

Prezentacja

czym jest to modne teraz słowo?



Każdy sprzedawca jest prezydentem, a praca prezentera jest związana z jego niepowtarzalnością, z tym, kim naprawdę jest. Może dawać dużą satysfakcję i możliwość odkrycia w sobie tego, czego jeszcze nie poznaliśmy

Niewiele jest osób w świecie biznesu, które mają odpowiednie przygotowanie do prowadzenia prezentacji swojej firmy, jej produktów czy usług w ten sposób, by móc pokazać swoje indywidualne możliwości i wiedzę. Niestety, większość menedżerów swoją pracę traktuje wyłącznie jako proste przekazanie informacji.

Klient kupuje człowieka

W ciągu pierwszych 5 minut spotkania, ludzie formułują ok. 90% opinii na Twój temat, dlatego tak ważna jest świadomie przeprowadzona prezentacja swojej osoby, czyli *autoprezentacja*. Trudności i nieporozumienia między sprzedającym a Klientem, powstają wtedy, gdy nie jesteśmy świadomi wywieranego wrażenia, albo gdy myślimy, że postępujemy w określony sposób, a w rzeczywistości jesteśmy odbierani zupełnie inaczej. Wiedza o niewerbalnych sygnałach pomaga w świadomym tworzeniu wrażenia, jakie wywieramy w różnych sytuacjach zawodowych, jak np. podczas rozmowy z Klientem, bezpośredniej sprzedaży, w relacjach z zespołem. To, że Klienci tak naprawdę nie kupują produktu tylko osobę, która go sprzedaje, wiedzą już wszyscy, ale czy mając tę wiedzę, zastanawiasz się:

- co pragniesz osiągnąć jako autor prezentacji?
- co z Twojej prezentacji/spotkania mają wynieść widzowie/rozmówcy?
- jaka jest główna zmiana, którą chciałbyś wywołać u Klienta?
- co takiego aktualnie myślą lub robią Twoi odbiorcy, co chciałbyś zmienić?

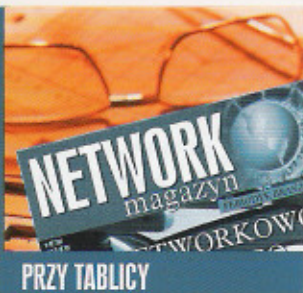
Zarządzanie emocjami

Zastanówmy się więc, czym jest prezentacja – to modne teraz słowo? Dla jednych jest ostatnią rzeczą, którą kiedykolwiek chcieliby zrobić, dla drugich to świetna okazja do pokazania swoich możliwości. Celowo nie mówię tu o chęci przedstawienia nowego produktu firmy, wzrostu jej wartości, czy strategii sprzedaży.

W prezentacji najważniejszy jest człowiek. I to od niego zależy, czy to o czym mówi przekona nas, czy pozostaniemy nieczuli na stosowane przez niego środki perswazji. Fakt, że uwaga każdego słuchacza koncentruje się na prezenterze, stwarza taki sam rodzaj presji, jaki znany jest bohaterom mediów – aktorom, dziennikarzom, etc.

Prezentacja to przedstawienie, w którym główny aktor – prezenter, może odegrać jedną ze swych najlepszych ról. To przedstawienie, które bez pasji i wiary w to, co się mówi, nie ma szansy na sukces.

Prezentacje stanowią istotną część skutecznego przywództwa. Dobra prezentacja łączy w sobie poczucie władzy i odpowiedzialności. Wywołuje w odbiorcach zamierzone zmiany. To podstawowy powód, dla którego prezentowanych informacji nie wysyłamy naszym odbiorcom e-mailem. Wyłącznie człowiek,



Każda prezentacja jest występem. Zawsze, kiedy zaczynasz rozmowę z Klientem, wstępujesz na inny poziom relacji niż wtedy, gdy zabierasz głos w trakcie spotkania, czy rozmowy telefonicznej. Prezentacja, jak każdy dobrze wyreżyserowany i zagrany spektakl, może się stać źródłem inspiracji oraz w sposób zasadniczy wpłynąć na zaufanie, jakim obdarzą Cię widzowie, czyli Twoi Klienci.



Monika Zalewska jest aktorką (teatr, telewizja, film – m.in. „Egzamin z życia”, „M jak miłość”) ale też logopedą. Posiada bogate doświadczenie w zakresie prowadzenia szkoleń i konsultacji. W czasie treningu wykorzystuje swoje aktorskie i medialne doświadczenie oraz szeroką wiedzę z zakresu logopedii i pragmatyki komunikacyjnej. Specjalizuje się w kształceniu mowy, technice i wyrazistości mówienia, sztuce prezentacji, wystąpieni publicznych, technikach medialnych. Autorka programów treningowych z zakresu autoprezentacji, komunikacji interpersonalnej i wywierania wpływu głosem. Właścicielka firmy szkoleniowej m² Potęga Możliwości (www.potegamożliwosci.eu).

który mówi z pasją i wiarą, jest w stanie dokonać zmiany myślenia u swoich słuchaczy. Aby tego dokonać, musi zostać spełniony kolejny warunek. Prezenter powinien mieć umiejętność *świadomego zarządzania stanem emocjonalnym swojego audytorium*. Jak w każdej ze sztuk, tak i tu głównie liczy się prawda. Jeśli prezenter nie potrafi, czy nie zdąży, odpowiedzieć sobie na podstawowe pytanie „po co mówię?”, czyli co chce zmienić w sposobie myślenia lub działania swoich odbiorców, na nic się zdadzą wszystkie triki, których użyje w trakcie swojego występu.

I sprawa następną, równie ważną, to „do kogo mówię?” Kim i jacy są jego słuchacze? Jak wyglądają, co i w jaki sposób mówią, co czują, co chcą usłyszeć, a co usłyszą? I w końcu, co on sam może im dać nowego, jaką ideą może ich zmotywować, do czego przekonać?

Kierowanie wrażeniami

Częstym błędem powtarzanym przy tego rodzaju pytaniach, jest wątpliwość: „Jak mam to zrobić, żeby przekonać?”. Powtarzam wtedy:

„Zastanów się PO CO masz to robić, a wtedy będziesz wiedział JAK”.

Przeprowadzono niemało badań nad tym, co najbardziej denerwuje nas w prezenterze. Najczęściej powtarzało się stwierdzenie o „słabej słyszalności oraz niemożności zrozumienia, co do nas mówi”. Pytam zatem, jak można spełnić powyższe wymagania, kiedy tak trudno o to podstawowe?

Nasze wrażenie o innych ludziach kształtujemy na podstawie głosu, tworząc sobie obraz ich wyglądu i osobowości. Czy zauważyłeś, jak

w czasie rozmowy telefonicznej nasz głos zmienia się w zależności od tego, z kim rozmawiamy? Nawet w rozmowie „twarzą w twarz” nieświadomie przyjmujemy te wyobrażenia na podstawie brzmienia, tonu głosu naszego rozmówcy. Kiedy mówimy, nasz głos komunikuje więcej niż słowa.

Na szczęście coraz więcej osób występujących publicznie zdaje sobie sprawę, że sztuka poprawnego mówienia jest nie tylko sposobem kreowania własnego wizerunku, a co za tym idzie wizerunku firmy, ale wpływa także na postawy i reakcje innych osób. Poprzez to, co pokazujemy w trakcie prezentacji, kierujemy *świadomie wyborem wrażeń*, które chcemy wyrzucić na widzach. To istota prezentacji.

Przyzwyczajenie może zgubić

W każdym podręczniku przygotowującym do występów publicznych przeczytamy, że na ich skuteczność składają się trzy czynniki:

1. To, jak się prezentujemy (wygląd, mowa ciała, wrażenie).
2. Jak brzmi nasz głos (modulacja, ton głosu, tempo i wyrazistość wypowiedzi).
3. Co mówimy (treść wypowiedzi).

Jednak żaden z nich nie ma racji bytu bez tej naczelnej zasady: głębokiej wewnętrznej autentyczności prezentera.

Przyzwyczajeni do różnego rodzaju strategii, sposobów, technik, „złotych zasad”, zapominamy o tym, co w nas najsilniejsze i niezawodne – indywidualność i osobowość. Każdy sprzedawca jest prezenterem, a praca prezentera jest związana z jego niepowtarzalnością, z tym, kim naprawdę jest. Może dawać dużą satysfakcję i możliwość odkrycia w sobie tego, czego jeszcze nie poznaliśmy. Warto się odważyć. ■





Andrzej Pluta, dystrybutor na stanowisku ETL w firmie ACN: – Z punktu widzenia biznesu, oczywistym jest, że zależy nam na sprzedaży towarów i usług, a co za tym stoi sprzedaży "siebie" jako prezentera. Dzieje się tak, ponieważ zanim Klient zapłaci nam za nasz towar lub usługę, musimy mu je najpierw zaprezentować. Z reguły, od tego czy Klient kupi od nas to co chcemy mu sprzedać zależy jaką zaserwujemy mu prezentację. Prezentacja powinna wywołać nieodparte pragnienie produktu bądź usługi, które oferujemy. Nasz wygląd, sposób mówienia, wywarcie chęci posiadania oraz uzasadnienie zakupu, gwarantują skuteczną sprzedaż. Ma to szczególne znaczenie w sprzedaży bezpośredniej. Żeby pracować w MLM niezbędna jest profesjonalna wiedza o tym, w jaki sposób przekonać Klienta do nas – sprzedawców oraz naszego produktu. Właściwa prezentacja z pewnością pomaga osiągnąć sukces.



Tomasz Jan Suski, współpracownik Libertas Sp. z o.o.: – Nic dodać, nic ująć. Tak, prezentacja to teatr jednego aktora. Wychodzisz na scenę i grasz na żywo. Nie ma możliwości powtórki. Jeśli coś nie zagra publiczność to widzi. Dlatego tak ważne jest tzw. pierwsze wrażenie, mowa ciała i wszystkie elementy, o których napisano wyżej. Perfekcja w opanowaniu roli/rozmowy handlowej, ubranie, rekwizyty. Wszystko to jednak zaczyna się od tego, co według mnie jest tym czynnikiem determinującym sukces w pracy związanej z network marketingiem. Zaczyna się od trudnej pracy. Bardzo dochodowej dla tych, którzy opanują tę sztukę i dającej wielką satysfakcję tym, dla których nie tylko pieniądze liczą się w życiu.

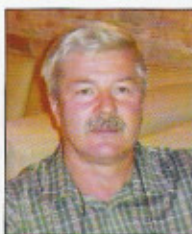


Magdalena Saganowska, dyrektor Klubu Oriflame: – Prezentacja to jeden z najistotniejszych elementów pracy w systemie MLM. Każdy menedżer powinien zdawać sobie sprawę z tego, że umiejętność dobrego zaprezentowania siebie, gwarantuje sukces naszego produktu, oferty i firmy. Problem polega na tym, że tylko niewielka część liderów posiada w sobie tę umiejętność. Wystąpienia publiczne, niezależnie od wielkości audytorium, budzą lęk i obawę przed publicznością. Czasami jest to powód, dla którego ludzie nie chcą awansować czy wyróżniać się, gdyż sama myśl na temat wystąpienia i opowiedzenia o swoim sukcesie, paraliżuje ich umysł i ciało. Woleliby skoczyć na bungee niż poprowadzić prezentację. Ale tak jak w życiu codziennym stawiamy czoła problemom, podobnie musimy opanować umiejętność prezentowania siebie. Wbrew pozorom diabeł nie jest taki straszny. Nic tak nie buduje poczucia własnej wartości, jak pokonywanie własnych słabości.

Należę do grona tych liderów, dla których jakakolwiek prezentacja to po prostu ekscytujące przeżycie. Uwielbiam występować i przekazywać ludziom wiedzę, którą posiadam oraz emocje, jakie są z tym związane. Bardzo dobrze czuję się w momencie, gdy mogę powitać uczestników prezentacji i skupić ich uwagę na sobie po to, aby ich czegoś nauczyć bądź zainspirować do działania. Tak naprawdę prezentacja to moment, w którym rozbudzamy wyobraźnię i uczucia naszych słuchaczy. Nasze wystąpienie może być momentem przełomowym dla uczestników. Do dziś pamiętam te

prezentacje, które tak mocno mnie poruszyły, że w efekcie doprowadziły do tytułu dyrektora. Dlatego prezentacje mają w sobie potężną moc. I żaden inny sposób: e-mail, list tradycyjny czy rozmowa telefoniczna nie da nam takich efektów. A przecież chcemy być coraz lepsi w osiąganiu kolejnych szczytów.

W naszym biznesie najważniejsze są dobre relacje z ludźmi. Budujemy je również podczas prezentacji, ponieważ człowiek jest najważniejszym elementem całego przedsięwzięcia. Owszem, ważne jest miejsce, sala, sprzęty, laptop i materiały szkoleniowe. Atrakcyjny wygląd, markowy garnitur czy profesjonalny makijaż. Ale to wszystko przestaje mieć znaczenie, gdy w naszej prezentacji nie ma nas samych. Autentyczność osoby – tu tkwi cała esencja. Jeżeli masz zamiar udawać na środku kogoś, kim nie jesteś i mówić o czymś, czego nigdy nie robiłeś, to możesz zniechęcić się do wystąpienia, ponieważ ludzie tego nie kupią. Udane prezentacje to te, w których jesteśmy sobą. Nic nie trafia do ludzi bardziej, niż opowiedziana własna historia drogi do sukcesu w MLM czy pierwsza nieudana transakcja. Jeżeli przekaz będzie prawdziwy, szczerzy i spójny, to sami możemy się zaskoczyć, jaka siła w nas drzemie. To najlepszy sposób, jaki znam na przemycenie ludziom wiedzy marketingowej. To także moment, w którym prezentujemy swoje umiejętności komunikacyjne, swoją indywidualność oraz osobowość. Kiedy staniemy na środku sali i za nim przemówimy do tłumu, trzeba sobie powiedzieć: „Jestem tu po to, aby przekazać coś wartościowego i zrobię to najlepiej jak potrafię – w zgodzie ze sobą”.



Kazimierz Bialek, niezależny dystrybutor-konsultant w firmie CaliVita International: – Czytając powyższy artykuł z pozycji uczestnika sieci sprzedaży MLM, dotyczy on raczej prezenterów i sprzedawców dużych firm sprzedaży bezpośredniej, oferujących swój produkt ogromnym grupom słuchaczy lub odbiorców. Moim zdaniem prezentacja w sieci sprzedaży wielopoziomowej przebiega w trochę inny sposób. Rozmowa i prezentacja odbywa się tutaj w bardzo wąskim gronie, a często nawet w cztery oczy. Prezenter nie może być aktorem, powinien natomiast odbierać spektakl wykonany przez klienta. Musi odbierać jego przekaz: zainteresowania, potrzeby osobiste oraz korzyści możliwe do uzyskania z prezentowanego produktu. Musi dostosować się do osobowości klienta, zjednoczyć się z nim w odczuwaniu omawianego tematu, utwierdzać go w jego przekonaniu oraz wytworzyć jego zadowolenie i chęć posiadania przedmiotu prezentacji. Po takiej rozmowie, gdzie klient powinien mówić więcej niż mówi prezenter, a prezenter słuchać więcej niż klient, kompromis zmieniający nieprzyjemne skojarzenia w pozytywne odpowiedzi, powinien dawać skuteczną reklamę zakończoną sprzedażą. Oczywiście mam na uwadze tylko taką osobę prowadzącą prezentację, która posiada obszerną wiedzę o produkcie, nie zaś stale, wyreżyserowane i wyuczone na pamięć regułki.

Z każdym klientem, z każdą osobą, rozmowa będzie przebiegała inaczej. W niektórych przypadkach zakończy się bez sprzedaży, lecz z pozostawieniem pozytywnych przekonań oraz możliwości powrotu do omawianej sprawy. W pełni zgadzam się z autorką co do wyglądu, mowy ciała i werbalnego odbioru i postrzegania prelegenta/sprzedawcy przez klienta.

