


Владимир Якуба

# ХАРИЗМА

## и бизнес-презентации





**Якуба В.** Харизма и бизнес-презентации. – М., Том Hunt, 2015. – 104 с., цв. ил.

В своей новой книге Владимир Якуба, бизнес-тренер года в сфере HR 2014 и единственный в России ведущий тренингов в формате «реалити», делится секретами влияния на аудиторию. Вы получите дельные советы не только о том, какие фразы цепляют публику, но и том, как небрежно влиять на собеседника, постоянно поддерживать контакт и контролировать внимание аудитории.

Эта книга будет полезна и начинающим ораторам, и ведущим тренингов в любой сфере бизнеса, и тем, кто готовится к успешной бизнес-презентации и нацелен только на 100% результат.

# Содержание

<b>Предисловие</b> .....	5
<b>Цель выступления: оратор как ядро притяжения</b> .....	7
• 3 составляющие общения.....	7
• Говорите правду.....	10
• МОНО или ДИА?.....	12
• 4 минуты и 15 записок оратора.....	12
<b>I. 15 законов влияния</b> .....	15
1. Аудитория (коммуникаторы).....	16
• 10 советов по работе с аудиторией.....	17
• 4 козыря для первого впечатления.....	18
• Психологические уловки и методы влияния.....	19
2. Позы и жесты.....	24
а. Положение рук.....	24
• Жесты открытости.....	24
• Жесты позитивной оценки.....	25
• Жесты для манипуляции собеседниками.....	25
б. Положение ног.....	26
• Внимание на ноги!.....	26
3. Известные личности.....	31
4. Структура.....	32
5. Цифры.....	34
6. Паузы.....	34
7. Скорость речи.....	35
8. Сравнения.....	35
9. Мимика.....	36
10. Улыбка и юмор.....	37
11. Яркость речи или набор слов?.....	37
• Как повысить качество речи и разнообразить ее?.....	38
• Слова-паразиты.....	39
• Богатство и яркость речи.....	40
12. Подстройка.....	40
• Факторы и ощущения.....	41
13. Никогда не извиняйтесь и не оправдывайтесь.....	42
14. Время.....	42
15. Энергетика.....	43
P.S. Наблюдательность.....	44
• 75 признаков языка тела по Макс Эггерту.....	45
<b>II. 15 техник управления эмоциями</b> .....	49
1. Якорь.....	49
2. Замена эмоции.....	50

3. Мышечная разрядка.....	51
4. Эмоциональная реакция.....	51
5. Принятие эмоции.....	52
6. Барьеры.....	53
7. Глаза в глаза.....	53
8. Режим жизни.....	54
9. Позитивные события.....	54
10. Оценка «ноль».....	55
11. Уменьшение вовлеченности.....	56
12. Уменьшение физической чувствительности.....	56
13. Взгляд со стороны.....	57
14. Глубокое дыхание.....	58
15. Сознательный контроль.....	59
<b>III. Матрица внимания.....</b>	<b>61</b>
1. Я+.....	61
2. Переключение внимания.....	62
3. Известные личности.....	61
• 5 важных элементов презентаций Стива Джобса.....	63
• 4 точки опоры для шедевра Кинга.....	65
• 7 правил успешного выступления от Тима Кука.....	64
4. Жесты-образы.....	69
5. Предметы в руках.....	69
6. Интерьер.....	70
7. Плакаты/слайды.....	71
8. Флипчарт.....	71
9. Е-презентация.....	72
• Вредные советы для е-презентации.....	74
• Презентация: блок успеха №1.....	75
• Презентация: блок успеха №2.....	77
<b>IV. 4 проблемные зоны.....</b>	<b>83</b>
1. Волнение и страх.....	83
• Что это за чувство – страх, и откуда он берется?.....	83
• Что делать с волнением?.....	84
2. Вопросы аудитории.....	86
• 12 советов, чтобы говорить убедительно.....	87
3. С чего начать?.....	90
4. Как закончить?.....	90
<b>V. Упражнения по технике речи.....</b>	<b>91</b>
Советы.....	94
Скороговорки.....	95

## Предисловие

Есть ли харизма в каждом человеке? По всей видимости – нет. Ведь кто-то нас потрясает своим лекторством, выступлением с презентацией, ведением шоу, а от кого-то клонит в сон. А еще если представить, что последнему дали слово на полчаса – шум в аудитории или сон гарантированы. Скука... Это страшнейший враг бизнес-переговоров. Поэтому мы оттолкнемся от того, что **любого человека можно сделать харизматичным**, научив его пользоваться нужными инструментами – мимикой, жестами, юмором (если не своим, то чужим), емкими и броскими цитатами, держать позу и настроение, говорить умные вещи. На счет умных вещей – это к профессионалам по конкретному вопросу. А вот что касается всего остального, добро пожаловать на высшие курсы по обучению харизме.



### Что такое харизма и с чем ее «едят»?

В любом учебнике вы прочитаете, что харизма – это «эмоционально-психические способности человека, благодаря которым его оценивают как одаренного особыми качествами и способного оказывать эффективное влияние на других». Говоря простыми словами, это умение влиять на других людей. А это качество необходимо каждому руководителю, лидеру, менеджеру – всем, кто продает и покупает.

«Зачем это нужно покупающим?» – спросите вы. Для того чтобы покупатель, имея харизму и найдя ключик к продавцу, мог получить лакомый кусок или же максимальную скидку. Вы бы отказались от такого?.. Поэтому смело могу написать, что харизму «едят» со всем подряд – со скидками на авто, продажей более свежего мяса и зелени, предоставлением более широкого спек-

*Харизму следует понимать как признание того, что есть некое сверхестественное качество личности, независимо от того, является ли это качество реально существующим, мнимым или предполагаемым.*

**Макс Вебер**



*Харизма нужна каждому человеку, чтобы добиваться большего, чем имеют другие в той же ситуации.*



*Истинная харизма представляет собой способность вызывать внутри себя сильнейшее воодушевление и внешне его демонстрировать; способность эта делает человека объектом пристального внимания и неосознанного подражания со стороны окружающих.*

**Л. Гринфилд**

тра услуг на отдыхе... И не важно, что вы продаете или покупаете, харизма – это «золотое правило» жизни, которое позволяет иметь максимум и быть лидером во всех ситуациях.

## Тренировка харизмы, или hr-фитнес

Да, именно так я это рассматриваю и вам подам на тарелочке все описания упражнений и техник, которые вы скушаете, а потом пойдете тренироваться в hr-фитнес-зал. И тут важно, **какие качества нужно в себе развить, какие «мышцы» подкачать:**

- уверенность;
- уравновешенность;
- дерзость на грани с тактичностью;
- оптимизм;
- юмор и доброжелательность;
- умение владеть своим телом;
- развитие речи и описательных характеристик материала;
- ответственность и трудолюбие;
- режим...

Этот список каждый может продолжить, зная, чего ему не хватает для дерзновения выступить на публике и создать нужное впечатление.

### **А вот и список, от чего мы избавимся:**

- страх и тревога;
- самоощущение жертвы (Вы одни – их много);
- вредные привычки в движениях и жестах;
- неуверенность;
- косноязычие;
- пессимизм;
- группа комплексов и зажатость на публике.

В человеке самой природой заложен инстинктивный страх перед публичными выступлениями. Да, звучит непривычно, но это правда. Сама ситуация, когда «их»

много, а ты один и должен объяснить всем этим людям свою идею, завлечь и повести за собой, является источником стресса.

Среди актеров, политиков и других личностей, которым часто приходится выступать перед большой аудиторией, есть убеждение, что даже многолетний опыт не может заглушить волнение перед выходом на сцену. Боязнь публики является одним из распространенных социальных страхов. И здесь главное – побороть свою внутреннюю неуверенность.

Изучив эту книгу, вы научитесь техникам и методам преодоления нерешительности, а также узнаете, почему у каждого есть все основания для уверенности в себе. Мы рассмотрим разные приемы для эффективного построения любой публичной речи, а главное – поработаем над возможными конфликтными ситуациями. Это издание будет полезно как профессионалам своего дела, начинающим развиваться в области публичных выступлений, так и тем, кто хочет научиться грамотно и убедительно говорить, привлекая людей к своим идеям.

Вместе с вами мы проработаем законы, матрицы, сложные вопросы и ответы на них – все, что касается представления перед камерой или аудиторией, когда речь идет о более чем двух слушателях.

**Можно ли научиться ораторской харизме?** Вы сами ответите на этот вопрос, дочитав книгу до конца и взяв на вооружение все описанные тренинги и рекомендации.

Если вы готовы к тренировкам и решили, что путь лидера – это ваш путь, тогда переходим к самой сути составляющих харизмы.

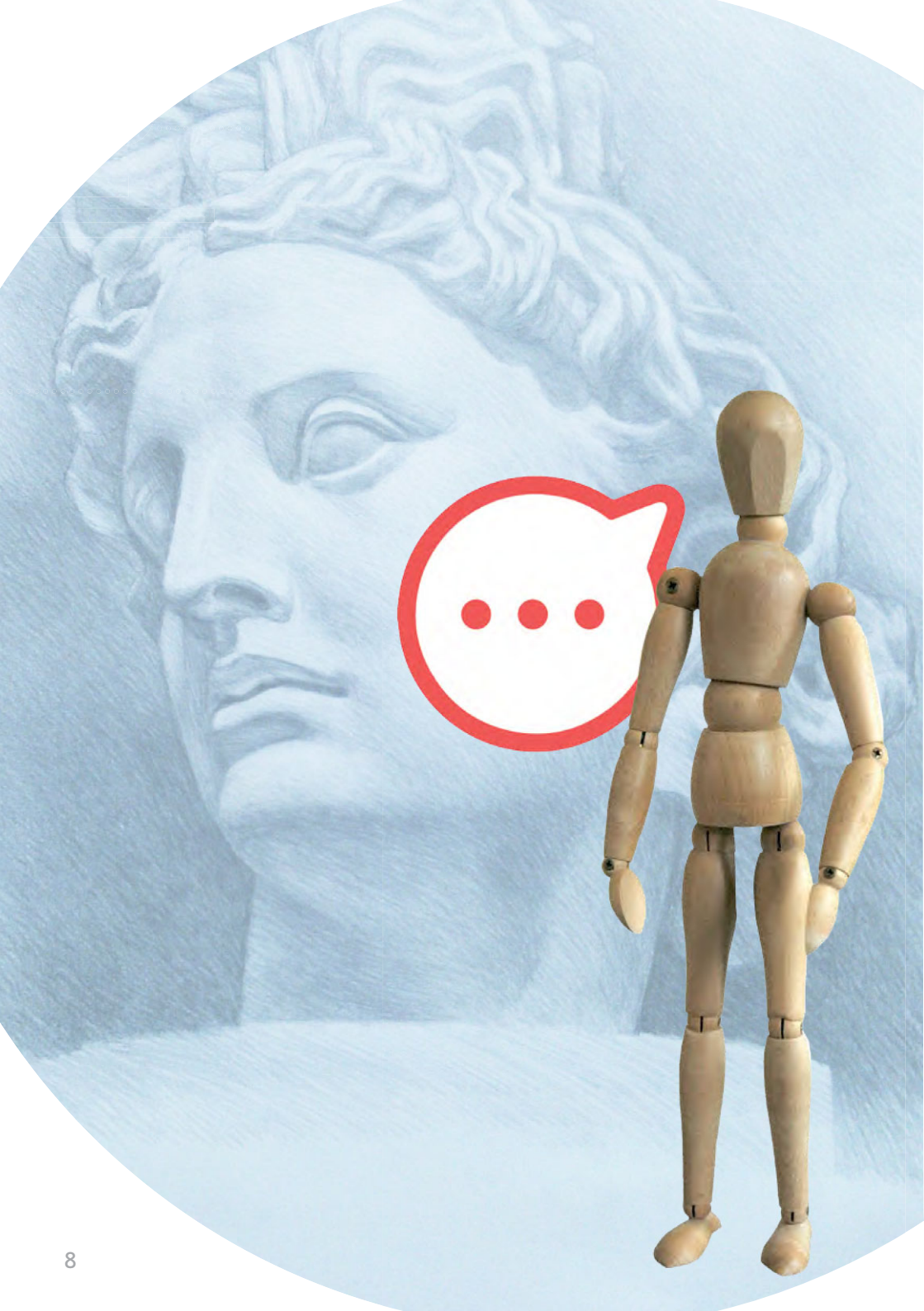
*Владимир Якуба, автор*



*Все приходит с опытом. Ты говоришь, что не умеешь общаться с людьми. Так вот, единственный способ научиться – это начать пробовать. Общайся. Взаимодействуй. У тебя не появится навыков общения, если ты будешь сидеть здесь со мной.*

*Эйприл Кливер*







## ЦЕЛЬ выступления: ОРАТОР как ядро притяжения

### 3 составляющие общения

Задумывались ли вы когда-либо над вопросом, как и с помощью чего мы оказываем влияние на слушателей? Казалось бы, именно «рождающиеся» слова воспринимаются аудиторией. Но не все так просто. Мы впитываем не только суть текста, но и манеру его подачи. Оказывается, **есть 3 составляющие общения:**

**1. Слова.** Это смысл того, что вы произносите. Согласитесь, что нужно обладать ярким даром донесения информации. Тогда даже самая сложная тема, поданная с примерами и наглядно, легко и быстро усваивается. И наоборот: можно уснуть от занудства, если текст сухой и однородный (наверняка, вы вспомните немало примеров спящих залов заседаний на научных и корпоративных семинарах или даже во время выступлений политиков в Думе).

**2. Мелодика языка** (тон, громкость, темп, тембр). Это то, насколько интересно и ярко представлена ваша речь, как она меняется в тональностях – словно звуки музыкального инструмента. Мелодика языка организует фразу, делит ее на ритмические и смысловые группы. Мы делаем акценты: вопрос, побуждение, повествование, восклицание – и этим притягиваем к себе внимание собеседников. С помощью мелодики речи оратор выражает личные эмоции, иронию, намекает на подтекст, вызывая разные чувства и ответную реакцию слушателей.

**3. Невербалика.** Это «язык тела» человека для передачи какой-то информации: мимика, жесты, поза,

*В каждом человеке в той или иной степени противодействуют две силы: потребность в единении и жажда общения с людьми.*

**Владимир Набоков**



**МЕЛОДИКА** –  
изменение высоты  
голосового тона  
в речи, чередование  
высоких  
и низких тонов.



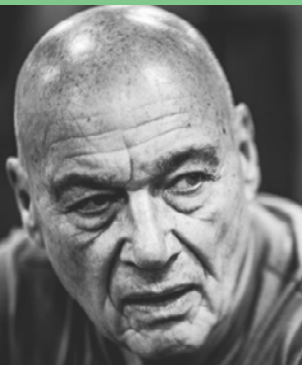
## НЕВЕРБАЛИКА –

*это язык тела:*

*жесты, интонация,  
мимика, выраже-  
ние глаз и лица,  
поза, походка...*

*Человек часто добивается  
невозможного именно по-  
тому, что он не знает,  
что это невозможно.*

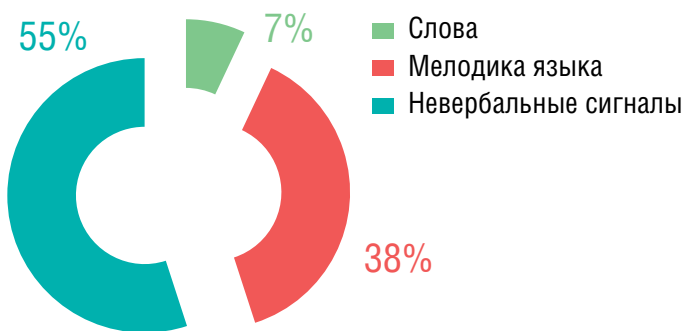
**Владимир Познер**



осанка, походка, передвижение на месте, направление взгляда (даже его длительность и частота!) – все то, что воспринимается визуально, помогает или мешает воспринимать ваш речевой посыл.

Как вы думаете, какая из этих трех составляющих в процентном соотношении самая большая и содержательная? В области изучения способов передачи информации проведено множество исследований, и одним из самых известных является изыскание Альберта Мейерабиана. Он пришел к выводу о том, что донесение информации до потенциального слушателя лишь на 7% воспринимается за счет слов, на 38% зависит от интонации, тембра и звука голоса, и 55% составляют жесты.

Итак, выделим составляющие в разговоре:



Конечно, это не означает, что ваша аудитория не слушает то, что вы говорите. На деловой презентации помимо того, **что** именно вы говорите, следует обращать внимание и на то, **как** это преподносится и выглядит со стороны.

Можно говорить живо и экспрессивно, как Андрей Малахов, Джереми Кларксон или Владимир Жириновский, спокойно и уверенно, как Владимир Познер, Алексей Венедиктов и Дмитрий Дибров, флегматично, как Леонид Ильич Брежнев или Мурат Якин.

Рассмотрим таблицу, в которой емко и максимально сконцентрировано описаны основные моменты невербалики при ведении разговора:

Фото: [pozneronline.ru](http://pozneronline.ru)

## ДВИЖЕНИЯ

- Универсальные повседневные жесты, понятные без слов (знаки запрещения или разрешения, приветствия и прощания, привлечения внимания, согласия или возражения)
- Жесты, которые органично включаются в контекст речи (размер или форма предмета)
- Зрительно воспринимаемые движения, позы, манера поведения человека
- Параллельное употребление жеста и слова
- Автономные жесты и слова: не прерывая презентацию или семинар, делаем жест-замечание, жест-фиксацию

## АКУСТИКА

- Интонация
- Слуховое восприятие невербальных индикаторов информации
- Логические ударения и паузы
- Сила голоса (тихо – громко)

## БЛИЗОСТЬ К АУДИТОРИИ (зонирование)

Учитывается пространственное расположение слушателей (их личная территория). Есть 4 зоны коммуникантов:

- Интимная зона (15 – 46 см) – нарушение ее воспринимается человеком болезненно. Входить в нее разрешается только самым близким людям
- Личная зона (46 см – 1,2 м) – расстояние руки, протянутой для рукопожатия. Используется при межличностном общении
- Зона социального общения (1,2 – 3,6 м) – расстояние для делового общения
- Общественная зона (3,6 м и более) – для большой аудитории

### Учитываются 2 правила:

- 1) во время общения важна поза всегда лицом к лицу, чтобы видеть глаза собеседника, улавливать изменения в восприятии, вовремя почувствовать нарушение или разрыв контакта;
- 2) движение в сторону аудитории должно быть минимальное и только оправданное.



*ЖЕСТЫ и социальный статус – союзники в общении. Быть уверенным – это держать себя уверенно во всем.*

*Жест должен отражать мысль, он гармонирует или глуп в зависимости от того, умеет артист или нет.*

**Сара Бернар**

