

MÓW I ZWYCIĘŻAJ

Jak perswazyjnie prezentować w każdej sytuacji

BRIAN TRACY

ISBN: 978-83-61732-42-6

format 158/233, oprawa miękka ze skrzydełkami

liczba stron: 184

cena: 39,90 zł



W książce *Mów i zwyciężaj* Brian Tracy pokazuje, jak po mistrzowsku opanować sztukę skutecznego przemawiania – i jak wykorzystać ją, by osiągnąć nawet pozornie najbardziej nierealne cele!

Umiejętność dobrego przemawiania to:

- dobytec szacunku w innych i nowych kontaktach
- zwrócenie na siebie pozytywnej uwagi wpływowych osób które mogą otworzyć ważne drzwi na drodze rozwoju życia osobistego i zawodowego
- pewne prezentowanie siebie co może przyspieszyć wspinaczkę po szczeblach kariery dzięki
- wywieranie wrażenia osoby bardziej uzdolnionej i inteligentnej w porównaniu z osobami, które tego nie potrafią.

Treść książki wykracza poza podstawowe informacje na temat wystąpień publicznych. Zdradza ona tajniki wywierania maksymalnie skutecznego wpływu własnymi słowami i prezentacjami, które pozwolą ci nie tylko skutecznie się komunikować, ale także w mistrzowski sposób zmieniać zdanie innych osób na tematy o krytycznym znaczeniu dla twojego sukcesu.

*Jeszcze raz Brian Tracy stworzył przebój. W swojej nowej książce **Mów i zwyciężaj** ten mistrz sceny pozwala dogłębnie przyjrzeć się tematowi i udziela cennych wskazówek.*

– Ken Blanchard, współautor *Jednominutowego menedżera*

O AUTORZE

Brian Tracy jest jednym z odnoszących największe sukcesy na świecie mówców i konsultantów z dziedziny rozwoju osobistego i zawodowego. Przemawia co roku do ponad 250 000 osób. Jego firma Brian Tracy International, z siedzibą w San Diego, ma przedstawicielstwa działające w 32 krajach.

Spis treści

WPROWADZENIE Mów by zwyciężać.....	9
ROZDZIAŁ 1 Sztuka przemawiania i retoryki	15
ROZDZIAŁ 2 Planowanie i przygotowanie bez tajemnic	24
ROZDZIAŁ 3 Pewność siebie i umysłowe mistrzostwo	44
ROZDZIAŁ 4 Zaczynj z impetem przed każdą publicznością.....	56
ROZDZIAŁ 5 Mistrzowskie opanowanie spotkań z małymi grupami.....	70
ROZDZIAŁ 6 Mistrzowskie opanowanie prezentacji i negocjacji w małych grupach.....	80
ROZDZIAŁ 7 Mistrzostwo na scenie: wywieranie wpływu na dużą publiczność.....	94
ROZDZIAŁ 8 Mistrzowskie opanowanie głosu: skuteczne techniki głosowe.....	113
ROZDZIAŁ 9 Tajniki zawodu: techniki mistrzów przemawiania.....	124
ROZDZIAŁ 10 Kontrolowanie przestrzeni	136
ROZDZIAŁ 11 Zakończ z impetem: Niech im zaprze dech w piersiach!	154
ROZDZIAŁ 12 Skuteczne prezentacje handlowe	162
O AUTORZE	182

ROZDZIAŁ 1

Sztuka przemawiania i retoryki

Wszelkie krasomówcze popisy czynił dla praktycznego skutku. Nigdy nie przemawiał tylko po to, by go słyszano.

Abraham Lincoln
w mowie pochwalnej na cześć Henry'ego Claya.

W historii ludzkości za szczyt skuteczności człowieka od zawsze uznawano jego umiejętność przekonania innych. Celem publicznego przemawiania jest bowiem w istocie spowodowanie działania, które nie miałyby miejsca, gdyby nie padły słowa mówcy. Przykład – gdy przemawiał Demostenes, słuchacze się zachwycali: „Cóż to za wspaniały mówca”. Ale gdy mówił Alcybiades, wołali: „Ruszajmy!”.

Twoim zadaniem jako mówcy jest zmotywować i skłonić słuchaczy, by na skutek twoich słów pomyśleli, poczuli i zadziałali inaczej. Masz sprawić, by podjęli pewnego rodzaju działanie. Masz ich zmotywować, by „ruszyli!”.

Na szczęście mistrzostwo w przemawianiu i komunikacji w biznesie to umiejętność, którą można sobie przyswoić. Jeśli potrafisz nauczyć się prowadzić samochód, pisać na klawiaturze komputera albo korzystać z telefonu komórkowego, możesz równie dobrze stać się skutecznym mówcą i zmienić nie tylko swoje życie, ale także życie twoich słuchaczy.

Trzy składowe perswazji

Arystoteles jako pierwszy z wielkich filozofów uznał znaczenie retoryki jako podstawowe narzędzie przywódcy. Podzielił zasadnicze elementy

perswazji na trzy części: *logos* (logikę), *ethos* (etykę) i *pathos* (emocje). Przyjrzyjmy się kolejno tym składowym.

Logos odnosi się do logiki, do słów, a także do racji przedstawianych w argumentacji. Ważne, by wszystko, co mówisz, pasowało do siebie jak ogniwa łańcucha lub elementy układanki i tworzyło spójne oświadczenie lub wywód. Chodzi o to, byś dogłębnie zastanowił się i zaplanował swoje przemówienie. Pozwoli ci to uporządkować argumenty od najbardziej ogólnych do najbardziej konkretnych, od pierwszej przesłanki do wniosku końcowego, a każda teza będzie opierała się na poprzedniej, budując przekonującą argumentację.

Drugim aspektem perswazji jest *ethos*. Odnosi się do twojego charakteru, etyki i wiarygodności w trakcie przemawiania. Podniesienie wiarygodności, jaką budzisz u słuchaczy przed i w trakcie wystąpienia, zwiększa prawdopodobieństwo, że słuchacze przyjmą twoją argumentację i podejmą działania zgodne z twoimi zaleceniami.

Trzecim aspektem perswazji jest *pathos*. To emocjonalna treść argumentacji i być może najważniejsza. Tylko wtedy, gdy łączysz się ze słuchaczami emocjonalnie i poruszasz ich na poziomie elementarnym, jesteś w stanie zmotywować ich, by zmienili sposób myślenia i podjęli konkretne działania.

Wszystkie te trzy składowe – *logos*, *ethos* i *pathos* – muszą się ze sobą splecać, jeśli pragniesz poruszyć słuchaczy i przekonać ich do swojego punktu widzenia.

Trzy komponenty przekazu

Albert Mehrabian z Uniwersytetu Kalifornijskiego przeprowadził prawie 40 lat temu serię badań dotyczących skuteczności komunikacji. Doszedł do wniosku, że każda forma ustnego przekazu składa się z trzech komponentów: słów, tonu głosu i mowy ciała mówiącego.

Słowa

O dziwo, według Mehrabiana słowa odpowiadają za zaledwie 7 procent przekazanej wiadomości. Oczywiście słowa, których używasz,

mają żywotne znaczenie i należy dobierać je z uwagą. Wypowiedź musi być zorganizowana we właściwy sposób i poprawna pod względem gramatycznym i stylistycznym. Ale każdemu z nas zdarzyło się pewnie wysłuchać nudnego, akademickiego mówcy, którego słowa były błyskotliwe, a jednak przesłanie nie zrobiło na nikim wrażenia. Same słowa nie wystarczą.

Ton

Drugim elementem komunikacji wyróżnionym przez Mehrabiana był ton głosu. Zgodnie z jego obliczeniami 30 procent wiadomości zawarte jest w tonie głosu mówcy i nacisku, jaki kładzie na wybrane słowa.

Wypowiedz zdanie: „Ja bardzo cię kocham”. Kładąc nacisk kolejno na każde z zawartych w nim słów lub wypowiadając je jako pytanie, możesz całkowicie zmienić znaczenie tego zdania. Spróbuj. Postaraj się, by twój ton odzwierciedlał szczerze oświadczenie lub pytanie. Zauważ, jak radykalnie możesz zmienić znaczenie, po prostu skupiając się na jednym, wybranym słowie.

Każdy mężczyzna pamięta z doświadczenia kłótnię z kobietą swego życia o jakąś banalną rzecz. Ponieważ panowie stosują zwykle słowa jak narzędzia, a kobiety używają ich dla osiągnięcia zrozumienia i zbudowania relacji, często obie strony odbierają tę samą wypowiedź odmiennie. I dlatego się zdarza, że ona złości się lub odczuwa urazę z powodu czegoś, co padło z jego ust. On wtedy mówi: „Ale ja powiedziałem to i to”. Na to ona ze złością: „Nie chodzi o to, co powiedziałeś, ale jak to powiedziałeś”.

Możesz zmienić przekaz i wynikający z niego wpływ, jaki wywrze on na twoich słuchaczach, celowo odmieniając ton swojej wypowiedzi i mając świadomość wagi tego zabiegu.

Ciało

Mehrabian odkrył również, że aż 55 procent wiadomości zawarte jest w mowie ciała mówiącego. Dzieje się tak, ponieważ od oka do mózgu prowadzi aż 22 razy więcej nerwów niż od ucha do mózgu. Z tego powodu wrażenia wzrokowe są niezwykle silne.

Bądź świadom swojego stylu komunikacji

Osoby, które potrafią świetnie się komunikować, zawsze zwracają uwagę na efekt, jaki mowa ich ciała wywiera na stopień akceptowania przez słuchaczy przekazywanej wiadomości.

Gdy ramiona swobodnie zwisają wzdłuż tułowia, a dłonie są otwarte i zwrócone wewnętrzną stroną w kierunku słuchaczy, i gdy mówiąc, patrzysz bezpośrednio na słuchaczy i uśmiechasz się, słuchające cię osoby rozluźniają się i chłoną to, co przekazujesz, tak jak gąbka chłonie wodę. Gdy masz poważny wyraz twarzy i nie uśmiechasz się, a ramiona krzyżujesz na piersiach lub chwytasz dłońmi mównicę, słuchacze reagują tak, jak dzieci karcone przez rozżłoszczonego rodzica. Zamykają się i przyjmują postawę defensywną, bronią się przed twoim przekazem i próbą przekonania ich, by myśleli i działali w konkretny sposób. Mowa ciała ma wielkie znaczenie!

Ponieważ wygłosiłem tak wiele przemówień przed różną publicznością, mówcy stale proszą mnie o uwagi na temat przemówienia lub wykładu, który właśnie wygłosili. Zawsze niechętnie udzielam krytycznych informacji zwrotnych, ponieważ ludzie są na ogół przewrażliwieni na punkcie uwag, które nie są pochwalne i pozytywne. Pomimo to wręcz zdumiewająco często udzielam tej samej rady: „Mów wolniej, rób pauzy i uśmiechaj się pomiędzy kolejnymi punktami i zdaniem”.

Równie zdumiewające jest to, jak wielu mówców bierze sobie tę radę do serca i dostrzega natychmiastową i pozytywną zmianę w reakcji słuchaczy. Gdy mówisz wolniej, słowa brzmią wyraźniej i wydajesz się osobą bardziej wymowną. Ton twojego głosu jest przyjemniejszy i sympatyczniejszy, a gdy się uśmiechasz, promieniujesz ciepłem, serdecznością i akceptacją. To sprawia, że słuchacze czują się swobodnie i stają się otwarci na twój przekaz. Bardziej szczegółowo zajmiemy się tym zagadnieniem w rozdziale 8.

Prosty model krótkich wystąpień

Jest pewien prosty, trzyczęściowy model, który warto wykorzystać do zaprojektowania dowolnego wystąpienia. Ta struktura sprawdza się

równie dobrze w przypadku jednogminutowej wypowiedzi, jak i trzydziestominutowego przemówienia.

Część pierwsza

Część pierwsza to otwarcie. Po prostu oświadczasz słuchaczom, co masz zamiar im przekazać w trakcie swojego wystąpienia. Przykładowo możesz powiedzieć: „Dziękuję wam za przybycie. W ciągu kilku następnych minut chcę przedstawić wam trzy problemy, w obliczu których stanęła dziś nasza branża, oraz działania, jakie możemy podjąć, by w nadchodzących miesiącach obrócić te trudności na naszą korzyść”.

To otwarcie przygotowuje grunt oraz samych słuchaczy i wytycza szlak, którym będzie podążać twoje przemówienie.

Część druga

W części drugiej przedstawiasz słuchaczom to, o czym w otwarciu obiecałeś powiedzieć. Część ta może składać się z jednego, dwóch lub trzech punktów. Jeśli to krótkie wystąpienie, powinno zawierać tylko trzy punkty kluczowe omówione na zasadzie ciągu logicznego. Możesz np. powiedzieć: „Stanęliśmy w obliczu wzrostu konkurencji, malejących zysków i zmiany gustów klientów. Przyjrzyjmy się po kolei każdej z tych kwestii i zastanówmy się nad alternatywnymi sposobami skutecznego ich rozwiązania”.

Część trzecia

Część trzecia to podsumowanie wystąpienia. Nigdy nie powinieneś oczekiwać, że słuchacze bezbłędnie zapamiętają wszystko, o czym mówiłeś, słysząc to po raz pierwszy. Pomocnym i miłym ukłonem w stronę publiczności jest krótkie spojrzenie wstecz, podsumowanie i powtórzenie najważniejszych punktów. Możesz przykładowo powiedzieć coś takiego:

Podsumowując: aby uporać się ze wzrostem konkurencji, musimy podnieść jakość naszych produktów i szybkość, z jaką dostarczamy

je klientom. Aby rozwiązać kwestię kurczących się rynków, musimy objąć działaniami nowe rynki i rozszerzyć ofertę produktową, by przyciągnąć nowych nabywców. Żeby natomiast poradzić sobie ze zmianą upodobań klientów, musimy opracować i wprowadzić na rynki produkty i usługi, których nasi klienci chcą dziś, a nie takie, jakich być może pragnęli w przeszłości. Dzięki wspólnemu zaangażowaniu w realizację tych trzech celów nie tylko przetrwamy, ale nasza firma rozkwitnie w nadchodzącej, ekscytującej przyszłości. Dziękuję za uwagę.

Masz zadanie do wykonania

Peggy Noonan, autorka przemówień prezydenta Ronalda Reagana, napisała kiedyś: „Każde przemówienie ma do wykonania jakieś zadanie”.

Zanim więc w ogóle zabierzesz głos, powinieneś po pierwsze i najważniejsze „zacząć od końca” we własnym umyśle. Sprecyzuj, co dokładnie chcesz osiągnąć swoim przemówieniem. Zadaj sobie, jak je nazywam, „pytanie o cel”: „Gdyby po moim wystąpieniu przeprowadzono sondaż i uczestnicy mieli odpowiedzieć na pytanie »Co dało panu/pani to przemówienie i co w związku z nim zamierza pan/pani robić inaczej?«, to jakie odpowiedzi pragnąłbym usłyszeć?”. Każdy element twojego wystąpienia, począwszy od otwarcia, przez główną treść rozwinięcia, a skończywszy na uwagach końcowych, powinien być skierowany na osiągnięcie tego celu.

Zachęcamy do lektury!