

فهرست مطالب

پیش‌گفتار: فن بیان	۵
فصل ۱: هنر صحبت و سخن‌شناسی	۱۵
فصل ۲: برنامه‌ریزی و آهنگی باعث ساده‌شدن می‌شوند	۲۹
فصل ۳: اعتماد به نفس و تسلط روی ذهن	۵۵
فصل ۴: برای هر مخاطبی با قدرت شروع کنید	۷۳
فصل ۵: تسلط شدن روی جلسه‌هایی با گروه‌های کوچک	۹۲
فصل ۶: تسلط روی ارائه‌ها و مذاکرات در گروه‌های کوچک	۱۰۶
فصل ۷: سکوی مهارت: تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان بیشتر	۱۲۴
فصل ۸: تسلط روی صدا: تکنیک‌های قدرتمند صدا	۱۵۲
فصل ۹: ترفندهای تجارت: تکنیک‌های سخنرانان حرفه‌ای	۱۶۸
فصل ۱۰: کنترل فضای خود	۱۸۴
فصل ۱۱: یک خاتمه عالی: آن‌ها را پراز هیجان رها کنید	۲۰۸
فصل ۱۲: انجام ارائه‌های فروش متقاعد کننده	۲۲۰

پیش
گفتار

فن بیان

سرنوشت ما با افکار ما تغییر می کند؛ وقتی افکار و عادت های شما با میل و علاقه
شما منطبق باشند، به چیزی تبدیل می شوید و کاری انجام می دهید که آرزو
دارید.

لورسن سوت هاردن

توانایی صحبت برای یک مخاطب، برای موفقیت شما حیاتی و مهم است. خوب صحبت کردن می‌تواند احترام دیگران را در پی داشته باشد، ارزش بیشتری به شرکت شما بدهد و توجه کسانی را جلب کند که می‌توانند به شما کمک کرده و درهایی را برای شما باز کنند. توانایی خوب صحبت کردن باعث می‌شود تا باهوش‌تر و با استعدادتر از کسانی به نظر برسید که خوب صحبت نمی‌کنند.

با ارزش‌ترین دارایی شما چیست؟ ذهن شما. یکی از با ارزش‌ترین مهارت‌هایی که دارید، توانایی خوب فکر کردن و نشان دادن شفاف و واضح خودتان است. این توانایی به شما کمک می‌کند تا با پرورش بیشتر و بیشتر خود، در کار سریع‌تر ارتقا پیدا کنید. بالاخره، تنها روشی که می‌توانید مهارت خود روی یک موضوع را نشان دهید، نشان دادن شفاف و واضح افکار و ایده‌ها با صدای بلند یا به شکل نوشتاری است. وقتی خوب صحبت کنید، مردم می‌گویند، "او واقعا می‌داند که درباره چه چیزی صحبت می‌کند."

خبر خوب این است که ذهن شما همانند یک ماهیچه است. هرچه بیشتر از آن استفاده کنید، قوی‌تر می‌شود و قابلیت‌های بیشتری به دست می‌آورد. سازماندهی افکار و کلمات از قبل باعث می‌شود بیشتر به چیزی که می‌گویید و چگونگی آن دقت کنید. عمل برنامه‌ریزی، آماده کردن و انجام سخنرانی‌ها و ارائه‌ها باعث می‌شود مجبور شوید از ذهن خود در سطح بالاتری استفاده کنید و بنابراین شما را باهوش‌تر می‌کند.

حذف ترس و تقویت شغلتان

چند سال قبل، برای گروهی از تاجران سمیناری یک روزه درباره اثرات اجرایی داشتم. در زمان صحبت، روی اهمیت توانایی خوب صحبت کردن و اثر گذاشتن مردم در

تجارت تاکید کردم.

در انتهای روز، یک تاجر که به نظر خجالتی هم می‌رسید به سراغ من آمد و گفت که در اثر صحبت‌های من تصمیم گرفته است که چگونگی تبدیل شدن به یک سخنران و صحبت کننده خوب را یاد بگیرد. از این که توسط ناظرها در نظر گرفته نشود و ارتقاها را از دست بدهد، خسته شده بود.

یک سال بعد، نامه‌ای از او دریافت کردم که داستانش را برای من تعریف کرده بود. به سرعت شروع به کار روی تصمیمش کرده بود. به یک گروه محلی از سخنرانان پیوسته بود و هر هفته در جلسات آن‌ها شرکت می‌کرد. در هر جلسه، هر کدام از اعضا باید می‌ایستادند و درباره موضوعی صحبت می‌کردند و در انتهای جلسه به هر شخص امتیازی داده می‌شد.

این سخنرانان از فرآیند "حساسیت‌زدایی سیستماتیک" استفاده می‌کردند. یعنی اگر کاری را بارها و بارها انجام دهید، سرانجام حساسیت و ترس شما نسبت به آن از بین می‌رود. وقتی مرتباً در برابر دیگران صحبت کنید، سرانجام ترس و دلشوره خود را از دست می‌دهید.

به علاوه او در دوره دیل کارنگی نیز برای ۱۴ هفته شرکت کرد. در هر جلسه، باید در برابر هم‌تایان خود صحبت می‌کرد. ظرف شش ماه، آنقدر ارائه‌های طولانی و کوتاه در گروه‌های مختلف افراد به او داده شد تا سرانجام ترس و استرس او برای صحبت کردن به طور کامل از بین رفت. به جای آن اعتماد به نفسی در توانایی او برای نشان دادن خودش به دیگران به وجود آمد.

درها برای شما باز می‌شوند

در زمانی که مشغول پرورش خودش بود، یک مورد اضطراری کوچک در کارش پیش آمد... یکی از شریک‌های او قرار بود ارائه‌ای برای اعضای یک شرکت مشتری بدهد. اما شریک او بیمار شد و نتوانست در جلسه شرکت کند. رئیسش از او پرسید که آیا آماده است تا به جای همکارش، پروپوزال شرکت را ارائه کند. او نیز این کار را قبول کرد.

او تمام بعد از ظهر و صبح روز بعد را به آماده شدن اختصاص داد. سپس به دفتر مشتری رفت، یک ارائه عالی برای خدمات شرکتش ارائه کرد و توانست کار را به دست بیاورد. وقتی به محل کارش بازگشت، رئیسش به او گفت که مدیر کل شرکت مشتری با او تماس گرفت و برای فرستادن کسی که توانسته چنین ارائه عالی از خدمات را انجام دهد، از او تشکر کرده است.

ظرف چند هفته، او مرتباً به شرکت‌های مشتری فرستاده می‌شد. خیلی زود شروع به ارتقا گرفتن کرد. بعد از مدتی تبدیل به یک عضو اصلی در مدیریت شرکت شد و راه خودش برای تبدیل شدن به یک شریک در شرکت را باز کرد. او به من گفت که با یک تصمیم ساده برای تبدیل شدن به یک گوینده خوب و دنبال کردن این تصمیم با انجام اعمال مناسب، توانست زندگی خود را عوض کند.

افزایش خودباوری

تبدیل شدن به یک گوینده خوب، در هر بخش از شغل و کارتان به شما کمک خواهد کرد. اما دلیل مهم‌تری برای یادگیری خوب صحبت کردن برای یک مخاطب وجود

دارد. فیلسوف‌ها به ما گفته‌اند که سطح خودباوری شما، یا "مقداری که خود را دوست دارید،" به مقدار زیادی تعیین کننده زندگی درونی و بیرونی شما است.

هرچه بهتر و متقاعد کننده‌تر صحبت کنید، خود را بیشتر دوست خواهید داشت. هرچه بیشتر خود را دوست داشته باشید، بیشتر مثبت‌اندیش می‌شوید و اعتماد به نفس بیشتری پیدا می‌کنید. هرچه بیشتر خود را دوست داشته باشید، در روابط با دیگران، مثبت‌تر و جذاب‌تر خواهید شد. هرچه بیشتر خود را دوست داشته باشید، در هر چیزی که انجام می‌دهید سلامت‌تر، شادتر و مثبت‌تر خواهید بود.

بهبود تصویر شخصی

وقتی یاد بگیرید موثرتر صحبت کنید، تصویری که از خودتان دارید نیز بهتر می‌شود. تصویر شخصی شما، "آینه درونی" شما است. این همان روشی است که قبل و در زمان هر رویداد، خود را می‌بینید و درباره خود فکر می‌کنید. هرچه درباره تصویر شخصی خود مثبت‌تر شوید، در کار خود کارا تر می‌شوید. قبل از هر رویداد یا فعالیتی، انجام هر نوع تصویرسازی از خودتان که در آن به بهترین شکل عمل می‌کنید، باعث می‌شود تا عملکرد شما به مراتب بهبود پیدا کند.

ما به افکار، احساسات، و به خصوص احترام دیگران خیلی حساس هستیم. سامرست ماگوم زمانی نوشت، "هر چیزی که در زندگی انجام می‌دهیم برای به دست آوردن احترام دیگران یا حداقل برای از دست ندادن احترام دیگران است." بنابراین وقتی خوب صحبت کنید، مخاطب بیشتر از شما خوشش می‌آید و بیشتر احترام می‌گذارد. در نتیجه شما نیز از خودتان نیز بیشتر خوشتان می‌آید و احترام بیشتری به خود می‌گذارید. وقتی به خاطر خوب صحبت کردن از دیگران بازخوردهای مثبت دریافت

کنید، تصویر شخصی شما بهتر می‌شود. خود را به شکل مثبت تری می‌بینید و درباره خود فکر می‌کنید. با این کار احساس قدرت شخصی بیشتری خواهید داشت و با اعتماد به نفس بیشتری قدم برمی‌دارید، صحبت و عمل می‌کنید.

خوب صحبت کردن قابل یادگیری است

شاید بهترین مورد درباره صحبت کردن در برابر دیگران این است که این مهارتی قابل یادگیری است. اغلب کسانی که امروز گویندگان قابل هستند، زمانی بود که حتی نمی‌توانستند در پشت تلفن یک صحبت آرام را انجام دهند. بسیاری از کسانی که در برابر بینندگان یا مخاطبان با اعتماد به نفس و با شیوایی کامل صحبت می‌کنند زمانی حتی از فکر کردن درباره ایستادن جلوی دیگران و صحبت کردن به وحشت می‌افتادند.

باید هدف خود را قرار گرفتن در ۱۰ درصد بهترین‌ها در زمینه برقراری ارتباط تعیین کنید و باید همیشه به یاد خود بیاورید که تقریباً همه کسانی که جز ۱۰ درصد بهترین‌های امروز هستند کار خود را از ۱۰ درصد بدترین‌ها شروع کردند. همه کسانی که امروز کاری را خوب انجام می‌دهند، زمانی آن را خیلی بد انجام می‌دادند. همان‌طور که هارو اکر می‌گوید، "هر استادی زمانی فاجعه‌ای بود."

احتمالاً قبلاً شنیده‌اید که تمرین باعث عالی شدن می‌شود. بعضی از افراد حتی از این هم بیشتر می‌روند و می‌گویند تمرین عالی، باعث عالی شدن می‌شود. با این حال، حقیقت این است که تمرین غیرعالی هم باعث عالی شدن می‌شود.

در مسیر خود به سمت عالی شدن در صحبت کردن برای مخاطبان، اشتباهات کوچک

و بزرگ زیادی انجام خواهید داد. خیلی مواقع احساس عصبی بودن و استرس به شما دست می‌دهد. چیزهای اشتباهی می‌گویید و موارد صحیح را فراموش می‌کنید. بعضی وقت‌ها صدای شما نامفهوم است و بعضی مواقع چیزهایی می‌گویید که نمی‌دانید چگونه آن‌ها را درست کنید.

خارج شدن از منطقه آرامش

اما برای عالی شدن در صحبت کردن یا هر زمینه دیگری، باید بخواهید از منطقه آرامش خود بیرون رفته و به جایی بروید که سختی منتظر شما است. اگر می‌خواهید به سطح بالاتری از قابلیت‌ها برسید باید بتوانید از احساس دستپاچگی و سختی در زمان رشد و پرورش خود عبور کنید.

شاید داستان سخنور معروف یونانی، دموستینس را شنیده باشید که به عنوان یکی از بهترین سخنوران عهد باستان شناخته می‌شود. وقتی او کارش را شروع کرد، عصبی و خجالتی بود و مشکل لکنت زبان داشت. برای غلبه بر این مشکل، سنگی درون دهان خود قرار داد و هر روز برای ساعت‌ها با صدای بلند برای دریا صحبت می‌کرد. خیلی زود او لکنت زبان خود را از بین برد و بر مشکل صحبت کردنش غلبه کرد. صدای او بلندتر و رساتر شد و با اعتماد به نفس بیشتری صحبت کرد و تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین سخنوران تاریخ شد.

اگر یک سخنران تازه‌کار هستید، این کتاب به شما نشان می‌دهد فرآیند صحبت کردن مناسب و با اعتماد به نفس و شفاف را چگونه سریع‌تر کنید. اگر سخنرانی با تجربه‌تر هستید، این کتاب تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها و روش‌های قدرتمند سخنوران عالی در هر زمینه از تجارت، سیاست و زندگی شخصی را نشان می‌دهد.

چهار مورد برای صحبت کردن عالی

برای تبدیل شدن به یک سخنور عالی باید چهار مورد را در خود داشته باشید.

۱ / *اشتیاق*. ابتدا، باید اشتیاق و علاقه زیادی برای خوب صحبت کردن داشته باشید. اگر علاقه شما کافی باشد و بخواهید روی خوب صحبت کردن مسلط شوید، چیزی نمی‌تواند مانع رسیدن شما به هدفتان شود. اما اشتیاق و علاقه همه چیز نیست.

۲ *تصمیم*. باید هر روز تصمیم بگیرید که می‌خواهید همه نوع تلاشی انجام دهید، بر هر مشکلی غلبه کنید و هر چیزی که برای عالی شدن نیاز است را انجام می‌دهید.

۳ *انضباط*. باید برای برنامه‌ریزی، آماده شدن و انجام صحبت و ارائه آن هم برای بارها و بارها تا زمانی که به مهارت لازم برسید، انضباط داشته باشید. برای پرورش یک مهارت مهم، هیچ میانبری به جای کار سخت وجود ندارد.

۴ *اراده محکم*. در آخر، باید اراده محکمی داشته باشید تا بتوانید در برابر مشکلات یا سختی‌هایی که با آن‌ها مواجه می‌شوید ثابت قدم باشید.

تنها محدودیت خودتان هستید

بزرگ‌ترین دشمنان ما، شک و ترس ما هستند. اما هیچ محدودیتی روی چیزی که می‌توانید انجام دهید وجود ندارد به جز محدودیت‌هایی که خودتان روی خود قرار می‌دهید.

در طول سال‌ها، من بیش از ۴,۰۰۰ ارائه و سخنرانی برای بیش از ۵,۰۰۰,۰۰۰ نفر

در ۴۶ کشور انجام دادم. در صفحات پیش‌رو، دست شما را می‌گیرم و قدم به قدم
چگونگی پرورش شجاعت، اعتماد به نفس و لیاقت برای تبدیل شدن به یک سخنگوی
پیروز در هر شرایطی را نشان می‌دهم.

هنر صحبت و سخن شناسی

همه تلاش‌های سخنوری او برای ایجاد اثرات مفید انجام شده‌اند. او هیچ وقت برای این که شنیده شود، سخن نگفت.
آبراهام لینکلن، در ستایش هنری کلی.

در طول تاریخ، مقیاس موثر بودن انسان با توانایی قانع کردن دیگران سنجیده می‌شد. بنابراین هدف صحبت کردن در برابر مردم این است که باعث انجام عملی شود که در غیاب کلمات صحبت کننده انجام نمی‌شدند. برای مثال، وقتی دموستینس صحبت می‌کرد، مردم می‌گفتند، "چه سخنور فوق العاده‌ای است." اما وقتی آلسی بیادس صحبت می‌کرد، می‌گفتند، "بیایید به جلو برویم!"

وظیفه شما به عنوان یک سخنور این است که با کلمات خود به آن‌ها انگیزه‌ای برای تفکر، احساس و عمل متفاوت بدهید و باعث شوید آن‌ها عملی را انجام دهند. باید آن‌ها را برای "به جلو رفتن" تحریک کنید.

خوشبختانه، تبدیل شدن به یک سخنور ماهر و برقرار کننده ارتباطات تجاری، مهارتی قابل یادگیری است. اگر یاد گرفتید چگونه یک خودرو را برانید، روی صفحه کلید تایپ کنید یا از یک تلفن همراه استفاده نمایید، می‌توانید به یک سخنران موثر نیز تبدیل شوید و نه تنها زندگی خود، بلکه زندگی شنوندگان به سخنرانی خود را نیز تغییر دهید.

سه عنصر اصلی متقاعد کردن

آریستوتل اولین فیلسوف بزرگی بود که اهمیت سخن‌شناسی را به عنوان ابزاری مهم برای رهبران درک کرد. او عناصر مهم متقاعد کردن دیگران را به سه بخش تقسیم کرد: منطق، اخلاق، و هیجان.

منظور از منطق استفاده از کلمات و دلایل در بحث است. مهم است که هر چیزی می‌گویید مانند اتصال‌های یک زنجیر یا قطعات یک پازل به یکدیگر وصل شوند تا

وضعیت یا بحثی محکم را ایجاد کنند. وقتی درباره صحبت خود فکر می‌کنید و درباره آن برنامه‌ریزی می‌نمایید، قسمت‌های مختلف را از وضعیت کاملاً عمومی تا یک وضعیت خاص، از شروع تا نتیجه پشت سرهم قرار می‌دهید تا هر قسمت روی قسمت قبلی ساخته شود و به این شکل یک بحث متقاعد کننده ایجاد شود.

دومین بخش از متقاعد کردن، اخلاق است. این به شخصیت، اخلاق و باورپذیر بودن شما هنگام صحبت مربوط است. افزایش اعتبار در پیش مخاطبان قبل و در زمان صحبت باعث افزایش تمایل مخاطبان برای پذیرفتن صحبت‌های شما و انجام عمل بر مبنای آن‌ها می‌شود.

سومین بخش متقاعد کردن، هیجان است. این محتویات هیجانی صحبت شما است که می‌تواند مهم‌ترین بخش نیز باشد. این برای زمانی است که می‌خواهید افراد را به صورت احساسی به یکدیگر وصل کنید و براساس یک سطح پایه‌ای به آن‌ها انگیزه بدهید تا تفکر خود را تغییر دهند و عمل خاصی را انجام دهند.

تمام این سه عنصر- منطق، اخلاق و هیجان- باید به یکدیگر بافته شده باشند تا بتوانید به انسان‌ها انگیزه بدهید و آن‌ها را قانع کنید تا از نقطه نظر شما به مسائل نگاه کنند.

سه جزء پیغام شما

چند سال قبل آلبرت مهربان از UCLA یک سری مطالعات برای ارتباطات موثر را انجام داد. او نتیجه گرفت که هر پیغامی که در صحبت‌ها گفته می‌شود دارای سه جزء است: کلمات، لحن صدا و زبان بدن صحبت کننده.

کلمات

جالب است که با توجه به تحقیق مهرابیان، کلمات تنها ۷ درصد در رساندن پیام نقش دارند. البته، کلماتی که استفاده می‌کنید نقش حیاتی دارند و باید با دقت انتخاب شوند. آن‌ها باید با یک ترتیب مناسب سازماندهی شوند و از نظر دستور زبان صحیح باشند. اما همه ما سخنرانی‌های آکادمیک خسته کننده‌ای را شنیده‌ایم که سخنران کلمات بسیار عالی را انتخاب کرده است اما پیام مناسبی داده نشده است. کلمات به خودی خود، هیچ وقت کافی نبودند.

تن صدا

عنصر دوم در ارتباطات، لحن صدا است. در محاسبه مهرابیان، ۳۸ درصد پیام در لحن صدای سخنگو و تاکید روی کلمات مختلف قرار دارد.

این جمله را بخوانید "من تو را خیلی دوست دارم." با قرار دادن تاکید روی هر کدام از کلمات یا با سوالی کردن جمله به جای خبری بودن، می‌توانید کل معنی جمله را تغییر دهید. آن را امتحان کنید. لحن صدای خود را تغییر دهید تا یک جمله خبری بگویید یا این که آن را به سوال تبدیل کنید. دقت کنید چگونه با تمرکز روی یک کلمه می‌توان معنی جمله را تغییر داد.

همه مردها تجربه بحث با یک زن درباره موضوعی ساده را دارند. به دلیل این که مردها تمایل دارند از کلمات به عنوان ابزار استفاده کنند و زن‌ها تمایل دارند تا از کلمات برای درک و ساختن رابطه استفاده کنند، آن‌ها کلمات را به شکل متفاوتی می‌شنوند. برای مثال، ممکن است زن درباره چیزی که مرد می‌گوید عصبانی شود یا ضربه‌ای بخورد. مرد نیز سعی می‌ند با گفتن "اما من فقط این و این را گفتم." او را

آرام کند.

زن نیز با عصبانیت پاسخ می‌دهد، ناراحتی من به خاطر چیزی که تو گفتی نبود، بلکه به خاطر روش گفتن آن بود."

با تغییر لحن صدا و دقت به اهمیت آن، می‌توانید کل پیغام و بنابراین اثر آن روی مخاطبان را تغییر دهید.

بدن

مهربانان متوجه شد که ۵۵ درصد پیغام در زبان بدن سخنگو قرار دارد. این بدان خاطر است که تعداد عصب‌های چشم به مغز ۲۲ برابر تعداد عصب‌های گوش به مغز هستند.

به همین خاطر، اثرهای چشمی به مراتب قوی‌تر هستند.

مواظب شیوه ارتباط خود باشید

افراد با ارتباط‌های قوی همیشه توجه زیادی به اثر زبان بدن خود روی سطح پذیرش پیغامی دارند که می‌خواهند به دیگران برسانند.

وقتی هنگام صحبت، دستان شما در کنارتان معلق و کف دستان شما به سمت بیرون و باز هستند، و به صورت مستقیم با لبخندی روی لب به مخاطب نگاه می‌کنید، مخاطب راحت‌تر است و مانند اسفنجی که آب را جذب می‌کند، پیغام شما را در خود جذب می‌کند. اگر صورت شما جدی باشد و لبخند نزنید و دستان خود را خم کنید و محکم میز را بگیرید، مخاطب مانند زمانی پاسخ می‌دهد که پدر خشمگینش او را بازخواست می‌کند. آن‌ها خود را می‌بندند و در حالت دفاعی قرار می‌گیرند و در برابر

پیغام و تلاش شما برای قانع کردنشان به منظور تفکر و عمل به یک روش خاص، مقاومت می‌کنند. زبان بدن بسیار مهم است!

به دلیل این که سخنرانی‌های زیادی برای افراد بسیار زیادی انجام داده‌ام، سخنرانان زیادی از من می‌خواهند تا درباره سخنرانی یا سمینار آن‌ها نظر دهم. همیشه هم از این که بازخورد انتقادی به افراد بدهم گریزان هستم زیرا به نظر می‌رسد افراد روی نظراتی که درباره آن‌ها مثبت نیستند بسیار حساس هستند. در هر صورت، جالب است که من چقدر این توصیه را به همه می‌کنم: "کندتر صحبت کنید، چند لحظه صبر کنید، و همیشه بین نکات و جمله‌ها لبخند بزنید."

باعث تعجب است که چگونه بسیاری از سخنران‌ها این توصیه را قبول می‌کنند و به سرعت تفاوت‌های آنی و مثبتی در پاسخ مخاطبان به خود را می‌بینند. وقتی آرام‌تر صحبت می‌کنید، کلمات شما واضح‌تر هستند و حرف‌های شما به نظر صحیح‌تر می‌رسند. لحن صدای شما جذاب‌تر و دلنشین‌تر می‌شود. و وقتی لبخند می‌زنید، احساس گرما، دوستی و پذیرش را از خود پخش می‌کنید. این باعث می‌شود تا مخاطب آرام شود و خود را برای پذیرش پیغام شما بازتر کند. جزئیات بیشتر در این زمینه را در فصل ۸ خواهید دید.

یک ساختار ساده برای سخنرانی‌های کوتاه

یک ساختار سه بخشی ساده وجود دارد که می‌توانید از آن برای طراحی هر نوع صحبت یا سخنرانی استفاده کنید. می‌توانید از این مدل برای یک صحبت یک دقیقه‌ای یا ۳۰ دقیقه‌ای استفاده نمایید.

بخش ۱

بخش ۱، مقدمه یا شروع است. در این حالت به مخاطب می‌گویید که قصد دارید چه چیزی در صحبت خود بگویید. برای مثال، می‌توانید بگویید: "به خاطر تشریف فرمایی شما سپاسگزار هستم. در چند دقیقه بعدی، می‌خواهم درباره سه مشکلی که امروزه صنعت ما با آن‌ها مواجه است و کارهایی که باید انجام دهیم تا در ماه‌های پیش‌رو آن‌ها را به امتیازهای خود تبدیل کنیم، صحبت کنم."

این مقدمه استیج و مخاطب را آماده می‌کند و به صحبت شما جęتی می‌دهد تا در آن حرکت کند.

بخش ۲

دومین بخش، گفتن چیزهایی است که در مقدمه قول آن‌ها را دادید. این می‌تواند شامل یک، دو یا سه نکته باشد. اگر این یک صحبت کوتاه است، باید تنها شامل یک نکته کلیدی باشد که در یک جمله قرار می‌گیرند. برای مثال، می‌توانید بگویید: "ما با افزایش رقابت، کاهش حاشیه سود، و تغییر سلیقه مشتری‌ها مواجه هستیم. اجازه دهید به ترتیب آن‌ها را ببینیم و روش‌های جایگزینی برای حل موثر آن‌ها را بررسی کنیم."

بخش ۳

بخش سوم صحبت، جمع‌بندی چیزی است که به مخاطب گفتید. هیچ وقت نباید از مخاطب خود توقع داشته باشید تا همه چیزهایی که گفتید را در همان بار اول شنیدن به خاطر بیاورد. نگاه به عقب، خلاصه و تکرار برای مخاطب مفید و جذاب است. برای مثال می‌توانید بگویید:

به صورت خلاصه، برای رفع مشکل افزایش رقابت، باید کیفیت محصولات و خدمات و سرعت تحویل آن‌ها به مشتری را بهبود دهیم. برای رفع مشکل بازار در حال انقباض، باید به بازارهای جدیدی وارد شویم و پیشنهاد محصولات خود را افزایش دهیم تا مشتری‌های جدیدی جذب شوند. برای رفع مشکل تغییر سلیقه مشتری‌ها، باید محصولات و خدماتی را ایجاد و به بازار عرضه کنیم که مشتری‌های امروز ما می‌خواهند و دیگر روی چیزی متمرکز نباشیم که دیروز می‌خواستند.

با رسیدن به این سه هدف، نه تنها به بقای خود ادامه می‌دهیم، بلکه با گذشت زمان، رشد بیشتری خواهیم داشت.

وظیفه‌ای برای انجام دارید

پگی نونان، نویسنده سخنرانی‌های رونالد ریگان، زمانی نوشت، "هر سخنران، وظیفه‌ای برای انجام دارد."

یکی از مهم‌ترین چیزهایی که باید قبل از سخنرانی انجام دهید، مشخص کردن شروع کار با در نظر داشتن انتهای آن در ذهن است. مشخص کنید که صحبت شما چه کاری را انجام می‌دهد. از خود چیزی را سوال کنید که من به آن "سوال بی‌طرفانه" می‌گویم: "اگر بعد از صحبت من با مخاطبان مصاحبه شود و از آن‌ها سوال شود، از این سخنرانی چه چیزی متوجه شدید و در نتیجه آن می‌خواهید چه کار متفاوتی انجام دهید، دوست دارم آن‌ها چه بگویند؟" همه محتویات سخنرانی شما از مقدمه تا علامت‌های انتهای آن باید برای رسیدن به این هدف باشند.

وقتی با مشتری‌های سازمانی کار می‌کنم، "سوال بی‌طرفانه" را از آن‌ها می‌پرسم. همچنین از آن‌ها می‌پرسم که چرا من را به سخنرانی دعوت کردند و از من می‌خواهند با سخنرانی برای مخاطبان به چه اهدافی برسم؟ سپس درباره چیز دقیقی که می‌خواهیم بعد از سخنرانی، مخاطبان به آن فکر کنند، درباره آن احساس کنند و به آن عمل کنند صحبت و بحث می‌کنیم. وقتی هردوی ما به نتیجه مناسبی رسیدیم، صحبت یا سمینار را از شروع تا انتها برنامه‌ریزی می‌کنم تا مطمئن شوم که به نتیجه مورد نظر می‌رسیم. شما نیز می‌توانید کار مشابهی انجام دهید.

یک ساختار پیچیده برای سخنرانی‌های طولانی

در طراحی یک سخنرانی طولانی، ساختاری پیچیده‌تر وجود دارد که می‌توانید از آن استفاده کنید. این ساختار شامل هشت بخش است که هرکدام از آن‌ها را در صفحه‌های بعدی توضیح می‌دهم.

۱ شروع. هدف بخش شروع، جلب توجه مخاطب، ایجاد انتظار و تمرکز مخاطبان روی صحبت کننده است. اگر کسی گوش ندهد یا توجه نکند، هیچ دلیلی برای صحبت کردن باقی نمی‌ماند.

۲ مقدمه. این همان جایی است که به مخاطبان خود می‌گویید که قرار است چه اتفاقی بیفتد و این اتفاق چرا مهم است.

۳ اولین نکته. این همان جایی است که وارد بدنه سخنرانی خود می‌شوید. اولین نکته استیج را آماده کرده و شروع می‌کند به رساندن نظرات اولیه شما.

۴ انتقال به نکته بعدی. باید برای مخاطب‌های خود مشخص کنید که کار شما برای

یک نکته تمام شده است و اکنون می‌خواهید به نکته بعدی بروید. این خودش یک هنر است.

۵ نکته کلیدی دوم. این نکته باید از نظر منطقی نکته اول را دنبال کند.

۶ یک انتقال دیگر. در این جا مشخص می‌کنید که در حال انتقال به موضوع دیگری هستید.

۷ نکته کلیدی سوم. این نیز باید از نظر طبیعی دو نکته قبلی را دنبال کند و شما را به انتهای صحبت هدایت نماید.

۸ جمع‌بندی. این نتیجه سخنرانی شما است و در آن عملی که باید انجام شود را مشخص می‌کنید.

در فصل ۲، چگونگی سازماندهی و پیشرفت سخنرانی خود را می‌بینید تا بتوانید با ترتیب مناسب به هر کدام از این اهداف برسید.

در یادگیری سخنرانی موثر، هیچ جایگزینی برای تمرین، به خصوص تمرین با صدای بلند، وجود ندارد. در طول سال‌ها، من صدها سخنرانی را شنیده‌ام که توسط آماتورها و حرفه‌ای‌ها اجرا شده‌اند و همیشه می‌توانید بگویید کدام یک از قبل تمرین کرده است.

صحبت با قدرت و حضور

زمانی از نویسنده معروف آلبرت هابارد سوال شد که چگونه می‌تواند چیزی بنویسد. او پاسخ داد، "تنها روش یادگیری نوشتن این است که بنویسید و بنویسید و بنویسید و بنویسید و بنویسید."