

Навички публічних виступів і презентацій на ділових зустрічах і нарадах



Програма НАТО-Україна

Олена Ковальчук

Організаційний та HR-консультант, Бізнес-тренер

Київ, Україна

+38 (095) 010 4703

ek73473@gmail.com

skype: [ek37473@gmail.com](https://www.skype.com/people/ek37473@gmail.com)

<https://www.linkedin.com/in/elena-kovalchuk-81498522>

<https://www.facebook.com/olena.kovalchuk.7>



Визначення і структура публічних виступів

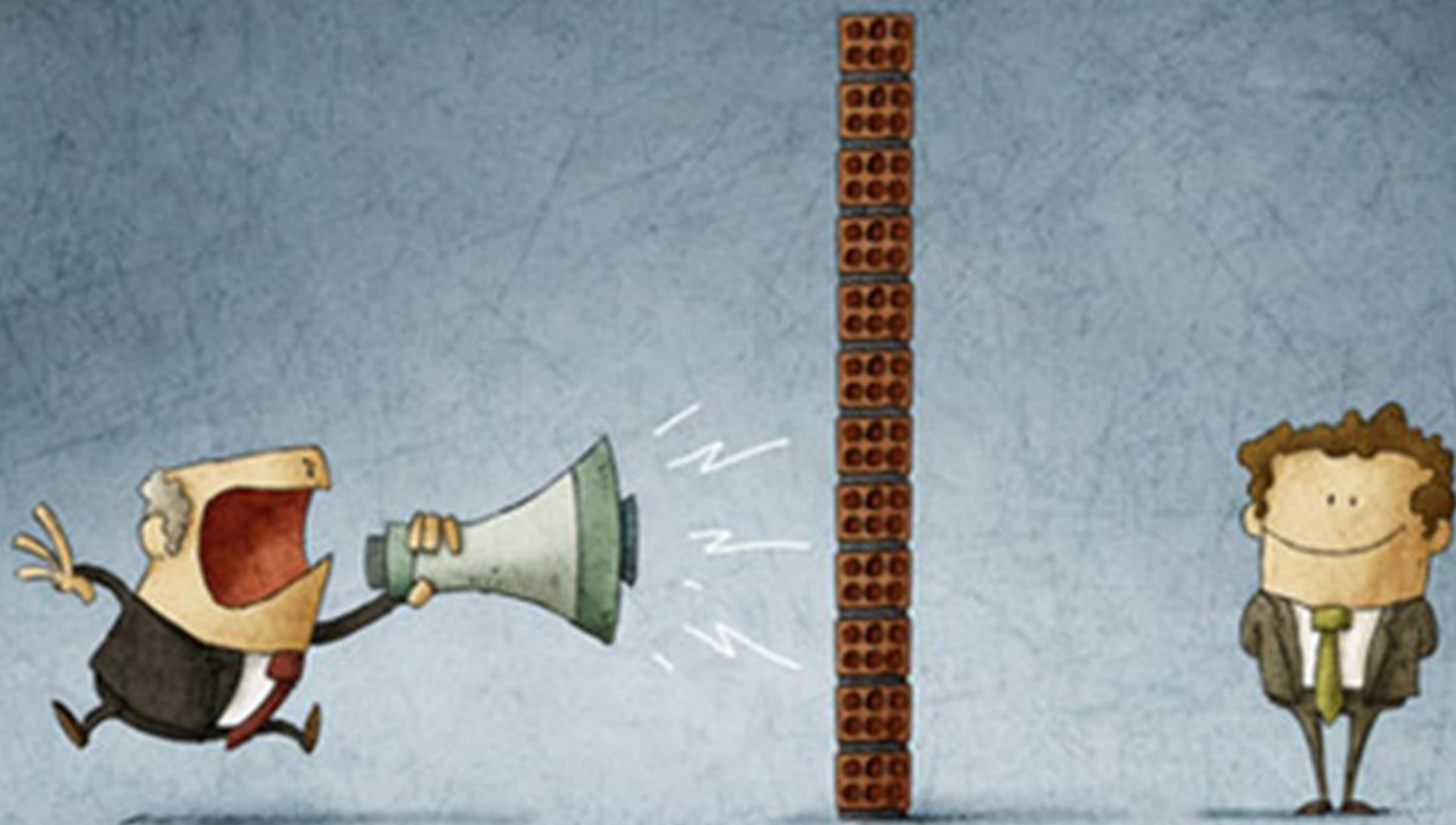
Особливості коротких ділових виступів



«В наш час битви йдуть не стільки за реальність, скільки за її опис»

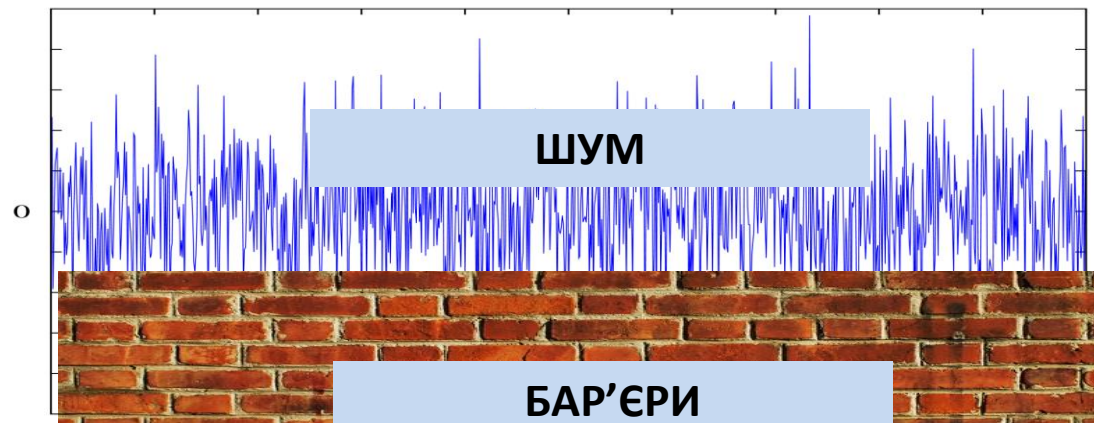
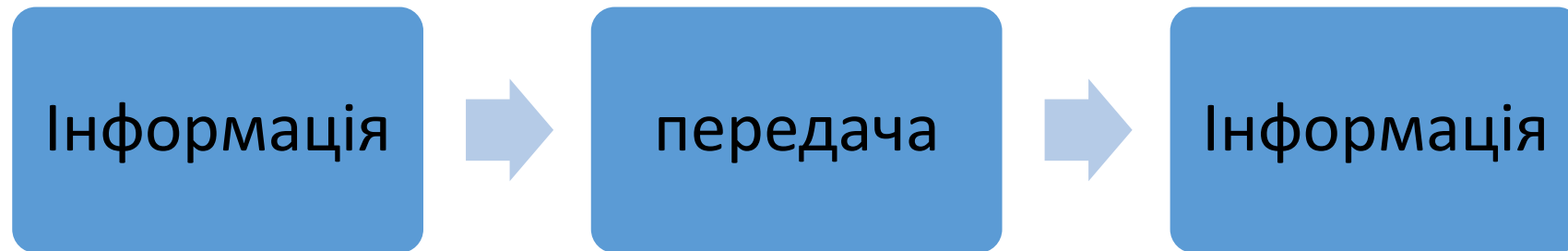
Павло Казарін





Спікер

Аудиторія



«Шуми» і бар'єри, які заважають комунікації:

1. фізичний
2. соціальний
3. різні сенси



Визначення

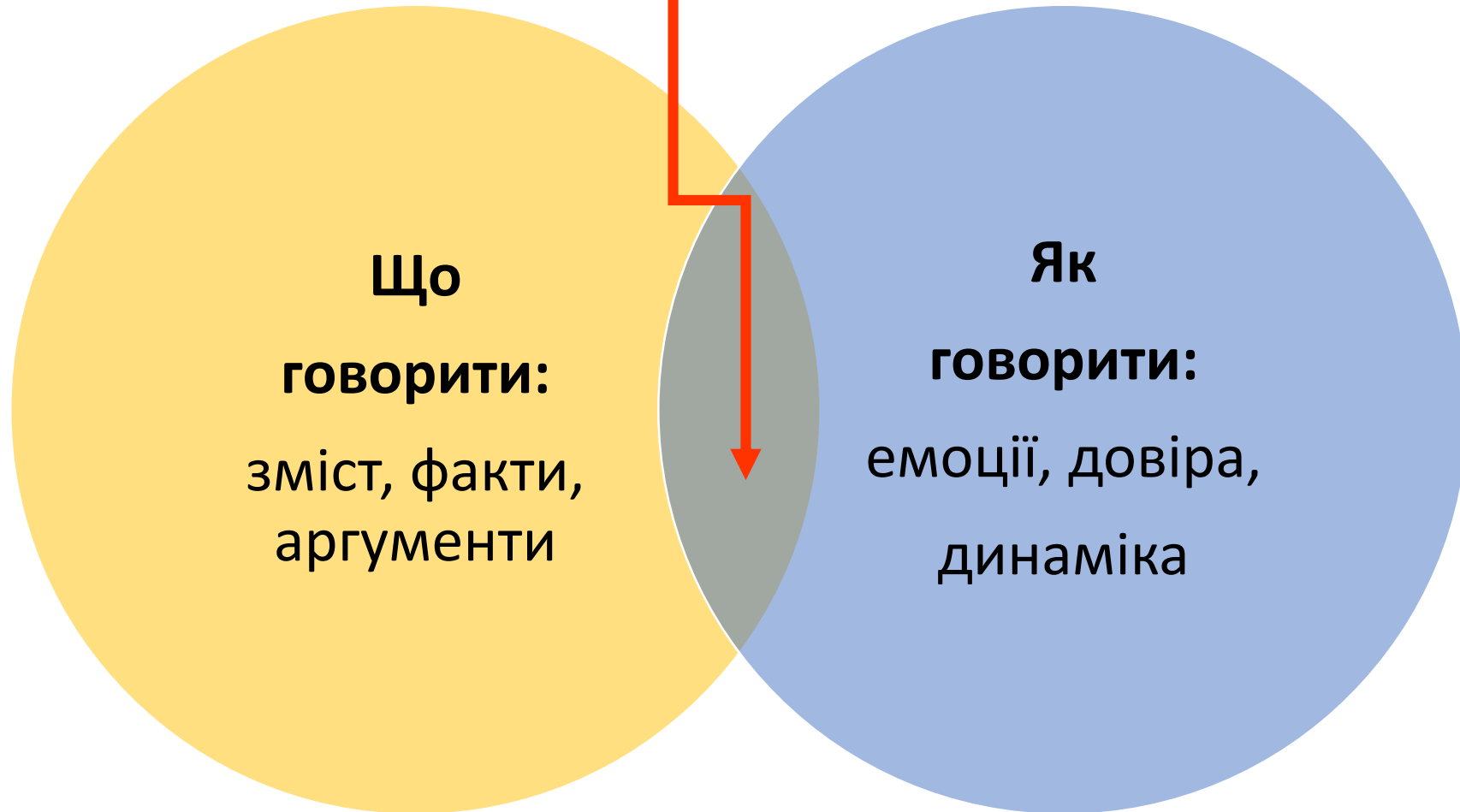
Публічний виступ - це усне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію



Вплинути

- 1. Донести ключове повідомлення**
- 2. Донести 3 основні думки, аргумента**

Складові успішного публічного виступу



Виступ – це паззл



Структура публічного виступу – правило шкільного твору

Вступ

Основна частина

Завершення



Мета спікера на кожному з кроків по структурі публічного виступу

Вступ

Основна частина

Завершення

Встановити
контакт
Викликати
довіру
Зацікавити

Переконати
Емоційно
заразити
Мотивувати

Підвести
до
висновків
Закликати
до дій

Структура публічного виступу – правило шкільного твору

Вступ - контакт, привітання, мета, розклад

Основна частина -

- факти
- аргументи (цифри, дослідження і т.п.)
- мотивація - емоційне зараження

Завершення - висновки, запити, заклик до дій

Особливості коротких публічних виступів

- Захопити увагу
- Відкинути другорядне
- Емоційно зачепити

Обсяг людської уваги – 20 ? хвилин
і 7 ± 2 ? Об'єктів

MEET THE MODERN LEARNER

As training moves to more digital formats, it's colliding with new realities in learners' jobs, behaviors, habits, and preferences.

Today's employees are overwhelmed, distracted, and impatient. Flexibility in where and how they learn is increasingly important. They want to learn from their peers and managers as much as from experts. And they're taking more control over their *own* development.

OVERWHELMED...

Number of times online every day
early days of the Internet **5** | today **27**
41% of time workers spend on things that offer little personal satisfaction and do not help them get work done.

DISTRACTED...

Most learners won't watch videos longer than **4** minutes
People unlock their smartphones up to **9** times every hour
Knowledge workers are constantly distracted with millions of websites, apps, and video clips.

IMPATIENT...

Online, designers now have between **5** and **10** seconds to grab someone's attention before they click away
2/3 of knowledge workers actually complain that they don't have time to do their jobs
5 minutes—ironically, often by work applications and collaboration tools
Workers now get interrupted as frequently as every 5 minutes

1%
of a typical workweek
is all that employees
have to focus on
training and
development

UNTETHERED

Today's employees find themselves working from several locations and structuring their work in nontraditional ways to accommodate their lifestyles. Companies are finding it difficult to reach these people consistently and even harder to develop them efficiently.



ON-DEMAND

Employees are accessing information—and learning—differently than they did just a few years ago. Most are looking for answers outside of traditional training and development channels. For example:



COLLABORATIVE

Learners are also developing and accessing personal and professional networks to obtain information about their industries and professions.



EMPOWERED

Rapid change in business and organizations means everyone needs to constantly be learning. More and more people are looking for options on their own because they aren't getting what they need from their employers.



Sources:
*The Overwhelmed Employee: Simplify the Work Environment™ DePaul University Press
*The Knowledge Worker's Day™ IBM
*Make Time for the Work that Matters™ Harvard Business Review
*Collaboration & Social Tools Drain Business Productivity, Costing Millions in Work Interruptions™ Forrester
*We're Creating a Culture of Distraction™ Jive.com
*Study Says We Unplug Our Phones a Lot Each Day™ NBC
*Workaholic? Causes Distraction and Stress at Work™ HR Magazine
*IT Training Gets an Extreme Makeover™ Computerworld
*Workaholic Performance: Does It Really Matter to Users And to How Much?™ University of Massachusetts
*Workaholic Mobile Worker Population 2011 - 2015™ IDC
*Actionable & Not a Strategy™ FiberStrategy Group
*The Rise of the Extended Workplace™ Accenture
*Engaging Disengaged Learners™ Towards Maturity
*Just-in-time Information through Mobile Connections™ First Research
*What's a Google Plus Any Company Can Inhibit: Employee-to-Employee Learning™ First Company

Сучасний слухач:

- Перевантажений - кліпове мислення
- Засмучений - опір
- Нетерплячий - немає фокусу

Сучасний виступ має бути:

- Автономним - швидким, коротким, цілісним
- За запитом, на вимогу - вирішує проблеми
- Спільним - зворотний зв'язок сторін
- Для розширення можливостей - допомагає досягти результату

Типові помилки тих, хто виступає публічно:

1. Відсутність контакту з аудиторією
2. Тема і аргументи не співпадають з інтересами аудиторії
3. Відсутність наочності і змін в промові

Основи ефективних виступів



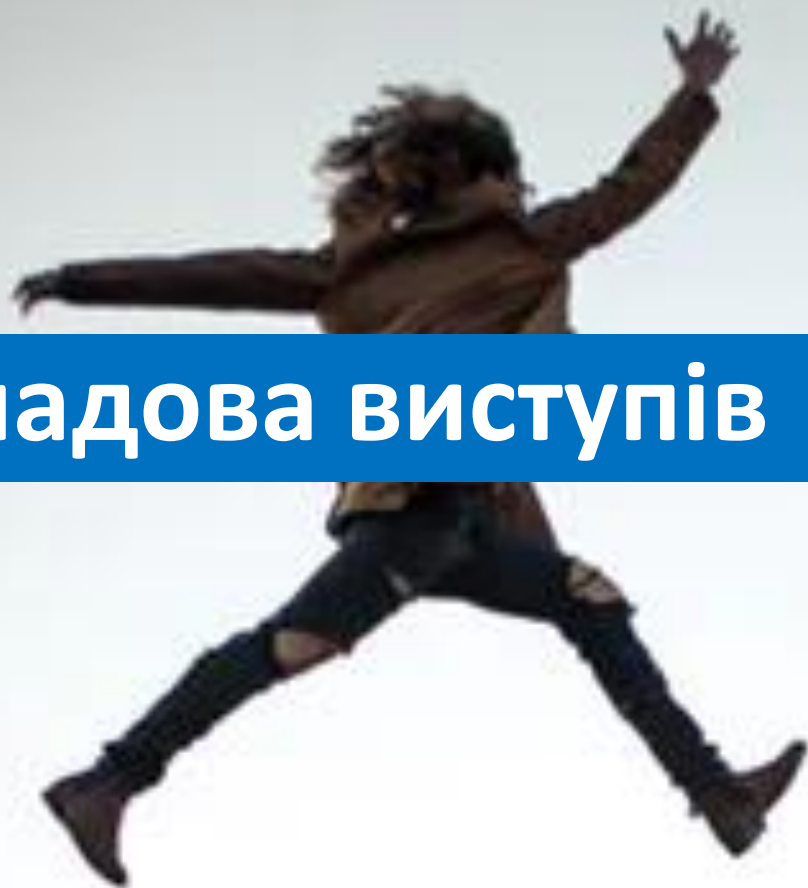
Техніки ефективного початку виступу:

- ✓ привітання,
- ✓ прийом «я такий самий, як і ви»
- ✓ пауза,
- ✓ жарт,
- ✓ приклад, живий досвід,
- ✓ цитата,
- ✓ сторі-теллінг,
- ✓ посилання на аргументи, факти, дослідження

Техніки ефективного завершення виступу

1. Подяка за увагу
2. Висновки
3. Звертання до аудиторії
4. Підсумовуюче повторення: по-перше..., по-друге..
5. Кульмінація

Емоційна складова виступів

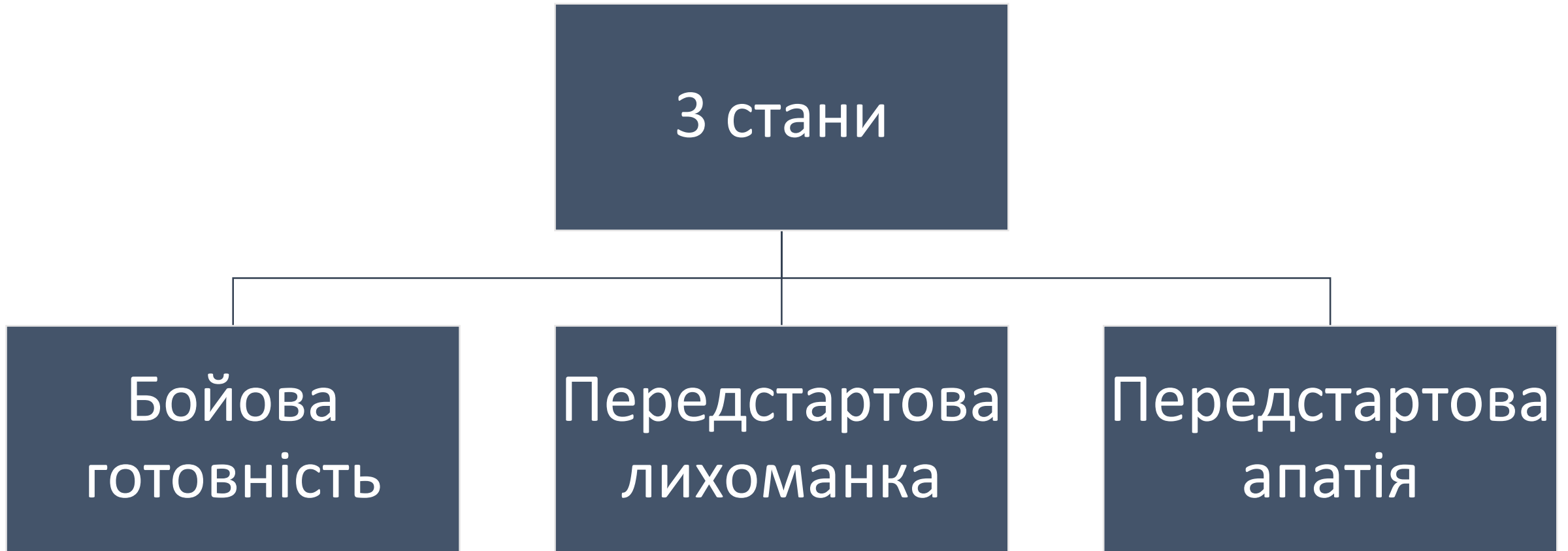


За певними оцінками 95% людей
відчувають страх перед виступами
- глоссофобію

Багато людей уникають публічних
доповідей, але цей страх може
стримувати кар'єрний розвиток

Ораторське мистецтво відтепер є
обов'язковою навичкою майже в
будь-якій професії

Три передстартові стани



ТРИ МОЗКА ЛЮДИНИ

2-й мозок – лімбічна система

Емоції

Відчувати – Запам'ятовувати
- Взаємодіяти

1-й мозок – стовбур

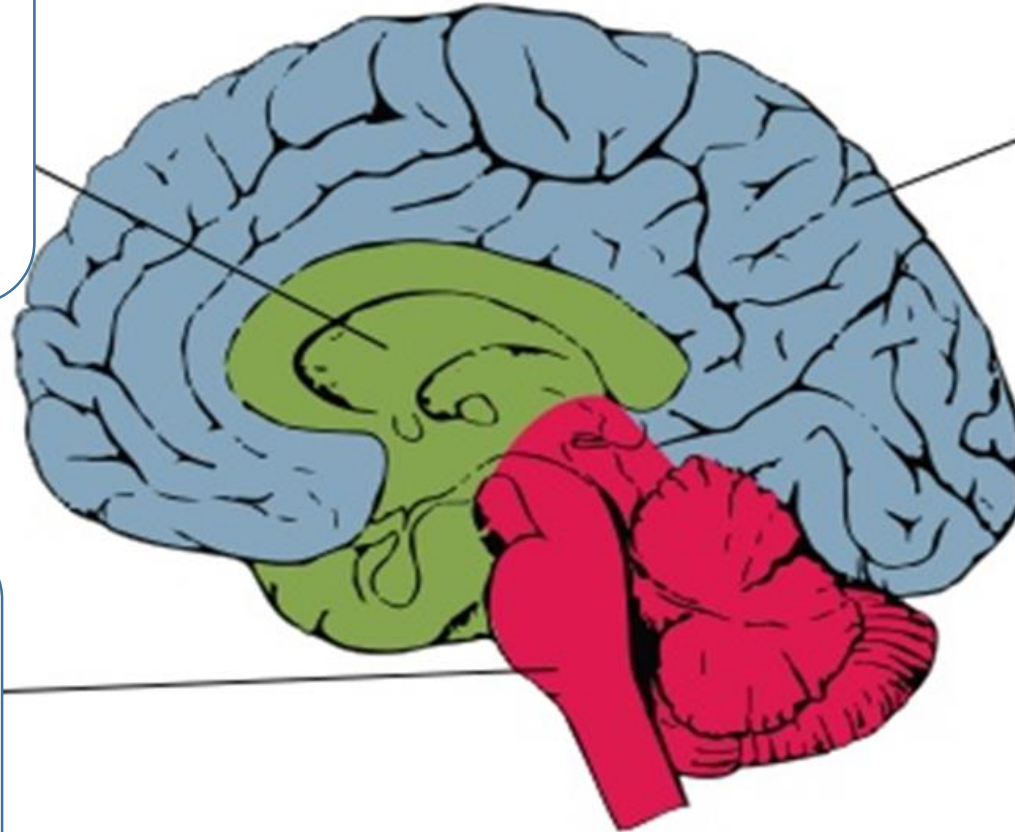
Інстинкти

Вижити – Реагувати -
Повторювати

3-й мозок – кора головного мозку

Розум

Говорити – Думати –
Рухатись – Створювати -
Навчатись

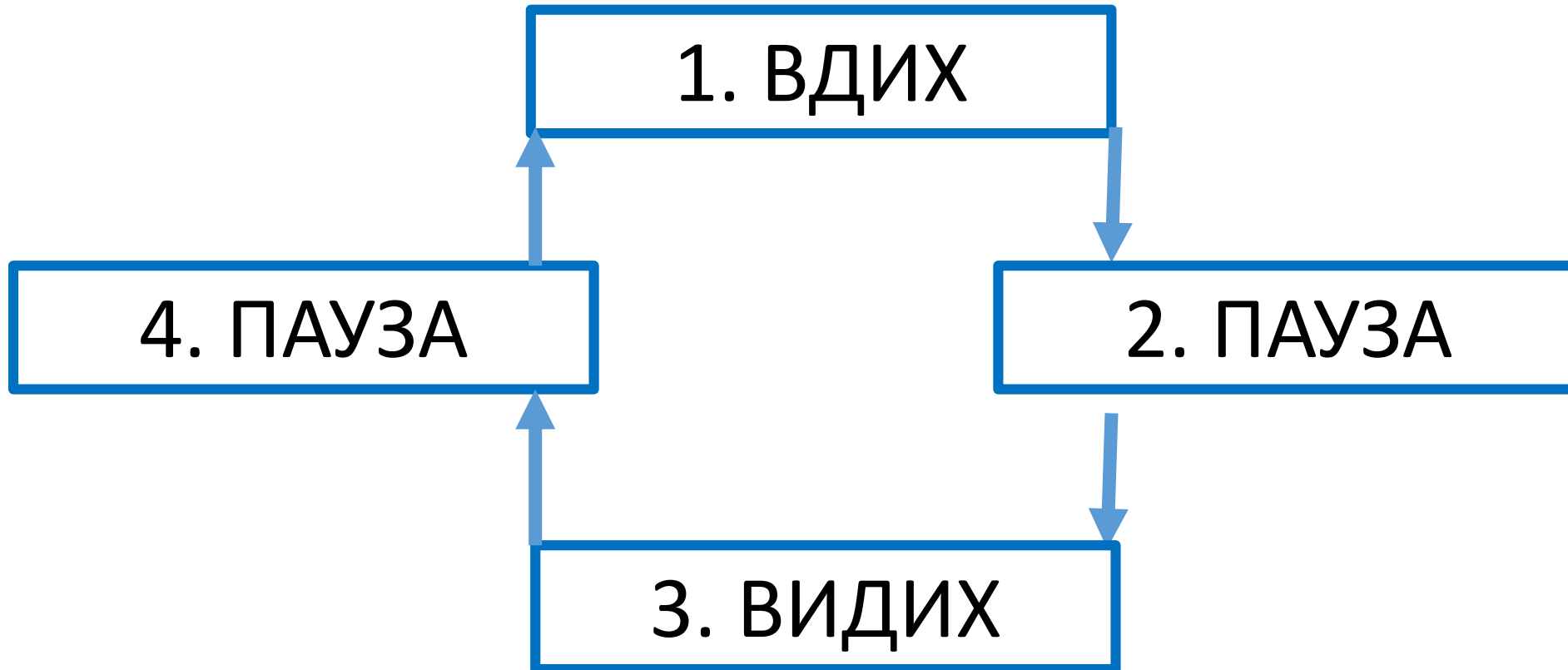


Теорія Пола Макліна

Вправи «Техніки підвищення впевненості перед виступом»

1. «Дихання по квадрату»
2. «Спокійне озеро»
3. Grimasi
4. Скоромовки

«Дихання по квадрату»



«Спокійне озеро»



Гримаси

Робимо глибокий вдих і на видиху тягнемо букву «мммммммммм». При цьому язиком погладжуємо піднебіння, ясна і внутрішню поверхню щік

Скоромовки

Боронила борона по боронованому полю

В сіренької горлички туркотливе горлечко

Летіла лелека, заклекотіла до лелеченят

Найкраща профілактика хвилювання – підготовка і тренування

Вправа «сторі-теллінг» - Моя історія

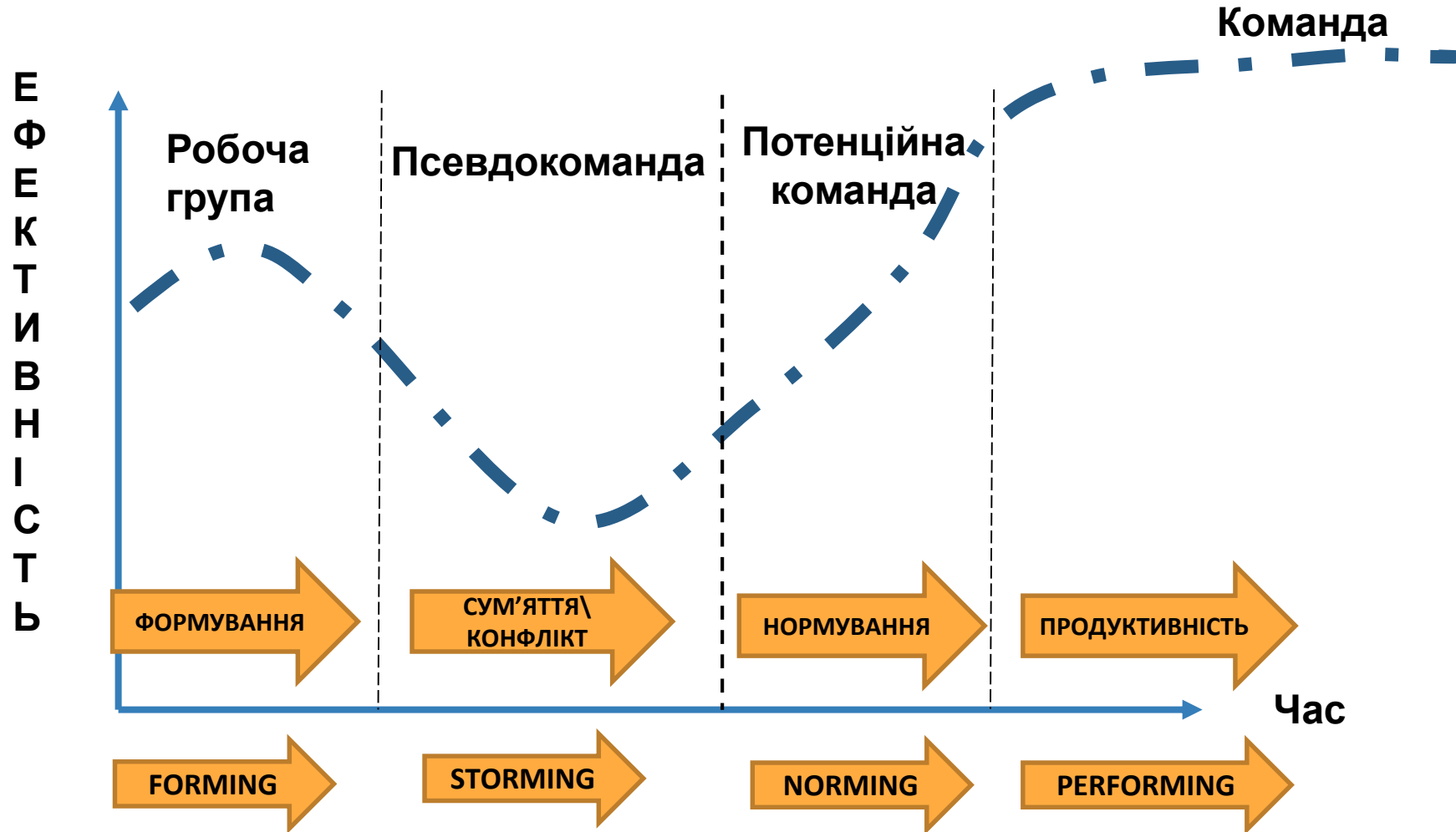


- Знайдіть метафору, створіть образ
- Було – стало
- Визнавайте почуття
- Несподіваний початок



Ефективні збори

Динаміка розвитку команди модель Брюса Такмена



Алгоритм підготовки зборів і впровадження рішень

Аналіз зборів, рішень,
Впровадження технік
удосконалення зборів

1. Плану-
вання
зборів

Визначення теми, цілей, учасників зборів, формування порядку денного. Розсилка запрошень і матеріалів до зборів. Бронювання приміщень

4. Аналіз

2. Проведення
зборів

Обговорення порядку денного, вироблення рішень, фіксація рішень, підготовка і розсилка документів (протоколу)

Робота по рішеннях,
моніторинг

3. Виконання
рішень

A photograph of a diverse group of people sitting in an audience, likely at a conference or presentation. The audience members are shown in profile, looking towards the right side of the frame. They are seated in rows of blue chairs. The lighting is warm and focused on the audience, with a dark background. A blue banner with white text is overlaid on the bottom left of the image.

Учасники зборів і презентацій

Модель на основі двох критеріїв:

1. як людина сприймає світ, в якому діє (як сприятливий або ворожий);
2. як людина діє або реагує в конкретних ситуаціях (активно чи реактивно).

4 типи поведінки

DOMINANCE (Домінування)

INFLUENCE (Вплив)

STEADINESS (Сталість)

COMPLIANCE (Відповідність)

Світ ворожий, недружній

DOMINANCE (Домінування)

COMPLIANCE (Відповідність)

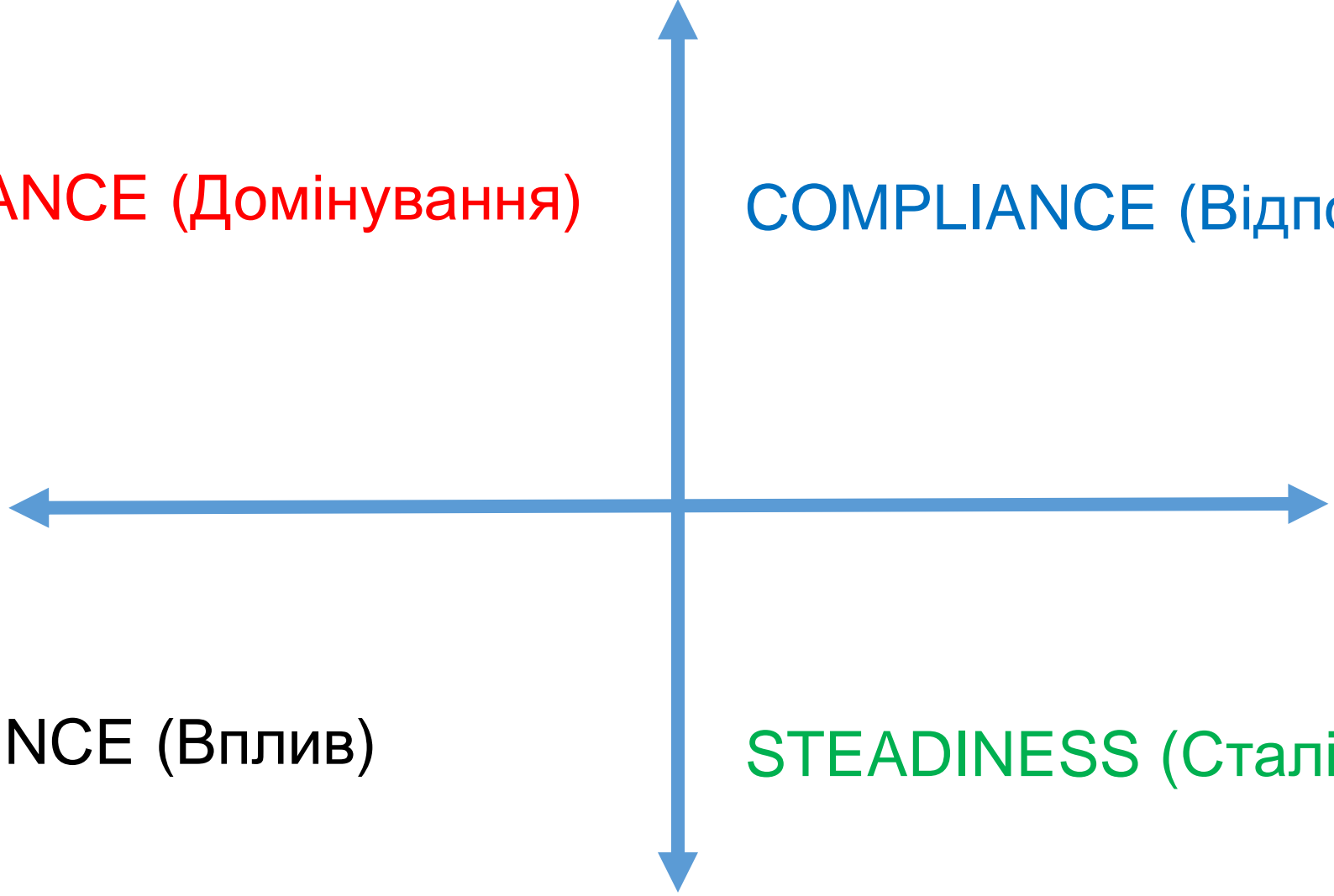
Активні

Реактивні

INFLUENCE (Вплив)

STEADINESS (Сталість)

Світ доброзичливий, сприятливий



Поведінковий тип **D (Домінування) «КОМАНДИРИ»**

Демонструють позитивну поведінку в конкурентній, ворожій ситуації

Прагнуть до досягнення результату всупереч протидії середовища



Поведінковий тип D (Домінування)

- Люблять складні завдання і ставлять амбітні цілі
- Мають сильний характер
- Егоцентричні, честолюбні і самодостатні
- Прагнуть до визнання
- Готові пробувати себе в різних областях, постійно шукають нові можливості
- Володіють значними внутрішніми ресурсами і швидкої адаптивністю до різних ситуацій
- У стосунках з іншими прямолінійні, позитивні, відкрито висловлюють свою думку, нерідко бувають різкими

Поведінковий тип I (Вплив) – «ЗІРКИ»

Позитивні в сприятливих і дружніх ситуаціях

Впливають на оточуючих для отримання потрібного відгуку



Поведінковий тип I (Вплив)

- Оптимістичні, відкриті, доброзичливі
- Мають високий ступінь впливу, здатні переконувати інших
- Підтримують знайомство з широким колом людей
- Бувають суперечливі і імпульсивні
- Стежать за своєю фізичною формою і зовнішнім виглядом
- Прагнуть бути популярними

Поведінковий тип S (Сталість) – «ГУМАНІСТИ»

Відрізняються відповідальністю в роботі. Стримані і терплячі. Обережно ставляться до змін



Поведінковий тип S (Сталість)

- Прив'язані до своєї робочої групи, до професійних умов і традицій
- Добре працюють в команді і можуть координувати свої зусилля з зусиллями інших в плані темпу і розподілу роботи
- Пасивні в сприятливих ситуаціях
- Стабільні у виконанні завдань для підтримки статус-кво

Обережні, консервативні, неконфліктні. Демонструють гарне почуття часу і прагматизм. Хороші аналітики



Поведінковий тип С (Відповідність)

- Прагнуть до стабільності і впорядкованості, схильні слідувати процедурам як в особистому, так і в професійному житті
- З ретельністю і увагою ставляться до деталей
- Відрізняються пасивною поведінкою в антагоністичної обстановці
- Діють відповідно до високих стандартів, щоб уникнути проблем і помилок

Вправа «Види аргументації»

DOMINANCE (Домінування)

Мета
Вигода
Ефективність

COMPLIANCE (Відповідність)

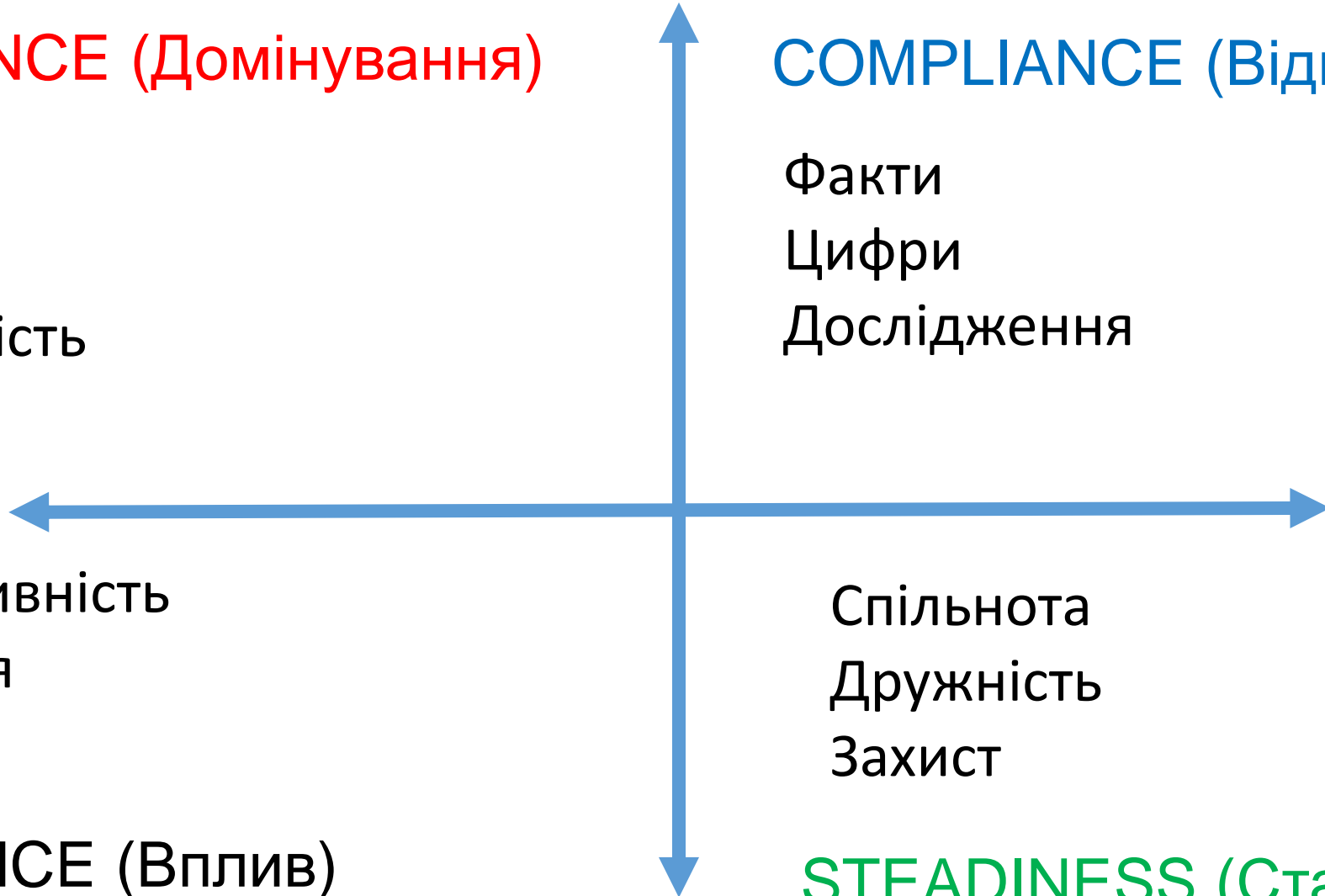
Факти
Цифри
Дослідження

Ексклюзивність
Визнання

Спільнота
Дружність
Захист

INFLUENCE (Вплив)

STEADINESS (Сталість)



Причини, через які учасники бувають «складними»

1. Сприймають ситуацію як загрозу, не відчують себе в безпеці
3. Сприймають свої ресурси і компетенції недостатніми
4. Відчують прагнення бути досконалими і підштовхують до цього інших
5. Привносять на тренінг свої особисті проблеми (нетерплячі, стомлені, роздратовані)
6. Не вміють по-іншому
7. Група не досягла етапу динаміки «Продуктивність» за Б. Такменом

Поради – як діяти із «складними» учасниками

1. Зберігати емоційний спокій

2. Почути і зрозуміти

3. Визначити тип учасника, щоб вибрати форму роботи з ним.

4. Поставити себе на місце іншої людини, запитати себе:

- Що б задовольнило мене в цій ситуації?

- Як мені хотілося б, щоб поводитися зі мною?

- Що зараз потрібно \ корисно...?

5. Піти з проблеми в рішення.
Запитати учасника:

- У чому полягає питання?

- Що викликає труднощі?

- Що б вам хотілося від мене зараз почути?

6. Чітко слідувати своїм цілям



«Складні учасники» - як діяти

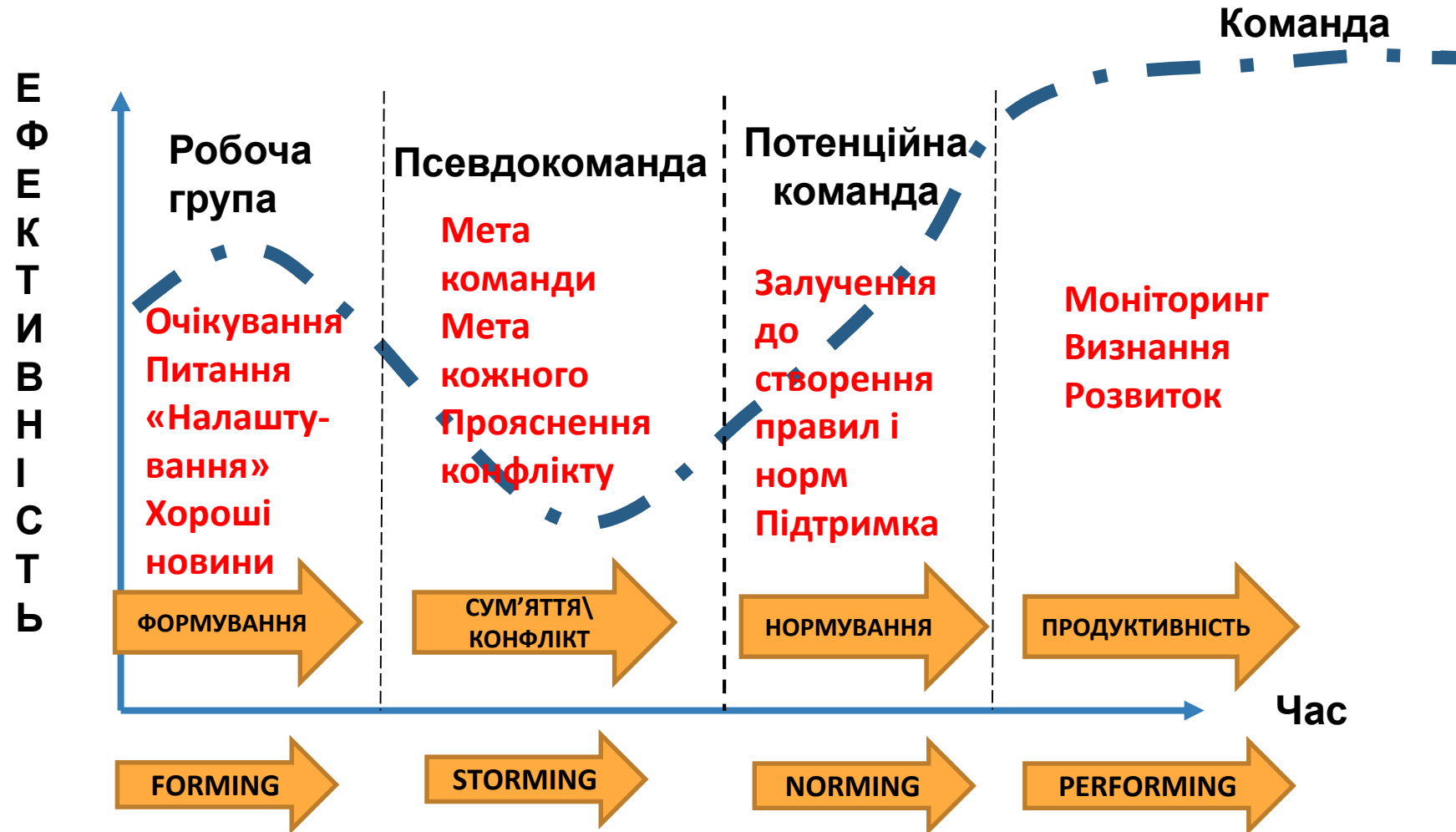
- Знати типи учасників та їх потреби
- Мати відповіді \факти \ історії
- Не робити учасників «складними» 😊



Техніки збору потреб учасників

1. Анкета
2. Опитування
3. Фокус-група
4. Індивідуальна бесіда

Динаміка розвитку команди модель Брюса Такмена



Робота із запитаннями, аргументація



Аргументація

Аргументація - це мовна діяльність, здійснювана з метою зміни позиції будь-якої особи, суб'єкта, за допомогою міркувань

Аргументи - це докази, що наводяться в підтримку думки \тези:

- факти,
- приклади,
- затвердження,
- пояснення,
- результати досліджень,
- наукові факти,
- законодавчі акти,
- свідчення свідків

Метод аргументації ТАП

Теза - думка



**Аргумент -
доказ**



**Підкріплення
-
демонстрація**

Запитання



Запитання – алгоритм підготовки

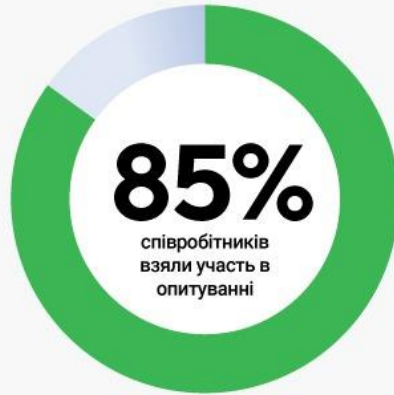
1. Записати виступ на аудіо- або відео-носії
2. Прослухати запис, поставити питання собі. Записати їх.
3. Показати або дати прослухати виступ друзям, колегам. Попросити їх поставити максимальну кількість питань. Записати їх.
4. Показати або дати прослухати виступ іншій групі людей. Просимо задати питання. Записати їх.
5. В отриманому списку питань знаходимо повтори - на такі готуємо відповіді в першу чергу. Потім готуємо відповіді на всі інші. Відповіді готуємо не в письмовому вигляді, а тезами, як і весь виступ в цілому.



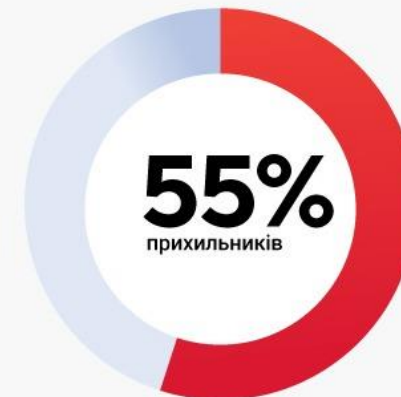
Відповіді на запитання

1. Встановити в регламенті розуміння про те, коли і як ставити питання
2. При виникненні запитань, визначити до якого типу воно відноситься:
 - Реальне
 - Заперечення
 - Провокаційне
3. На реальне відповісти
4. До заперечень застосувати аргументацію
5. Провокацію відхилити або викрити
6. Після виступу оголосити блок питань

Візуалізуйте!!!



НАШІ ГОЛОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ:



5 правил презентації

1. Один слайд – одна думка!
2. Простий візуальний ряд і шрифти
3. Залиште простір!
4. Мало кольорів
5. Якісні фото

Рекомендації щодо слайдів

1. Не робіть багато мілкового тексту
2. Візуалізуйте!
3. Спростуйте

Дякуємо!

