#### ЛЕКЦІЯ 2 Організація виступів і презентацій

Важливим компонентом ділового спілкування є культура мовлення. Лексичні засоби, інтонація, вимова, жести, емоці,ї якими послуговується співрозмовник у комунікативній взаємодії, свідчать про його рівень освіченості і культури

Часто негативний результат ділових переговорів, виступів перед співробітниками чи незнайомою аудиторією має місце у зв’язку із невдало підібраним і промовленим словом, насиченістю мови іншомовними словами, просторіччями, територіальними діалектами, нехтування вимовою. Іноді ті, хто виступає, роблять це навмисне, мовляв, для „кращого ефекту”, проте досягається зворотній.

Менеджер зобов’язаний володіти діловим красномовством. Без цього складно управляти колективом, оперативно і ефективно приймати та виконувати рішення. Діловитість, лаконічність і ємність, виваженість, індивідуальність, уміння гранично зрозуміло, конкретно і захоплено сказати про складні та важливі речі - є складовою успішного менеджменту і самоуправління. Разом із цим, необхідно відмовитися від зайвих відступів, які не розвивають можливості слухача у прийнятті ним власних рішень,

не сприяють результативності і ефективності його праці. Як правило, краще промовчати, ніж виголошувати промови у формі перечитування тексту із кимось написаного «папірця».

Досліджено, що на сучасну публіку особливо позитивно впливає імпровізована промова, коли оратор вільно і цілеспрямовано розвиває думку для адекватного її розуміння слухачами чи співрозмовниками, аргументує, сперечається та демонструє при цьому глибоку переконаність, ерудицію і захопленість.

Імпровізована мова придатна не тільки для виступів у дебатах на зборах, для похвальних або ритуальних виступів, але і для виробничих повідомлень. Рисами, що вирізняють імпровізовану (вільну) мову від промови «із папірця», є:

* *відмова оратора від дослівного запису тексту виступу і зачитування його;*
* *документування основних пунктів промови, наявність підготовлених тез.*

При підготовці презентації варто пам’ятати про її відповідність таким критеріям:

* + **переконливість** - зв’язок цілей і змісту презентації із потребами аудиторії, що створює енергетичну єдність із аудиторією, створює передумови та розвиває у слухачів нові ідеї;
  + **презентабельність –** зручність і привабливість для візуального сприйняття. Якщо інформація сприймається слухачем лише на слух, то він запам’ятовує приблизно 10% інформації; якщо інформація супроводжується таблицями, схемами, малюнками чи візуальним текстом, то запам’ятовується близько 40%; якщо слухач залучений і бере участь у презентації, то він спроможний засвоїти близько 90% переданої інформації. Розуміння людиною почутого покращується такими засобами візуальної допомоги, як мультимедійний слайдовий супровід промови, плакати, робота із фліпчартом, жести, модуляція голосу, гумор, аналогії…;
  + **структурованість** – зрозумілий логічний зв’язок між пунктами та судженнями презентації. Той, хто виступає, спочатку акцентує увагу слухачів на меті і структурі свого повідомлення, формулює підсумки в кінці виступу, демонструє порядок реалізації проголошених ідей і формулює перспективу розширен-

ня можливостей подальшого вибору варіантів розвитку подій з точки зору персоналій і колективу;

- **впевненість** - чітке формулювання доповідачем власних думок щодо вирішення наявних проблем, демонстрація реальності, доцільності та актуальності варіантів рішень/рекомендацій. Повідомлення створює у розумінні слухачів відчуття впевненості та очікування високого успіху як результату.

Основним завданням оратора є цілеспрямований вплив на думки, почуття та мотиви слухачів.

Нижче рекомендована структура сприяє підготовці та переконливості будь-якої публічної презентації, виступу. Вона містить 6 складових: *передмова, стан справ, проблема, перспективи, пропозиції, післямова.*

У передмові слід передбачити:

1. Доброзичливе привітання.
2. Представлення: (*ім'я, посада, досвід і т.д.).*
3. Мета: (*що ви бажаєте пояснити?).*
4. Карта маршруту: (*як довго триватиме презентація, чи буде вона розділена на частини і т.д.).*
5. Правила взаємодії доповідача та аудиторії: (*зокрема, чи бажаєте Ви, щоб слухачі переривали ваш виступ запитаннями або ставили їх після закінчення презентації, подавали їх у письмовій формі).*



Після передмови коротко охарактеризуйте стан справ. Тобто, опишіть ситуацію, що склалася на теперішній час, але не формулюйте однозначної оцінки її. Мотивуйте слухачів сказаним спільно сформулювати оцінку ситуації. Продемонструйте підтвердження компетентності і обізнананості власної та слухачів із предметом обговорення.

Формулюючи проблему, продемонструйте, які ускладнення викликає дійсний стан поточної ситуації. Висловіть причини, чому справи не можуть так розвиватися у подальшому. Наприклад, змінюється попит, конкуренти досягають успіху…

Сформулюйте перспективи, сценарії розвитку ситуації. Зосередьте увагу слухачів на ймовірних наслідках існуючої ситуації, якщо її не змінювати.

Висловіть пропозиції або рекомендації у формі їх вибору із сукупності декількох альтернативних варіантів. Важливо

продемонструвати шляхи вирішення проблеми, що була зазначена у виступі раніше.

На завершальному етапі демонструйте доброзичливість. У післямові, резюме доцільно висловити:

* *коротку* *характеристика* *найважливіших* *фактів, аргументів презентації;*
* *коротко повторити рекомендації;*
* *повторити пропозиції щодо здійснення першочергових дій;*
* *подякуйте за увагу;*
* *запропонуйте слухачам ставити запитання.*

Виступ не повинен бути надмірно коротким або занадто довгим. Основна функція виступу - привернути увагу слухачів до предмету обговорення і налагодити контакт із аудиторією.

Успіх доповіді суттєво залежить від того, наскільки переконливо проведена її основна частина і яким є завершення виступу. Не слід затягувати свою промову в часі.

Вдосконалити ораторське мистецтво можна з допомогою технічних прийомів, про які особливо яскраво і доступно пише Шипунов [20, с. 195].

Уміле володіння мовою і голосом - важлива складова внутрішньої культури людини, тим більше керівника. Правильно поставленй, гучний голос є складовою арсеналу управлінських засобів. Він тонізує нервову систему мовця, надає впевненості, створює позитивний настрій у слухачів. Керувати голосом - це значить домогтися інтонаційної динаміки і виразності мови, уміти управляти нюансами тембру.

Для успішного управління соціальними колективами важливими і необхідними є виступи за попередньо підготовленими темами. При цьому важливо, щоб той, хто виступає, не монотонно перечитував текст із аркуша, а прагнув за допомогою характерної манери викладу перетворити підготовлені тези і навіть текст у дійснуо переконливу промову. Нижче перелічені технічні прийоми допоможуть оратору, озвучити свої думки переконливіше:

* *вибір доцільного розміреного темпу. Це важливо, коли сприйняття і засвоєння інформації вимагає зусиль слухачів. Варто змінювати темп мови залежно від змісту виступу. Забороняється говорити занадто швидко, якщо промову підсилюють технічні гучномовці;*
* *чітка вимова окремих слів і пропозицій;*
* *візуальний контакт зі слухачами. Фахівці рекомендують під час виступу за попередньо підготовленим текстом «пробігати очами» фразу, а під час її виголошення на мить відриватися від*

*«шпаргалки» і, звернувшись до слухачів, знову повертатися до тексту;*

* *використання інтонації для виокремлення окремих положень. Необхідно виділити істотні моменти. Це допоможе аудиторії сконцентруватися на основному.*

Унікальність демократичної аудиторії полягає у відвертому характері і «гостроті» питань. Це питання, що пов'язані не тільки із недоліками в постачанні, торгівлі, обслуговуванні, організації. Часто «гостре питання» звучить як питання-критика, виступ- питання-виступ, пропозиція-аргументи-питання-пропози-ція. І чим більше таких питань, тим більше можливостей у менеджера- промовця вести із аудиторією відверту розмову, динамічні дискусії.

При цьому недопустимою є позиція «конфліктів із аудиторією», агресивність «захисту» від гострих запитань у форматі контратаки. Важливою є не словесна баталія, а пошук ефективних та результативних рішень із урахуванням запитань, що турбують аудиторію.

Неприпустимими є роздратування, зневажливий тон, навіть якщо той, хто виступає, прагне активізувати роботу слухачів у аудиторії. Протипоказана брутальність, зарозумілість. Вони викликають тільки негативну реакцію. Єдино можлива тональність відповідей на запитання – це доброзичливість і підтримання розмови на рівні співрозмовника.

#### Рекомендації презентуючому

* **Сфокусуйтеся на тому, що має значення (**ЩЄНТ – Що є в ньому для тебе?). Сфокусуйтеся на тому, що є важливим для аудиторії. Погані презентатори не просто забувають про аудиторію. Вони демонструють перший гріх поганого продажу, - говорять про характеристики, а не про переваги того, що вони презентують.
* **Розмовляйте, а не виконуйте презентацію.** Більшість людей підходять до презентації, як до неприродного, примусового дійства. Уникайте фальшивої риторики та жестів. Прагніть природності

своєї мови. Для розвитку майстерності спробуйте записати на відеокасету презентацію власну або інших осіб і визначте недосконалу фальшиву риторику та жести, а потім їх виправте шляхом приведення повторного озвучення презентації і приведення неї до природного рівня розмови.

* **Проста розмова є найкращою промовою.** Більшість представників аудиторії бізнесу є надмірно напруженими людьми з повною нетерпимістю до складностей. Для створення єдності виступу із думками слухачів у аудиторї використовуйте аналогії. Наприклад, директору фірми із розробки лікарських препаратів описуйте операційні ланки виробництва своєї компанії як автомобіль, який доставляє вантаж через міжнародний кордон. Уяву слухачів про про бізнес-процес розвивайте через аналогію приготування людиною фаршу (продукту, що задовольнятиме смаки і уподобання споживача) із вхідних сировинних матеріалів (вхідні потоки) та м’ясорубки (виробничого ресурсу) згідно з регламентом (рецептом).
* **Дозвольте мені перефразувати!** Це не застаріла порада. Вона до цього часу працює: відповідаючи на складне запитання, перефразовуйте його. Наприклад: *«Аналітики підтверджують, що цей товар не повинен стільки коштувати. Чому так дорого»*? Ви перефразовуєте питання та відповідаєте: «*Як ми прийшли до такої ціни*?… І озвучуєте відповідь на Вами ж перефразоване запитання*...»*. Ідея полягає у тому, щоб вилучити із аудиторії негативні емоції і сконцетрувати думки слухачів безпосередньо на обговоренні варіантів вирішення основної проблеми.
* **Пауза, що освіжає.** Навчайтеся тримати у розмові паузу. Не поспішайте викласти всі свої аргумента. Тримаючи словесну паузу, охопіть приміщення аудиторії і присутніх поглядом. Візуальне зосередження на фіксований простір заставляє людей змінити уявлення і думки. Виокреміть із загального масиву частину інформації, зустріньтеся поглядом із однією людиною, донесіть фразу до неї, потім зупиніться - для огляду аудиторії, яка абсорбує (поглинає) вашу точку зору і знову зосередьтеся на окремому слухачу. Візуальний контакт із конкретним слухачем збуджує не лише його уяву, а і збагачує мислення промовця.