

Steve Bustin
Стив Бастин

Выступления и презентации: кратко, ясно, просто

Как провести захватывающую
и эффективную бизнес-презентацию



Издательство «Олимп-Бизнес»
Москва, 2019

УДК 659+159.9
ББК 88.50
Б27

Steve Bustin
The Authority Guide to Presenting and Public Speaking:
How to Deliver Engaging and Effective Business Presentations
© Steve Bustin
First published in 2016 by Authority Guides
<http://authorityguides.co.uk/>

Бастин, Стив
Б27 Выступления и презентации: кратко, ясно, просто / Стив Бастин [пер. с англ. А. Шафран]. — Москва : Олимп–Бизнес, 2019. — 144 с., ил. — (ShortRead).

ISBN 978-5-9693-0392-8

В книге изложены стратегии проведения высококлассных выступлений и презентаций. Известный британский оратор предлагает пошаговые инструкции: мы узнаем, как представить коллегам годовой отчет в тесном кабинете или эффектно рассказать огромной аудитории о революционном открытии. Читатель получит представление о полном цикле презентации: от построения самостоятельного плана и подбора неповторимого аудио- и видеоматериала до ответов на неожиданные вопросы во время выступления. Автор уделяет особое внимание техническому сопровождению мероприятия и психологической подготовке докладчика.

Издание предназначено широкому кругу читателей: от бизнесменов и госслужащих до учителей и учеников средней школы.

УДК 659+159.9
ББК 88.50

Все права защищены. Воспроизведение всей книги или ее части в любом виде воспрещается без письменного разрешения издателя

A member of 
Business Publishers Roundtable.com

ISBN 978-5-9693-0392-8

© Steve Bustin, 2016
All rights reserved.
© Перевод на русский язык,
издание, оформление.
Издательство «Олимп–Бизнес», 2019

Содержание

Слова благодарности.	7
Вступление	9
Анатомия удачной презентации	15
Постановка задачи	25
Содержание презентации	33
Зачем нам систематизировать материал	39
Начинайте на подъеме, а не на спаде	41
Основная часть: какие хитрости скрывает структура.	51
Заканчивайте на мажорной ноте.	63
Использование слайдов в презентации	67
Итоги	78
Поприветствуем мир без слайдов.	87
Представляя цифры, числа и данные	99
Готовимся выступить с презентацией	107
Выступайте как профессионал	119
Воплощая замысел	127
Приложение 1. Не верьте мне на слово.	131
Приложение 2. Ресурсы в помощь докладчику	135
Об авторе	139

«Молчите, когда вам нечего сказать;
если же вами движет страсть,
выскажитесь — и говорите со страстью».

Д. Г. Лоуренс

Слова благодарности

Эта книга не увидела бы свет, если бы не помощь и поддержка, исходившие от целого ряда людей. Я благодарю:

- ♦ моего друга Джона Уильямса за его поддержку, помощь и терпение, а также за редактирование, критику и оригинальные предложения;
- ♦ Сью Ричардсон из SRA Books, предоставившую мне возможность участвовать в работе над серией книг «Ваш компетентный помощник» (Authority Guides) — и чье экспертное мнение и личная поддержка оказались неоценимы;
- ♦ Роджера Хэрропа, одного из самых известных британских бизнес-спикеров (www.rogerharrop.com), любезно согласившегося стать моим наставником по линии Профессиональной ассоциации спикеров (Professional Speaking Association, PSA);
- ♦ Нильса Брабандта, Энтони Стерса, а также Феликса Швайкерта, моих приятелей — идейных вдохновителей, в равной степени нахваливавших и подбадривавших меня;
- ♦ Саймона Пауэлла, который разрешил мне использовать и доработать более раннюю версию своей диаграммы «Рыбий скелет»^{*};
- ♦ конечно же, фотографа ClickClick Jim (фотографии использованы на рисунках 7 и 8) и Open Hardware Summit за принадлежащее Creative Commons изображение на рисунке 5;
- ♦ всех, кто принял участие в опросе, результаты которого приводятся в приложении 1; спасибо за ваши искренние ответы.

^{*} Известна также как «причинно-следственная диаграмма», или диаграмма Исикавы — по имени профессора Каору Исикавы, предложившего ее, по разным данным, в 1943 или в 1952 году как метод анализа разветвленности (детализации) процесса. — *Примеч. пер.*

«Существует всего два типа ораторов:
1) нервные; 2) лживые».

Марк Твен

Вступление

Выступления и презентации стали обыденной реальностью. Для многих — довольно неприятной реальностью, подобной визиту к стоматологу или вынужденному веселью с какими-нибудь дальними родственниками. Презентацию надо претерпеть, чтобы затем испытать смутное чувство удовлетворенности и вписать ее в число своих достижений. И потому тот факт, что вы взяли эту книгу в руки, свидетельствует о следующем: а) вы понимаете, что в один прекрасный день вам придется делать презентацию; б) вы хотели бы получить некоторую помощь, чтобы презентация стала для вас полезным — и по возможности приятным — опытом.

Мы часто слышим, что большинство из нас больше смерти боится публичных выступлений и презентаций. Да ну? Неужели 20 минут выступления перед аудиторией — менее привлекательная перспектива, чем забвение на веки вечные? Ай-яй-яй! Должно быть, вам доводилось видеть отвратительные презентации.

А я один из тех странных парней, которым нравится и всегда нравилось проводить презентации и выступать на публике. Впервые я выступал перед полным залом в 11 лет (это был традиционный торжественный ужин в честь Роберта Бернса в начальной школе в Шотландии, хотя сам я англичанин), а первую награду за появление перед публикой получил в 13 лет. С тех пор я и не умолкаю. Теперь же я выступаю (и учу тому же другим), чтобы зарабатывать на жизнь. Мне приятно осознавать, что я могу пригласить своих слушателей в некое увлекательное путешествие, делясь знаниями, опытом, историями, — и именно о том, как этим заниматься, и рассказывает данная книга.

Обратная связь, которую я обычно получаю, когда выступаю или веду презентацию (и скоро мы поговорим о том, в каких отношениях состоят эти два понятия), указывает на то, что слушателям нравятся моя уверенность, наше с ними взаимодействие и полученные ими рецепты, советы, рекомендации — всё то, что можно в прямом и переносном смысле слова вынести из зала и немедленно использовать. Этим я хочу поделиться и с вами. Когда для вас эта книга подойдет к концу, в вашем распоряжении окажутся инструменты и советы; используя их, вы сможете смело создавать увлекательные и впечатляющие презентации — такие, которые не только разбудят вашу аудиторию, но и зарядят ее позитивной энергией, энтузиазмом и, конечно, помогут достичь поставленных целей и вам, и вашим слушателям.

Зачем мы выступаем с речами и презентациями?

Презентация не должна быть пыткой для ведущего или аудитории: мы работаем в этом формате, потому что так эффективнее. Взаимодействие между людьми, которое необходимо в данной области, лежит в основе процессов общения, обучения, совместного проживания и владения собственностью, распространения информации, навыков и знаний, в основе увлечений и удовольствий.

В самом деле, вы можете читать книги (начиная с этой, разумеется), смотреть видео, принимать участие в вебинарах и пользоваться конференц-связью, общаться в соцсетях или слушать подкасты, но есть важная причина, почему не исчезают из обихода рабочие встречи, конференции, почему мы что-то профессионально рекламируем, приглашаем людей проводить презентации или ищем ораторов и спикеров, которые могли бы выступать на самых разных мероприятиях. Как представители рода человеческого, мы реагируем на человеческую речь,

особенно если слышим родной язык и получаем адекватную и полезную информацию.

Сегодня проведение презентаций и публичные выступления стали необходимыми компетенциями бизнесмена. Если вы руководитель, вы должны уметь разговаривать со своими сотрудниками, вдохновлять и мотивировать их, чтобы они вели организацию вперед. Кроме того, вас могут попросить выступить на конференциях и мероприятиях, чтобы представлять компанию или даже отрасль промышленности.

Если вы — владелец предприятия, вы должны уметь представлять и продвигать его перед потенциальными клиентами и партнерами, выступая на мероприятиях по налаживанию и укреплению деловых связей.

Если вы — рядовой сотрудник, но при этом желаете расти в рамках своей профессии, то презентации — прекрасный способ поднять свой рейтинг и продемонстрировать умения перед коллегами и начальством. Более того, сегодня многие собеседования при устройстве на работу (особенно когда речь идет о высокой должности) предполагают, что претендент проведет презентацию.

Со временем вы сможете подумывать о том, чтобы стать профессиональным лектором и летать по всему свету с докладами — за более чем приличные гонорары — на конференциях и мероприятиях, делясь своими взглядами на мир с остальными жителями этого самого мира. Между прочим, интересный и приятный способ зарабатывать на жизнь — пусть и не такой богемный и высокооплачиваемый, как вы рассчитывали.

Если вы не желаете или не видите необходимости выступать — можете забыть о профессиональном росте или развитии вашего бизнеса. Если вы управляете организацией или работаете в ней, публичные выступления — важная компетенция, которой вам нужно овладеть в совершенстве. Здесь-то и окажется полезной настоящая книга.

Что поменялось в подходе к презентации?

Характер презентаций сегодня изменился, потому что изменились мы сами, изменился бизнес. Сегодня мы перестали надолго концентрировать свое внимание на чем-либо. Всё выше наши требования к тому, на что мы тратим время; растут наши аппетиты в отношении новой информации, идей, источников вдохновения.

Нынешние презентации, как правило, короче, чем прежде; кроме того, они стали более интерактивными и более интересными. Времена, когда ведущий разговаривал с набором слайдов, испещренных жирными точками — маркерами списка, к счастью (я надеюсь), проходят.

Несколько слов о терминах

Обозначить предмет нашего разговора можно разными терминами — презентация (презентация товара), речь, публичное выступление.

Смысловые области этих понятий следовало бы разграничить, но в нашем случае достаточно условиться, что все они до некоторой степени взаимозаменяемы: ведь когда вы выступаете или представляете продукт, вы произносите речь, и, наоборот, когда демонстрируете свое ораторское искусство — что-то представляете. Поэтому в основном я буду использовать термин «презентация» в качестве универсального, поскольку, если мы говорим о мире бизнеса, большинство из нас проводит именно презентации, будь то выступление на внутреннем совещании или на крупной международной конференции.

Кроме того, я буду часто пользоваться понятием «аудитория», ведь любое выступление предполагает набор слушателей (разговоры с самим собой при подготовке здесь не в счет) — важно, из трех-четырёх человек или двух с половиной тысяч

в конференц-зале. Число собравшихся будет влиять на то, как вы выступаете (поэтому, пожалуйста, не уходите от контакта, если слушателей много, и не кричите во всё горло, если перед вами стоят всего три человека), но никак не должно отразиться на времени, которое вы затратите на подготовку, равно как и на том, насколько тщательно и внимательно вы будете готовиться. Любая аудитория заслуживает того, чтобы услышать и увидеть великолепную презентацию — лучшую из возможных.

Как (и когда) пользоваться этой книгой

Пользоваться книгой можно двумя способами. Во-первых, прочтите ее «как положено» — от первой до последней страницы, поскольку в ней по порядку описаны шаги, которые вам нужно будет предпринять, чтобы стать сильным ведущим. Начните читать книгу с начала, и к концу вы поймете, почему многие задачи следует решать в строго определенном порядке.

Во-вторых, книга структурирована таким образом, чтобы служить еще и справочником, в который можно заглянуть, чтобы освежить какие-то идеи или информацию об отдельных составляющих презентации: даже опытные ведущие и ораторы иногда хотят попробовать что-то новое или поменять подход к выступлению. А некоторые главы, возможно, окажутся полезными, когда вы будете искать источник вдохновения, чтобы сделать вашу презентацию оригинальной и свободной от шаблонов.

«Хороший оратор должен быть страстным
и сосредоточенным на сути».

Марк Туллий Цицерон

Анатомия удачной презентации

Что отличает хорошую (и плохую) презентацию

Прежде чем заняться собственными презентациями, давайте сосредоточимся на тех, которые были подготовлены кем-то еще, на том, как всё было сделано, и на том, что из этого мы можем взять на вооружение.

Что отличает хорошую презентацию? Конечно, у каждого имеются свои предпочтения и предубеждения, но, отвечая на этот вопрос, респонденты называют:

- ♦ интересный контент;
- ♦ полезный контент;
- ♦ возможность развлечься и одновременно — открыть для себя новую тему;
- ♦ актуальность для слушателя лично;
- ♦ приятный голос выступающего;
- ♦ его харизматичность;
- ♦ великолепные слайды;
- ♦ отсутствие слайдов;
- ♦ краткость/емкость — никакой «воды».

Если же спросить, что отличает плохую презентацию, — перечисление затянется не на один день, но в числе первых ответов вы услышите:

- ♦ презентация была скучная;
- ♦ она была не актуальна лично для слушателя;
- ♦ презентация оказалась слишком длинной;

- ♦ имели место проблемы с PowerPoint;
- ♦ раздражал выступающий;
- ♦ презентация казалась неструктурированной: было трудно следить за мыслью;
- ♦ не были выделены основные положения;
- ♦ всё начиналось с извинений — и на них же всё и строилось.

Любопытно, что перечисленные достоинства прежде всего характеризуют слушателей — люди описывают то, что они хотели бы получить от презентации: «Для меня это было полезно»; «Услышанное было важно для меня»; «Мне понравились слайды». В свою очередь, список недостатков относится именно к ведущему, содержанию или стилю презентации: скучно, раздражает выступающий, не выделено главное и т. д.

Разумеется, вы хотите, чтобы вашу презентацию описывал первый, а никак не второй перечень отзывов, и вам следует предпринять определенные действия, обратить внимание на пункты, попавшие в каждый из них. В следующей главе мы подробнее поговорим о том, что аудитория хочет получить от вашей презентации. Сейчас ваше дело — поставить перед собой задачу: выступить с хорошей презентацией. А значит, вам следует избегать перечисленных выше недостатков, с одной стороны, и продемонстрировать как можно больше положительных моментов — с другой. Итак, оба списка у вас перед глазами.

Что отличает хорошего ведущего от плохого?

Кого бы вы назвали хорошим ведущим? Это может быть человек из вашей компании, тот, кто выступал на каком-нибудь мероприятии. Какие выступления и презентации запомнились как действительно стоящие? Почему они врезались в память? А если брать шире — что вы скажете насчет ораторов из мира политики,

бизнеса? Кто из них вам нравится и что делает этих людей прекрасными докладчиками?

Вопросы практики

Составьте короткий список — три-четыре человека из тех, кого вы считаете сильными ведущими (лучше всего, если здесь будут упомянуты как люди из вашей организации, так и сторонние). А теперь в отношении каждого назовите три отличительные черты, которые делают их успешными докладчиками. Выделите черты, оказавшиеся общими для всех.

Когда на занятиях, посвященных презентациям, я прошу слушателей выполнить это упражнение, они часто начинают со своего непосредственного начальника, а затем переходят к сильным мира сего — звучат имена Барака Обамы, Ричарда Брэнсона, Стива Джобса или Маргарет Тэтчер.

Конечно, у каждого будут свои критерии, позволяющие считать тех или иных людей успешными докладчиками, но можно выделить и кое-какие общие характеристики:

- ♦ способность увлечь аудиторию;
- ♦ умение развлечь/рассмешить;
- ♦ ощущение, что выступающий обращается лично к вам;
- ♦ ведущий отказывается от слайдов;
- ♦ он пользуется авторитетом;
- ♦ использует разные тональности голоса;
- ♦ говорит неторопливо и внятно;
- ♦ увлечен темой;
- ♦ ему действительно есть что сказать.

Хотя и вероятно, что люди из вашего списка не наделены всеми перечисленными чертами (и, кстати, порой наши политические убеждения способны повлиять на мнение о конкретном политике как о блестящем ораторе), вы отметили именно то, что, по мнению большинства, делает человека хорошим докладчиком.

Вопросы практики

А теперь выполните прямо противоположное задание: вспомните откровенно слабые презентации. Что общего вы могли бы отметить у выступавших?

НА ЗАМЕТКУ

Возьмите за правило критически оценивать любого докладчика, которого видите «в действии». Неважно, о каком выступлении идет речь: слушаете вы коллегу на собрании, находитесь на конференции или смотрите что-то выступление по телевизору. Если человек вызывает у вас симпатию, отметьте, что именно вас привлекло и увлекло. Манера речи? Наглядный материал, который он использовал? Или ведущий завоевал ваше расположение тем, что говорил с вами на одном языке — и это сделало его выступление адресованным лично вам и актуальным для вас?

Но, возможно, более важен другой момент. Если на презентации вы потеряли нить повествования, задумайтесь, почему так происходит. Причина в ораторе или в содержании его выступления? Вам был неинтересен предмет, о котором шла речь, или вы не поняли

сути дела, потому что доклад был плохо структурирован? А может быть, выступавший бубнил, и вас стало клонить в сон?

Отметив достоинства или недостатки (а многие выступающие продемонстрируют и то и другое), подумайте, что хорошо бы взять на вооружение и чего стоит остерегаться. В чем следует подражать успешным ораторам и как вычленять те элементы, которым, напротив, подражать не стоит?

Здесь есть один важный момент: не нужно копировать понравившихся вам ораторов. Принципиально важно, чтобы вы сформировали и отточили свой собственный стиль выступления.

Найдите свой стиль

Когда я провожу занятия для докладчиков и ведущих презентаций, слушатели часто просят меня научить их моей манере выступления. Я вынужден объяснять, что не могу этого сделать. А вот что мне действительно подвластно, так это помочь им выработать свой собственный стиль выступления и довести его до совершенства.

Вопросы практики

Посмотрите на себя как на докладчика и составьте перечень своих достоинств и недостатков. Назовите среди своих черт три сильные и три слабые. Помните, что для многих проще размышлять о своих недостатках, чем о достоинствах: мы сами — свои самые суровые критики. Посмотрите на получившийся список и подумайте, как можно опереться на достоинства и устранить недостатки. Если вам сложно определить свои сильные и/или слабые стороны, выясните мнение двух-трех человек, видевших ваши выступления.

Недостатки есть даже у опытных ораторов. Но это совсем не обязательно делает их плохими докладчиками — просто есть какие-то нюансы, на которые им стоит обратить внимание.

К примеру, я считаю своими сильными сторонами как оратора следующие.

- ◆ Мне говорят, что во время выступления я сердечен и обаятелен — кто-то однажды сказал, что я «так и сияю», когда выхожу на сцену.
- ◆ То, о чем я рассказываю, имеет практическое применение. Моя установка: каждый побывавший на моем выступлении должен вынести из него хотя бы одну идею, следуя которой завтра он сделает что-то новое, — в противном случае я потерпел неудачу.
- ◆ Я редко использую слайды — только если уверен, что благодаря им презентация для данной аудитории станет более эффективной. Участники мероприятий, на которых проводилось множество презентаций, отмечали, что моя выделялась среди прочих в том числе благодаря тому, что я обошелся без слайдов.

При этом я считаю своими недостатками следующие.

- ◆ Я знаю, что говорю порой чересчур быстро, особенно когда искренне захвачен темой выступления или когда нервничаю.
- ◆ Иногда я пытаюсь включить в выступление слишком много информации, а это означает, что я рискую «перегрузить» аудиторию, а основные положения моей речи «утонут» в количестве сказанного.
- ◆ Если приходится обсуждать предмет, о котором мне и раньше нередко доводилось говорить, моя речь становится несколько пафосной.

НА ЗАМЕТКУ

Зная свои сильные стороны, во время выступления я стараюсь использовать их по максимуму. Замечая свои недостатки, я запоминаю их и тем самым минимизирую возможность повторить ошибку в дальнейшем.

Осознание своих достоинств и недостатков помогло мне отточить собственный стиль выступления. Я должен выглядеть дружелюбным и авторитетным, а значит располагать к себе и представлять экспертом в соответствующих областях. Обратная связь, которую я получаю от слушателей и других докладчиков, свидетельствует о том, что мне это более или менее удастся.

Вопросы практики

Теперь, определив свои сильные и слабые стороны как докладчика, задумайтесь: каким бы вы хотели предстать на презентации? Каким вы видите ваш собственный стиль выступления? Чей стиль вызывает у вас такое уважение, что вам хотелось бы ему подражать (а не копировать)? Что, может быть, придется поменять в вашем нынешнем стиле выступлений, чтобы двигаться к этому образу?

Несколько слов о страстной увлеченности

Лично у меня с так называемой «страстной увлеченностью» сложились своеобразные отношения любви/ненависти.

НА ЗАМЕТКУ

Если вы относите себя к людям страстным, основываясь на том, что воспоминания о некоторых эпизодах из прошлого вызывают у вас сильные эмоции, или вы нервничаете, когда ведущий представляет вас аудитории прямо перед презентацией, то должен сообщить: это не страстность. Страстность должна быть присуща самому вашему существу, тому, что вы делаете, тому, как вы это делаете; вы должны «гореть» — в каждом вашем выступлении. Если вам приходится показывать, насколько вы страстны, это означает лишь одно — вы не так страстны, чтобы я сам это заметил.

При всем том страстность чрезвычайно важна — и для выступления, и для выступающего. Именно категорию «страстность» вспоминаешь всякий раз, когда приходится критически оценивать выступления бизнесменов и знаменитых ораторов. И это не просто одно из достоинств хорошего докладчика: это безусловное требование к нему.

Если вы бесстрастно рассказываете о чем-то, с какой стати сильные эмоции должны испытывать ваши слушатели? Если же ваша увлеченность темой не вызывает сомнений (пусть даже сама тема несколько «суховата»), тогда, скорее всего, не утратит интереса к ней и публика. Страстность может проявляться в вашей экспертной оценке, в вашем горячем желании донести свои знания до слушателей и в той энергии, которую вы вкладываете в выступление. Когда в следующий раз вам придется наблюдать за докладчиком, обратите внимание: говорит ли он со страстью? И если так, каким же образом мы узнаём об этом?

Вопросы практики

Если вы не уверены, что выступаете достаточно страстно, поговорите несколько минут о том, чем вы действительно увлечены: о вашем любимом виде спорта, о семье, о хобби — о чем угодно, что вас действительно волнует. Каковы ваши ощущения? Сосредоточьтесь на том, что происходит с телом и голосом, передающими силу ваших эмоций. Зафиксируйте это ощущение, чтобы «включить» во время бизнес-презентации.

НА ЗАМЕТКУ

Если вы не слишком увлечены темой, не ждите, что ею увлечется аудитория.

Стив **Бастин**

**Выступления и презентации:
кратко, ясно, просто**

Издатель *И. Седакова*

Перевод *А. Шафран*

Выпускающий редактор *О. Моисеев*

Корректор *Н. Стахеева*

Компьютерная верстка *С. Опарина*

Художник *К. Котляровская*

Подписано в печать 17.01.2019.

Формат 70×100 1/32.

Гарнитура «OfficinaSans». Печать офсетная.

Печ. л. 4,5.

Издательство «Олимп–Бизнес».

121170, Москва, Кутузовский проезд, 16.

Напечатано в России.

Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

12+