вопрос: «Кто тот человек, который красит траву каждый день в зеленый цвет?»

Правильный ответ... догадайтесь сами.

Приведу пример. Слово «дворники» для водителя такси — жителя Нью-Йорка и для жителя африканской республики понимается по-разному, так как у них разный понятийный аппарат и разный жизненный опыт.

Факт и мнение о факте — это не теория, а практическая аксиома, которая помогает людям отличать то, что действительно произошло, что действительно является правдой, от того, что человек принимает за правду в своей туннельной реальности.

Если вас заинтересовала эта тема, рекомендую вам почитать работы Питера Друкера, Роберта Уилсона, Эрхарда Вернера.

4.7. Начало и финал встречи

Поговорим о приятном, о деловых встречах в кафе и ресторанах. В свое время я поймал себя на том, что в большей степени планирую начало встречи и в меньшей — ее финал. Для меня было важным, как начнется встреча, потому что именно этот этап вызывал у меня больше всего волнений. Ведь человек, с которым предстоит встретиться, мне незнаком, да и в целом подписание договора — это очень важно, так как от этого зависит, будут ли у меня деньги и будет ли их достаточно на все необходимое для моей семьи. Поэтому я сильно волновался и думал: «Как начать?»

Анализируя встречи по их завершении, я понимал, что все мои предварительные планы летели в тар-тарары, что все почему-то происходило по-другому. И мне как исследователю, было интересно разобраться в причинах.

ЧТО ЖЕ ИДЕТ НЕ ТАК?

Я заметил, что план на начало встречи есть не только у меня. Он есть и у моего собеседника,

который, как и я, задается вопросом: «Что мне надо, зачем я иду на эту встречу?» Может быть, он тоже беспокоится о том, что идет на встречу с незнакомым ему человеком, и тоже выстроил определенную схему начала разговора? Но оказывается, что существует третий человек! И у него тоже есть план на эту встречу. Как вы думаете, кто он? (Официант.)

У официанта тоже есть своя работа, задачи и цели: ответить на вопросы, проконсультировать, принять заказ, принести, забрать пустые тарелки и бокалы, выставить счет.

Представьте: «лебедь, рак и щука» приходят на встречу. Каждый начинает тащить воз в свою сторону. К чему это может привести?

А КАК ТОГДА БЫТЬ?

Как-то для одной крупной российской компании, известной во всем мире, я проводил тренинг, который так и назывался: «Деловой small talk». Была поставлена задача: научить топ-менеджеров компании разговаривать в неформальной обстановке. Я приведу здесь выдержку из моего тренинга.

Считаю необходимым иметь в запасе три, а лучше десять каких-то неформальных вопросов, которые вы могли бы задавать людям в тот момент, когда пришли в ресторан, поздоровались, присели, при этом удобно расположившись на диване или стуле, и пока каждый участник встречи листает меню, а официант еще не пришел и, соответственно, заказ еще не сделан. Так о чем бы нам поговорить? Отличными вопросами будут: «Как добрались?»,

«Первый ли раз вы тут?», «Будете что-то заказывать?», «Как ваш день прошел?», «Откуда добились?», «Как день заканчиваете?»

Это неформальные вопросы. Часто слышу: «А о погоде?» Да, есть и другие вопросы, которые, в принципе, настолько адекватны, что почему бы их и не задать в начале диалога?

Финал встречи. Он безумно важен. Его важность в том, чтобы не вставать из-за стола, заканчивая встречу, до тех пор, пока вы не получили ответы на все ваши главные вопросы.

На каждую встречу помимо вопросов для small talk, которые работают у меня уже на автомате, как бы ни прошла встреча, о чем бы ни говорили и как бы ни менялось течение разговора, я встаю из-за стола, заканчивая встречу, только если выяснил все вопросы для себя.

Когда-то я узнал, что японцы могут часами разговаривать ни о чем, понять при этом все о собеседнике и под финал встречи подписать контракт либо не подписать. Это действительно такое тонкое искусство разговора, и они к нему причастны, но что делать нам здесь, в России?

Думаю, нужно ставить не цели, а фиксировать главные вопросы ко встрече, ответы на которые вы должны получить. Пусть они будут сосредоточены в конце встречи, возможно, вы их зададите в начале, а может, на них ответит собеседник по ходу разговора, но постарайтесь не заканчивать встречу, пока не получите ответы на вопросы, с которыми вы на эту встречу пришли, — это ваш главный результат.

Подписать с вами договор могут и после, обязательно на самой встрече. Ставить целью подписание договора — это обманывать себя. А вот узнать, заинтересован ли собеседник, нравится ли ему ваше предложение, получить ответы на вопросы, которые вас лично интересуют, — это прекрасная цель, с которой вы можете справиться.

*Мы поговорили о начале и о финале встречи,
о важных вещах, и, мне кажется, прекрасно.
Спасибо!*

4.8. Кто ты такой

Думаю, вы слышали о таком диагнозе, который многие люди присваивают себе сами, и, часто рассуждая о нем, даже не понимают, о чем говорят. Это мое личное мнение, я действительно так считаю.

Синдром самозванца. Насколько я понимаю описание проявления его симптомов, это значит, не беря никакие интерпретации во внимание, а базируясь только на личном опыте, когда человек достиг каких-либо результатов, является профессионалом в своей области, то он по каким-то причинам стесняется говорить о себе. Ему кажется, что это хвастовство, выпячивание своих лучших сторон тогда, когда нужно быть скромным. Смею предположить, что подобная установка родом из детства, когда мама с папой (или только мама) говорили: «молчи, за умного сойдешь», «не выпячивай себя», «не выпендривайся», «не зазнавайся».

И мы так стали этого бояться, что и сейчас, когда нам в принципе есть о чем рассказать, почему-то сдерживаемся и стараемся не говорить о своих

лучших качествах и достижениях. От этого возникает проблема, с которой сталкивался и я сам, и, с кем я работаю в индивидуальном порядке, и многие участники моих тренингов.

Долго рассуждать о самопрезентации, о том, что она для вас очень важна и нужна, я не буду: вы можете прочитать об этом разные книги и статьи, которые, на мой взгляд, не приведут вас к результату. Мне бы хотелось свести всю информацию на данную тему к минимуму: простота — наше все!

Главное в самопрезентации — это заинтересовать человека, чтобы продолжать с вами общение.

Либо просто сказать и описать коротко те сферы, те темы разговора, на которые вы могли бы поговорить.

Если это рабочее знакомство либо выступление, в начале которого нужно сказать, кем вы являетесь, то достаточно будет профессиональных регалий.

Если ваш парень или девушка знакомит вас со своей компанией, то было бы здорово сказать нечто другое. Расскажите о ваших личных особенностях, увлечениях, о чем мечтаете, чему уделяете время, или просто ограничьтесь краткой информацией, к примеру:

— Я Денис Решетов, занимаюсь консалтингом.

ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ — НЕСТРАШНО.

Может быть, это моя тренерская волна и манипуляция, но мне очень хочется, чтобы даже у самых маленьких представителей нашего общества

была привычка задавать вопросы. Следовательно, с самого детства нужно стимулировать ребенка, чтобы он понимал, что задавать вопросы — это нестрашно, чтобы он понимал, что, услышав его вопрос, о нем не подумают, что он глупый; чтобы он интересовался этим миром, потому что только вопросы двигают нас вперед; чтобы он спрашивал: «Зачем?», «Почему?», «Как?», «А почему именно так?» Чтобы он шел по улице, видел светофор и задавался вопросами: «А почему светофор стоит прямо?», «Почему не лежит на асфальте?», «Почему не висит в небе?».

Я езжу на немецком автомобиле, в котором есть опция — проекция на лобовое стекло. Когда я еду, то вижу на стекле, будто перед собой на дороге, знак скорости. Получается, что кто-то когда-то ехал на машине и подумал: «Почему я должен постоянно поднимать голову и смотреть на знаки, это же так неудобно». И придумали такую опцию: на моей машине есть специальный радар, который считывает знак дорожного движения и показывает его мне на экране. Думаю, что многих это уберегло от аварии и нехороших ситуаций.

Провоцирование людей на интерес к вашей личности, а значит, задавание вам вопросов — это самое главное, на что вы должны стимулировать людей при знакомстве с ними, во время самопрезентации.

Например, я занимаюсь альпинизмом — и при знакомстве говорю об этом. И тогда меня спрашивают:

— *О, здорово, и ты прямо в горы ходишь?*
 — *Да, и даже на шесть-семь тысяч ходил.*

За моим ответом следует просьба: «Расскажи, а как это?»

Или я говорю, что исследую современные коммуникации и то, как они влияют на бизнес-результат. И тогда меня спрашивают: «Ничего себе, что это такое?»

Люди редко встречают альпинистов, исследователей, часто — консультантов, людей, которые занимаются коммуникациями, но исследователей коммуникаций — редко. Это вызывает вопросы.

К примеру, в Академии мы занимаемся советами директоров компаний на аутсорсинге. То есть к нам обращаются руководители малого и среднего бизнеса с различными проблемами коммуникаций, мы приходим в компанию со своим советом директоров и проводим стратегические сессии, на которых рассказываем, что топ-менеджменту и лично руководителю делать дальше.

Так вот, в самопрезентации я говорю:

— *В Академии мы занимаемся советом директоров на аутсорсинге. Вы когда-нибудь слышали об этом?*
 — *Нет.*

И здесь не нужно заниматься чем-то уникальным, чтобы об этом уникально говорить. Вы можете сформулировать для себя фразу, которая будет у людей вызывать интерес и вопросы к вам. Поэтому подумайте о какой-то личной или профессиональной фразе о себе: чем вы занимаетесь, для того, чтобы спровоцировать у людей вопросы.

Подведу итог, приведя примеры самопрезентации.

1. Для бизнеса. Показ презентации на экране.

Я выхожу на сцену и говорю:

— Я Денис Решетов, занимаюсь исследованием деловых коммуникаций и их влиянием на бизнес-результат, я эксперт-практик в сфере деловых коммуникаций.

2. Для личного знакомства.

— Привет, я Денис, я студенческий друг Маши, увлекаюсь альпинизмом и работаю в консалтинге.

*Напишите мне ваши самопрезентации,
а я постараюсь их подкорректировать
либо похвалить вас за вашу работу.*

4.9. Интеллектуальные фары

«Интеллектуальные фары» — одно из моих любимых упражнений, которое позволяет мне уже долгие годы, как говорят мои собеседники и слушатели, являться интересным спикером и оратором. И делать мою речь ярче. Многие называют это красноречием, а я — яркой речью, так как в ней присутствуют интересные слова, фразы, сравнения.

ГДЕ ЖЕ БРАТЬ СПЕЦИИ ДЛЯ СВОЕЙ РЕЧИ?

Каждый день я включаю «интеллектуальные фары»: погружаю себя в интеллектуальное путешествие, наслаждаясь информационным шумом. В мое поле зрения попадают слова из предложений на билбордах, меню в ресторанах, на упаковках с продуктами. Я выделяю для этого время и слушаю радио, песни, смотрю кино, телевизор, интервью на YouTube. У меня всегда настроен радар, он всегда находится во включенном положении: каждое слово, которое я вижу и слышу, рассматриваю с точки зрения того, могу ли я его применить в жизни.

ЛОСОСЬ НА ШПАЖКЕ

Приведу простой пример. Находясь в ресторане, читаю в меню: «Лосось на шпажке». Как я отношусь к слову «шпажка»? Как к слову, которое могу интегрировать в свой словарный запас/тезаурус/вокабулярий. Слово «шпажка» — как красная нить/канат/что-то объединяющее. То, на что насаживаются какие-то элементы. Это некая блок-схема/алгоритм/структура — как много смыслов дает нам простое слово «шпажка»! И оно понятно всем людям, его заменитель — «шампур».

Как на шампур мы насаживаем с вами различные приемы, описанные в данной книге, чтобы сделать вашу харизму, ваши деловые коммуникации, ваше позиционирование лучшие, эффективнее и ярче.

Относитесь к каждому слову как к слову, которое проходит кастинг/конкурс/отбор на право попасть в ваш словарный запас.

Слова, которые я за последние дни насобирал:

Цемент, парус, желатин, экватор, гигиена, базовая прошивка, магистраль, инстинкт — это все слова, которые мы часто употребляем тогда, когда они нужны, но редко как метафоры. К примеру:

— Главной магистралью моего повествования будет эта тема. Господа, нам нужна словесная гигиена. В базовой прошивке каждого человека должен быть навык деловых коммуникаций. Это как желатин, который растворяется в вашей речи и склеивает ее. А сейчас мы подошли к экватору моего выступления — преодолена ровно половина его.

В свои выступления я добавляю слова, которые понятны всем и украшают речь. И я не выгляжу снобом, ученым, заумным человеком, я не вставляю слова, которые непонятны аудитории, а добавляю яркие акценты, эмоциональные триггеры, за которые цепляется мозг, создавая определенные образы. Через образы донести информацию легче, чем при использовании в речи технических терминов.

Мы проложили мостик, зацементировали его — и едем дальше.

Просмотрите этот топик еще раз и подумайте, сколько слов из моего повествования вы могли бы взять себе, чтобы использовать в своей речи.

Я предлагаю вам в течение дня выполнять упражнение «Интеллектуальные фары», даже сделать его выполнение своей жизненной привычкой.

*Если вы человек дела/бизнеса, оратор,
выступающий, вам приходится много говорить,
то это одно из лучших упражнений для вас!*

4.10. Тост

Я долго пытался разобраться, как сделать так, чтобы инструменты обучения: тренинги, программы, мастер-классы были усвоены учениками. По результатам работы моих студентов я могу с уверенностью сказать, что мне это удалось.

Хочу с вами поделиться небольшим ноу-хау, упражнением, в которое я вложил душу. Для любителей прекрасного вина, алкогольных напитков, коктейлей это будет самая, как мне кажется, интересная тема: поговорим о тостах.

ТАК ЧТО ЖЕ ТАКОЕ ТОСТ?

В течение двадцати одного года я модерировал, проводил частные корпоративные мероприятия, произносил сам и слышал много разных тостов. Я слушал их внимательно, потому что меня всегда завораживали их смысловые конструкции, расстановка акцентов. Мне всегда нравились лаконичные, наполненные жизнью, искренние тосты. Мне нравится структура правильных тостов, нравятся красивые слова. С жадностью я записывал

свои мысли и наблюдения за произносившими тосты.

Тост, как и любое другое выступление, делится на три части: начало, я его называю «открывашка», середина — «сердцевина» и финал — главная мысль, кульминация — «закрывашка».

УПРАЖНЕНИЕ «ТОСТ»

Это упражнение поможет вам научиться выступать на безопасной публике и применять знания, полученные в течение дня, включив свои «интеллектуальные фары».

У вас есть семья, у вас есть любимый или любимая, есть друзья в онлайн — или вы один, и у вас есть зеркало (бывают и такие времена в нашей жизни). Ваша задача — практиковаться. Но классно, если это будет кто-то живой.

Пожалуйста, в течение дня подумайте о том, о чем бы вам захотелось сказать тост. Представьте: вечерняя пора, ужин за столом. Это может быть обычный ужин, не с графством и кучей персонала, — нет, представьте, что вы сидите за столом и вдруг произносите: «Я тренирую свое публичное выступление и хочу сказать тост». Вам нужно придумать начало. И пусть начало первого тоста будет простым:

— Семья, не волнуйтесь, я не сошел с ума, я тренирую свое публичное выступление. Я буду это делать каждый вечер в течение некоторого времени. Сегодня я скажу свой первый тост.

В тост нужно войти. После — вы рассказываете о том, что вас беспокоило в течение уходящего дня.

— Сегодня меня подрезали на дороге. Я задумался, почему это произошло и почему это так сильно меня беспокоит.

Далее вы рассказываете историю о ваших размышлениях, а в конце произносите главную мысль и вставляете в вашу речь слово, услышанное в течение дня. Например, вам довелось посмотреть репортаж про природные сорбенты и их использование для очистки сточных вод:

— Что бы ни происходило в жизни и в течение этого дня, главное — возвращаться домой, оставляя все плохое за порогом, а дома наслаждаться и дарить тепло любимым. Спасибо вам, родные, что вы, как сорбент, меня очищаете, а затем наполняете позитивной энергией. Приходя домой, я забываю о том, что есть несправедливость в нашей жизни.

Что мы сейчас сделали? Научились формулировать мысли, в начале — привлекать внимание, в середине — рассказывать истории, а в конце — доносить главную мысль. А еще использовать слова, которые собирали в течение дня, применяя «интеллектуальные фары».

Ведь если вы просто соберете слова и при этом не будете их использовать, то ваш мозг их не запомнит. Так как они из операционной памяти не смогут переместиться в долгосрочную. Поэтому раз — повторили, два — повторили и вставили, как недостающую деталь, как элемент пазла, в ваш

тезаурус/вокабулярий/словарный запас. Так слово станет таким же обычным, как те, которые вы используете в своем речевом обиходе.

Я поднимаю за вас тост, надеюсь, сейчас вы узнали еще один, приятный, веселый и очень продуктивный инструмент для работы над вашей речевой харизмой.

4.11. Опен луп

Обязательно дочитайте эту страницу до самого конца, потому что вы узнаете главный лайфхак: как держать внимание аудитории на протяжении всего вашего выступления. Пожалуйста, только дочитайте до конца, и я его вам обязательно расскажу.

Сейчас, может быть, вы не заметили, я прибегнул к речевой манипуляции, потому что этот топик очень короткий, но в нем рассказывается, как работает инструмент по удержанию внимания аудитории.

ИЗ КАКИХ ЧАСТЕЙ ДОЛЖНА СОСТОЯТЬ ВАША РЕЧЬ?

Первая часть — привлечение внимания аудитории. Представим ситуацию: вы не выступаете на сцене и аудитория на вас не смотрит, но вам надо взять слово и высказаться.

Когда вы учились в школе, вам для привлечения внимания учителя достаточно было поднять руку. Но и на совещании, согласитесь, можно поднять руку, хотя кто-то предпочитает спросить: «Господа,

можно, я скажу?» Вспомните студенческие годы: как только профессор входит в лекторий, наступает тишина.

А кто-то выходит на сцену и молчит до тех пор, пока на него не обратят внимание.

Вторая часть — после того, как вы понимаете, что привлекли внимание, его нужно удержать. Вы смотрите на людей, пробегая глазами по всем лицам.

— Господа, здравствуйте, попрошу минуточку вашего внимания.

Третья часть — донесение до аудитории главной мысли вашего выступления. Вы начинаете говорить то, что действительно хотите, чтобы люди услышали.

И есть четвертая часть, когда вам нужно убедиться в том, что они услышали и поняли все то, о чем вы сказали. Для этого мы всегда задаем вопросы:

— Есть ли вопросы? Мы можем идти дальше?

Вопросы — лучший инструмент для того, чтобы убедиться, услышали вас ваши слушатели или нет.

Повторю:

- 1. Привлечь внимание.*
- 2. Удержать внимание.*
- 3. Донести информацию.*
- 4. Убедиться, что эту информацию у вас приняли.*

Так что же это за инструмент, который позволяет удержать внимание аудитории не только в офлайне, но и в онлайн?

Называется он «ОПЕН ЛУП», и я с вами его проделал в начале своего выступления, еще до того, как приступил к рассказыванию, из каких частей состоит ваша речь.

*Дочитайте до конца, я расскажу вам
главный секрет.*

Этим я привлек ваше внимание к этому топику. ОПЕН ЛУП — я открыл петлю, а теперь, заканчивая свой рассказ об этом инструменте, я говорю вам, что один из самых главных инструментов, самый крутой лайфхак — это ОПЕН ЛУП: в начале рассказываем о том, что в конце, если «обязательно досмотрите», «дослушаете», то «вы узнаете» такой-то и такой-то секрет», либо «вы узнаете», «как я выкрутился из данной ситуации», «как благодаря знакомству я заработал тысячу долларов» или «как один маленький пельмень изменил мое семейное положение». Чувствуете, как я вам накидываю разные варианты?

*Все зависит от темы вашего выступления,
от вашей харизмы, от вашей смелости.
ОПЕН ЛУП — прекрасный инструмент,
пользуйтесь им!*

4.12. Поддержка

Одним из главных инструментов коммуникации и правильного позиционирования себя, да и вообще правильного отношения к людям является так называемая «поддержка». Многие могут путать это понятие с обратной связью.

Обратная связь, как говорим мы в узких кругах, — «не может быть положительной», иначе это не обратная связь, а как раз поддержка.

Поддержка носит только положительный характер, является некоей прослойкой в вашем диалоге между ответами и вопросами, выражается в словесном обращении к собеседнику. Наиболее часто используемая фраза поддержки звучит так: «Спасибо за вопрос».

Попробуем расширить спектр ответов, которые будут служить поддержкой, проявлением заботы о вашем собеседнике, некоей похвалой за то, что он задал вам вопрос:

— Спасибо за понимание, за то, что ты разобрался в теме и задашь мне такие вопросы.

— По твоим вопросам я вижу, что тебе действительно интересна эта тема.

— Спасибо, что своим вопросом ты помог мне задуматься.

— Спасибо тебе большое, что обратил на это внимание, что спрашиваешь меня об этом.

— Как классно, что ты это заметил и задал мне вопрос, по которому я вижу, что тебе реально интересно.

— Спасибо тебе большое за внимание и заботу.

Поддержка — это некая фраза-прослойка, она должна говориться искренне, безусловно, так, как мы умеем, глядя в глаза человеку. И если мы уже начинаем потихонечку вырисовывать конструкцию взаимоотношений, то получается следующая схема:

1. Вы как инициатор диалога задаете вопрос.
2. Оппонент вам отвечает.
3. Вы даете поддержку и опять задаете вопрос.

Или:

1. Вам задали вопрос.
2. Вы даете поддержку, после — отвечаете и задаете вопрос.

Именно данная форма общения между двумя людьми может называться диалогом. Именно так дискутировали и общались Аристотель, Цицерон, гуляя по римским форумам. Именно такое общение

можно считать созидательным, доброжелательным и эффективным. Я стараюсь меньше говорить об ораторском искусстве, о том, как это воспринималось Аристотелем и Цицероном, потому что в нашей современной жизни, ставшей более упрощенной, диалоги часто переходят в средства мобильной связи: в мессенджеры, приложения, интернет-пространство.

Речевая модель повествования и коммуникации упростилась. Поэтому мне бы хотелось, чтобы вы понимали схемы общения и в игровой манере уже сейчас могли бы давать поддержку вашим собеседникам, чтобы могли произнести такие фразы, услышав которые, они искренне бы улыбнулись.

4.13. У кого вы покупаете сами

Данный топик посвящен весьма нестандартной теме, которую нам пришлось анализировать «с чистого листа». Один из крупных банков обратился к нам с запросом на проведение тренинга для их колл-центра, который предлагает определенную услугу. Я сам как потребитель встречал лишь несколько менеджеров по продажам, которые проводили разговор так, что в итоге я приобретал ненужный мне товар. Не хочу делать никому скрытую рекламу и просто скажу, что это было блестяще, такие ситуации запомнились на всю жизнь. Каждый максимально эффективный звонок, во время которого было приятно ощущать себя в позиции потребителя, содержал описанные ниже моменты.

ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ ВО ВРЕМЯ ПРОДАЖИ?

Первое, чего, на мой взгляд, не хватает во время продажи по телефону, это даже не юмор, а смех и улыбка. Такие телефонные разговоры проходят «на серьезных щах», как говорят в моем родном городе.

Это скучно:

— Доброго времени дня, разрешите к вам обратиться.

Это большая дистанция, это обезличенное и даже неуважительное общение, так как собеседник с первых секунд понимает, что это шаблонный скрипт. Что не ему лично позвонили, а какому-то непонятному человеку, которому нужно донести информацию.

Люди любят улыбаться, любят хорошее настроение, озорной голос, харизму. И хороших поводов для улыбки в нашей жизни гораздо меньше, чем поводов задуматься и уйти в себя, поэтому лишний раз заставить человека улыбнуться — это большой шаг к продаже, лучший, нежели формальное общение по скрипту. Многие тренеры по продажам говорят, что скрипты — это плохо, но при этом в своих скриптах лишь меняют слова и формулировки. Мы же сегодня говорим о том, чего не хватает в продажах, что нужно добавить. Итак, первый пункт — это смех. Это улыбка, юмор и легкость в общении.

Второе. Как правило, продавцы не оказывают своим клиентам поддержку. Поддержка, вы уже знаете, — это энергия, это позитивная реакция на слова человека. Не считая случаев, когда слова поддержки говорятся для проформы, без какой-либо искренности: «Да, я вас понимаю, но...» Говоря «НО» — мы отрицаем все, что было сказано до этого, и, значит, фразу «я вас понимаю» можно просто выкинуть. Поддержка должна быть искренней, поэтому слушайте, что говорят ваши

клиенты, и при первой же возможности попытайтесь поддержать их.

Третья ошибка телефонных продаж — это оправдание. Когда продавец начинает говорить:

— Да, я понимаю, но разрешите рассказать, вы не так поняли...

Тот, кто оправдывается, всегда не прав. Если покупатель в чем-то сомневается — это его личное дело, наша цель — донести до него все преимущества товара, при этом оставив конечное решение за ним.

Напоминаем, что решение о покупке люди принимают не только с учетом положительных качеств товара. Чаще всего оно упирается в сумму денег, которую человек готов потратить. Если, например, мне звонят и предлагают сим-карту, я уточняю детали тарифа. И если этот тариф дешевле, чем мой, то я на него обязательно перейду.

Когда ценообразование непонятное, когда предлагают какие-то инвестиции, то обычно клиенты отказываются.

В вашем предложении, во-первых, должна быть указана цена. Во-вторых, человек на том конце провода будет принимать решение благодаря харизме продавца. Прочтите топик про телефонный разговор, помните о тембре, голосе, скорости, поддержке, настроении и юморе. И, конечно же, никаких оправданий!

Признаться честно, я часто покупаю то, что не планирую купить. И если бы таких продавцов, а не предложений (задумайтесь, продавцов, а не предложений!) в своем телефоне я слышал чаще, то тра-

тили бы гораздо больше денег. Мое обращение к компаниям:

— Я готов купить все, что угодно, главное — продайте мне это классно!

4.14. Продажи без продажи

На страницах этой книги я уже неоднократно говорил о коммуникационных продажах, которые строятся на экспертном взгляде, умении задавать вопросы, слушать, ну и, конечно, говорить — о результате, а не о процессе, который будет проделан вами за определенную сумму.

Если не разбирать семантику слова «продажи», то на эмоциональном уровне лично у меня возникает образ чего-то навязчивого. Думаю, это лишь определенная эволюция слова и понятия. Продажи воспринимаются людьми как попытка им что-то навязать, хотя продажи, по-хорошему, это процесс совершения сделки. Я плачу сумму за конкретную услугу либо товар, и в этом нет ничего страшного. Но, тем не менее, люди хотят не продавать, а делать что-то полезное.

КАК ПО-ДРУГОМУ ЭТО МОЖНО НАЗВАТЬ?

Если мы предлагаем аудитории курсы, тренинги, менторство, мы ставим перед собой задачу — анонсировать, информировать людей о существовании

продукта, донести до них выгодность и эффективность нашего предложения.

В «Академии деловых коммуникаций и речевой харизмы» мы ставим перед собой задачу — познать человека с нашим продуктом, а не продать его, мы перекладываем решение о покупке на самого клиента.

По сути, ничего не меняется, кроме риторики и лексики. Но от этого нам гораздо легче в момент совершения продаж. Мы понимаем, что анонсируем, знакомим, предлагаем, соблазняем, мотивируем, возбуждаем человека, если можно так сказать. И у наших сотрудников от этого вырастают крылья, ведь они никому ничего не навязывают.

В продажах всегда есть определенный результат, КРІ. Но продажа проходит мягче у окрыленных сотрудников.

КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ПРОДАЖАМ?

Если вас негативно триггерит, как меня, то попробуйте заменить семантику этого слова.

Никогда нельзя предугадать, как рынок отреагирует на ваше предложение. Мы не знаем, какие факторы будут влиять на человека, с каким настроением и бэкграундом он зайдет в ваш магазин, на что обратит внимание и что на визуальном, аудиальном, смысловом и энергетическом уровнях он почувствует. Ваша задача — настроить эквалайзер таким образом, чтобы все состоялось, и здесь нам помогут психологические установки, а также прекрасный девиз стоиков:

Делай что должен, и будь что будет!

Как коробка шоколадных конфет: не знаешь, с какой начинкой будет следующая конфета.

ЦЕНА НА ТОВАР.

Всегда субъективна. В нее закладывается помимо себестоимости стоимость изготовления товара, рыночные накрутки, налоги и отношение продавца к товару. Чем чаще во время продажи вы будете говорить о важности этой вещи для вас, тем ценнее для покупателя она будет. Если, наоборот, он видит, что эта вещь вам не нужна, например, она давно пылится у вас на балконе, то и его отношение к ней будет соответствующим.

Хотелось бы отметить, что я не тренер по продажам в прямом смысле этого слова, я считаю, что продавать гораздо сложнее, чем научить человека быть самобытным, харизматичным, настроить его визуальный, аудиальный, смысловой и энергетический аспекты.

ПРО ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

Мне бы хотелось дать вам совет не как продавцу, а как покупателю:

Никогда не принимайте первое предложение, даже если оно безумно крутое.

Если покупатель сразу соглашается с ценой, то спустя некоторое время он станет выискивать недостатки в товаре и обязательно их обнаружит.

А продавец, в свою очередь, будет терзаться сомнениями, что недооценил свой товар. Поэтому всегда ждите второе предложение, всегда просите скидку и бонусы. Это делает вам честь как покупателю и показывает ваше уважение к продавцу.



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

4.15. Темная сторона историй

Мне бы хотелось, с одной стороны, разрушить миф о всемогущем влиянии историй, о сторителлинге, а с другой стороны, показать вам те моменты, где сторителлинг действительно может считаться сильным инструментом повествования и аргументации.

Для того, чтобы осознать, где использовать историю, а где не стоит, нужно понимать, что мы можем выступать, разговаривать, находиться в коммуникации с людьми совершенно разного уровня осведомленности о какой-либо теме.

Есть люди, которые разбираются в теме на уровне аналитических навыков, на профессиональном уровне, они уже многое знают и с интересом слушают вас.

Есть люди, которые мало знают, но очень хотят научиться. Таких меньшинство. Представьте: человек, который буквально недавно совершенно не разбирался в теме, увлекается ей настолько, что начинает интенсивно заниматься/работать — и за год становится уже профессионалом в выбранной им сфере деятельности.

Есть люди, которые мало что понимают и не хотят разбираться в деталях. Рассмотрим эту ситуацию на бытовом уровне: девушка увлеченно, со всеми подробностями рассказывает о маникюре своему молодому человеку, тогда как мужчине эта тема абсолютно неинтересна, слушать о маникюре ему совсем не хочется.

Есть люди, которые являются экспертами, они много знают, но тема, о которой им рассказывают в данный момент, для них неважна. К примеру, квалифицированного врача широкого профиля может не интересовать тема диагностики гриппа, потому что он решил заняться только пластической хирургией и уволился из многопрофильной клиники.

Я привел здесь примеры разных категорий людей, с которыми мы общаемся. Попробуем теперь разобраться, что можно еще использовать в качестве аргументации помимо рассказывания историй.

Ранее мы говорили о кейсах. Кейс, на мой взгляд, является синонимом истории, только история содержит множество нюансов, эмоционально более окрашена. Рассказ кейса, в отличие от истории, нацелен на демонстрацию результата, описывает порядок действий для решения конкретной задачи.

Помимо истории и кейса есть еще мнение эксперта. Считаю, что с того времени, когда социальные сети заняли лидирующие позиции в сфере коммуникаций, мнение эксперта стало размытым. Наблюдая за тем, сколько продуктов покупается у недобросовестных поставщиков, в недобросовестных компаниях, могу с уверенностью сказать, что люди не могут отличить эксперта от

неэксперта. Тем не менее мнение эксперта до сих пор является одним из важных видов аргументации. Также люди обращают внимание на статистику. Приведу пример: из десяти девушек, кому я предложил со мной поцеловаться, восемь поцеловались — хорошая статистика! Итак, это статистика. Она носит численный характер.

А ВРЕТ ЛИ СТАТИСТИКА?

Кто-то утверждает, что есть три вида вранья. Это ложь во благо, ложь во вред и статистика. Давайте рассуждать о том, что статистика, например, в медицине очень важна. И статистика при строительстве зданий важна. Возможно, она не так важна в парикмахерском искусстве, но в большинстве серьезных технических ситуаций является важным аргументом.

Ну и, конечно же, один из моих любимых аргументов — логика, когда мы можем что-то понять, когда мы приходим от большего к меньшему, от неизвестного к известному, когда мы человеку на простых примерах и рассуждениями можем в рамках его туннельной реальности, его кругозора, мировоззрения доказать какую-то историю.

— *Смотри! Было так, а стало так. Если стало так, то будет это. Согласен?*

— *Согласен.*

Поэтому можем выделить, что логика, сторителлинг, статистика и мнение эксперта являются четырьмя видами аргументации.

Я думаю, что теперь, зная всю палитру слушателей и палитру аргументаций, вы научитесь выбирать правильные аргументы для правильной аудитории. Например, рассказывание историй с элементами юмора перед теми людьми, которые ничего не хотят знать, будет гораздо более эффективным приемом, чем перед аудиторией профессионалов, которые уже много знают и хотят еще глубже погрузиться в те или иные аспекты вашей темы. Рассказывать им истории? Они сами вам их расскажут кучу! А вот логика и статистика станут для них более весомыми аргументами. Обращайте на это внимание.

*Если решите рассказать историю,
помните о правиле трех «и»:
любой ваш рассказ должен содержать
историю, иронию и искренность.
Спасибо!*

4.16. Ты мне все расскажешь

Один из главных навыков, который мы прививаем студентам Академии, — это умение задавать вопросы. Добавим к этому аутентичное слушание, созидательное говорение, умение отличать факты от мнения о фактах.

Здесь нам бы хотелось перечислить главные ошибки, которые допускают наши обучающиеся.

ЛЮДИ ЧАСТО ЗАДАЮТ ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ.

Мы всегда говорим, что есть вопросы opening и closing. То есть открывающие и закрывающие. Они не сами по себе открытые и закрытые, а что-то открывают либо закрывают.

Когда мы задаем закрывающие вопросы, думаю, все вы знаете, что если при этом ответ односложный, то, в принципе, разговор далеко не уйдет.

Использовать закрывающие вопросы можно, например, когда вы говорите: «Ну все, мы подписываем контракт?» Следовательно, устраивают ли вас условия или нет? В этом случае — можно. А если вы хотите получить от собеседника больше

информации, то нужно задавать открывающие вопросы. Это важно.

ВАРИАНТЫ ОТВЕТА В ВОПРОСЕ.

Если вы задаете открывающий вопрос и хотите узнать от собеседника его личное мнение, то не стоит давать ему варианты ответа. Такое бывает тогда, когда мы задаем вопрос и сразу же предлагаем варианты:

— А что бы ты хотел поесть? Может быть, супу поедим, а может, мясо?

Если спрашиваете, что хотите поесть, то дайте возможность отвечающему найти свой вариант и произнести его.

Есть правило: когда существует несколько вариантов ответа, мы всегда добавляем «что-то еще».

— Что бы ты хотел поесть? Ты бы хотел поесть суп, либо салат, либо что-то еще?

ЛЮДИ СНАЧАЛА ЗАДАЮТ ВОПРОС, А ПОТОМ ДАЮТ ПОЯСНИТЕЛЬНУЮ ЗАПИСКУ.

То есть задав вопрос, вы казалось бы, передали мяч, и человек должен уже ответить, но часто люди задают вопрос, а после — рассказывают прелюдию о том, как и что произошло, рассказывают ситуацию, которая побудила их задать этот вопрос. Рекомендую приучить себя сначала рассказывать

прелюдию, а после — задавать вопрос, потому что после него вы должны замолчать, чтобы дать человеку возможность ответить. Это важно.

ЗАДАВАЯ ВОПРОС, ЛЮДИ ЧАСТО ОТВЕЧАЮТ НА НЕГО САМИ.

Часто приходится слышать такое, когда люди задают вопрос, сами же на него отвечают, а после уточняют: «А ты как считаешь?». Такая конструкция не совсем правильная: вы всегда получите больше информации, знаний, совершите открытия, если сами не будете отвечать на свои же вопросы.

Но почему-то кажется, что негласно принятое многими правило гласит: нужно сначала ответить на свой же вопрос, а потом спросить, что думает собеседник.

Если вам и впрямь интересно, что он думает, то задайте ему вопрос и не говорите больше ни слова.

Помните, люди всегда охотно отвечают на ваши вопросы, если вы обращаетесь к ним за помощью.

— Помоги, пожалуйста, мне разобраться. Не мог бы ты мне объяснить... Пожалуйста, помоги.

У людей есть свойство чаще говорить «да», что означает — не отказывать.

КАК ЗАХВАТЫВАТЬ РУЛЬ ВО ВРЕМЯ РАЗГОВОРА?

Кто задает вопросы, тот управляет разговором. Но как быть, когда вы приходите туда, где вам задают вопросы? Для этого случая существует вопрос-

захват. К примеру, вам задали вопрос, вы на него ответили, а потом и вы задаете вопрос:

— *А как вы считаете?*

или

— *Что это значит для тебя?*

или

— *Что побудило вас задать мне этот вопрос?*

Важно задавать вопросы, даже если данный формат, к примеру, интервью, этого не подразумевает. Тот, кто задает вопросы, управляет разговором. Это важно запомнить и использовать.



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

4.17. Пошутить, умоляю

При работе над этой книгой я помнил три главных правила: книга должна быть понятной, интересной в прочтении и дающей быстрые результаты.

Как человеку амбициозному мне бы хотелось, чтобы произведение было наполнено разными топиками касаясь визуального, аудиального, смыслового и энергетического восприятия вас.

Когда вы общаетесь с людьми или выступаете на сцене, вы себя презентуете. Неотъемлемой частью вас, вашего позиционирования и вообще коммуникации двух людей либо спикера и аудитории является улыбка. Возьмем шире — юмор.

На эту тему написано много книг, и я, признаться честно, в ней не сильный эксперт, однако у меня есть врожденное чувство юмора, которое мне часто помогает во время выступлений.

Дано природой — вот я и шучу.

Но вам-то нужны прикладные инструменты. Поэтому я попросил написать этот топик своего друга, члена и тренера «Академии деловых комму-

никаций и речевой харизмы», участника Высшей лиги КВН, на мой взгляд, официального голоса КВН, автора фразы:

Не важно, что я говорю, важно, как я говорю.

Кирилл Лопаткин.

Человек с блестящим голосом,
мастер звучания, актер, юморист.

Постарайтесь прочесть и применить все, что вам будет рекомендовать Кирилл, так как юмор — неотъемлемая часть коммуникации и общения между спикерами и аудиторией.

*Улыбайтесь, господа,
передаю слово Кириллу.*

ЮМОР В НАШЕМ ОБЩЕНИИ.

Когда я говорю о юморе в общении и выступлениях, я вспоминаю двух значимых для меня людей. Первый — это Цицерон, великий античный философ и оратор, второй — генеральный директор, продюсер ТНТ, с которым у меня несколько лет назад состоялся довольно запоминающийся разговор.

Задолго до возникновения КВН, стендап-шоу, приколов в интернете и мемов в своем учении об ораторском искусстве Цицерон писал:

*Оживляй речь юмором. Тогда ты удержишь
внимание слушателей.*

В наше время крылатую фразу про юмор произнес генеральный директор ТНТ:

*Не бывает несмешной шутки,
бывает шутка неуместная.*

Это выражение я теперь везде повторяю и на него всегда ориентируюсь.

Каждая шутка смешная, надо просто знать, куда ее поместить. Своевременный и уместный юмор не только разряжает обстановку, но и, как это ни странно звучит, укрепляет кредит доверия, авторитет, хотя многим кажется, что, шутя, мы выглядим как-то неуместно — и это может снизить нашу серьезность. Нет. Но важно помнить, что если какая-то шутка сработала при общении со студентами или друзьями, не факт, что она будет актуальной на встрече с вашими потенциальными клиентами или на деловом обеде с партнерами.

Таким образом, у каждой единицы юмора есть два критерия: актуальность и ценность с точки зрения смеха. Здесь важно заметить, что первый критерий — актуальность — имеет большее значение.

Когда вы будете где-то выступать и неуместно пошутите, может произойти один из двух вариантов событий.

1. Если шутка была заготовлена заранее и прозвучала неудачно, то уважения у людей к вам будет меньше.
2. Если вы только что придумали эту шутку, пусть даже неудачную, и люди знают, что это импровизация, кредит доверия от слушателей будет больше. И уважать вас будут больше.

Природу юмора человечество пыталось определить довольно давно: на эту тему написано много трудов и книг. В качестве слова, объясняющего суть юмора, я бы назвал «парадокс», то есть несоответствие. И здесь мы подходим, на мой взгляд, к самому корню любого проявления юмора. Умение шутить — это не только про остроумие.

КАЖДОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ ЮМОРА — МАЛЕНЬКИЙ АКТ СМЕЛОСТИ.

Это выход мозга из шаблонного мышления, которое является комфортным состоянием для него. Тем более во время выступления, потому что это жуткий стресс.

В нашей Академии мы говорим своим ученикам, что у выступлений нет никаких сценариев и незыблемых рамок, конечно, если это не протокольные мероприятия. В остальных случаях вы сами рисуете итоговую картину общения. И насколько видит ваш глаз и слышит ваше ухо, настолько вы, как внимательный художник, сможете куда-то встроить юмор. Юмор происходит на сломе привычных реакций, и многие шутки строятся на парадоксе, несоответствии, когда люди этого не ждут — в этом их ценность.

Как я уже писал, публичные выступления — это стресс. И стресс в первую очередь для того, кто выступает.

Научно доказано, что смех снижает главный гормон стресса, подавляющий любые креативные способности. И, кроме этого, смех позволяет выйти из состояния самобичевания, неудовлетворенности от своих выступлений, от своих слов.

Как говорится, семь раз отмерь — один раз пошути. Несмотря на все очевидные плюсы юмора, он, безусловно, не является панацеей и решением всех проблем. Это достаточно сложный инструмент, которым надо уметь пользоваться. Вы должны помнить, что любая шутка и юмор должны быть сказаны, написаны, созданы доступным и простым языком. Тогда люди легче их воспримут, так как будут понимать, что вы имеете в виду.

Вся информация в вашей шутке должна быть хорошо знакома слушателям. В начале этой темы я упомянул двух людей: Цицерона и генерального директора ТНТ. И если бы я сейчас выступал перед вами, то произнес бы такую шутку:

— Когда мы будем отмечать выход этой книги, главное — не слишком хорошо отметить, иначе я лично встречу с Цицероном, а вот с генеральным директором ТНТ встретиться не получится.

Это хорошо знакомая вам информация, так как я уже об этом говорил. И в то же время довольно простая и понятная: если мы будем хорошо отмечать, то я, конечно же, не пойду на встречу с уважаемым человеком, но Цицерона в своих фантазиях вполне смогу увидеть.

Старайтесь применять насмотренность и наслушанность, но при этом изучайте не только хороший юмористический контент, чтобы понимать, как надо шутить, но и неудачный, чтобы запомнить, как шутить не надо.

И, конечно, старайтесь придумывать и брать за основу для ваших шуток что-то новое и актуальное, потому что остроты старых философов и писателей,

их высказывания будут звучать тяжеловесно и, скорее всего, неуместно.

Естественно, в любом юморе есть определенные табу и некоторые неуместные шутки, связанные, например, с расизмом, шутки «ниже пояса». Избегайте их, и тогда вы действительно сможете расположить к себе многих людей и завоевать доверие своих слушателей, где бы вы ни были.



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

4.18. Страх публичных выступлений

При создании этой книги я, конечно же, не мог пропустить разговора о страхе публичных выступлений, непосредственно зажимах, с ним связанных, и хотел бы высказать свое мнение по данному вопросу. Я думаю, это одна из самых популярных тем, связанных с ораторским искусством. Я также слышал, что страх публичных выступлений — второй после страха смерти.

КАК ОТНОСИТЬСЯ К СТРАХУ?

Поговорим о том, что страх — это в первую очередь ваш помощник. Конечно, если он у вас есть, если вы его признаете и не считаете его некоей иллюзией, которую вы сами создаете.

Если у вас действительно есть страх, то относиться к нему надо не как к чудовищу, а как к помощнику. Страх провоцирует выброс адреналина, который влияет на то, насколько розовые ваши щеки, насколько кровь насыщается кислородом и приливает к связкам, насколько активно начинает работать ваш мозг. Я, как человек практичный,

могу порекомендовать вам использовать для проработки ваших страхов проверенные техники, где страх не подавляется, а трансформируется в позитивном ключе, чтобы вы могли его использовать для общения и коммуникации с другими людьми.

Важно понимать, что страх публичных выступлений, если давать ему какое-то определение, — это внутренний ребенок. Это самая нежная, самая ранимая, самая беззащитная часть нашей личности, именно поэтому с ним нельзя бороться, переступать через него, прибивать гвоздями к полу. Когда в следующий раз вам будет страшно, вы просто отнеситесь к этому страху как к вашему внутреннему ребенку, с пониманием того, что это часть вашей личности.

А ЕСЛИ У МЕНЯ СТРАХ СЦЕНЫ?

Проведите эксперимент сами либо поверьте моему внутреннему исследованию, а также опыту наших тренеров, которые работают в «Академии деловых коммуникаций и речевой харизмы». Дело заключается в том, что, как правило, люди не замечают вашу нервность, и лишь немногие могут определить степень вашего волнения. Ошибочно предполагать, что все сидят в зале и видят, как вы волнуетесь. Это значит, что причин для страха как минимум на одну меньше.

Бывают действительно волнительные ситуации, когда даже коленки трясутся. Например, вы говорите слова любви своей будущей супруге в загсе или произносите важную речь со сцены — и при этом можете переволноваться. Но, поверьте, люди в зале отнесутся к этому с пониманием, потому что на

вашем месте они испытывали бы то же самое. Таким образом, страх на сцене можно признавать, и в этом нет ничего страшного.

НО ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ КОНКРЕТНО ВАМ?

В первую очередь, необходимо проанализировать выступление: будь то отснятый сторис, записанная на диктофон встреча, смонтированное видео вашего выступления на сцене. Благодаря лайфхакам, инструментам на визуальном, аудиальном, смысловом и энергетическом уровнях, которые описаны в этой книге, вы можете настроить ваш эквалайзер и понять, какой рычажок нужно опустить, а какой поднять. От слов-паразитов и запинок до мимики и жестикуляций — можно все разложить по полочкам и проанализировать. Вы сами себе можете стать учителем, тренером на этом уровне.

Еще раз прочитайте эту книгу, выпишите все инструменты либо пересмотрите видео и проведите некий чек-ап своего выступления.

Также мне бы хотелось дать вам некоторые советы и уловки, как бороться со страхом и переживаниями при публичных выступлениях, да и в целом в разговорах с людьми.

Во-первых, не должно быть никакой фальши. Неискренность легко разгадать: при переживаниях вас будут выдавать мимика, жестикуляция, тело, голос. Не надо прикрывать свое волнение, просто примите его как данность. Во-вторых, во время выступления не нужно ничего воспринимать на личный счет: никаких вопросов, замечаний, криков. Люди иногда хотят привлечь к себе внимание и не находят ничего лучше, кроме как навредить

другому. При этом лично к вам у них претензий, я думаю, нет. Поэтому не обращайтесь внимания, не слушайте замечания и смотрите на оппонента как на маленького внутреннего ребенка — ну не будете же вы ругаться с малышом. Даже собака не будет кусать дитя, треплющее ее за ушко. Поэтому не принимайте на личный счет выкрики из зала, люди кричат не про вас, а про себя.

Помните, что каждый раз, выходя на сцену, вы учитесь чему-то новому. Важно понимать, что в данный момент вы работаете не только на результат выступления или встречи, что каждый такой разговор — это тренировка для будущих коммуникаций. Относитесь к этому не как к финальному вердикту ваших умений, а как к процессу обучения.

Во время выступления старайтесь избегать любых физических барьеров между вами и аудиторией. Это могут быть кафедры, столы, подиумы, стулья — лучше их убрать. Для более успешного монолога или диалога предпочтительнее организовать свободную зону.

Помните про зрительный контакт, про внутреннюю энергетику. В идеале она должна «долететь» до ваших слушателей. Если не знаете правильного ответа на заданный вам вопрос, не стоит отвечать наобум. Вы всегда можете предложить вернуться к этому вопросу позже «в связи с необходимостью его детальной проработки» или переадресовать его аудитории, так как «на этот счет существует много разных точек зрения», — это позволит разобраться с ответом и усилит взаимодействие со слушателями. Формулировок много, вы можете придумать свою, но, главное, не старайтесь выкрутиться.

И никакой фальши. Хорошо, если в зале есть ваши друзья, — установите с ними зрительный контакт, это позволит почувствовать себя в кругу близких. Если же вы чувствуете, что вот-вот взорветесь, возможно, вам поможет фотография ваших любимых на планшете. Подсматривая на нем текст выступления, вы будете всегда видеть лица тех, кто вам дорог, и невольно успокаиваться.

Помните, что есть события — и есть отношение к этим событиям. Только исходя из отношения строится ваша реакция. К примеру, вы переживаете из-за неудачного выступления, думаете, что все пропало. Это ваше отношение, на основе которого вы строите свою реакцию. События уже не изменить, но можно посмотреть на них как на что-то клевое, как на возможность попробовать новое, получить удовольствие. Помните, что в жизни все относительно, и вам решать — в каком свете принимать эту относительность.

Формируйте правильное позитивное отношение — и ваши реакции будут нравиться вам и еще больше — вашему окружению.

ОБ АВТОРЕ



Денис Решетов

- Основатель «Академии деловых коммуникаций и речевой харизмы».
- Эксперт-практик в области корпоративных коммуникаций.
- Исследователь современных коммуникаций и их влияния на бизнес-результат.
- Консультирует топ-менеджеров ведущих российских и зарубежных компаний, является речевым наставником бизнеса.
- Модератор крупных общественно-политических и корпоративных мероприятий.
- Готовит спикеров к конференциям «Право.ру», «Коммерсант», «Ведомости» и Forbes, а также к записям интервью и съемкам онлайн-курсов.
- Регулярно выступает на крупнейших форумах страны и является автором статей в профильных СМИ.
- Приглашенный преподаватель РАНХиГС.

- Являясь сторонником философии *lifelong learning*, непрерывно повышает свои профессиональные и личные компетенции.
- Сертифицированный коуч ICF.
- Провел более 500 тренингов и мастер-классов за 10 лет практики по авторским программам:
«Речевая харизма для бизнеса»,
«Коммуникации по новым правилам»,
«Речевая режиссура для юристов».

Состоит в клубах и ассоциациях:
«Клуб Лидеров»,
Ассоциация спикеров СНГ,
Международная Ассоциация русскоговорящих коучей.



АКАДЕМИЯ ДЕЛОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
И РЕЧЕВОЙ ХАРИЗМЫ

*Академия деловых коммуникаций и речевой харизмы —
образовательная среда для развития системных
корпоративных коммуникаций и культуры общения.*

Мы обучаем эффективно выстраивать коммуникации с представителями всех уровней корпоративного управления и помогаем достигать поставленных профессиональных задач:

- Развитие и рост компании.
- Сокращение временных потерь.
- Повышение лояльности целевых аудиторий.
- Укрепление коммуникаций всех уровней менеджмента.
- Минимизация потерь и ошибок в коммуникациях.

КАК МЫ РАБОТАЕМ

- Придерживаемся собственной методологии. Учебный процесс Академии строится на авторской программе, разработанной экспертами Академии и одобренной Министерством Образования РФ.
- Внедряем системный подход к коммуникациям. В Академии мы придерживаемся системного трансдисциплинарного подхода, который позволяет раскрыть новые возможности в корпоративных и межличностных коммуникациях.

- Делимся эксклюзивными кейсами.

Экспертиза преподавателей Академии охватывает многолетний опыт в российских и зарубежных компаниях. Современные международные методики адаптированы под российские реалии.

- Налаживаем сотрудничество и расширяем контакты. Слушатели, успешно завершившие обучение по выбранной программе, могут рассчитывать на сотрудничество с компаниями-партнерами и экспертами Академии.

- Закрепляем навыки с первого занятия.

Слушатели Академии применяют полученные знания на практике с самого начала обучения. Это помогает взять максимум от выбранной программы и обрести уверенность в своих силах.

ПРОГРАММЫ АКАДЕМИИ

- Коммуникационные продажи и переговоры.
- Внутренние коммуникации.
- Управление проектами.
- Стратегическая сессия.
- Деловые коммуникации.
- Публичные выступления и речевая харизма.



<https://academiacomm.ru/>

*Выдана лицензия Министерства образования РФ
на образовательную деятельность.*

Издание для дополнительного образования

Денис Решетов

НАСТРОЙ НА ОБЩЕНИЕ

Как понимать людей
и располагать их к себе

Выпускающий редактор: *М. Левицкая*

Редакторы: *А. Шарова, А. Яковлева*

Корректоры: *М. Крылова, А. Шарова*

Компьютерная верстка: *Проект Livres*

Livres

Livres

livres@livres.ru

Формат 84x108/32. Подписано в печать 28.09.2022 г.

Гарнитура «SangBleu». Усл. печ. л. 6.

Тираж 1000 экз.

12+

Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ 29.12.2010 г.)

Отпечатано:

ООО «Центр полиграфических услуг «РАДУГА»,

117105, г. Москва, Варшавское шоссе д. 28А.

т. (495) 252-75-10

ISBN 978-5-6046921-1-0

