

Меруерт Жунусбек

ИСКУССТВО

10 простых шагов

РАЗГОВАРИВАТЬ

**Как увлекать и убеждать
слушателей**

ОТ АВТОРА МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ КРАСНОРЕЧИЮ И ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ «ГОВОРЯЩЕЕ ПЕРО»



Меруерт Жунусбек
**Искусство разговаривать: 10
простых шагов. Как увлекать
и убеждать слушателей**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=65509852

*Искусство разговаривать: 10 простых шагов. Как увлекать и
убеждать слушателей / Меруерт Жунусбек: Интеллектуальная
Литература; Москва; 2021
ISBN 9785907394902*

Аннотация

Силу речи сложно переоценить. Если вы умеете говорить кратко, убедительно, учитывая особенности вашей аудитории, вы гораздо быстрее достигаете своих целей. «Но я же не оратор, я предприниматель», – возразит кто-то. Или: «Мне этого не дано от природы» – еще одно частое возражение.

Во-первых, и лидеру компании, и начинающему карьеристу, и даже маме-домохозяйке навыки четкой, структурированной речи точно пригодятся в жизни. А во-вторых, этому можно научить и научиться. Доказательством тому служит эта книга, написанная профессиональным оратором и спикером, среди клиентов которой – и опытные бизнесмены, и молодые менеджеры, и госслужащие, и даже имамы. Здесь вы найдете четкие и

конкретные инструменты, с помощью которых сможете изменить мировоззрение любого собеседника в любой ситуации, даже если вы от природы и не оратор.

Для этого автор предлагает простую и ясную схему из десяти шагов с многочисленными примерами из практики и заданиями в конце каждой главы (выполнять – обязательно!). Вы научитесь выстраивать грамотную мотивацию своей речи и внутреннюю уверенность, выбирать слова и приемы с учетом убеждений и настроений аудитории, готовиться к выступлению и не теряться непосредственно в его ходе. Также вы узнаете о самых частых ошибках начинающих спикеров и получите арсенал техник для самых смелых ораторов.

Как говорит сама автор, ее книга, как и любое знание, – это семена. И если вы действительно хотите приложить усилия и научиться приводить сильные аргументы, оказывать влияние на коллег, красиво упаковывать и правильно преподносить свои идеи, то эти семена дадут отличные плоды!

Содержание

Предисловие	7
Много опыта и мало денег	9
Магия без волшебства	11
Введение	13
«Говорящее перо»	20
Первый шаг	26
Второй шаг	29
Шаги к результату. Разберем на реальных примерах	32
Конец ознакомительного фрагмента.	36

Меруерт Жунусбек

Искусство разговаривать: 10 простых шагов. Как увлекать и убеждать слушателей

Руководитель проекта *С. Цоцериа*

Литературный продюсер *А. Сенаторов*

Редактор *А. Смьшляева*

Корректоры *Е. Тимошкина, Е. Якимова*

Компьютерная верстка *Б. Руссо*

Дизайн *А. Маркович*

© М. Жунусбек, 2021

© Оформление. ООО «Интеллектуальная Литература»,

2021

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, за-

прещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

*** * ***

Эта книга посвящается папе и маме. Без вас не было бы ни меня, ни этой книги... и много чего другого прекрасного, что происходит со мной. Благодарю и люблю!

Предисловие

Мир, разделенный на две части

Коронавирусная пандемия провела четкую границу, обнажив социальный нарыв, который до этого еще как-то можно было скрывать. Что именно выяснилось? Есть два типа людей: те, кто **ВЛАДЕЕТ НАВЫКОМ СЛОВА**, и те, у кого он отсутствует.

Прежде чем рассказать об этом чуть подробнее, я прошу вас задуматься об одной теме. На протяжении тысячелетий в смысле достижения результата ничего особо не меняется. Люди, которые умеют доносить свои мысли до публики, получают все. Деньги, славу, уважение, преданных поклонников и так далее. Тактические инструменты донесения слова меняются, да. Раньше римские сенаторы упражнялись в мастерстве убеждения, соревнуясь друг с другом. А теперь семнадцатилетние активные парни и девчонки снимают видео для TikTok, и да – они тоже доносят свои мысли до аудитории (зачастую миллионной). Держу пари, что еще через пару тысяч лет ничего принципиально не изменится – владеющий словом будет владеть миром.

Тот, кто ясно формулирует и четко доносит нужные смыслы, – получает все.

Вот чем действительно наши времена отличаются от про-

шлых эпох, так это тем, что столь необходимый навык публичных выступлений можно в себе раскрыть, прокачать и наработать в относительно короткий срок.

Теперь о том, с чего я начал, – о социальном нарыве. Что за проблема такая? Когда вирус ударил со всей своей силой по привычному укладу жизни большинства людей в мире, стало ясно, что старые модели перестали работать. В панике многие резко перевели свою деятельность в онлайн-режим. И тут выяснилось, что сам этот «онлайн» не очень-то и ждал новых активистов. Люди четко поняли, что просто объявить: «теперь я есть в сети», – недостаточно.

Современная публика избалована вниманием и привыкла получать многое моментально и бесплатно. Значит ли это, что продавать товары и услуги через интернет невозможно? Разумеется, нет. В кризис появилась особая категория экспертов, которые стали зарабатывать в разы больше. Что их отличает от остальных? Думаю, вы уже догадываетесь.

Да, они способны подсветить причины работать именно с ними и делают это таким образом, что публике самой хочется приобрести их продукты. Банальная, но как нельзя лучше подходящая фраза – «это не они продают, а у них покупают».

Много опыта и мало денег

Скажите, у вас есть знакомые, которые занимаются своим делом много лет или даже десятилетий? И при этом ценник на их товары и услуги не меняется годами. Знаете таких? В это же время можно видеть, как молодые и наглые (не имея зачастую даже пятой части их опыта) активно продвигаются и завоевывают внимание аудитории.

Мое мнение: единственное, что нужно прокачать в этой ситуации, чтобы догнать и перегнать, – это навык публичных выступлений.

Что сюда входит? Любое появление на публике. Не нужно даже представлять сцену и зрительный зал. Сегодня любой ваш аккаунт в социальных сетях – это и есть сцена. В наше время мы с нее не сходим и обязаны обладать навыком общения с публикой.

- Прямые эфиры в Instagram
- Видео в TikTok
- Планерки с коллегами
- Зум-переговоры
- Вебинары
- Собеседования
- Дебаты всех мастей
- Интервью (вы берете или у вас)
- Конференции

- Комментарии для СМИ
- Тренинги и семинары
- Коучинг

Вот лишь неполный список того, для чего вам пригодится книга, которую вы держите в руках. Точнее, не сама книга, а системное решение, которое ее автор упаковал под одной обложкой.

Магия без волшебства

У Меруерт есть одна особенность: после общения с ней ты еще некоторое время пребываешь в приподнятом настроении. Как это получается – для меня долгое время было загадкой. Сначала я думал, что все дело в ее улыбке. Есть же такие обаятельные люди, которые очаровывают вас, просто посмеявшись над шуткой. Но здесь дело явно глубже и сложнее. Следующая моя попытка понять, в чем «магия», – это предположение, что мы с ней просто на одной волне. Знаете, как это бывает, да? Вот встречаешь человека – и как будто знаком с ним уже много лет. Но и это, как я думаю, неправильная версия. Почему? Дело в том, что так же, как и я, рядом с Меруерт чувствуют себя вообще все.

Поиски мои завершились, когда я, словно герой «Алхимика» Паоло Коэльо, вернулся на место, откуда начал свой путь. Правда оказалась на поверхности: мы влюбляемся в то, как она говорит. Оригинальный коктейль из ясных смыслов, мелькающих интонаций и бархатного тембра – вот что получает каждый, кто имел счастье пообщаться с автором этой книги.

Но самое волшебство не в этом. Оно в возможности все это передать. Ученики Меруерт добиваются феноменальных результатов: увеличивают охваты, продвигают свои продукты, зарабатывают больше остальных.

У меня как у литературного продюсера не было никаких сомнений в том, что эта книга необходима людям. Ведь мы всегда ищем системное решение наших проблем. Не заплатку, которая завтра отвалится, а работающую формулу, дающую устойчивый эффект.

Если бы вы видели, с какой скрупулезной дотошностью Меруерт «допиливала» каждую строчку этого произведения, вы бы поняли ее отношение к делу – либо на 5+, либо вообще не надо (хвала небесам, что наградили меня ангельским терпением).

В завершение этого вступления разрешите дать вам рекомендацию. Включитесь в книгу на сто процентов. Если вы видите советы и упражнения – сразу внедряйте в жизнь. Мы все каждый день коммуницируем с другими людьми – нехватки в практике не будет!

Приятного чтения!

Артём Сенаторов,

писатель, литературный продюсер

Введение

О чем эта книга и почему она появилась

Не знаю ничего прекраснее, чем умение силою слова приковывать к себе толпу слушателей, привлекать их расположение, направлять их волю куда хочешь и отвращать ее откуда хочешь.

Цицерон

Все мы родом из детства... Так говорят не зря. Наш путь, наша судьба, наша жизнь – все это закладывается, предопределяется именно в наши детские годы. И иногда, спустя целую вечность, ты вдруг останавливаешься, вспомнив какой-то эпизод из далеких и беззаботных школьных лет, и понимаешь: а ведь он случился неспроста, и то незначительное, как тогда казалось, событие стало толчком к чему-то важному, главному, определяющему...

Мне это знакомо. Недавно, уже будучи востребованным спикером, известным в своей стране, я вдруг вспомнила случай, произошедший много лет назад.

Я училась тогда в русской школе. Помню, как-то шла по коридору и увидела объявление:

Класс, который соберет наибольшее количество макулатуры, поедет на экскурсию по нескольким

Уже тогда, пятиклашкой, я очень любила путешествовать, поэтому сразу зацепилась за это объявление и побежала в класс:

– Ребята, у нас есть возможность всем вместе поехать в путешествие, если соберем больше всех макулатуры!

Сразу послышались возражения: дескать, откуда возьмем столько? Но меня поддержала близкая подруга. Она, оказывается, знала, где можно пожить макулатурой: на Нювджамбулском фосфорном заводе. И вот мы, несколько девчонок, собрались и поехали. Я все думала: как мы будем просить, у кого? Решили, что для начала просто пройдемся по кабинетам.

Заходим в административное здание, открываем первую же дверь и... просим макулатуру. У взрослых – огромные глаза:

– А кто вы такие? Из какой школы?

– Из сорок второй, – отвечаем.

– Значит, не из нашей, мы тридцать пятую курируем.

Стали мы думать, как их уговорить. Целый час продолжали ходить и ко всем приставать. Наконец нашлась добрая женщина, которая направила в другой кабинет со словами: «Вот тут люди решают по поводу макулатуры». Нас повели на самый верхний этаж, открыли двери – а там куча макулатуры! Как это все забрать, вынести? Понимаем, что теперь у нас новая задача, еще сложнее первой. Опять обращаемся

к той женщине:

– Спасибо за макулатуру, но теперь надо ее забрать, нужен транспорт.

И снова она нас отправляет в какой-то кабинет. Дайте, говорим, транспорт. Взрослые, солидные дяди, сидевшие там, не отреагировали. Они еще не знали, с кем связались! Мы продолжали упрашивать, но результата не было. И тогда одна из нас придумала: будем сидеть тут до последнего и петь песни! Представьте: трое мужчин обсуждают за рабочим столом что-то важное, а мы концерт устраиваем на три голоса. Довели их до того, что они дали автобус. И загрузили туда всю нашу макулатуру... около двух тонн, можете представить?

Вот тогда я поняла, насколько велика сила слова. Для того, кто умеет правильно ее применять, нет ничего невозможного.

А путевку нам, представляете, так и не дали... Это было обиднее всего, зато опыт приобрели запоминающийся: три обычные пятиклассницы простым словом добились своего!

* * *

В школе я была активисткой. Участвовала в КВН, стремилась на сцену. Когда наша учительница по литературе, Людмила Григорьевна, спрашивала у нас стихотворение, заданное на дом, я всегда первой поднимала руку, чтобы выйти и рассказать его наизусть. Мне нравилось декламировать с ин-

тонацией, с подачей, видеть удовлетворение в глазах строгой преподавательницы, которая очень любила свой предмет и мне эту любовь передала.

Людмила Григорьевна ценила меня. Иногда даже говорила:

– Выходи в коридор, принимай у ребят стихи и ставь оценки.

Вот так уже в седьмом классе я завладела полномочиями учителя благодаря тому, что умела хорошо говорить. В классе меня заужали...

Уже потом, в тридцать лет, когда я размышляла, чем стану заниматься дальше, вспомнила тот школьный опыт и поняла, что люблю это делать, умею... В итоге выбрала профессию бизнес-тренера по силе слова.

И у меня все получилось! Теперь, видя мой успех, многие спрашивают: можно ли этому научиться или обязательно должен быть врожденный талант? Подвластно ли это любому человеку?

Приходит как-то раз ко мне девушка, выбравшая для себя жизненный путь домашней хозяйки, надежного тыла для своего успешного мужа. Такая застенчивая... Никогда не выступала публично, да и вообще – не привыкла привлекать к себе внимание. Говорит: «Мой муж занимает высокую должность, нас часто приглашают на праздники. И когда мне предлагают: мол, скажите тост! – я не могу произнести ни слова. Стесняюсь!» Такой вот скромный человек.

Она прошла у нас курс – теорию, практику, училась выступать публично... с нуля, я подчеркиваю! И спустя несколько недель звонит: «У моего супруга был день рождения, я произносила тост и в этот момент увидела удивление и восхищение в глазах мужа... Он в тот день даже посвятил и спел мне песню. А уж как родственники изумились – они и не догадывались, что я могу так сказать...»

Так что в большинстве случаев не в таланте дело. Даже закрытый человек, если с ним поработают профессионалы, раскрывается, осваивает умение хорошо, свободно, убедительно говорить и грамотно доносить свои мысли.

Потому я и написала эту книгу: хочу поделиться с вами всепобеждающей силой слова. Вы получите четкие и конкретные инструменты, с помощью которых сможете изменить мировоззрение любого собеседника в любой ситуации, даже если вы от природы не оратор.

А ситуации бывают очень разные. Например: вы – предприниматель. Постоянные переговоры с бизнес-партнерами – часть вашей работы. Ваша прибыль напрямую зависит от того, насколько хорошо вы умеете убеждать, приводить аргументы. У вас есть идеальный товар, уникальные услуги – но они никого не интересуют, если вы не можете и двух слов связать. Это первое.

Второе. Вы лидер, у вас есть команда сотрудников. Сможете их вдохновить, мотивировать, четко делегировать задачи – добьетесь успеха на рынке. Не сможете – не будет и ре-

зультата. Ваши подчиненные станут исполнять обязанности чисто для галочки.

Третий пример – мой собственный. Я мама троих детей: старшим – двадцать три, младшему – семь. Младшего надо почти каждый вечер убеждать ложиться спать в десять. Обратите внимание: не заставлять, а делать так, чтобы он сам принял это решение, как взрослый. Нужно мотивировать его, чтобы он ежедневно делал уроки – не из-под палки, а осознанно – и получал удовольствие от того, что сам выполнил эти задания. Для этого нам тоже пригодится правильная речь. Даже на свиданиях надо уметь говорить красиво, не так ли?

...Мы живем в эпоху информации. Вокруг нас – множество идей, они буквально витают в воздухе. Как среди этого информационного хаоса донести до других именно наши идеи? Только с помощью грамотной, уверенной, четко выстроенной речи.

Конечно, работаем мы чаще всего не языком, а руками. Выполняем какие-то действия, получаем результаты. Но если человек хочет не просто работать и получать зарплату, а подниматься по карьерной лестнице, иметь влияние на коллег – здесь важную роль играет именно его умение доносить свои мысли, разъяснять, красиво упаковывать свою идею и правильно преподносить ее!

Для того и была написана эта книга: чтобы люди, прочитав ее, за короткий срок овладели моделью «Говорящее перо»

и навыками убедительной речи.

«Говорящее перо»

10 шагов в одной модели

Если долго и увлеченно заниматься своей профессией, наступает момент, когда хочется все свои знания как-то систематизировать, обобщить, вывести некие правила и постулаты, которые помогут в будущем и тебе, и твоим коллегам, ученикам, последователям. Я тоже много размышляла об этом и в конце концов пришла к идее создания некой модели обучения красноречию, публичной речи. Мы с командой решили назвать ее «Говорящее перо». Почему?

Первая ассоциация – одна народная мудрость. «Не вырубишь топором» – помните? Это, на мой взгляд, относится не только к письменной речи как таковой, но прежде всего – к умению толково формулировать и аргументированно убеждать. Перо может быть легким, грациозным... А может – сильным и ярким. Когда я размышляла над названием, пришла мысль: оно должно быть как-то связано лично со мной. И я спросила у нескольких своих знакомых, какой предмет они могут со мной ассоциировать. Каково же было мое удивление, когда все они, не стовариваясь, ответили: «Перо». Тут заключены грациозность, целеустремленность, утонченность, убедительность, яркость, красота и... слово. Так и родилось название – органично, само собой.

Суть моей модели проста: нужно говорить мало, но содержательно. Когда-то, еще в юности, я прочла у Ларошфуко и запомнила на всю жизнь: «Истинное красноречие – это умение сказать все, что нужно, и не больше, чем нужно». Правда, тогда я еще не предполагала, что это изречение пригодится мне в профессиональной деятельности.

Итак, запомним главное правило.

Речь должна быть лаконичной, структурированной, краткой, но передающей суть.

Это не так легко, как кажется. «Передать суть» – значит не просто рассказать, перечислить через запятую, а вдохновить слушателей, убедить их следовать за тобой. Идеальный спикер, владеющий силой слова, не просто произносит речи – он меняет мировоззрение людей.

Правда, как известно, у каждого – своя. Если мы умеем выстраивать речь кратко, лаконично, убедительно, учитывая особенности мировоззрения оппонента, то быстро достигаем цели. Это бывает жизненно важно. Вот что сказал мне однажды руководитель одной из крупнейших компаний Казахстана:

– Меруерт, порой бывают встречи, которых ждешь полгода. И когда наконец приходишь, тебе говорят: у тебя только две минуты, надо уложиться в это время. А ведь если я за эти две минуты не смогу убедить, то придется ждать еще шесть месяцев! Вот как научиться убеждать и лаконично доносить свою мысль за такое короткое время?

С того момента я все больше и больше стала развивать тему убедительной и лаконичной речи.

Любой занимающийся публичными выступлениями человек вам скажет, что есть две составляющие искусства красивой речи: КАК говорить и О ЧЕМ говорить, где «как» – это 85 % успеха, а «о чем» – остальные 15 %. При первом восприятии человек обязательно обращает внимание на то, как говорит собеседник. Здесь ключевую роль играет триединство:

- уверенная подача,
- голос,
- дикция.

Разумеется, это возникает не на пустом месте. Чтобы овладеть мастерством спикера, потребуются время и личный опыт. Можно учиться на собственных ошибках, набивая шишку за шишкой, но лучше воспользоваться советами профессионала.

Вот почему я написала эту книгу и перечислила 10 конкретных и четких шагов, с примерами и историями, в которых как раз и видны инструменты, о которых я сказала выше. И эти инструменты реально работают!

Например, у меня был такой случай. Владелец крупного бизнеса говорит: «Есть замечательный сотрудник, начальник одного из департаментов, и на него жалуются партнеры: мол, уволь его – когда ведешь с ним переговоры, его очень сложно понять! Что же это за сотрудник, который не может внятно и

четко донести свою мысль? Да, он хорошо работает головой, но не умеет объяснить и лаконично донести суть...»

Мы с этим человеком работали в течение года. Вижу: интроверт, не любит разговаривать, предпочитает дело делать... Представьте себе, после нашего обучения его стали слышать и понимать! И таких, как он, много – людей, которые не умеют рассказывать, не умеют подать себя и презентовать свое дело, поэтому и не поднимаются по карьерной лестнице. Один из главных постулатов этой книги: если мы научимся менять мировоззрение людей, то сможем легко и быстро решать многие вопросы.

Следуя всем шагам моей модели, вы обязательно достигнете результата. Главное, сочетать теорию с практикой: прочли главу – выполнили задание, которое дано в конце. Если просто пробежаться глазами по страницам, проигнорировав упражнения, то и эффекта не будет. Запомнить можно многое, но без применения знаний на практике все прочитанное не работает.

* * *

Итак, что же это за шаги, о которых я пишу?

Первый шаг – определяем свою мотивацию. Спросите себя: зачем вам это нужно – овладеть убедительной речью? Цели у каждого свои. Главное – чтобы они были. Ведь пока нет четкой мотивации, нет и действий.

Второй шаг – учимся определять и формулировать ключевую мысль, которую нужно донести до других людей.

Третий шаг – вырабатываем внутреннюю уверенность. Каждому начинающему спикеру знаком этот мандраж, страх перед аудиторией, даже небольшой. Как это преодолеть? Узнаете!

Четвертый шаг – осознаём, кто именно будет нашим слушателем, и учимся готовить речь с прицелом на конкретную аудиторию.

Пятый шаг – учимся переубеждать людей за короткий срок, заранее продумывая их мировоззрение.

Шестой шаг – выписываем аргументы, примеры, факты, которые собираемся использовать, чтобы поменять чужое мировоззрение.

Седьмой шаг – закрепляющая практика. Я подробно, с примерами и заданиями, расскажу, как готовиться к любой речи.

Восьмой шаг – осознаём, как важно использовать при коммуникации цепляющие вопросы. Чтобы речь выглядела не монологом, а диалогом с аудиторией.

Девятый шаг – узнаём, как не растеряться во время выступления. Например, вы произносите речь, и вдруг звонит телефон или кто-то из слушателей задает каверзный, с подковыркой, вопрос – все, вы потеряли мысль! Я научу, как поступать в такой ситуации, чтобы сразу сфокусироваться на теме и довести выступление до конца.

Десятый шаг. Это итог всего обучения, лакмусовая бумажка, способная определить, насколько вы овладели всем, чему учились с помощью этой книги. Согласитесь, после выступления или переговоров нужно обдумать, что было хорошо, а над чем следует поработать. Я покажу, как делать этот анализ, чтобы с каждым разом расти.

Но и это еще не все! В финале вас ждет важный постскрипtum, точнее – два, специально для тех, кто овладел азамми и хочет знать больше.

* * *

Все, что написано выше, – это пока только вступительная часть, мое короткое знакомство с вами, а ваше – с содержанием этой книги.

А теперь – подробно каждый из шагов модели.

Первый шаг

Грамотная мотивация

Был у меня случай: ко мне записался человек, говорит: завтра важное мероприятие, меня заставляют выступать, научите, как давать интервью. Составляем примерные вопросы, я ему их задаю, и он отвечает... В процессе выявляю недостатки, тут же правим речь и улучшаем. Делаем дубль два – и слышу те же ошибки! Еще раз объясняю, прорабатываем, начинаем дубль три – ничего не меняется. Снова объясняю – и снова он повторяет те же самые ошибки.

Я не выдерживаю и спрашиваю: «Слушайте, зачем вам вообще надо давать интервью?» А он отвечает: «Да мне-то это не надо вовсе, а вот моему руководству...»

И только тогда я поняла простую вещь: у этого человека изначально не было цели успешно выступить. Ему велели выступить – вот и вся мотивация. Он пришел ко мне с единственной целью: чтобы я его научила, как не опозориться. Отсюда и ошибки: когда выступаешь для галочки, о других людях не думаешь. Поэтому он и не понимал, зачем я его поправляю, – с его точки зрения все было и так нормально.

Нужно ли говорить, что с таким подходом к выступлению мы опозоримся в любом случае?

Итак, шаг первый: спросите себя – а зачем вообще мне

нужно хорошо говорить? Увеличить количество новых интересных знакомств? Стать заметнее в кругу определенных людей? Гордиться собой и получать еще больше удовлетворения от своей речи? Чтобы после очередного совещания или переговоров не говорить себе: «Какую же ерунду я там нес!» – а быть удовлетворенным своей речью? Человек не сможет работать над словом, если не осознает, зачем ему это надо.

Ко мне чаще всего приходят, когда хотят подниматься вверх по карьерной лестнице, грамотно доносить свои новаторские идеи до руководства, убеждать партнеров, чтобы успешно строить бизнес и заключать договоры. А некоторые – просто для повышения самооценки.

Не спешите говорить: «Мне это не нужно, я не предприниматель и не сотрудник крупной корпорации, и с самооценкой у меня все в порядке». Открою секрет: это пригодится каждому. Допустим, вы – домохозяйка. Что вам даст владение краткой и убедительной речью? Например, вы сможете повлиять на непослушного ребенка, не тратя нервы; объяснить ему, почему надо вести себя хорошо, и в конечном итоге воспитать правильно. Построите хорошие, неконфликтные отношения в семье. Муж станет вами больше восхищаться...

На первых порах это будет сложно, но потом станет вашей второй кожей. Вашей сутью! Манера красиво и правильно говорить войдет в привычку, и вы не станете уже путаться в словах, пытаясь построить из них предложения.

У красивой речи есть замечательное свойство: она привлекает других людей, восхищает их. Вы же хотите нравиться и людям, и, прежде всего, себе?

Словом, начать нужно с того, что определиться с мотивацией.

Задание

Напишите три примера ситуаций, когда вам (именно вам, в вашей жизни!) может потребоваться умение красиво и интересно говорить.

3. А теперь напишите, что вы получите и чего достигнете, когда ваша речь будет интересной, уверенной и убедительной. Разумеется, добьетесь вы многого. Зафиксируйте три самых главных пункта.

Второй шаг

Работа на конкретный результат

Несколько лет назад ко мне обратился высокий армейский чин:

– Мне нужно выступить с годовым отчетом о проделанной работе перед президентом страны. Помогите, пожалуйста, подготовиться.

– А какой результат вы хотели бы получить? – спрашиваю.

– Хочу рассказать о проделанной работе.

– Просто рассказать, и все? Или цель – чтобы не уволили, не было каверзных вопросов? От того, как вы сами для себя сформулируете результат, зависит, как мы построим беседу.

И я предложила два варианта.

Первый – просто рассказать о проделанной работе.

Второй – чтобы после его выступления президент подумал: профессионал, с поставленными задачами справился, были ошибки, но он их исправил и даже вынес для себя уроки. Значит, с ним надо и дальше работать!

Очень важно изначально представлять себе четкий и продуманный результат, которого вы хотите добиться. Чаще всего результат – это действие, которое должна совершить аудитория. Если в первом случае мы бы программировали основную мысль «рассказать о проделанной работе», то он вышел

бы и сообщил: вот мы сделали шаг 1, шаг 2 и шаг 3, достигли того-то и того-то. Но он согласился задать второй результат, чтобы президент составил о нем мнение как о профессионале. Это уже задача посложнее. Сразу же надо продумать два момента.

1. Как донести главную мысль?

2. Как построить свою речь?

Мы решили, что он станет не просто излагать, а сравнивать – и именно такой подход усилит его профессионализм.

А теперь давайте вместе подумаем, почему второй вариант стал заведомо выигранным? Потому что ошибки совершают все, и мой армейский клиент не исключение. Поэтому он свои ошибки заранее прописал, обозначил, еще до вопросов руководства, – и причин для каверзных придирок уже не было.

Или другой пример. Приходят предприниматели и говорят: нам нужно подготовить презентацию. Я, как обычно, спрашиваю о желаемом результате.

– Рассказать о нашей компании, – слышу в ответ.

– Просто рассказать?

– Нет, показать, какая она крутая. А потом продать.

Вот! Если человек заранее сформулировал ключевую мысль, то он готовит совершенно определенную презентацию. Выстраивание речи ощутимо меняется. Формируется конкретный ключевой тезис, и результатом станет заключение договора, одобрение проекта – именно то, на что расчи-

тывает выступающий.

Запомните: обязательно следует определить заранее то действие, которое должна совершить аудитория после вашей речи. Что она сделает? Я себя всегда спрашиваю: «Что должна сделать другая сторона после моей речи?»

Шаги к результату. Разберем на реальных примерах

Рассмотрим еще одну ситуацию. Я руководитель и хочу выступить перед своими сотрудниками. Моя цель – мотивировать их, чтобы они были не просто наемными работниками, которые выполняют свои обязанности за зарплату, а стали настоящими приверженцами компании. Но если не обозначу основную мысль какой-то ключевой фразой, то убедить их будет очень сложно, они просто не поймут, чего я хочу.

И я выстраиваю главный тезис:

– Уважаемые коллеги, сегодня мы поговорим о том, кто же лучший сотрудник в понимании нашей компании. Каких людей мы хотим видеть у себя в коллективе?

После чего я перечисляю основные качества идеального сотрудника: личная мотивация, ответственность и верность компании, – и раскрываю их. А потом, на протяжении всего выступления, повторяю фразу о качествах несколько раз. Чтобы ключевую мысль уж точно все запомнили.

В итоге что должны сделать подчиненные после моего выступления? Они должны уяснить: хочешь быть лучшим сотрудником в компании – мотивируй сам себя, проявляй ответственность, умеешь заменять другого человека, если это нужно для эффективной работы компании. Это и есть ре-

зультат!

Для того, чтобы определить ключевую мысль, нужно поставить себя на место своей будущей аудитории и с ее позиции кратко сформулировать, а потом записать, что именно слушатели должны подумать и сделать. Здесь важно вот что: чем конкретнее и четче будет прописан желаемый результат, тем точнее можно выстроить свою речь. И тогда аудитория сможет сделать две вещи.

1. Совершить конкретное и четкое действие, причем от вас требуется это действие максимально понятно и подробно описать.

2. Если действий не предполагается – подумать.

Поясню на примере. Вы – лауреат Нобелевской премии. По условиям этой премии вы должны прочесть речь на вручении. И что тогда будет конечным результатом? Что именно аудитория должна о вас узнать? Что вы прошли долгий и трудный путь, но не сдались, продержались до конца и были за это вознаграждены? Или что вы обязаны своим успехом семье, учителям, близким и многим другим людям, которые на вас повлияли? Вариантов много, предлагаю выбрать такой – донести до слушателей тезис, что вы счастливы, потому что ваше научное открытие поможет людям.

Первое, что мы должны сделать, – выразить благодарность своему окружению, а второе – сообщить, что ваш проект способен изменить мир, если правильно реализовать его. Кое-что уже сделано, но основная работа еще впереди...

Но если мы заранее не продумали речь, не проанализировали – что мы скажем? «Всем спасибо, я счастлив!» – и все. Что подумает аудитория? Ничего... Таким образом спикер потерял уникальную возможность повлиять на мировоззрение многих людей, на ситуацию в целом мире!

Еще ситуация. В черте города построен завод, который загрязняет окружающую среду. Жители против – они требуют закрыть предприятие. Какой тут должен быть тезис?

Для начала смоделируем ситуацию: чего именно мы, жители города, хотим? Конечно, того, чтобы воздух стал чище, но конфликт нам не нужен. Тогда ключевая мысль – сохранить хорошие отношения с руководством строительства, но при этом добиться, чтобы завод уменьшил количество вредных выбросов или использовал очистительную систему. И если спикер при подготовке учел именно это желание жителей города, то должен заранее изучить технические подробности, вникнуть в проблему. Ему следует разбираться в вопросе, а не прикрываться лозунгами. Чтобы диалог получился конструктивным, нужно сформулировать конкретный результат: например, что в течение года завод меняет свои очистительные системы на более современные и эффективные. (Тогда предприятие можно и не закрывать.)

Теперь думаем: как выстроить свою речь?

Первое: не обвинять.

Второе: проговорить те плюсы, которые завод несет для города.

Третье: изучить подобные случаи, поднять статистику. Выяснить, что произойдет, если системы не поменяют. Воззвать к совести руководства завода через конкретные примеры страны или города. Если результат четко не прописан, то конфликт неизбежен, как и личное непонимание результата. Когда спикер задумывается, какие аргументы привести для получения необходимого результата, с какой стороны подойти, – тогда речь становится более конкретной, четкой и регламентированной. Задача – провести конструктивный диалог, чтобы воздух в городе стал чище, но чтобы завод продолжал работать, потому что он нужен и важен. Эту фразу повторяем несколько раз в своей речи.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.