



Kiedy firmy mówią ludzkim głosem?

Praktyka prezentacji biznesowych

Wojciech Murzyn

Zwierzęta mówią ludzkim głosem w Wigilię. A firmy? Niektóre nie mówią ludzkim głosem nawet raz do roku... Słuchając ich przedstawicieli, czytając informacje prasowe, raporty i sprawozdania, oferty handlowe, prospekty i ulotki a nawet strony internetowe mam czasem wrażenie, że mówią do mnie potwory. A może cyborgi? W najlepszym razie - roboty zaprogramowane na generowanie „mądrych tekstów”, takich jak na przykład ten:

Aby sprostać wyzwaniom stojącym przed naszymi kluczowymi klientami w zakresie przetwarzania danych na potrzeby zarządzania przedsiębiorstwem nasza firma posiada w swojej ofercie unikalny wachlarz produktów o bardzo szerokim spektrum zastosowań. Jako lider rynku wdrażamy szyte na miarę rozwiązania oparte na wiodących koncepcjach biznesowych, dzięki czemu aplikacje implementowane u naszych klientów gwarantują realną wartość dodaną i długoterminowy zwrot z inwestycji.

Język pism firmowych, folderów, ofert, stron internetowych i publicznych wystąpień przedstawicieli firmy świadczy o jej stosunku do klientów.

Nie lepiej powiedzieć po prostu, że firma pisze oprogramowanie? Taki tekst jak powyżej to najlepszy sposób, żeby zniechęcić do siebie klientów. Nie mów tak. Nie pisz. Nikt tego nie lubi.

Mów do ludzi

Niezależnie od tego czy jesteś prezesem, przedstawicielem handlowym, dyrektorem, inżynierem czy człowiekiem od marketingu, pamiętaj – mów tak, jak byś rozmawiał z normalnymi ludźmi. To są normalni ludzie. Dlaczego więc mówisz do nich te wszystkie niepotrzebne rzeczy? W najlepszym razie śmieją się w duchu i puszczają je mimo uszu (starając się wydobyć jednak z twojej wypowiedzi jakieś użyteczne informacje). W trochę gorszym przypadku – uznają cię za kolejnego nudnego, przemądrzałego, zapatrzonego w swoją firmę wygłaszacza firmowych mądrości. Tylko nikt tych mądrości nie słucha i nikt w nie nie wierzy... Wyróżnij się. Wyróżnij się pozytywnie. Wyróżnij się tym, że powiesz do nich jak do ludzi.

Wyróżnij się

Sztuka prezentacji, to w dużej mierze sztuka wyróżnienia się, sztuka odróżnienia się od tła, czyli wszystkich innych. A prezenta-

cja (rozumiana tutaj jako wystąpienie publiczne) jest przecież jednym z najczęściej stosowanych sposobów komunikacji w biznesie. Spotkanie handlowe, seminarium, konferencja biznesowa – we wszystkich tych sytuacjach prezentacja jest ważnym (jeśli nie podstawowym) sposobem przekazywania informacji.

Z drugiej strony, wystąpienie publiczne jest czymś, czego zazwyczaj bardzo się boimy. Czujemy się niepewnie, jesteśmy zaniepokojeni tym, że musimy publiczne zabrać głos. Tadeusz Kotarbiński określił to tak: *Łatwo jest mówić, gdy ma się coś do powiedzenia, ale trudno jest mieć coś do powiedzenia, gdy trzeba mówić.*

Przygotuj się

Podstawą dobrej prezentacji jest właśnie to, żeby mieć coś do powiedzenia. Kiedy masz coś do powiedzenia? Wtedy, kiedy coś wiesz, na czymś się znasz i potrafisz o tym opowiedzieć. To warunek konieczny, ale niewystarczający. Żeby wykorzystać dobrze swoją wiedzę powinieneś być pewien, że to, co mówisz, zainteresuje twoją publiczność. Powinieneś dobrze się przygotować i dobrze przeprowadzić swoją prezentację.

Przygotuj się więc. Zacznij przygotowania odpowiednio wcześniej i wracaj wielokrotnie (choćby na krótko) do myśli o czekającym cię wystąpieniu. Znajdź pomysły, porównania, metafory, zwroty, których możesz użyć. Zastanów się nad konstrukcją prezentacji: od czego zaczniesz, jak rozwiniesz swoją wypowiedź, jak ją zilustrujesz, jakich argumentów użyjesz, jak zakończysz. Szczególnie dobrze przygotuj rozpoczęcie i zakończenie.

Wprowadź różnorodność

W czasie swojego wystąpienia skupiaj uwagę publiczności. Nikt nie jest w stanie uważnie słuchać cię bez żadnej przerwy przez kilkadziesiąt minut. Daj publiczności odetchnąć po każdych kilku minutach wystąpienia. To może być po prostu dłuższa, kilkusekundowa przerwa w wypowiedzi lub częściowe podsumowanie dotychczas omówionych treści. Może to być pytanie lub zaskakujące stwierdzenie. Interesujący wykres, intrygujący rysunek lub jakaś niekonwencjonalna akcja „sceniczna”, dygresja. Zachowaj jednak umiar – niech wszystko co robisz, mówisz lub pokazujesz ma jakiś związek z zasadniczym tematem twojej prezentacji.

Większość ludzi boi się wystąpić publicznie. I uważa, że nie umie tego robić. Ale większość z nich może się tego nauczyć...

Rada, aby do prezentacji przygotowywać się systematycznie zazwyczaj budzi uśmiech: kto w dzisiejszych czasach ma na to czas? Znajdź ten czas. Zobaczysz różnicę.

Różnorodność, złamanie monotonii wypowiedzi, zmiana tempa, przerwy – to dobre sposoby na ożywienie prezentacji.

Przeżyj swoje wystąpienie

Bądź zaangażowany. Żeby dobrze mówić trzeba mówić z przekonaniem. Żyć więc swoim wystąpieniem. Ciesz się z tego, że możesz spotkać się z ludźmi i do nich mówić. Nastaw się do nich pozytywnie a zrewanżują ci się tym samym. Pamiętaj, że mówisz do ludzi, staraj się zawsze widzieć drugą stronę – wyobraź sobie, że jesteś na widowni i spójrz jak twoje wystąpienie wygląda z sali.

Ludzie chcą słuchać innych ludzi. Mów do nich jak człowiek. I pokaż im, swoje zaangażowanie.

Pracuj głosem

Nie wymądrzaj się. Mów zrozumiale: dobrym, „ludzkim” językiem, bez żargonu i bez ozdobników. Stosuj raczej krótkie, niezbyt złożone zdania. Mów powoli. Wolniej niż w normalnej rozmowie. Mów głośno i wyraźnie, tak żeby publiczność nie miała kłopotu ze zrozumieniem słów, które wypowiadasz.

Pracuj głosem. Stosuj dobrą intonację. Nie bój się ciszy. Pauzy mogą znakomicie służyć zwróceniu uwagi

Nie bój się ciszy. Cisza też mówi.

na kwestie, które właśnie wypowiadasz. Nie bój się zawiesić na chwilę głos przed powiedzeniem czegoś ważnego. Nie wypełniaj tych chwil ciszy różnymi dźwiękami „yyy”, „eee” itp. ani zwrotami niewnoszącymi żadnej informacji. Zmieniaj tempo mówienia i głośność kiedy trzeba. Wprowadź do swojej wypowiedzi dynamikę.

Prezentacja powinna być dla ciebie przeżyciem. Pozytywnym przeżyciem.

Bądź zaangażowany. Przeżyj swoje wystąpienie. Pokazuj publiczności, że jesteś człowiekiem, który ma emocje. Wykorzystaj je. Zwierzęta mówią ludzkim głosem w Wigilię. Firmy powinny mówić ludzkim głosem na co dzień. Przecież mówią do ludzi.



Chcesz dowiedzieć się więcej na temat zasad prowadzenia prezentacji, przygotowania wystąpienia, pracy nad slajdami, ćwiczeń dla prowadzących prezentację?

Potrzebujesz szkolenia dla siebie lub swojego zespołu?

Chcesz aby ktoś pomógł ci przygotować kolejną prezentację na spotkanie z klientem, konferencję czy seminarium? Albo przejrzał i udoskonalił prezentację, którą już masz?

Zapraszam!

Wojciech Murzyn, wojciech@murzyn.pl, 22 886 1161.

Erdo, pracownia dobrej komunikacji, www.prezentacje.edu.pl
www.facebook.com/prezentacje.edu