

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

DLA
NIEŚMIAŁYCH



Andrzej Kozdęba

ZŁOTE
MYSLI

© Copyright by Złote Myśli & Andrzej Kozdęba, rok 2014

Autor: Andrzej Kozdęba

Tytuł: Wystąpienia publiczne dla nieśmiałych

Wydanie I

ISBN: 978-83-7701-868-2

Projekt okładki: Janusz Skierkowski

Redakcja: Magdalena Kosek, Sylwia Fortuna

Skład: Magda Wasilewska

Złote Myśli sp. z o.o.

44-117 Gliwice

ul. Toszecka 102

www.ZloteMysli.pl

e-mail: kontakt@zlotemysli.pl

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Spis treści

Wstęp.....	9
CZĘŚĆ 1. Stres.....	13
Nie taki stres straszny	15
Stres wspomaga koncentrację	15
Stres pobudza emocje.....	16
Stres zmniejsza uczucie głodu	17
Stres mobilizuje do działania	17
Zaakceptuj stres	18
Nieśmiały też może.....	22
CZĘŚĆ 2. Przygotowanie do prezentacji.....	25
Bądź przygotowany	27
Zasoby.....	29
Cel.....	29
Plan	30
Treść.....	31
Konspekt.....	32
Rozpoznaj publiczność	34
Analiza DOPO.....	35

Analiza demografii	36
Analiza oczekiwań.....	37
Analiza potrzeb.....	38
Analiza otoczenia.....	39
Wyznacz cel prezentacji	44
Dlaczego?.....	46
Po co?.....	46
Co?.....	47
Rozgrzej swój głos.....	50
Rady Aniki.....	51
Grupa 1: Oddech	52
Grupa 2: Głośne mówienie bez obciążania gardła....	55
Grupa 3: Dykcja.....	58
Publiczność jest twoim sprzymierzeńcem	60
CZĘŚĆ 3. Niech się rozpocznie!.....	65
Zacznij interesująco.....	68
Historia oparta na twoim doświadczeniu i twoich przygodach.....	70
Wspólne doświadczenie	71
Opowieść.....	72
Powszechnie znany fakt.....	73
Pytanie	74
Zbuduj swój autorytet	75
Przygotuj się na niespodziewane.....	78
Problemy techniczne.....	80
Hałasy	81
CZĘŚĆ 4. Ucz się od innych.....	83

CZĘŚĆ 5. Mów tak, by cię słuchali.....	91
YYY i słowa, które psują przekaz	93
Co powodują wypełniacze i dlaczego są złe?.....	95
Jak się pozbyć YYY i innych wypełniaczy?	96
Czym zastąpić wypełniacze?.....	96
Chodzić, stać czy się odwrócić?.....	100
Mów gestem i wzrokiem	103
Tempo mówienia.....	107
Język prosty, lecz nie prostacki.....	109
Język prosty, a nie naukowy.....	111
Co mówią liczby i statystyki?	112
Multimedialne przygotowanie	115
CZĘŚĆ 6. Niech zacznie się koniec!.....	121
Pamiętaj, co obiecałeś.....	123
Zakończ dobrze.....	124
Sposób 1: Dokończ to, czym rozpocząłeś.....	126
Sposób 2: Przedstaw inne rozwiązanie.....	126
Pytania, pytania	127
Co poszło dobrze, a co nie do końca?.....	130
Zakończenie	137
Jeśli znasz schematy, to możesz je łamać.....	137
Jeśli masz wyrobioną markę, to nie musisz przejmować się schematami	138
Ćwicz i nie bądź zbyt surowy w ocenie.....	138
Podziękowania i prośba autora	139

CZĘŚĆ 2.

Przygotowanie do prezentacji



*Mówca tak powinien skonstruować przemówienie,
by wyczerpać temat, ale nie wyczerpać słuchaczy.*

Winston Churchill

Najprostszym sposobem na pokonanie nieśmiałości jest odpowiednie przygotowanie prezentacji. Nie chodzi tylko o samą treść, o to, co będziemy mówić. Chcąc być pewnym siebie mówcą, musisz wiedzieć też, do kogo kierujesz swoje słowa oraz co chcesz osiągnąć swoją wypowiedzią. Nie są to rzeczy, o które będziesz mógł zadbać na scenie. Na niej działasz, wykonujesz to, co wcześniej zaplanowałeś. Jeśli chcesz, żeby twoje słowa przynosiły skutek, musisz wyeliminować błędy, które mogą pojawić się jeszcze przed rozpoczęciem prezentacji.

BŁĘDY, KTÓRE MOŻESZ POPEŁNIĆ PRZED PREZENTACJĄ:

- ▶ BRAK PRZYGOTOWANIA,
- ▶ NIEROZPOZNANA PUBLICZNOŚĆ,
- ▶ BRAK OKREŚLONEGO CELU WYSTĄPIENIA,
- ▶ STRACH PRZED PUBLICZNOŚCIĄ.

Bądź przygotowany

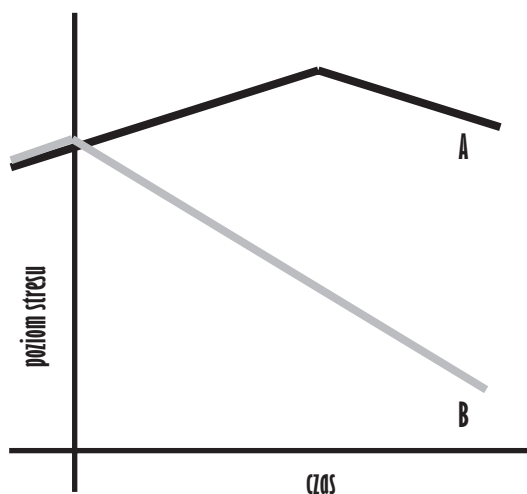
Przygotowanie jest kluczowym elementem każdego wystąpienia. Brzmi to banalnie, niestety często właśnie ten etap jest pomijany lub robiony minimalnym nakładem sił. Część osób tak bardzo nie lubi występować publicznie, że już przed prezentacją „wie”, jak im pójdzie — beznadziejnie. Więc nawet nie ma sensu przygotowywać się do czegoś, co i tak nie wyjdzie. Okropny błąd w myśleniu!

Niedoświadczeni mówcy nie potrafią dobrze przygotować się do swojej prezentacji. Z kolei ci, którzy to doświadczenie posiadają, z czasem wpadają w przeświadczenie, że przygotowanie nie jest im potrzebne, bo świetnie znają temat. I jedni, i drudzy popełniają błąd.

Gdzie najczęściej można znaleźć mówców nieprzygotowanych? Najlepszym przykładem są szkolne i uniwersyteckie ławy. Sam pamiętam niejedną prezentację z tamtego okresu, która nie była dobrze przygotowana. Wykładowcy posiadają wiedzę merytoryczną, ale często nie silą się, by ich przekaz zawierał różnorodne treści. Z kolei studenci, którzy obecnie prezentują coraz większą liczbę projektów, gdy przychodzi do samego wystąpienia, „olewają” temat, gdyż: albo nie chcą wyjść na zbyt gorliwych, albo nie przygotowali się do zajęć. W efekcie tego typu działań, zarówno z jednej, jak i drugiej strony, człowiek może opuścić zajęcia z przeświadczeniem, że bylejakość prezentacji jest normą.

I z tą bylejakością trafia następnie do firmy. Z moich obserwacji wynika, że jeżeli ktoś nie jest doświadczonym sprzedawcą lub handlowcem z powołania, to ma problem z odpowiednim

przeprowadzeniem prezentacji. Niestety, problem zaczyna się już w przypadku wielu szefów i właścicieli, którzy mając powiedzieć kilka słów o firmie, jękają się i gubią w słowach. Pracownicy z kolei nie znoszą prezentować. Boją się błędu, braku doświadczenia i dodatkowej pracy, którą trzeba wykonać. Gdy są pewni siebie, próbują zakryć ewentualne braki żartem, statystykami lub improwizacją. Gdy doskwiera im nieśmiałość, szukają zastępstwa albo modlą się, by na ich wystąpienie zabrakło czasu. Często nie wiedzą, w jaki sposób należy się przygotować.



Tak w uproszczeniu można przedstawić sytuację nieśmiałego mówcy, który nie przygotował się do swojej prezentacji (A), oraz takiego, który się przygotował (B). Jeżeli jesteś przygotowany i świetnie wystartujesz (bo przecież wiesz, że znasz temat), to stresu z każdą minutą będzie mniej. Brak przygotowania oznacza sytuację odwrotną.

CZĘŚĆ 2. Przygotowanie do prezentacji

Jeśli chcesz pokonać strach, musisz znać swoją prezentację. A na dobre przygotowanie trzeba poświęcić przynajmniej kilka godzin — zarówno jeśli chodzi o dostosowanie treści, jak i ćwiczenia. Od czego zacząć? Oto 5 kroków, które pozwolą ci dobrze się przygotować:

- ▶ SPRAWDŹ ZASOBY.
- ▶ OKREŚL CEL.
- ▶ PRZYGOTUJ PLAN.
- ▶ OPRACUJ TREŚĆ.
- ▶ SPORZĄDŹ KONSPEKT.

Zasoby

Gdy znasz temat swojej prezentacji, sprawdź, jakimi zasobami dysponujesz. Co wiesz na ten temat, jakie książki, z których możesz skorzystać, masz w domu, jak może ci pomóc wujek Google? Wiedząc, z czego możesz skorzystać, będziesz wiedział, jak ugryźć temat i jakie treści znajdą się w twojej prezentacji.

Cel

Znając zasoby, będziesz mógł wyznaczyć cel swojego wystąpienia. Jak go określić, dowiesz się kilka stron dalej.

Plan

Może zdarzyć się tak, że nie będziesz mieć właściwie żadnych materiałów dotyczących tematu, na który będziesz się wypowiadał. Wtedy musisz ruszyć głową: pomęczycь wyszukiwarke, znajomych, biblioteki. Rzadko kiedy jednak będziesz mierzył się z takim tematem. Ale jeśli już się zmiierzysz, to szukaj. W końcu chcesz zrobić dobrą prezentację. Być może dysponujesz ciekawym materiałem wideo, który można pokazać. Użycie filmu jest dobrym rozwiązaniem, o ile będzie on krótkim przerywnikiem, uzupełnieniem, a nie główną treścią prezentacji.

Częstszym problem jest nie brak treści, a ich nadmiar. Twoje wystąpienie ma trwać piętnaście minut. Materiału masz tyle, że mógłbyś mówić o nim przez minimum trzy godziny. Co wybrać? Co jest istotne?

Tworząc prezentację, musisz pamiętać o dwóch rzeczach:

1. Ty, jako osoba prowadząca, decydujesz, co jest ważne.
2. Mniej znaczy więcej.

Zacznijmy od tej drugiej prawdy objawionej: jeśli myślisz, że prezentacja powinna być wypełniona informacjami, bo ich łakną ludzie, to muszę cię rozczarować. Zwykle już po zakończeniu twojego wystąpienia mniej więcej połowa rzeczy, o których mówisz, pójdzie w niepamięć. Dlatego skup się na trzech–czterech istotnych zagadnieniach i opracuj je dobrze. Tutaj dochodzimy do rzeczy pierwszej. Ty decydujesz, na jakich zagadnieniach chcesz się skupić. Jeśli nie masz narzuconych wytycznych, to możesz podejść do tematu we-

dług własnego upodobania. Jeżeli otrzymałeś wcześniej plan działania, po prostu go zrealizuj.

W każdym razie: posiadasz już zasoby oraz cel (o którym przeczytasz wkrótce) wystąpienia. Weź kartkę i sporządź plan. Wypisz te trzy najważniejsze zagadnienia, które chcesz poruszyć i przeanalizuj je dokładnie, rozpisując punkt po punkcie, co zostanie zawarte w każdym z nich. Taki plan pozwoli ci skupić się na rzeczach ważnych, a nie na rozwlekłych dygresjach. Na jego podstawie stworzysz treść.

Treść

Czyli mięcho. Masz plan, wiesz, o czym będziesz mówić i wiesz, co chcesz przekazać. Skorzystaj teraz ze swojej wiedzy i z zasobów, które posiadasz, aby stworzyć treść prezentacji. Napisz ją. Siądź przy komputerze i napisz. Jeżeli twoja prelekcja ma trwać piętnaście minut, powinieneś mieć nie więcej niż cztery strony A4 pisane pismem o stopniu 14. To nie jest wiele stron, a znacznie ułatwi ci naukę prezentacji. Im większy odczuwasz strach przed mówieniem publicznym, tym bardziej powinieneś pisać treść swoich wystąpień. Osobiście uważam, że potrzeba minimum dziesięciu w pełni napisanych prezentacji, aby móc sobie pozwolić na pominięcie tej części. Minimum dziesięć, przy założeniu, że każda z nich została przepracowana i przećwiczona.

Jeśli chcesz czuć się pewnie na scenie i pokonać swoje lęki, musisz zainwestować w to czas.

GDY TREŚĆ TWOJEGO WYSTĄPIENIA BĘDZIE JUŻ GOTOWA, PRZECZYTAJ JE KILKA RAZY NA GŁOS. ZMIERZ CZAS, JAKI PRZEZNACZASZ NA CZYTANIE. WEŹ POD UWAGĘ FAKT, ŻE STOJĄC PRZED PUBLICZNOŚCIĄ, BĘDZIESZ MÓWIĆ SZYBCIEJ. WIĘC JEŚLI PRZECZYTANIE TEKSTU ZAJMIE CI OKOŁO SIEDMNASTU MINUT, TO JEGO PRZEKAZANIE ZE SCENY BĘDZIE O KILKA MINUT KRÓTSZE.

Konspekt

Czytanie prezentacji jest jedną z największych zbrodni popełnianych na publiczności (są prezentacje, które są czytane, np. *exposé* premiera, ale to inny rodzaj wystąpienia publicznego). Każdego dnia tysiące, jeśli nie miliony słuchaczy, starają się powstrzymać opadające powieki, słuchając tekstu, którego źródłem nie jest głowa, a kartka. Więc ani mi się waży brać ze sobą na scenę spisane wystąpienie. W ten sposób nie pokonasz nieśmiałości, a dodatkowo pozwolisz przypiąć sobie łatkę nudziarza. Czytać prezentację możesz jedynie ćwicząc. A gdy ją czytasz, ćwicząc, powinienes zwracać uwagę na słowa kluczowe i najważniejsze zdania, które będą naprowadzały cię na dalszy ciąg twojego wystąpienia. Umieścisz je w konspekcie, z którym możesz wyjść na środek sali.

KONSPEKT JEST ZBIOREM NAJWAŻNIEJSZYCH INFORMACJI I SŁÓW KLUCZY, KTÓRE SĄ UMIESZCZONE W TREŚCI TWOJEJ PREZENTACJI. POWINIEN BYĆ NA TYLE ROZBUDOWANY, ŻEBYŚ PŁYNNIE PRZECHODZIŁ DO KOLEJNEGO ETAPU WYSTĄPIENIA, ALE TEŻ NA TYLE OKROJONY, ŻEBYŚ NIE STAŁ Z WZROKIEM WBITYM W KARTKĘ PAPIERU CZY PRZESUWAJĄCE SIĘ SLAJDY.

Analizując treść prezentacji, zwróć uwagę na te istotne dla ciebie i słuchaczy informacje i stwórz z nich mapę, która będzie służyła pomocą podczas właściwej prezentacji. Konspekt możesz zapisać na kartce, ale równie dobrze możesz go umieścić w prezentacji multimedialnej. Slajdy nie tylko spowodują, że twoja prelekcja będzie bardziej dynamiczna i uzupełniona grafiką, ale również będą nakierowywać cię na temat, który w danym momencie powinien zostać poruszony. O tym, jak ją dobrze przygotować, będziemy jeszcze rozmawiać. Teraz zapamiętaj, że konspekt to słowa klucze, a nie zdania czy całe akapity, więc umieszczanie ich (zdań i akapitów) gdziekolwiek w pobliżu miejsca twojego wystąpienia będzie ci jedynie przeszkadzało i sprowadzało na złą drogę.

Posiadając konspekt, możesz po raz kolejny przeciwiczyć swoją prezentację. Nie, jeden raz nie wystarczy. Chyba że jesteś mistrzem prezentacji, ale wtedy nie sięgałbyś po

książkę *Wystąpienia publiczne dla nieśmiałych*. Trenuj więc to, co chcesz powiedzieć, aż do momentu, w którym uznasz, że możesz swobodnie opowiadać o danym temacie, a konspekt nie jest ci tak naprawdę potrzebny.

Tak na marginesie — mistrzowie prezentacji przeznaczają na ćwiczenia naprawdę wiele czasu. Steve Jobs swoje wystąpienia dopracowywał do perfekcji, trenując nawet po kilkadziesiąt godzin. Wiem, nie jesteś Stevem Jobsem. Ale chcąc przełamać nieśmiałość, powinieneś ćwiczyć jak Steve Jobs.

Gdy już wiemy, w jaki sposób przygotować prezentację, możemy cofnąć się o kilka kroków. Bo gdy przygotowujesz treść, powinieneś wziąć pod uwagę jeden bardzo ważny aspekt: publiczność.

Rozpoznaj publiczność

Jeżeli chcesz dobrze mówić, musisz wiedzieć, do kogo kierujesz swoje słowa. Wiedza ta będzie ci potrzebna zarówno przed, w trakcie, jak i po twojej prezentacji. Nie zawsze będziesz miał możliwość dogłębnego poznania audytorium przed rozpoczęciem wystąpienia. Jednak jeśli posiadasz taką wiedzę, wykorzystaj ją. Pozwoli ona dopasować przekaz i metody, których będziesz używał, przez co nie doświadczysz uczucia, które wywołuje serce podchodzące do gardła na widok grupy staruszek siedzących na miejscach, które miały być zajęte przez studentów politologii. Informacje o publiczności pozwolą ci także odpowiednio dobrać język: w innym tonie będziesz wypowiadał się do

CZĘŚĆ 2. Przygotowanie do prezentacji

grupy księży słuchających twojego wystąpienia, inaczej będziesz mówił do bezrobotnych szukających pracy, w końcu innych słów użyjesz, rozmawiając z menedżerem wyższego szczebla.

NAJWAŻNIEJSZYM ZADANIEM MÓWCY (OPRÓCZ PRZEKAZANIA TREŚCI) JEST DOSTOSOWANIE SIĘ DO ODBIORCÓW. UMIEJĘTNOŚĆ DOPASOWANIA SŁÓW, ZACHOWANIA, ROZPOZNANIE POZIOMU ENERGII GRUPY, ODPOWIEDNIA REAKCJA NA MAJĄCE MIEJSCE SYTUACJE, BĘDĄ KLUCZEM DO TWOJEGO SUKCESU. MÓWCA, KTÓRY JEST ODPOWIEDNIO DOPASOWANY DO GRUPY, WZBUDZA JEJ ZAUFANIE I MA WIĘKSZĄ SIŁĘ PRZEKONYWANIA. DZIEJE SIĘ TAK, GDYŻ GRUPA TRAKTUJE GO JAK SWOJEGO. DOPASOWANIE JEST SZCZEGÓLNIE ISTOTNE, GDY MASZ DO CZYNIEŃ Z MONOLITEM, NP. PRACOWNIKAMI FIRMY, KTÓRZY SĄ PRZEDSTAWICIELAMI JEDNEJ KULTURY ORGANIZACYJNEJ.

Analiza DOPO

Dobra analiza publiczności składa się z czterech punktów, które w skrócie można nazwać Analizą DOPO. Składają się na nią:

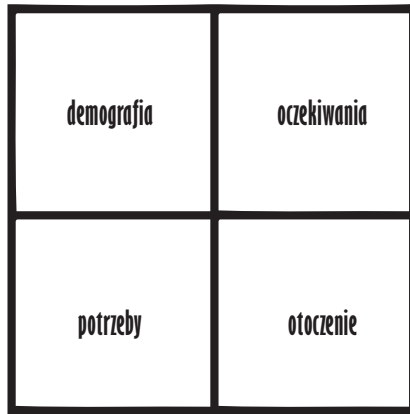
- ▶ ANALIZA DEMOGRAFII (D)
- ▶ ANALIZA OCZEKIWAŃ (O)
- ▶ ANALIZA POTRZEB (P)
- ▶ ANALIZA OTOCZENIA (O)

Analiza demografii

Analizując publiczność, powinieneś dowiedzieć się, kim są twoi słuchacze: ile mają lat, jakie mają wykształcenie, czy są to osoby pracujące, studiujące, czy będą to osoby obu płci. Im więcej dowiesz się na temat zgromadzonych, tym lepiej będziesz mógł dopasować swój przekaz do publiczności.

Powiesz, że to trudne, szczególnie w przypadku większych wystąpień. Podczas małych prezentacji, które odbywają się w twojej firmie, zrozumienie demografii grupy nie powinno stanowić dla ciebie problemu: posługujesz się przecież podobnym językiem branżowym, określonymi zwrotami, macie typowe dla siebie żarty. Jednak stając przed nowym audytorium, powinieneś wcześniej dowiedzieć się, czy wśród zgromadzonych będą jakieś ważne osobistości, profesorowie, czy może będzie to grupa nastolatków.

Duże prezentacje stanowią większe wyzwanie, ale nawet jeśli prowadzisz festyn z okazji miejskiego święta, możesz się do niego odpowiednio przygotować. W mniejszych miejscowościach mieszka więcej osób starszych, na wschodzie Polski żyją osoby bardziej przywiązane do religii młodych



i wykształconych ludzi spotkasz głównie w ośrodkach akademickich. Każda informacja, która pozwoli ci się przygotować do prezentacji, jest dla ciebie cenna. A jeśli twoje audytorium będzie bardzo zróżnicowane, to zachowuj się neutralnie, a luźny język, którego zwykle używasz, rozmawiając z młodymi ludźmi, schowaj do kieszeni.

Analiza oczekiwań

Twoja publiczność ma określone oczekiwania względem ciebie i względem twojego wystąpienia. Część z nich stworzysz ty sam, budując swój wizerunek. Tak jak zgromadzeni w kościele oczekują od księdza kazania na tematy religijne, a nie gadania o polityce, tak i od ciebie wymagają określonych zachowań. Jeżeli jesteś sprzedawcą, który potrafi rozbawić nawet największego ponuraka, to każdy będzie

oczekiwał, że i twoja prezentacja będzie zawierała zabawne elementy.

Drugą grupą oczekiwań są te, które są związane z tematem twojej prezentacji. Ludzie zwykle oczekują:

- uzyskania cennych dla nich informacji (np. podczas prezentacji wyników firmy w danym okresie);
- mile spędzonego czasu (np. podczas wystąpienia kabaretowego);
- pozyskania nowej wiedzy (np. podczas szkolenia).

Dlatego tak ważne jest, żebyś znał cele swojej prezentacji i to, jakie rezultaty chcesz osiągnąć.

Bardzo rzadko zdarza się, żeby mówca spełnił oczekiwania wszystkich uczestników prezentacji. Im większe audytorium, tym większe prawdopodobieństwo, że wśród słuchaczy znajdzie się kilku marudów, którzy stwierdzą, że im się nie podobało. Nie przejmuj się pojedynczymi głosami. Jeżeli zrealizujesz założony cel, zrobisz to w sposób interesujący, a złośliwych uwag będzie kilka, to możesz spokojnie stwierdzić, że wykonałeś dobrą robotę i przejść do analizy prezentacji.

Analiza potrzeb

Oczekiwania i potrzeby nie zawsze idą ze sobą w parze. Ludzie mogą oczekiwać, że podczas twojej prezentacji będą się świetnie bawić, ale szefostwo firmy uważa, że powinni oni być lepiej poinformowani na temat tego, w jaki sposób działała ona w trakcie ostatnich miesięcy. Oczywiście, sytuacja idealna jest taka, w której uda się spełnić wszelkie potrzeby

i zaspokoić oczekiwania zgromadzonych. Jednak nie zawsze jest to możliwe.

Uczestniczyłem kiedyś w szkoleniu z obsługi klienta, a jednym z jego modułów była skuteczna komunikacja na linii sprzedawca — klient. Na początku sesji trener zapytał nas, czego oczekujemy od przebiegu tego szkolenia. Jedna z koleżanek powiedziała, że chętnie dowiedziałaby się czegoś o mowie ciała. Taki moduł nie był zaplanowany, na co prowadzący zareagował, mówiąc: „Niestety, temat ten jest bardzo istotny, ale nie do końca wchodzi w zakres tego, o czym mamy rozmawiać, dlatego nie skupimy się na nim”. Zaproponował również, że w czasie przerwy może zasugerować jakąś literaturę związaną z tą tematyką.

Jeżeli masz z góry narzucone potrzeby, które musi spełnić twoje wystąpienie i wiesz, że część oczekiwań nie jest z nimi zgodna, możesz wspomnieć o tym na samym początku prezentacji. Możesz również zaproponować rozmowę na inne tematy po zakończeniu wystąpienia lub podczas przerwy. Zgromadzeni będą wiedzieli, co ich czeka, a ich rozczarowanie będzie mniejsze niż w przypadku wyczekiwania do samego końca na upragniony temat. Co więcej, twoja propozycja poruszenia tematu w rozmowie spowoduje, że będą bardziej przychylni (w końcu chcesz poruszyć ten temat, przeznaczając na niego swój prywatny czas).

Analiza otoczenia

Nie mniej istotne od powyższych trzech punktów jest otoczenie, w którym będziesz prowadził prezentację. Ja pro-

wadziłem swoje wystąpienia w najróżniejszych miejscach: w salach szkolnych i kinowych, salach konferencyjnych, na boisku szkolnym, na środku dużego domu handlowego, scenie ustawionej pośrodku zielonego pola czy też na krakowskim Rynku. Otoczenie ma wpływ na ciebie i na publiczność.

Jeżeli słuchacze będą zmuszeni stać, szybciej stracą zainteresowanie prezentacją. Z kolei niewygodne krzesła mogą odwrócić ich uwagę od tematu, który jest poruszany (sam niejeden raz wierciłem się niemiłosiernie, próbując skupić się na tym, co mówi prelegent, a nie na tym, co włazi mi w tyłek).

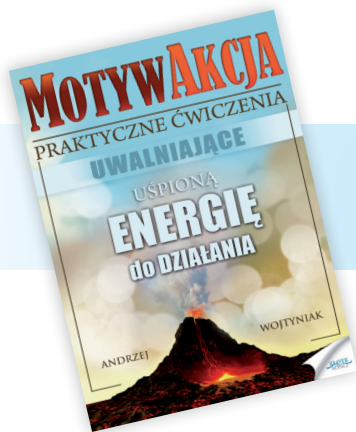
Otoczenie to nie tylko krzesła, ale również tablica, na której prezentujesz slajdy, odległość miejsc od niej, ustawienie siedzeń, oświetlenie, rolety w oknach lub ich brak czy nawet obecność mównicy. Krótko mówiąc, wszystko, co wpływa na jakość odbioru. Im więcej wiesz o otoczeniu, tym łatwiej będzie ci dostosować materiały, których będziesz używał.

Analiza tych czterech punktów pozwoli ci poznać swoją publiczność. Ale pamiętaj, że im więcej będziesz o niej wiedział, tym lepiej będziesz mógł dostosować do niej swój przekaz. Dlatego warto zastanowić się, która część prezentacji może mieć dla słuchaczy największą wartość. Warto również przemyśleć, co interesuje słuchaczy. Czasami jest to proste, np. wtedy, gdy prowadzisz prezentację dla Stowarzyszenia Miłośników Kotów. Można w ciemno założyć, że jeśli w użytych przykładach będziesz nawiązywał do futrzanych przyjaciół, to twój przekaz będzie lepiej

odebrany. Chwytem, który często stosują doświadczeni mówcy, szczególnie gdy prowadzą uroczyste obchody dni miasta lub regionu, jest odwołanie do tradycji związanych z regionem lub lokalnych uszczypliwości. Również i ty, prowadząc wystąpienie dla małego grona odbiorców, możesz użyć tego triku. Mieszkańcy Zielonej Góry tradycyjnie nie lubią Gorzowa, torunianie kłócą się z Bydgoszczą, Kraków i Poznań pozytywnie reagują na wzmianki dotyczące ich domniemanej chciwości. Wiedza na temat publiki pozwoli ci dobrać odpowiednie słowa i przykłady, którymi zjednasz sobie widownię. W końcu, skoro ten człowiek, który stoi i mówi, wie, kogo nie lubimy, to musi być swój.

Wspomniane wyżej animozje żyją prawdopodobnie jedynie wśród łysych panów biegających po osiedlach z kijami bejsbolowymi. Dlatego rozpoczęcie prezentacji firmy w Toruniu od słów: „Tak jak wy, uważam, że ludzie z Bydgoszczy są debilami i dlatego nie prowadzimy z nimi interesów” (osobiście nic nie mam do mieszkańców Bydgoszczy, ale uznałem was za dobry przykład), wcale nie postawi cię w dogodnej sytuacji.

Jak więc widzisz, analiza publiczności nie jest trudnym zadaniem. O ile wiesz, na co spojrzeć. Jeżeli chcesz zwrócić uwagę na wszystkie ważne aspekty, możesz skorzystać z poniższej karty analizy publiczności.



Motywacja Andrzej Wojtyniak

Człowiek zmotywowany najczęściej nie ma pojęcia o technikach motywacyjnych, bo ich nie potrzebuje. On po prostu to robi i nie widzi powodu, dla którego miałby przestać.

Zamiast szukać motywacji, możesz ją po prostu w sobie wyrobić!

JAK? Za pomocą kilkunastu ćwiczeń, które uwalnią uśpioną energię do działania. Co to za ćwiczenia? Przede wszystkim pomogą ci w tym:

1. Odkryjesz, co naprawdę cię "napędza", czyli prawdziwe źródło czystej motywacji.
2. Pozbędziesz się głupich nawyków i wzorców myślenia, które po cichu okradają cię z motywacji.
3. Przejdziesz 5 kroków do STAŁEJ MOTYWACJI.
4. Zacznieś kontrolować swoje codzienne zachowania, by nie dopuścić do narodzin "pijawek", które wysysają z ciebie energię do działania.
5. Nauczysz się korzystać z naturalnych motywatorów, za którymi nie musisz nigdzie ganiać ani za nie płacić.

To chcesz mieć TĘ motywację czy nie?

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://MOTYWACJA-CWICZENIA.ZLOTEMYSLI.PL](http://MOTYWACJA-CWICZENIA.ZLOTEMYSLI.PL)



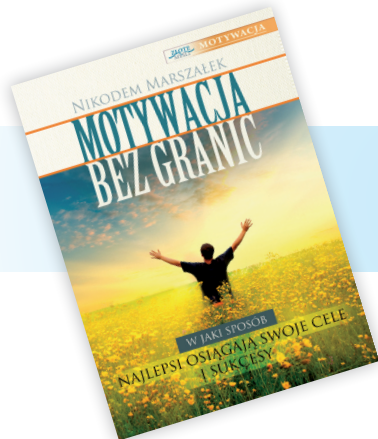
Dzieci szczęścia Hermann Scherer

Wiele osób myśli, że ci, którzy odnoszą sukcesy w życiu, mają wyjątkowe szczęście. Coś im się trafiło, coś od kogoś dostali za darmo, urodzili się pod szczęśliwą gwiazdą, mają wrodzone talenty. Tak naprawdę to tylko usprawiedliwianie siebie – „mnie się tego nie udało osiągnąć, ponieważ nie miałem w życiu zbyt wiele szczęścia”.

Autor publikacji patrzy na to zagadnienie z innej perspektywy, dziećmi szczęścia nazywając osoby, które potrafią dostrzegać OKAZJE.

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://DZIECI-SZCZESCIA.ZLOTEMYSLI.PL](http://dzieci-szczescia.zlotemysli.pl)



Motywacja bez granic

Nikodem Marszałek

Dowiedz się, czym jest skuteczna motywacja i w jaki sposób możesz osiągnąć swoje cele.

Czy wiesz, że około 90% milionerów na świecie zaczynało od zera dochodząc do swoich fortun? Każda droga - ich także - zaczyna się od tego, że widzisz przed sobą jakąś szansę i perspektywę na to, by zrealizować się w życiu. Szansę, która być może jest przed Tobą i czeka na to, abyś ją odkrył. Bez względu na to, jaki masz cel, trzeba wyruszyć w drogę. Drogę na własne szczyty - często samotną. Każdy z nas gdzieś głęboko w środku ma swój „Mount Everest ludzkich pragnień”. Teraz możesz go zdobyć.

W jaki sposób odpowiednia motywacja pozwoli Ci osiągać zamierzone cele?

Dlaczego tak wielu ludzi ponosi porażkę na drodze do swego celu? To, czego im brakuje, to motywacja, a przede wszystkim umiejętność motywowania samego siebie, aby odnosić w życiu osobiste sukcesy.

Wielkim mitem jest myśl, że umiejętność motywowania siebie jest przeznaczona tylko dla nielicznych. Skoro jest to umiejętność, to można jej się nauczyć. Takie autorytety jak Anthony Robbins, Zig Ziglar czy Robert Kiyosaki są tego dowodem.

Książkę zamówisz na stronie Złotych Myśli:

[HTTP://MOTYWACJA.ZLOTEMYSLI.PL](http://motywacja.zlotemysli.pl)