

Как взаимодействовать с аудиторией

А вы задавались вопросом: как заинтересовать аудиторию во время выступления?

Несметное количество людей, которые проводят презентации, относятся к своим выступлениям чисто формально. Они считают, что главное, что нужно сделать, — это донести свои мысли. Однако главное не значит единственное! Помимо информирования или побуждения аудитории к действию важно задуматься, как вы будете это делать, что вы будете делать, чтобы люди восприняли ваши слова и были готовы к вашим побуждениям.

К сожалению, многие преподаватели (спикеры) думают только о себе и совершенно «забывают» про людей, которые будут присутствовать на их выступлении и выступают в режиме «механического пианино», т.е. занимаются простым озвучиванием текста вместо того, чтобы вести живой диалог с публикой. Это очень распространенные ошибки выступающих, поэтому нельзя не поговорить о том, как заинтересовать аудиторию и что важно для оратора.



Взаимодействие с аудиторией

Что такое презентация? Это разновидность деловой коммуникации, когда какие-то идеи распространяются одновременно для большого количества людей. Целью как деловой коммуникации, так и деловой презентации является обмен информацией, достижение каких-либо договоренностей, оказание воздействия на людей. Продолжительность презентации, как правило несколько минут, а охват аудитории и эффект впечатляющий.

Установление контакта

Как и межличностная коммуникация, презентация является процессом, который разворачивается во времени и имеет определенные стадии. С чего начинается деловое общение? Конечно, с установления контакта и расположения к себе собеседника. Как отмечают ученые, установление контакта начинается даже до произнесения первых слов. Речь идет о внешнем облике оратора. Очень важно продумывать то, как вы будете одеты, какой стиль приемлем в данной аудитории или месте встречи.

Едва заметный нюанс, но даже внешний вид может влиять на сближение с публикой.

Что нужно знать про аудиторию своей презентации?

Далее настает этап вербального представления и установления контакта с людьми. Обычно спикеры считают, что эта задача решается простым «Здравствуйте, меня зовут». Однако этого бывает мало, особенно когда аудитория не имеет понятия, кем вообще является преподаватель. Выступающий может не только представиться, но и рассказать, кем он является, почему именно он выступает с этой темой, в чем он эксперт, чем может быть полезен и т.д. Следует заметить, что важно не увлекаться, как бывает у многих преподавателей, перечислением своих регалий, историей своего жизненного пути и ненужными деталями (хобби, любимый цвет, музыкальный исполнитель и т.п.). Откройте себя с профессиональной стороны, расскажите о своем опыте и ответьте на вопрос «почему я?». Так вы заинтересуете аудиторию и сделаете первый шаг к людям.

Конечно, наши манеры и поведение оказывают влияние на то, как нас воспринимают окружающие. Важно помнить, что дружелюбное выражение лица и улыбка настраивают людей на позитивное отношение. Люди умеют «сканировать» эмоциональное состояние и отношение по выражению лица, глаз, губ, положению тела, то есть по нашим невербальным проявлениям. Поэтому будьте открытыми и доброжелательными по отношению к обучающимся.

Как заинтересовать аудиторию

Нас всегда волнует вопрос, будет ли публика слушать, будет ли ей интересно. Конечно, бывают разные ситуации, например, аудитория негативно относится к теме (или даже спикеру), но это не значит, что она равнодушна. Это отдельный большой вопрос — умение перевести зрителей из негативного в позитивное состояние. Но как заинтересовать аудиторию? Важно показать значимость данной темы для людей. Мне часто приходится слышать, как люди говорят:

«Что может быть интересного в моей презентации новой системы по охране данных для клиента, который уже слышал это много раз?».

Как мне кажется, в таком отношении к презентации кроется отношение к своей же работе и идеям. Вполне возможно, что самому спикеру все это неинтересно, и он переносит это чувство на других людей. Но давайте подумаем вместе: если система новая, то это неспроста? Видимо, в ней что-то улучшено? Что именно появилось нового? Появились новые решения задач, которые встают перед клиентом? А если это так, то, значит, в вашем предложении кроется выгода для клиента, о которой он еще пока не знает. Нужно рассказать ему об этом как можно скорее! Важно донести до слушателя то, какие выгоды он получит, что изменится в лучшую сторону в его работе.

Как вести себя на презентации и как не надо держаться на сцене

Одним из самых сложных приемов в разработке презентации является проблематизация. Она необходима для того, чтобы показать всю актуальность ваших идей для аудитории.

Проблематизация строится по простому алгоритму:

Сначала вводится неоспоримый Факт, т.е. положение дел на текущий момент. Описанием факта мы помещаем зрителей в контекст и даем увидеть ситуацию в целом.

Далее следует продемонстрировать Проблему, то есть то, что не устраивает нас в этой ситуации. На этом этапе важно учитывать, чтобы «проблема» была действительно проблемой для ваших зрителей. Она должна вызывать эмоциональный отклик.

После того, как показана «плохая сторона действительности», мы должны анонсировать свое Решение описанной проблемы. Пройдя этот путь, напоминая американские горки, мы обязательно выведем аудиторию из состояния равновесия и затронем «нужные струны».

Почему в презентации нужна проблематизация?

Возьмем тот же пример с компьютерной системой защитой данных. Можно начать с факта:

«Сегодня на рынке существует большое количество систем защиты персональных данных для организаций. Одной из таких систем пользуетесь вы уже на протяжении нескольких лет».

Далее после нескольких дополнений можно перейти к проблеме:

После погружения в проблему мы подаем решение:

Обратите внимание: мы задаем вопросы, но не ждем ответа, аудитория мысленно отвечает на них и представляет описанные ситуации, которые вызывают неприятные воспоминания. Так мы «заходим» в область интересов данной аудитории. Важно заметить, что здесь использован риторический прием «триада», когда задается 3 вопроса или описываются 3 разные ситуации. Это помогает усилить эффект воздействия на аудиторию

Элементы интерактива в презентациях

Презентации будут более успешными если в них включены элементы интерактива. Как правило возникает неподдельный интерес аудитории к новому, инновационному подходу в обучении.

Как убедить аудиторию

Очередной важный вопрос, который волнует многих спикеров. Есть целые тренинги, посвященные только навыкам аргументации. Здесь я хотел бы остановиться на том, что наши аргументы могут быть разными по своей природе.

Когда мы говорим про убеждение, у нас в голове всплывают правила логики, формулирование тезиса, поиск аргументов и данных. Это называется рациональной аргументацией: мы убеждаем с помощью логики. Со школьной скамьи мы привыкли, что цифры и статистика все могут доказать. С их помощью мы доказывали теоремы и решали задачи по физике, защищали дипломные работы и другие проекты. Разумеется, уверенная поддержка наших аргументов цифрами и законами помогает нам в убеждении аудитории. Важно только помнить, что данные должны быть проверенными.

Сила убеждения, как стать убедительным



Часто во время презентаций можно видеть, как преподаватель показывает графики и таблицы на своих слайдах, ссылается на научные исследования, обосновывая свои идеи. Но бывает, что кто-то из зала задает вопрос «откуда эти данные?». Один маленький нюанс может быть упущен и создается впечатление, что данные не проверены, а словам спикера нельзя доверять. Почему бы не обезопасить себя и заранее найти источники, сослаться на авторитетные аналитические агентства и т.д. Помните также и про то, что ваши данные должны быть логически связаны с тем, что вы доказываете. Иначе вам обязательно на это укажут из зала.

Помимо рациональных аргументов мы часто прибегаем к эмоциональным, а в обыденном общении, вероятно, даже чаще, чем к первым. Когда мы убеждаем кого-либо, мы часто используем визуализацию своих идей, описывая ситуацию и делая выводы из нее. Мы используем образы и с их помощью также оказываем воздействие. То же самое можно использовать и в наших презентациях. Комбинация рациональных и эмоциональных аргументов позволяет внести разнообразие в выступление, а также усилить отклик разных слушателей в зале.

Всегда есть место для юмора!

Аудитория приходит на презентацию не всегда только за информацией и данными. Людям нужно общение и эмоции. К сожалению, эмоциональности многим спикерам не хватает. Речь снова идет о том, что множество ораторов только механически озвучивают текст, а не рассказывают вживую о чем-то зрителям. Ну и как заинтересовать аудиторию в таком случае? Где эмоции? Зачем они нужны?

Всегда есть место хорошей шутке в выступлении перед слушателями. Даже если вы выступаете перед взрослой и статусной аудиторией на серьезном мероприятии. Юмор любят все — жаль, что не все его понимают. Он позволяет сменить обстановку, снять напряжение, сблизить спикера и публику. Если шутка удалась, то считайте, что вы заработали в свою копилку несколько очков. Вы будете восприниматься как более уверенный в себе человек, вы и сами это почувствуете.

Как шутить во время презентации



Необходимо «обкатывать» шутки на знакомых или людях, близких по ряду характеристик к тем, кто будет среди ваших зрителей. Часто шутки рождаются прямо по ходу пьесы, но еще чаще шутки заготавливаются заранее. Развлекайте аудиторию не только юмором, но и лирическими отступлениями, интересными слайдами, видео. Вы увидите живой отклик.

Ваши презентации станут более выигрышными тогда, когда вы задумаетесь о людях, которые будут в зале. Важно помнить, что с людьми нужно работать: их нужно вовлекать в процесс, общаться, вести диалог, интересоваться их мнением. Если сделать несколько простых действий и шагнуть навстречу к ним, то они не заставят ждать с ответной реакцией. Главное — быть открытым к контакту и стремиться к взаимному пониманию.

Как строить выступление

Перед любым выступлением ответьте себе на несколько вопросов:

- Как вы хотите повлиять на аудиторию? Определитесь с тем, какой реакции вы желаете добиться и работайте на нее.
- О чем ваше выступление? Где оно начинается и заканчивается, куда оно ведет? Определитесь с направлением, но учтите хорошие презентации всегда ведут вверх, то есть несут позитивный заряд.
- Как вы построите свое выступление? У любого повествования должен быть стержень, центральная идея, вокруг которой собирается дополнительный материал, а детали должны подчеркивать основную мысль.
- Не перегружены ли ваши послания? В хорошей презентации соблюдается последовательность — в каждом слайде заложена одна идея. На слайде должен быть один заголовок, картинка и немного текста.
- Как вы иллюстрируете свою историю? Любую историю можно рассказать в картинках, подкрепляйте все основные послания визуально.
- Вы уверены в себе? Подготовьтесь как следует, если надо потренируйтесь, порепетируйте перед выступлением.
- В чем ваш стиль? Чем более честными вы будете, тем больший эффект вы произведете на аудиторию, ведь она ценит искренность.