

AUTOPREZENTACJA I PROFESJONALNE PREZENTACJE PRODUKTU

„Nie mam nic przeciwko temu, żeby w trakcie moich wystąpień ludzie patrzyli na zegarki. Nie mogę jednak znieść widoku, kiedy zaczynają nimi potrząsać, żeby sprawdzić czy nie stanęły...”

Lord Birkett (1883-1962)

GŁÓWNY SENS SZKOLENIA

- ❖ Profesjonalne doskonalenie autoprezentacji, tak aby osiąść umiejętność wywierania pożądanego wrażenia na klientach, partnerach
- ❖ Przećwiczenie przygotowania i prowadzenie prezentacji
- biznesowych i współpracownikach;
- produktów i wystąpień publicznych ukierunkowanych na wpływ na wizerunek własny/firmy i decyzje odbiorców, o formie adekwatnej do odbiorcy.

REALIZOWANE CELE SZCZEGÓŁOWE – ZAGADNIENIA OBJĘTE ZAKRESEM SZKOLENIA

Kształtowanie wizerunku - Autoprezentacja

- Rola pierwszego wrażenia (efekt aureoli, Pigmaliona)
- Komunikacja niewerbalna w tworzeniu własnego wizerunku:
 - Wpływ wyglądu
 - Mimika, gestykulacja i ruch podczas prezentacji
 - Korzystanie z przestrzeni
 - Aranżacja przestrzeni
 - Głos i artykulacja
- Tempo mówienia
- Słuchanie podczas mówienia
- Style zachowań i ich odbiór przez słuchaczy
- Zbieranie i analiza informacji zwrotnych
- Savoir-vivre zachowań zawodowych:
 - Zachowania w trakcie przyjęć, spotkań zawodowych, bankietów
 - Posługiwanie się wizytówkami
- Przedstawianie gości i siebie
- Profesjonalny ubiór: dobór garderoby, psychologia kolorów, dodatki
- Jak kreować swój wizerunek?
- Wyrabianie poczucia pewności siebie, analiza mocnych stron

Skuteczność autoprezentacji oraz wystąpienia/spotkania - narzędzia wpływu dostępne w interakcji

AUTOPREZENTACJA I PROFESJONALNE PREZENTACJE PRODUKTU

'prezenter/prowadzący – klienci/uczestnicy'

- Aspekty praktyczne doskonalenia umiejętności wpływu interpersonalnego
 - Konstruowanie emocjonalnych elementów prezentacji
 - Linie intonacyjne - ich logiczne i komunikacyjne znaczenie
 - Sens i walory emocjonalne modulacji
 - Korzystanie z barwnego języka – metafory, porównania etc.
 - Poruszanie się po sali, interakcje z klientami/słuchaczami
 - Dwa kanały wpływu na słuchaczy: rozum i emocje
 - Odbieranie, interpretacja i adekwatne reagowanie na sygnały niewerbalne słuchaczy/uczestników
 - Budowanie relacji z uczestnikami spotkania
 - Jak „dotrzeć” do słuchaczy/uczestników – prezentacja angażująca obie półkule mózgowe:
 - Mózg racjonalny i kreatywny – rola prawej półkuli w procesie zapamiętywania
 - „Malowanie obrazów”
 - Ustalanie ilości przekazywanych informacji adekwatnie do specyfiki odbiorcy
 - Na czym polega siła przekonywania – istota charyzmy, budowanie wiarygodności, tworzenie więzi, odpowiadanie na potrzeby itd.
 - Sposoby uruchamiania emocji klientów/uczestników
- Sposoby kierowania uwagą uczestników: efekt początku i końca, rola powtórzeń, przerywników, porównań itd.
- Stawianie pytań i udzielanie odpowiedzi
- Dalsze metody „oczarowywania”, przekonywania i wpływania na decyzję odbiorców
 - Zastosowanie wiedzy o potrzebach odbiorców
 - Język korzyści zamiast przywoływania cech stosowanych rozwiązań
 - Metody perswazyjne w strukturze prezentacji/spotkania
 - Sposób przedstawiania argumentów i ich kolejność
- w efekcie docierają do odbiorcy i przekonują go
- Umiejętność wydobycia i ustalenia hierarchii celów wystąpienia, wyznaczających kierunki postępowania i warunkujących świadomość przyjętych środków oddziaływania
- Dynamika procesów grupowych – zasady prowadzenia grupy klientów/słuchaczy/uczestników:
 - Dostosowanie prezentowanych treści i języka oddziaływania do specyfiki tematu, ale i charakteru grupy
 - Dostosowanie czasu trwania prezentacji i poszczególnych jej elementów do dynamiki grupy
 - Wykorzystanie praw psychologii uczenia się, m.in. praw rządzących pamięcią dla maksymalizacji efektu perswazyjnego
- Umiejętności nawiązywania kontaktu z grupą:
 - Techniki aktywizacji grupy
 - Chwyty retoryczne
 - Uruchamianie emocji
 - Werbalizacja sądów językiem obrazów
 - Odwoływanie się do doświadczeń uczestników
 - Operowanie humorem
- Wyznaczenie mocnych i słabych stron prezentera pod kątem komunikacji z grupą odbiorców:
 - Analiza typowych popełnianych błędów
 - Zindywidualizowane ćwiczenia korygujące
 - Zdobycie świadomości mocnych stron jako płaszczyzny dającej oparcie w czasie przygotowania i prowadzenia wystąpień

Wystąpienia publiczne, spotkania handlowe

- Charakterystyczne elementy struktury spotkań i wystąpień – podobieństwa i różnice; na co szczególnie należy zwrócić uwagę?
- Jak przygotować się do prezentacji produktu/wystąpienia?
- Od czego i jak zacząć, aby uzyskać maksymalnie dużo uwagi i zaangażowania audytorium?
- Dlaczego ludzie słuchają?
- Co musisz wiedzieć o klientach/słuchaczach?
- Rozpoznawanie audytorium i dostosowywanie formy przekazu w zależności od specyfiki grupy
- Cele i formy prezentacji:
 - Maksymalnie skuteczne przedstawienie treści, które

AUTOPREZENTACJA I PROFESJONALNE PREZENTACJE PRODUKTU

Wystąpienia, prezentacje produktu - techniki wygłaszania

- Aspekty „technologii” przekazu werbalnego
 - Zasady prawidłowego oddychania w trakcie mówienia
 - Wytrzymałość i siła oddechu, panowanie nad oddechem
 - Wyraźne mówienie: artykulacja końcówek wyrazowych, wymowa samogłosek nosowych, podstawowe grupy spółgłoskowe, tempo mówienia, zmiany tempa
 - Wpływ właściwego przestankowania na logikę i przejrzystość wypowiedzi oraz regulację oddechu
 - Konsekwencje błędnego akcentowania. Funkcje akcentu logicznego i emocjonalnego oraz sposoby akcentowania wyrazów i zdań
 - Ćwiczenia z zakresu definiowania pojęć, zwięzłości wypowiedzi, doboru słownictwa, czyli jak fachowe rzeczy przekazać językiem odbiorcy

Jak sobie radzić z treścią i stresem, sytuacje trudne

- Fazy rozwoju stresu oraz skutki zbyt wysokiego, optymalnego i zbyt niskiego poziomu stresu
 - Oznaki stresu w sferze fizjologii, myślenia, emocji, zachowań, filozofii życiowej

- Techniki zapobiegania i opanowywania stresu i tremy
 - Profilaktyka i kontrola niepożądanego stresu:
 - Jak spędzić czas przed ważną prezentacją
 - Dieta antystresowa
 - Techniki obniżające poziom napięcia:
 - Prawidłowe oddychanie
 - Relaksacja
 - Wizualizacja
 - Masaż
- Jak radzić sobie z nieoczekiwanymi, trudnymi sytuacjami w trakcie spotkania?
 - Wypracowanie schematów postępowania awaryjnego i zapobieganie wystąpieniu sytuacji trudnych
 - Sytuacje trudne:
 - Niezręczności i gafy
 - Wykorzystywanie efektu „pierwszego wrażenia”
 - Jak przygotować się na nieprzewidywalne?
 - Odpowiadanie na pytania
 - „Trudni” słuchacze – czego można się spodziewać, jak reagować?
 - Najczęściej popełniane błędy
 - „Dekalog nudziarza”
 - Pokonywanie zastrzeżeń