

Tajne Džerija Vajsmara

Veza u kojoj se predstavljač i publika izvanredno razumeju i nalaze zajednički jezik je proizvod dobro uvežbane tehnike predstavljanja

Šta treba da zna onaj ko reši da sebe i svoj posao predstavi valjano? Sada kada se pojavljuju investicioni fondovi, veoma je važno dobiti one koji imaju novac za ideju koja bi mogla da ga donese još!

Pre svega, prezentacija ne sme dugo da traje. Govoranciju dužu od 15 minuta teško da će tolerisati onaj ko, po pravilu, nema vremena i bavi se zanimljivijim i unosnijim poslom od vašeg. Ili, kako kaže Džeri Vajsmar, majstor za vođenje poslovnih predstavljanja, zlatno pravilo je da imate na umu rečenicu „Nemoj da me teraš da mislim!“. Ovo, u principu, ljudi ne vole, naročito kada hoćete nešto da im prodate. Zato je škola tehnike uspešnog predstavljanja toliko popularna – od 30 miliona prezentacija koliko se dnevno održi na planeti, dosadnih i neuspešnih je najviše!

Ovaj skup veština razvijen je u Silikonskoj dolini, za potrebe IPO, to jest inicijalne javne ponude sveže emitovanih akcija neke firme široy javnosti, što je trenutak koji se ne sme upropastiti. Ova akcija u principu ima oblik turneje i ume da traje po dve nedelje tokom kojih ponuđači održe 80 prezentacija u desetak gradova.

Važno je da, pre nego što nekoga želite da privučete ka vašem proizvodu, imate jasnu ideju o njemu, dovoljno informacija, i da ste sve to u stanju da ispratite logičnom i povezanom pričom. Morate da budete spremni na sve opcije, i da je publici dosadno, i da je sumnjičava, i da pruža otpor. Dobar predstavljač će imati adut za sve ove situacije, i to tako što će uputiti jasnu poruku o tome zašto su tu, šta se od njih očekuje, i šta imaju od toga što provode svojih 15 minuta baš tu.

– Treba da budete advokat svoje publike, da se postavite u njihov sistem mišljenja i date odgovore na pitanja koja njih zanimaju! Morate biti u stanju da fokus pomerite sa onoga što VI želite ka onome što ONI žele, i to tako da im bude kristalno jasno kakav benefit imaju – kaže Džeri Vajsmar.

To znači da treba da se udubite u dušu svoje publike (potencijalnih investitora, recimo): da duboko analizirate šta su njihovi interesi, koje su im potrebe a šta su im strahovi. Sama priča koju ćete pričati mora biti čvrsto povezana; ne smete dozvoliti da publika u nekom trenutku izgubi nit i troši minute misleći kako vam je pošlo za rukom da sa jedne stvari „skočite“ na ovu o kojoj sad sluša. Govor mora biti jasan i artikulisan. Mala tajna Džerija Vajsmara: nipošto mlečne proizvode pre govora!

Osim dobre priče, dobro je da naučite kako da sastavite predstavljanje u pauerpointu i kako da maksimizujete efekat poruka. Takođe, glas i govor tela treba uskladiti sa okolnostima, i da, pre nego što održite prezentaciju uživo, ipak malo vežbate kod kuće. Ne savetuje se pred ogledalom, jer ono odvlači pažnju od onoga što želite da uvežbate: najbolje je snimiti sopstveni govor, pa na miru preslušati i utvrditi koja su slaba mesta i gde treba intervenisati.

– Dobar prezenter je kao dobar maser: kao što on nijednog trenutka neće skinuti ruke sa vas, tako ni dobar predstavljač neće dozvoliti da popusti pažnja! Ova vrsta pozornosti grabi se u prvih 90 sekundi, ako tu izgubite, loše vam se piše – objašnjava Džeri Vajsmar. Ovaj stručnjak nedavno je održao predavanje na Univerzitetu Singidunum, a o veštini predstavljanja napisao je knjigu koja je prevedena i kod nas.

To da svaka vaša rečenica mora izazvati uzdah i jedno „aha!“ tri decenije je bio Vajsmarov vapaj u marketingu: iznenađenje je temelj efikasne komunikacije, one koja drži pažnju svih 15 minuta!

Jelena Jovanović

[objavljeno: 07.06.2007.]