

ИСКУССТВО ГОВОРИТЬ

Большая книга общения
для работы и жизни



СО ХЭДЖИН

Со Хэджин

Искусство говорить.

Большая книга общения

для работы и жизни

<https://litres.ru/74637788>

SelfPub; 2026

Аннотация

Завтра важный разговор. Какие слова сработают?

На собеседовании нужно показать свою ценность. Недовольному клиенту ответить так, чтобы сохранить контакт. Близкому сказать «нет», не начав войну. Перед аудиторией удержать внимание с первых фраз. Здесь собраны 58 ситуаций общения с примерами, речевыми приёмами и разбором ошибок. Выбирайте нужную и готовьтесь к тому разговору, от которого сейчас зависит больше всего.

Держите эту книгу под рукой, если ваша работа и личная жизнь требуют убедительных слов. Хватит после встречи думать: «Надо было сказать иначе». Найдите свой ответ заранее.

Содержание

Глава 1. Ситуация 1. Беседа на собеседовании: ключ к успеху	5
Глава 2. Ситуация 2: Самопрезентация — умеренная подробность	23
Глава 3. Ситуация 4: Общение с начальником — целое искусство	38
Глава 4. Ситуация 6. Выступление на конкурсе на должность: произвести сильное первое впечатление	57
Глава 5. Ситуация 7. Инаугурационная речь: искренность и убедительность	73
Глава 6. Ситуация 8: Продажи и убеждение с помощью эмоций	86
Глава 7. Ситуация 9: Требовательный клиент, терпеливое объяснение	106
Глава 8. Ситуация 10. Обслуживание за прилавком: вежливости много не бывает	126
Глава 9. Ситуация 11: Реагирование на жалобы без спешки и раздражения	133
Глава 10. Ситуация 12. Победа в переговорах: интеллектуальное состязание	148
Глава 11. Ситуация 13. Праздничный банкет: сначала похвала	166

Глава 12. Ситуация 14: Быть хорошим ведущим, сыпать остротами	173
Глава 13. Ситуация 15. Ведение собрания: красноречие	187
Глава 14. Ситуация 16. Ведение телефонной конференции: живое изложение	199
Глава 15. Ситуация 17. Развлекательная программа, юмористический ведущий	202
Конец ознакомительного фрагмента.	210

Искусство говорить. Большая книга общения для работы и жизни

Глава 1. Ситуация 1. Беседа на собеседовании: ключ к успеху

Собеседование — это беседа, в ходе которой соискатель демонстрирует свои квалификации и способности перед рекрутером. В этой ситуации ваша способность продемонстрировать свой характер, воспитание, культурный багаж и профессиональные навыки, чтобы произвести впечатление на интервьюера, выделиться среди множества конкурентов и достичь своей цели в поиске работы, является ключевым шагом, определяющим успех вашего соискания. Чтобы успешно сделать этот шаг, необходимо соблюдать следующие три ключевых момента.

(1) Правильное представление себя

Во время собеседования первым вопросом, с которым сталкивается соискатель, является то, как представиться. Представление себя обычно включает следующие аспекты.

① Общие сведения. Например, имя, возраст, националь-

ность, место рождения, политические взгляды, состояние здоровья, место работы или учебы, домашний адрес и т. д.

② Образование и опыт работы. Укажите высшее образование; опишите опыт работы, указав, в каких организациях и на каких должностях вы работали, в хронологическом порядке. Подробно опишите содержание работы, сроки, должность, достижения и оценки.

③ Прочие сведения. Например, члены семьи, доходы, жилищные условия и т. д. Также можно отдельно рассказать о своих увлечениях и особых навыках.

Кандидат, руководствуясь принципом «искать истину в фактах», должен всесторонне представить себя нанимающей организации, включив в представление не только информацию о достигнутом уровне знаний, навыков и моральных качеств, но и о своем потенциале, тенденциях развития, а также о способностях, которые можно приобрести в результате краткосрочных усилий.

При этом соискателю следует обратить внимание на следующее: необходимо постараться использовать языковые приёмы, чтобы произвести впечатление на интервьюера, научиться четко и последовательно излагать свои мысли, выделяя свои способности и профессиональные навыки. Это включает в себя выбор подходящих формулировок, грамотную организацию содержания и последовательности изложения; внимательное отслеживание реакции собеседника и гибкую корректировку своих высказываний; не использовать

формулировки, которые могут снизить убедительность высказываний; стараться реже употреблять такие неопределённые слова, как «не», «возможно», «примерно»; реже или вообще не использовать специальные термины, которые могут вызвать у собеседника ощущение отчуждённости, и уж тем более не следует говорить о серьёзных вещах в шутовском тоне.

Неуместные формулировки могут создать у интервьюера впечатление, что вы неискренни или неприятны, что негативно повлияет на результат собеседования. Во время собеседования, демонстрируя интервьюеру свои знания и способности, необходимо также проявить огромный энтузиазм и интерес к данной должности. Ведь для руководителя любой компании главным критерием при приеме на работу является способность сотрудника добросовестно и преданно служить компании. Поэтому, представляясь, следует в краткой форме донести до рекрутера основную информацию о себе, чтобы произвести впечатление надежного и ясно мыслящего человека. Например:

«Меня зовут Ван Бин, мне 33 года, я родом из Пекина, окончил Пекинский университет, имею звание старшего инженера и 8 лет опыта работы. Спроектированные мной строительные объекты пять раз получали награды от Министерства строительства».

Хотя это всего несколько слов, они ясно передают большую часть информации о соискателе, одновременно подчер-

кивая его богатый опыт работы и высокий технический уровень. Изложение быстрое и лаконичное. (2) Продемонстрируйте свою уникальность

У каждого человека есть что-то, что выделяет его среди других, то есть свой характер и различные особенности, особенно черты характера или сильные стороны. Если вы сможете выразить свои уникальные преимущества в разговоре, интервьюер, как правило, проявит к вам значительный интерес. Это не только произведёт на интервьюера глубокое положительное впечатление, но и эффективно повысит шансы на успех на собеседовании. Например, следующие моменты позволят в полной мере выразить вашу уникальность.

① Придерживаться собственного мнения

Во время собеседования не поддаваться общему мнению, не следовать традициям и не подстраиваться под окружающих — это проявление самостоятельности и одно из мощных преимуществ перед другими соискателями. Рассмотрим следующий пример:

Дейл Карнеги, проработав некоторое время преподавателем курсов по продажам, решил снова устроиться на работу продавцом.

Президент компании «Амор» Лоффс Хейрис отличался серьезным и ответственным подходом к работе, чем Карнеги был восхищен, поэтому он пришел в компанию «Амор».

«Молодой человек, мне все равно, чем вы занимались раньше, потому что у меня вы еще не начали работать, и

вам предстоит пройти месячный вводный курс подготовки». Глубокие глаза Хэрриса пристально окинули Дейла Карнеги, и он остался под хорошим впечатлением от этого энергичного молодого человека.

«Извините, сэр, я лучше пойду искать работу в другое место», — сказал Дейл Карнеги. Несмотря на то что ему срочно нужна была работа, юношеский задор, по-видимому, не позволял ему смириться с таким авторитарным стилем управления, как у Хейриса. Говоря это, он развернулся, собираясь уйти.

«Подождите, молодой человек!» — Хайрис бросил окурок, встал и остановил Дейла Карнеги. «Молодой человек... Нет, мистер Карнеги, я должен сказать вам: обычно соискатели в моей компании действуют только по моему усмотрению, но в этот раз я сделаю исключение и готов сначала выслушать ваше мнение. Присядьте, поговорим».

Выслушав объяснения Карнеги, Хейрис взял ручку, быстро написал строку связным почерком и протянул ему. В строке было написано: «Дейл Карнеги, западный округ Нандакда».

Это означает, что Карнеги, благодаря своей уверенности в себе, убедил Хейриса и получил работу.

Ещё один пример:

Одна компания набирала сотрудников в офис, и генеральный директор говорил каждому, прошедшему первое собеседование, следующую фразу: «В наши дни не так много

компаний с такими хорошими условиями, как у нас. Вам действительно повезло — вы уже одной ногой в компании». Большинство соискателей кивали или молчаливо соглашались, но была одна девушка, которая сказала: «На самом деле я не считаю, что условия в вашей компании такие уж хорошие, просто мне кажется, что эта работа соответствует моей специальности, и я считаю, что решающим фактором при отборе кандидатов являются профессиональные навыки, а не удача».

Генеральный директор компании высоко оценил её слова, посчитав, что такие соискатели, обладающие собственным мнением и смело высказывающие иную точку зрения, — большая редкость. В результате все соискатели, согласившиеся с этим утверждением, были отсеяны, а на должность была принята именно та, кто высказала иное мнение.

② Пр продемонстpиpуйте свои новые идеи

На собеседовании хорошая идея не только демонстрирует вашу сообразительность, но и позволяет выделиться из общей массы, углубляя впечатление, которое вы производите на интервьюера, что, без сомнения, увеличивает ваши шансы на успех.

Когда Сяофан пришла на собеседование в одну из электронных компаний на Хайнане, она была одета в элегантное платье. Руководитель спросил её, почему она решила покинуть родной город и приехать на работу в Хайнан из далекого Цицихара.

Сяофан с улыбкой ответила: «На Хайнане можно носить платья круглый год!» Этот неожиданный ответ очень порадовал начальника. Он сразу же с улыбкой встал, подошел к ней, пожал ей руку и сказал: «Хорошо, мы рады приветствовать вас, у вас чистое и простое сердце».

Своей непринуждённой шуткой Сяофан легко разрядила сложную ситуацию, продемонстрировав высокую способность адаптироваться к обстоятельствам. Ещё один пример:

Сяо Лю отправился на юг, в Шэньчжэнь, чтобы впервые пройти собеседование в рекламном агентстве. Когда он прибыл в компанию, перед ним уже стояли 30 соискателей, и он был 31-м по счету.

Как привлечь особое внимание интервьюера и получить эту должность? Сяо Лю быстро достал листок бумаги, написал на нём что-то, аккуратно сложил его и подошёл к секретарше, уважительно сказав ей: «Мисс, пожалуйста, немедленно передайте эту записку боссу, это очень важно!» Секретарша быстро доставила записку на стол босса, и тот, прочитав её, улыбнулся. На записке было написано: «Сэр, я стою в очереди 31-й. Пожалуйста, не торопитесь с принятием решения, пока не увидите меня».

В итоге Лю получил эту работу — это был результат его изобретательности.

Действительно, человек, умеющий думать головой, обязательно обладает творческим подходом, а для работы в рекламном бизнесе нужны не только люди с богатым вообра-

жением, но и с неожиданными креативными идеями.

③ Удерживайте инициативу

Для большинства соискателей инициатива, кажется, всегда находится в руках интервьюера, а соискатель вынужден занимать невыгодное пассивное положение. Однако если во время собеседования взять инициативу в свои руки и действовать на опережение, это иногда может дать поразительный эффект.

Маленький Лю отправился в центр города на крупную ярмарку вакансий. Подойдя к стенду компании, которая давно ему нравилась, он уверенно сказал: «На такой большой ярмарке вакансий я обратил внимание только на две компании. В итоге я решил подать резюме именно в вашу компанию». Маленький Лю произнес эти слова, одновременно передавая резюме интервьюеру.

Рекрутер сразу же проявил интерес и ответил: «Не стоит возлагать на нас слишком большие надежды».

Сяо Лю продолжил: «Я так долго занимаюсь обучением, и от первой до последней компании вы всегда были для меня классическим примером. Теперь я хочу собственными глазами увидеть, как на самом деле работает тот классический пример, о котором я столько слышал».

В итоге Сяо Лю получил эту возможность.

④ Честность открывает возможности

Добродетель честности часто является «золотым ключом», открывающим дверь к успеху, но, сталкиваясь с иску-

шениями, не всегда легко осмелиться сказать правду. Рассмотрим следующий пример:

Одна американская компания набирала сотрудников в Китае, и на собеседование пришло немало соискателей.

Последним этапом было собеседование: кандидаты по одному входили в кабинет и беседовали напрямую с иностранным руководителем, но ни один из них не прошел отбор. Позже, когда Амин вошёл в кабинет руководителя, тот внезапно с удивлением и радостью вскочил с места, направился прямо к Амину, пожал ему руку и восторженно сказал: «Не думал, что увижу вас здесь. В тот раз я катался с дочерью на лодке по озеру БайТэн, и она случайно упала в воду. Ты, не задумываясь, прыгнул в воду и спас её. В тот момент я был так занят спасением дочери, что даже забыл спросить твое имя! Мир такой маленький, не думал, что встречу тебя здесь!»

Амин был сбит с толку этой длинной и волнующей речью и подумал, что иностранный босс наверняка перепутал его с кем-то другим! Поэтому он твёрдо ответил: «Сэр, я никого не спасал, вы, наверное, ошиблись!»

Но босс по-прежнему твёрдо утверждал, что это был именно Амин, и что это стопроцентная правда. А Амин по-прежнему решительно отрицал, говоря спокойно и искренне.

В этот момент иностранный босс громко рассмеялся, похлопал Амина по плечу и сказал: «Молодец! Ты честный че-

ловек, собеседование пройдено».

Оказалось, что это был хитроумный трюк, придуманный боссом для собеседования: у него вообще не было дочери. Амин наконец понял, почему предыдущие соискатели провалились.

(3) Умелые ответы

В ходе собеседования соискатели часто сталкиваются с вопросами, на которые очень трудно ответить. Некоторые из них кажутся простыми, но на самом деле полны «ловушек»: ответить «да» нельзя, ответить «нет» тоже неразумно, и, если не быть осторожным, можно легко попасть в «ловушку», устроенную интервьюером. Наиболее распространены следующие три типа вопросов.

① Как оценить свои сильные и слабые стороны

Говорить о своих недостатках — значит говорить о своих слабостях, особенно о тех «фатальных» слабостях, которые касаются работы; если мы будем говорить об этом честно, это будет нежелательно. Оценивая свои недостатки, лучше выбирать те слабости, которые с точки зрения работы могут стать достоинствами. Например:

«Когда я сосредотачиваюсь на работе, я не могу остановиться, пока не завершу её и не буду удовлетворён результатом». Таким образом, вы даёте понять интервьюеру, что не остановитесь, пока не достигнете поставленной цели, и гордитесь своей работой.

Если вы считаете, что недостатки, которые видят в вас

другие, несколько надуманны, не стесняйтесь честно пояснить:

«Друзья считают меня немного импульсивным. Я не знаю, насколько справедлива эта критика, но я действительно надеюсь, что в будущем смогу стать более уравновешенным и чаще прислушиваться к советам других. Любое достоинство, доведенное до крайности, может превратиться в недостаток. Например, я отлично умею работать в команде, что, несомненно, является достоинством, но мне особенно нужна помощь других, и я не очень хорошо работаю в одиночку. Сейчас я осознаю этот недостаток и стараюсь его преодолеть». Я с радостью могу сообщить вам, что уже добился определённых успехов в этих аспектах.

② Как относиться к стрессу на работе

В наше быстро меняющееся время конкуренция очень высока как внутри компаний, так и между предприятиями одной отрасли. Если во время собеседования вы будете постоянно говорить о том, что на прежнем месте работы давление было слишком сильным и вам было трудно адаптироваться, это заставит интервьюера утратить к вам доверие. Поэтому, рассказывая интервьюеру о стрессе, ни в коем случае не «жалуйтесь», а продемонстрируйте решимость превратить стресс в движущую силу — интервьюер высоко оценит человека, готового смело принимать вызовы.

Чжан Хао ранее работал репортером в отделе специальных выпусков газеты «Экономика». В этой газете от репор-

теров не только требовали выполнять ежемесячный план по количеству знаков, но и заниматься привлечением рекламы. Однако, будучи выпускником факультета китайского языка, он не имел ни малейшего представления о рынке бытовой техники и компьютеров, и ему было очень сложно писать статьи на эти темы, что вызывало у Чжан Хао чувство беспомощности и сильный стресс. Именно поэтому он и пришел на собеседование в одну из ежедневных газет на должность репортера. Когда интервьюер спросил его: «Не считаете ли вы, что в «Экономической газете» слишком большое рабочее давление?», Чжан Хао ответил: «Пружина без давления не растягивается, и я думаю, что с людьми то же самое. Чем больше давления, тем больше энергии для работы». В результате Чжан Хао, как и хотел, устроился в эту ежедневную газету.

③ Ушли ли вы из прежней компании из-за слишком низкой зарплаты?

Если вы ответите на этот вопрос прямо, интервьюер обязательно решит, что вы сменили работу исключительно ради личного дохода. Если такое мнение укоренится в голове интервьюера, его впечатление о вас значительно ухудшится, и он может даже перестать с вами разговаривать.

Сяо Ли ранее занимался рекламной работой в компании с невысокой рентабельностью. На собеседовании в нынешней компании интервьюер спросил его: «Вы перешли в нашу компанию из-за слишком низкой зарплаты на прежнем ме-

сте?» Сяо Ли ответил: «Моя зарплата на прежнем месте была одной из самых высоких. Главное, что я получил образование в области бухгалтерского учета и имею квалификацию бухгалтера, поэтому я идеально подхожу на эту должность».

Отвечая на подобные вопросы, нужно как выразить недовольство уровнем заработной платы на прежнем месте работы, так и доказать, что это не было основной причиной вашего ухода. Это не только поможет вам добиться более высокой зарплаты на новом месте, но и убедит интервьюера в том, что вы ушли не из-за финансовых соображений.

(4) Конкретные методы общения с интервьюером

Для всего есть свои методы, и у соискателя тоже есть способы справиться с каверзными вопросами интервьюера. Пять приведённых ниже методов помогут вам успешно преодолеть сложности собеседования.

① Метод косвенных намеков

На некоторые вопросы прямой ответ может означать отрицание самого себя, поэтому нужно постараться превратить слова, которые могут вас дискредитировать, в слова, которые вас оправдывают. Например:

Вы пришли на собеседование в одну из газет, и интервьюер спросил вас, работали ли вы когда-нибудь в газете, если до этого вы работали только в журнале. Вы должны ответить на этот вопрос честно, и ответ может быть только «нет». Однако вы можете сформулировать ответ иначе, сказав: «Я не работал в газете, но много лет проработал в журнале. Я счи-

таю, что у газет и журналов есть сходства в плане проведения интервью и редактирования, а методы работы в газете и журнале, по-моему, взаимосвязаны». Это равносильно превращению отрицательного ответа в утвердительный.

② Метод «переворот ситуации»

Иногда вопросы экзаменаторов бывают слишком каверзными и на них невозможно ответить. В таком случае можно перевести разговор в другую плоскость и задать встречный вопрос, что может дать неожиданный эффект. Например:

В период Китайской Республики один экзаменатор проводил собеседование с кандидатом. Этот кандидат обладал обширными знаниями, обладал острым умом и бегло отвечал на всевозможные вопросы, но экзаменатор вдруг решил задать необычный вопрос: «Завещание премьер-министра» зачитывается на каждом памятном собрании. Скажите, пожалуйста, сколько всего в нём слов? Это действительно поставило кандидата в тупик. Он про себя подумал: «Этот экзаменатор задал вопрос, который явно выходит за рамки обычного. Раз он намеренно хочет затруднить меня, я тоже не буду сдерживаться». Тогда он смело ответил: «Ваше уважаемое имя, экзаменатор, я вижу каждый день, оно уже набилось мне в голову. Скажите, пожалуйста, из скольких черт оно состоит?» Экзаменатор не ожидал, что экзаменуемый ответит таким образом, и на мгновение онемел. Позже экзаменатор высоко оценил его талант и смелость и назначил его уездным правителем.

③ Метод «прямого подхода»

Если соискатель говорит прямо и честно, демонстрируя, что он полностью соответствует требованиям вакансии, и развеивает все сомнения интервьюера, ему гораздо легче добиться успеха на собеседовании. Например:

На одной из ярмарок вакансий для студентов у стола набора персонала научно-исследовательского института при полицейском управлении толпились соискатели-мужчины. Одна молодая студентка пробилась сквозь толпу к столу и заявила сотрудникам отдела кадров, что очень хочет заниматься криминалистической экспертизой и аналитической работой.

На лице сотрудника отдела кадров отразилось затруднение, ведь в этом институте никогда не работали женщины. Однако, увидев умоляющий взгляд девушки, он решил сделать исключение и дать ей шанс. Он сказал: «Сотрудникам приходится лично выезжать на места преступлений, где они сталкиваются с кровавыми сценами. Как девушка может туда пойти?»

«Я не побоюсь пойти, — решительно сказала девушка, — даже если придется нести труп, я не испугаюсь».

«Не хвастайся зря, в этой работе нет ни ночи, ни дня, нужно быть готовой выезжать по первому зову».

«Эй! На каникулах я подрабатывала водителем — разве можно так ездить, не имея смелости?» — сказала она и достала водительские права.

Собеседник сразу же убедился: такая энергичная и способная девушка может справиться с работой даже лучше, чем некоторые парни! Кадровик этого научно-исследовательского института тут же принял решение и заключил с ней трудовой договор.

В нескольких словах она откровенно изложила свои достоинства и сильные стороны. Убедив интервьюера в своих способностях и качествах, неудивительно, что собеседование прошло успешно.

④ Метод «мягкости с острым подтекстом»

Если в речи сочетать мягкость с твёрдостью, «мягкость, скрывающая остроту», можно в полной мере продемонстрировать свою неповторимость — это один из главных секретов успеха на личном собеседовании.

Одна компания, занимающаяся внешней торговлей, устроила необычный банкет в рамках отборочного экзамена, и один молодой человек проявил себя с лучшей стороны, чем глубоко впечатлил интервьюера. Во время банкета молодой человек подошел к менеджеру по персоналу этой компании, поднял бокал и сказал: «Менеджер Лю, для меня большая честь познакомиться с вами, я очень хочу работать в вашей компании. Но если из-за ограниченного количества вакансий моя мечта не сбудется, я не опущу руки, я буду продолжать бороться. Я верю: если не смогу стать вашим помощником, то обязательно стану вашим соперником...»

Молодой человек высказывался тактично, его слова бы-

ли мягкими, но решительными, он излучал уверенность и проявил сильную волю. Это самые ценные качества для работы в сфере внешней торговли. Он разговаривал вежливо, не был ни слишком скромным, ни высокомерным, проявил сообразительность и остроумие, а также открытый характер — все те качества, которые необходимы для работы в сфере внешней торговли. Последняя фраза напомнила менеджеру по персоналу этой внешнеторговой компании: если из-за ограниченного количества вакансий этот талантливый специалист уйдет в другую компанию, разве это не будет огромной потерей? В итоге компания приняла молодого человека на работу.

⑤ Метод импровизации

Иногда интервьюеры задают сложные вопросы, связанные с неловкими ситуациями, чтобы посмотреть, как на них отреагирует соискатель. Если соискатель проявит себя с лучшей стороны, он сможет мгновенно завоевать симпатию интервьюера.

Владелец одной зарубежной гостиницы проверил трех соискателей-мужчин, спросив: «Представьте, что вы случайно открыли дверь номера и увидели, что постоялица принимает душ, а она тоже вас заметила. Что вы будете делать в такой ситуации?»

Кандидат А ответил: «Скажу „Извините“ и закрою дверь, чтобы выйти». Кандидат Б ответил: «Скажу „Извините, мисс“, и закрою дверь, чтобы выйти». Кандидат В ответил:

«Скажу „Извините, сэр“, и закрою дверь, чтобы выйти».

В результате на работу приняли кандидата В.

Почему? Ответ А не содержал обращения, он был лаконичен, но не соответствовал профессиональным требованиям к официанту, да и не помог обеим сторонам выйти из неловкой ситуации. Обращение В было точным, но неуместным, что, напротив, усугубило неловкость гостя. Ответ С, основанный на намеренном недоразумении, не только сохранил достоинство гостя, но и был очень тактичным и остроумным; главное, он продемонстрировал профессиональные качества и способность к импровизации, которыми должен обладать официант.

Глава 2. Ситуация 2: Самопрезентация — умеренная подробность

На рабочем месте, если вы только что устроились в организацию или перешли в новую компанию, при встрече с незнакомыми коллегами неизбежно приходится представляться. Самопрезентация включает в себя информацию о фамилии, имени, возрасте, профессии, адресе, опыте работы и особых навыках; степень подробности следует определять в зависимости от ситуации и необходимости.

(1) Искусно произносите своё имя

Цель самопрезентации — произвести неизгладимое впечатление. В первую очередь следует назвать своё имя и объяснить значение «фамилии» и «имени»: чем изящнее вы это сделаете, тем сильнее будет впечатление, которое вы произведёте на окружающих. Это может отражать уровень знаний и культурный кругозор человека, а также демонстрировать его ораторское мастерство. Например:

На национальном конкурсе телеведущих «Кубок Rongshida» ведущий по имени Пан Ван представился следующим образом: «Меня зовут Пан Ван. Еще в детстве мой отец, военный с образованием на уровне начальной школы, и мать, учительница начальных классов, поочередно настав-

ляли меня: „Ван, ты же надежда нашей семьи!» Чтобы не подвести их и оправдать высокие ожидания родителей, я шёл по жизни твердо и уверенно, шаг за шагом, и вот сегодня я оказался на этой высшей арене национального уровня. Надеюсь, что учителя помогут мне, этой птичке, мечтающей о полёте, обрести крылья для взлёта.

Имя человека зачастую несет в себе богатый культурный наследие: оно может отражать весомые исторические факты, отражать мелодии эпохи или воплощать искренние и глубокие надежды родителей на своих детей. Поэтому умелое толкование имени иногда трогает душу и оставляет неизгладимое впечатление.

(2) Уникальность

Простое представление имени оставляет весьма скудное впечатление; только придав своему самопредставлению уникальный характер, можно произвести на окружающих глубокое впечатление.

Тан Фэй — невысокий телеведущий в очках. Представляясь коллегам, он говорит так: «Если смотреть только на мой внешний вид, то я не так блистателен, как на экране: у меня небольшие глаза и небольшая близорукость, но это несколько не влияет на мою мудрость и дальновидность; маленькие уши напоминают мне о том, что нужно терпеливо прислушиваться к голосам зрителей; а небольшой рот говорит о том, что я не склонен к пустым разговорам. Отверстия в суна и роге тоже не большие, но они все равно могут реветь и тру-

бить; я, может, и невысокого роста, но, как сказал господин Пан Чанцзян: «Всё лучшее — в миниатюре». Кто-то говорит: «Недостатки при определённых условиях могут превратиться в достоинства», — это, конечно, немного преувеличено, но то, что «недостатки при определённых условиях могут стать особенностями», не вызывает сомнений.» Такой приём самоиронии, когда Тан Фэй шутил над своей внешностью, произвёл на окружающих глубокое впечатление.

Овладев искусством самопрезентации, вы как бы открываете дверь к общению с коллегами; безупречная, яркая и самобытная самопрезентация способна оставить глубокий и яркий след в памяти руководства и коллег.

(3) Мудрость самопознания

При представлении себя человек, обладающий самосознанием, способен правильно определить своё место, трезво оценить себя и сохранять ясность ума в любых ситуациях, что зачастую оставляет в сердцах людей впечатление искренности.

Я — Ван Цзиньюй, тот самый Ван Цзиньюй, который исполняет сценку «Ешь курицу». Меня называют сентиментальным комиком, но я, честно говоря, не заслуживаю такого звания. Я всего лишь «одержимый» поклонник пантомимы.

Посмотрите на мое худощавое тело весом чуть более 40 килограммов, которое часто вынуждено нести на себе груз многочисленных тревог и забот, причём большая часть этих тревог и забот — плод моих собственных рук; я не умею вы-

ражать уважение и любовь тем, кого уважаю и люблю, но зато умею выражать ненависть и злобу тем, кого ненавижу, хотя и не отличаюсь особой смелостью; хотя я и упрям, но часто отрицаю самого себя; самоотрицание доставляет мне и страдания, и радость, и я живу в переплетённой сети страданий и радостей, из которой никак не могу вырваться; в карьере меня считают смелым и сильным человеком, готовым бороться до конца, а в сложных межличностных отношениях я — слабый человек, не способный понять других и не имеющий с ними ничего общего. Поэтому в жизни я попеременно играю роли сильного и слабого.

Если говорить о «еде курицы», то это уходит корнями в давние времена. В период «низких стандартов» я ездил с театральной труппой на гастроли в один из южных городов. На обеденном столе в гостинице лежали только куриные шеи и лапки, которые я, не имея крепких зубов, просто не мог разжевать... На новогоднем вечере я превратил свой опыт поедания курицы в сценку, чтобы развлечь всех и поднять настроение. Не ожидал, что позже именно этот скетч «Еда из курицы» вызвал такой резонанс. В «беспрецедентные времена» он стал «обвинением» и «неопровержимым доказательством» того, что я «бесцеремонно очернял социализм». А в последние годы он снова стал моим «шедевром».

В общем, жизнь — это череда радостей и печалей, и я хочу приносить людям как можно больше смеха. Надеюсь, мы ещё встретимся в «Еде курицы»!

Успех этого самопрезентационного выступления мастера комедии Ван Цзиню заключается в том, что он не хвастался чужими похвалами, а в своём выступлении строго проанализировал себя, перечислив свои слабости. Такая мудрость самопознания и строгий самоконтроль позволяют завоевать уважение и доверие людей.

(4) Не выставлять себя в выгодном свете

Приверженность фактам — ценное духовное качество, а также проявление высокого уровня профессионализма. Во время собеседования, если соискатель чрезмерно хвастается, интервьюер легко может найти «козырь», а несоответствие действительности «разоблачит» его, что может сорвать возможность трудоустройства. Поэтому рассказ о реальном опыте с большей вероятностью произведёт впечатление на интервьюера.

Мой опыт очень прост. В 1985 году, в возрасте 18 лет, я окончил среднюю школу, но не поступил в университет, и поступил на работу на завод в качестве токаря. С тех пор я более десяти лет занимался токарным делом. За это время я трижды участвовал в городском конкурсе мастерства токарей, дважды заняв третье место и один раз — второе. В прошлом году предприятие обанкротилось, и я остался без работы. После увольнения я прошел трёхмесячный курс обучения работе с компьютером и трёхмесячный курс английского языка, получив два сертификата, которые заложили основу для освоения современных токарных станков с ЧПУ. Сейчас

я приступил к новой работе на тех новых токарных станках с ЧПУ, которые установлены в первом цехе нашей компании.

Рассказывая о своих достижениях, следует внимательно следить за интонацией, умело подчеркивая их, не давая повода для обвинений в саморекламе, и производя впечатление уверенного в себе, скромного и невысокомерного человека.

(5) Подчеркните свои сильные стороны

При представлении себя можно начать с момента начала трудовой деятельности, не уходя слишком далеко в прошлое. В рассказе о своем опыте следует уделить особое внимание тому, какой работой вы занимались и какими навыками обладаете; всё, что не имеет к этому отношения, можно опустить. О том, что демонстрирует ваши сильные стороны, можно рассказать подробнее.

Самопрезентация Ли Вэя производит хорошее впечатление.

Меня зовут Ли Вэй, мне 24 года, я родом из города Чаочжоу. В этом году я окончил Гуанчжоускую коммерческую школу по специальности «Маркетинг». Я всегда жил в Чаочжоу, с детства часто помогал маме и бабушке в вышивании, поэтому можно сказать, что я довольно хорошо разбираюсь в традиционном искусстве вышивания. За два года обучения в коммерческой школе я овладел профессиональными знаниями в области маркетинга, что станет моим капиталом для успешной работы в будущем. У меня хорошие

ораторские навыки: я участвовал в конкурсе ораторского мастерства среди провинциальных колледжей и занял второе место, а также владею устным английским на достаточном уровне. Меня отличает гибкость ума и быстрая реакция. В свободное время я люблю читать газеты, интересуюсь тенденциями экономического развития в стране и за рубежом и предпочитаю заниматься работой, представляющей собой вызов.

Ситуация 3: Взаимоотношения с коллегами, умение ладить со всеми

В общении с коллегами хорошая вербальная коммуникация имеет решающее значение. В данной ситуации, если не обращать внимания на обстоятельства, содержание и меру высказываний, легко навлечь на себя неприятности, дать повод для критики, что негативно скажется на собственном имидже и сплоченности коллектива, а также приведет к неблагоприятным последствиям в работе. Поэтому общение между коллегами приобретает особую важность: правильный стиль общения не только способствует работе, но и позволяет ладить со всеми, укрепляя взаимоотношения между людьми.

(1) Сглаживание конфликтов между коллегами

«Сглаживание конфликтов» отличается от «помирения» — это языковой акт, исходящий из добрых намерений, направленный на смягчение напряжённой атмосферы и налаживание межличностных отношений с помощью определён-

ных фраз, что имеет положительное значение в повседневной работе. Давайте посмотрим, как поступил парикмахер в приведённом ниже примере.

У одного парикмахера был ученик. Проучившись три месяца, ученик в тот день официально приступил к работе. Постриг первое посещающее его клиента, тот посмотрел в зеркало и сказал: «Волосы остались слишком длинными». Ученик промолчал.

Мастер, стоя рядом, с улыбкой объяснил: «Длинные волосы придают вам сдержанность, это называется «скрывать, а не показывать», что очень соответствует вашему статусу». Услышав это, клиент ушел довольный.

Ученик подстриг второго клиента, и тот, посмотрев в зеркало, сказал: «Волосы слишком короткие».

Ученик промолчал. Мастер с улыбкой объяснил: «Короткие волосы придают вам бодрость, простоту и добродушие, вызывая у людей чувство близости». Услышав это, клиент с радостью ушел.

Ученик закончил стрижку третьего клиента, и тот, расплачиваясь, пробурчал: «Стрижка заняла так много времени». Ученик промолчал. Мастер тут же с улыбкой объяснил: «Уделить больше времени „голове“ — это очень важно. Разве вы не слышали: „Вошел — седовласый ученый, вышел — бледнолицый книжник!“» Услышав это, клиент громко рассмеялся и ушел.

Ученик закончил стрижку четвертого клиента, и тот, рас-

плачиваясь, пожаловался: «Слишком мало времени ушло, всего 20 минут». Ученик запаниковал и не знал, что делать. Мастер тут же с улыбкой ответил: «В наши дни время — деньги. Работа над головой должна быть быстрой и эффективной, чтобы экономить ваше время. Разве вам это не на руку?» Клиент, услышав это, с улыбкой попрощался.

Этот мастер из рассказа действительно был красноречивым человеком. Он отличался сообразительностью и гибкостью, умело «сглаживая конфликты»: каждый раз его тактичные пояснения позволяли ученику выйти из затруднительного положения, а собеседнику — избавиться от обиды и уйти довольным. Его опыт успешного «сглаживания конфликтов» даёт нам множество подсказок о том, как с лёгкостью справляться с ситуациями на рабочем месте.

(2) Говорить хорошие слова о коллегах за их спиной

По сравнению с похвалой и признанием в лицо, похвала и признание за спиной легче помогают завоевать дружбу и поддержку, поскольку слушатель воспринимает это как выражение искреннего мнения и испытывает благодарность в глубине души. Для самого говорящего похвала других за спиной не только демонстрирует высокие моральные качества, но и способствует налаживанию межличностных отношений.

Один из сотрудников во время обеденного перерыва в беседе с коллегами мимоходом сказал несколько лестных слов о своем начальнике: «Сюй Ян — отличный человек, он спра-

ведлив и особенно много мне помог. Работать на такого человека — настоящая удача». Неожиданно эти слова быстро дошли до ушей Сюй Яна, что, естественно, вызвало у него чувство удовлетворения и благодарности. В то же время в глазах начальника имидж этого сотрудника сразу же улучшился. А те, кто передавал эти слова, заодно похвалили самого сотрудника: «У этого человека широкий кругозор и высокие нравственные качества, он действительно замечательный!»

(3) Избегайте деликатных тем

В случае некоторых деликатных тем отказ от ответа может быть воспринят как неуважение к собеседнику, а ответ — как изменение собственной позиции. Умные люди часто меняют тему, чтобы обойти подобные вопросы.

Некоторые вопросы на рабочем месте ставят вас в затруднительное положение: отвечать — нехорошо, не отвечать — тоже нехорошо; утверждать — нельзя, отрицать — тоже нельзя, и задающий вопрос всего несколькими фразами ставит вас в тупик. Но, какими бы сложными ни были вопросы, отвечать на них всё равно придётся. Если вы настойчиво откажетесь отвечать или ответите неуместно, то, скорее всего, столкнётесь с ещё большими трудностями.

Был один генеральный директор банка, который умел правильно распределять обязанности и доверять людям. Когда он ранее занимал должность менеджера филиала, нынешний начальник отдела административных вопросов был од-

ним из сотрудников, только что пришедших в банк. Проработав в банке полгода, этот сотрудник немного устал от своей работы и захотел уволиться, поэтому написал заявление об увольнении и ждал подходящего случая, чтобы подать его менеджеру.

Однажды менеджер пригласил его на ужин. Сотрудник полагал, что менеджер будет пытаться удержать его от ухода или выскажет критические замечания. Сначала за столом он молчал, в ожидании того, что скажет менеджер. Удивительно, но на протяжении всего ужина менеджер только и делал, что болтал с ним о повседневных делах, ни словом не упомянув об увольнении, словно и не знал об этом.

Через месяц сотрудник отказался от мысли об увольнении.

Позже, когда этот менеджер был назначен генеральным директором банка, сотрудник также получил повышение и стал начальником отдела по общим вопросам; он часто радовался тому, что тогда не уволился.

На самом деле, подобные примеры можно встретить повсюду.

(4) Правильное урегулирование разногласий с коллегами

Не бывает двух людей с абсолютно одинаковыми привычками мышления, поэтому возникновение разногласий с коллегами на работе — вполне нормальное явление. В такой ситуации самое главное — это то, как урегулировать эти разногласия.

Был один директор завода по фамилии Чжао, ему было за сорок с лишним, он был избран подавляющим большинством голосов, но спустя два года потерпел неудачу. Помимо прочих факторов, важной причиной стали его неосторожные высказывания и неумение наладить отношения с коллегами, особенно с подчинёнными. Например, в отчёте о работе завода, стремясь создать себе положительный имидж, он написал:

«Вышестоящие органы двенадцать раз направляли на завод рабочие группы, чтобы исправить ситуацию с убытками, но результат остался прежним. С тех пор как директор Чжао взял на себя эту заваленную работу...» Дальше можно догадаться. Новость об этом разнеслась, и это сильно подорвало мотивацию всех работников завода. Ещё один пример: однажды директор Чжао увидел, как одна работница не встала в очередь за обедом, и тут же выпалил: «Иди в конец очереди, у тебя никакого чувства общественного порядка». На самом деле эта работница пришла не за обедом, поэтому она возмущённо ответила: «Директор, вам следует выяснить обстоятельства, прежде чем что-то говорить». Если бы директор Чжао вовремя признал свою ошибку, всё ещё можно было бы исправить, но он продолжил: «Если это так — исправься, а если нет — старайся больше. К тому же, ты стоишь в очереди и мешаешь порядку — разве у тебя есть право на возражения?» Работница так разозлилась, что чуть не расплакалась. Так, в конце концов, у директора Чжао не осталось

места, где он мог бы остаться, и ему пришлось добровольно уволиться.

Этот директор Чжао не понимал, как важно вести себя скромно, и тем более не владел искусством красноречия — в этом и заключалась причина его неудачи.

Когда речь заходит о решении определённых проблем, как правило, тот, кого пытаются убедить, испытывает чувство настороженности; особенно в критические моменты мы должны уделять ещё больше внимания тому, чтобы устранить эту настороженность у собеседника.

(5) Отказ в необоснованных просьбах коллег

Каждый, наверное, испытывал такое чувство: когда вы выражаете несогласие с мнением или точкой зрения другого человека, между сторонами с большой вероятностью возникают противоречия и трения. Однако невозможно соглашаться со всеми мнениями и точками зрения, поэтому нам нужно научиться искусству «отказа».

Сяо Чжан и Сяо Ван были хорошими коллегами. Позже Сяо Чжан стал начальником отдела контроля качества, но даже после этого их отношения несколько не охладели. Однажды Сяо Ван пригласил Сяо Чжана вечером к себе домой выпить по паре бокалов. Сяо Чжан, зная, что этот коллега не делает ничего просто так, спросил, кого еще он пригласил. Сначала Сяо Ван мямлил и не хотел отвечать, но в конце концов назвал своего родственника, который был подрядчиком. Сяо Чжан не хотел идти на эту вечеринку, но ему было

неловко ставить коллегу в неловкое положение, поэтому он сказал: «Мы с тобой коллеги, и ты должен знать, какой я человек. Если бы это была просто веселая вечеринка в кругу друзей, я бы с удовольствием пошел. Но именно из-за моего особого положения и отношений с твоим родственником я не могу пойти на эту вечеринку».

В строительстве, где речь идет о проектах на столетие, качество — это основа. Даже если в будущем качество работ, выполненных твоим родственником, окажется на должном уровне, я, действуя строго по служебным обязанностям и не имея угрызений совести, все равно услышу от людей всякие пересуды. Я понимаю чувства твоего родственника, но на самом деле качество строительства не зависит от мнения одного человека, так зачем заранее так усложнять ситуацию? Если действительно что-то пойдет не так, как неловко нам будет встретиться тогда! Увидев, что слова Сяо Чжана разумны, Сяо Ван отказался от этой идеи.

(6) Умелое реагирование на нападки со стороны других

В затруднительной ситуации хладнокровие и выдержка помогают разрядить неловкую обстановку. Во многих ситуациях — например, на совещаниях, в деловой среде или при обсуждении серьезных вопросов с родственниками и друзьями — мы сталкиваемся с тем, что собеседник внезапно начинает говорить сам с собой или сменить тему. Было бы слишком наивно полагать, что собеседник прервал разговор, потому что действительно что-то вспомнил.

Когда собеседник внезапно начинает бормотать про себя, это часто происходит именно в тот момент, когда ситуация складывается не в его пользу, и, скорее всего, это преднамеренное бормотание. Если собеседник, подвергшись вмешательству, отклоняется от темы разговора и спрашивает: «О чем вы говорите?», то собеседник, скорее всего, отмажется: «Ни о чем, я просто говорю о своих личных делах...»

Собеседник говорит так, потому что хочет уйти от неблагоприятной для себя ситуации, намеренно прерывая разговор, чтобы ослабить напор собеседника. Например, когда мы занимаем преимущественное положение в разговоре, собеседник может уклониться от темы: «Подождите, сколько сейчас времени? У меня назначена встреча с генеральным директором... Извините! Кстати, на чем вы остановились?» и т. д. Такие «уловки» вполне способны сбить собеседника с толку.

Поэтому, когда мы ведем переговоры с кем-либо и сталкиваемся с внезапным прерыванием со стороны собеседника, не следует сбиваться с темы, а нужно, делая вид, что ничего не произошло, ненавязчиво напомнить о ней — достаточно одного выражения лица или жеста, например, кашлянуть или показать рукой, чтобы собеседник замолчал, и продолжить прежнюю тему.

Глава 3. Ситуация 4: Общение с начальником — целое искусство

В наше время почти у каждого есть начальник, который зачастую распоряжается нашей судьбой на работе. В служебных делах неизбежно приходится общаться с начальством, и только удачное общение позволит нам «остаться в целости и сохранности», в противном случае это может привести к неприятностям и даже к потере работы. Поэтому, если вы хотите чувствовать себя уверенно в такой ситуации, вам следует овладеть различными навыками, чтобы построить хорошие отношения с начальством.

(1) Как добиться повышения зарплаты

Убедить начальника повысить вам зарплату — действительно нелегкая задача. Если неправильно подойти к делу, вы рискуете испортить хорошее впечатление, которое он о вас сложил, и это может повлиять на вашу дальнейшую работу. Поэтому, прежде чем просить у начальника о повышении, лучше заранее составить план разговора, а затем аргументированно изложить свои доводы. Когда он поймёт, что повышение вашей зарплаты принесёт ему одни выгоды и никакого ущерба, а возможно, даже обещает значительную прибыль, ваша цель будет достигнута.

Пять лет назад Сяо Цзинь работал в одной компании на

юге страны. Поскольку он был новичком и не знал местных правил, каждый раз, когда наступал день выплаты зарплаты, он любил расспрашивать коллег: «Эй, сколько ты получил в этом месяце?» К его удивлению, все они хранили молчание и не хотели ничего говорить. Позже Сяо Цзинь понял, в чём дело: у каждого сотрудника зарплата была разная. Но однажды ему всё-таки удалось обнаружить, что его зарплата уже несколько месяцев подряд была на несколько сотен юаней меньше, чем у коллег, выполняющих ту же работу.

Тогда, воспользовавшись случаем, когда он приносил материалы боссу, Сяо Цзинь «напомнил» ему: «Босс, прости-те, но есть одна вещь, которую я до сих пор не могу понять: я заметил, что в последние несколько месяцев моя зарплата на несколько сотен юаней меньше, чем у моих коллег. Может быть, мой испытательный срок уже закончился, но формальности по официальному приему на работу ещё не улажены?» (На самом деле Сяо Цзинь знал, что отдел кадров уже оформил все документы). В тот момент начальник не проявил никакой особой реакции, но очень серьезно пообещал разобраться в этом вопросе. На следующий день он официально сообщил Сяо Цзину: «Действительно, прошу прощения. На самом деле твою зарплату должны были увеличить еще несколько месяцев назад, просто в финансовом отделе временно не успели оформить документы. В будущем, если я что-то забуду, можешь напомнить мне, не стесняйся — ведь вознаграждение распределяется по труду».

Что касается вас лично, то благодаря вашим усилиям компания в последнее время демонстрирует рост показателей, или вы только что завершили какой-то крупный проект, принесший компании славу. В такой ситуации, если вы обратитесь к боссу с просьбой о повышении зарплаты, он внимательно рассмотрит вашу просьбу. Кроме того, если вы заметили, что многие сотрудники в вашей отрасли получили повышение зарплаты в той или иной степени, босс тоже об этом знает и находится в ожидании, наблюдая за ситуацией. Если вы в подходящий момент «прорвете эту оболочку», босс с радостью примет вашу просьбу и пойдет вам навстречу.

Маленький Ван — один из ключевых сотрудников компании. Его однокурсник, с которым они вместе начинали карьеру, преуспевает в другой компании, а его месячная зарплата почти на тысячу юаней выше, чем у Маленького Вана. Он настоятельно пригласил Маленького Вана перейти в их компанию и сказал: «Наш босс уже зарезервировал для тебя место и пообещал, что твоя месячная зарплата будет на тысячу юаней выше, чем в прежней компании».

Маленький Ван учитывал, что его начальник обычно не скупится на него, и работа шла как по маслу; если бы начальник повысил ему зарплату на пять-шесть сотен юаней, он бы не хотел уходить из прежней компании. Но зарплата, в конце концов, — это соблазн, и не заговорить об этом было невозможно. Поэтому он нашел подходящий момент, чтобы передать начальнику предложение однокурсника, и сказал:

«Если у начальника есть подходящий кандидат на мое место, я только тогда рассмотрю возможность ухода; если же подходящего кандидата пока нет, я предпочту отказаться от этой зарплаты и остаться работать в компании». Босс, будучи тронут этим, естественно понял намерения Сяо Ваня. Через месяц в зарплатной конверте Сяо Ваня появилось на 800 юаней больше.

(2) Как добиться, чтобы начальник принял ваше предложение

Возможно, наступит день, когда вам придётся пойти к начальнику с предложением по улучшению работы компании. К этому моменту вы уже тщательно обдумали свои планы, потратили на них много времени и сил, и твёрдо верите: если ваше предложение или план найдут одобрение у начальника, то их реализация, скорее всего, приведёт к новым изменениям в существующей структуре и функционировании компании. Но как же убедить начальника принять ваше предложение?

В одной ИТ-компании условия труда были очень плохими, и сотрудники страдали от этого. Менеджер компании отказывался улучшать условия труда сотрудников, поскольку считал, что его подчиненные — посредственности, недостаточно лояльные компании, не усердствующие в работе, а большинство из них еще и подрабатывают на стороне. Когда один из сотрудников привёл в пример другие компании аналогичного профиля, менеджер ответил: «Сотрудники тех

компаний — люди с надлежащим образованием и опытом, а мои подчиненные — это сборная солянка».

Однажды один из руководителей этой компании, обращая внимание на то, что в последнее время число опозданий постепенно растёт, сказал менеджеру: «Младшие сотрудники просто не могут приходить на работу».

«Почему?» — удивлённо спросил менеджер.

«Если ехать на такси, то плата за проезд кажется слишком высокой; если ехать на автобусе, то не удаётся в него залезть из-за давки. К тому же ежемесячные расходы на транспорт для них непосильны, поэтому они часто опаздывают. Как, по-вашему, им решить эту проблему?» — сказал руководитель.

Услышав это, менеджер задумался. Впоследствии, как и предполагал руководитель отдела, в следующем месяце зарплата рядовых сотрудников была увеличена на 200 юаней. Мотивация сотрудников повысилась, и случаи опозданий стали редкими.

Предлагая начальнику свои предложения или идеи, сотрудник может привести несколько успешных примеров из практики или философские высказывания, чтобы начальник неосознанно принял ваше мнение. Кроме того, во время разговора с начальником не стоит быть слишком серьёзным — лучше обсуждать вопрос в непринуждённой и естественной манере, а также спросить у начальника, не нужно ли что-то улучшить в этом предложении.

Господин Ли является помощником генерального директора одной интернет-компании. Его непосредственный начальник, господин Ван, имеет техническое образование. Поскольку основное внимание в его работе долгое время уделялось сфере исследований и разработок, господин Ван по-прежнему имеет лишь поверхностное представление об управлении предприятием. Из-за своей любви к технике господин Ван напрямую вмешивается в дела технического отдела, что приводит к полной неразберихе в иерархии управления. Хотя сотрудники других отделов внешне ведут себя, как ни в чем не бывало, за кулисами все без исключения выражают недовольство, что значительно затрудняет г-ну Ли взаимодействие и координацию с другими подразделениями.

Поразмыслив, господин Ли решил применить стратегию сбалансированного подхода. Он сказал господину Ван: «Настоящий лидерский авторитет включает в себя два аспекта: технический и управленческий. Ваш технический авторитет прочно укоренился, а вот управленческий авторитет остаётся несколько слабым». Услышав это, господин Ван задумался. Господин Ли умело учёл позицию господина Вана, что в итоге принесло успех. Впоследствии господин Ван действительно стал уделять всё больше времени управлению кадрами, маркетингом и финансами, факторы нестабильности в компании были взяты под контроль, и деятельность компании перешла в фазу бурного развития.

Из опыта г-на Ли мы можем извлечь ценный урок: работа

о репутации начальника действительно является отличной стратегией при высказывании ему предложений.

(3) На что следует обратить внимание при отчёте перед начальником

При отчёте перед начальником подчинённый должен не только стараться сократить время и говорить по существу, но и следить за лаконичностью речи, по возможности не упоминая ничего, не имеющего отношения к делу, иначе это может привести к ненужным осложнениям. Как сказал знаменитый американский президент Линкольн: «Когда я посылаю кого-то купить лошадь, я не хочу, чтобы этот человек рассказывал мне, сколько шерсти на хвосте у этой лошади. Мне достаточно знать его характеристики». Руководитель не заинтересован в каждой мелочи вашей работы, ведь он очень занят, и чем выше его должность, тем сильнее это проявляется. Если вы хотите заслужить признание начальника, лучше отказаться от идеи без умолку высказываться о себе во время отчета.

Фэн Тао из городской компании по продаже строительных материалов, вернувшись с осмотра объекта у одного из клиентов, постучал в дверь кабинета менеджера.

«Как дела?» — с самого начала спросил менеджер у Фэн Тао.

Усевшись, Фэн Тао не спешил отвечать на вопрос менеджера и выглядел несколько задумчивым. Он хорошо знал характер менеджера: если сразу сообщить ему о неблагопри-

ятной ситуации, тот наверняка рассердится и, в худшем случае, посчитает, что Фэн Тао плохо справляется со своими обязанностями. Увидев выражение лица Фэн Тао, менеджер догадался, что речь идет о ситуации, неблагоприятной для компании, и поэтому перешел к другому вопросу: «Насколько плоха ситуация? Есть ли шанс исправить положение?»

«Есть!» — на этот раз Фэн Тао ответил весьма решительно.

«Тогда поделитесь своим мнением!»

Только тогда Фэн Тао доложил менеджеру о том, что ему удалось выяснить: «Во время этой поездки я узнал, что этот клиент не использует продукцию нашего завода главным образом потому, что уже договорился о закупках у другого завода строительных материалов в соседнем поселке».

«Неужели такое возможно! И что ты об этом думаешь?»

«Я думаю, дело обстоит так: продукция нашей компании должна иметь преимущества перед продукцией сельскохозяйственного предприятия. Наша продукция не только отличается высоким качеством, но и имеет вполне разумную цену, к тому же она уже завоевала определенную известность в нашей провинции».

«Именно, как может какое-то маленькое сельское предприятие сравниться с нами?» — прервал Фэн Тао менеджер.

«Именно поэтому мы обязательно сможем превратить неблагоприятную ситуацию в благоприятную. Самое главное, что местная строительная компания уже много лет ис-

пользует строительные материалы нашей компании, у нас сложились отличные основы для сотрудничества — в этом и заключается наше преимущество. Этот клиент согласился разместить заказ у того сельского предприятия главным образом потому, что оно находится ближе к ним и может доставлять товары прямо на место. В этом плане мы уступаем тому сельскому предприятию, но мы можем лично посетить каждый поселок и найти в каждом из них своего агента — так проблема будет решена.»

«Фэн, ты действительно все продумал до мелочей: не только нашел суть проблемы, но и придумал способ её решения. Хотелось бы, чтобы все сотрудники компании были такими же ответственными, как ты».

Вскоре Фэн Тао был переведён в отдел продаж, где занялся маркетингом продукции. Объёмы продаж строительных материалов компании неуклонно росли, Фэн Тао пользовался всё большим уважением и вскоре стал одним из ключевых сотрудников компании.

(4) Когда начальник допускает ошибку, следует осторожно обратить на это внимание

У начальника тоже бывают ошибки. Он, как и мы, подвержен предвзятости, испытывает радости и печали, и, конечно же, у него бывают «слепые зоны». Поэтому, если начальник допустил ошибку, ни в коем случае нельзя упрекать его в лицо и тем более не смеяться над ним за спиной, чтобы не вызвать у него недоразумения и не заставить его предвзято

относиться к вам.

В одной компании проходило ежегодное подведение итогов. Во время выступления руководитель допустил ошибку, неправильно назвав одну цифру. Один из подчиненных встал и громко поправил руководителя, который в тот момент с большим воодушевлением выступал на сцене: «Неверно! Неверно! Это цифры начала года, а сейчас должны быть...» В результате в зале поднялся шум, руководитель сильно потерял лицо перед всеми сотрудниками, мгновенно покраснел, его настроение резко ухудшилось, и он очень разозлился. Впоследствии этого сотрудника уволили из-за одной небольшой ошибки.

Конечно, были и те, кто вел себя правильно.

В одной компании наняли новую группу сотрудников, и на встрече руководителя с коллективом он поочередно вызывал их по именам. «Ян Кэ (Цзин)». В зале воцарилась тишина, никто не ответил. Один сотрудник встал и громким, грубым голосом сказал: «Босс, меня зовут Ян Цзин, а не Ян Кэ». Из толпы раздался тихий смех и шепот. Лицо руководителя потемнело. «Докладываю, босс, я машинист, это я ошибся при наборе текста», — встал и сказал энергичный молодой человек. «На этот раз прощу, но в следующий раз будьте внимательнее», — босс махнул рукой и продолжил называть имена. Спустя некоторое время машинист был повышен до менеджера отдела по связям с общественностью, а Ян Цзин был уволен.

(5) Как отказаться от домогательств со стороны начальника

На работе часто бывает, что начальник просит нас выполнить задачи, выходящие за рамки наших должностных обязанностей, и мы не готовы делать это добровольно. Если при таких «домогательствах» отвечать откровенным и прямым отказом, это наверняка вызовет ненужные неприятности, поэтому лучше отказаться в более деликатной форме.

Один менеджер, увидев, что сотрудница отдела по связям с общественностью его компании обладает потрясающей внешностью, стал без конца сыпать приторными комплиментами: «Девушка, вы — самая красивая девушка, которую я когда-либо встречал, вы сводите меня с ума, я никогда вас не забуду!»

Девушка была крайне раздражена, но профессиональный инстинкт заставлял её сдерживаться. Тогда она, проявив находчивость, сказала: «Тогда я расскажу вам одну вещь, которая поможет вам легко забыть обо мне!»

«Что же?»

«Мой парень — чемпион городских любительских соревнований по боксу, он не разбирается в выпивке, но зато отлично разбирается в ревности!»

Менеджер опешил и с недоверием спросил: «Как так?» Девушка из отдела по связям с общественностью многозначительно улыбнулась: «Верите или нет — как хотите, но, возможно, через минуту вы сможете убедиться в этом сами».

Менеджер, питавший нескромные надежды, был вынужден отступить, сухо усмехнувшись.

Еще один пример.

Однажды женщина, обладающая выдающейся внешностью и отвечавшая в компании за планирование продаж продукции, после переговоров с менеджером другой компании получила от менеджера своей компании тайное приглашение: «Мисс, не сопроводите ли вы меня сегодня вечером на поздний ужин?» Она была вынуждена прийти на встречу в назначенное время. Увидев её, менеджер был вне себя от радости и стал выражать ей нежные чувства. Они беседовали за ужином. Девушка изо всех сил уговаривала менеджера выпить, без умолку рассказывала ему о планах развития компании и время от времени хвалила этого менеджера, называя его образованным, утончённым, честным и уважаемым современным предпринимателем. Менеджер был весьма доволен собой и притворялся скромным: «Вы меня перехваливаете». В конце концов они станцевали вместе одну песню, и на этом встреча закончилась. На прощание менеджер взял девушку за руку и торжественно сказал: «Ты — девушка, уважающая себя и ценящая себя! Я навсегда запомню твой образ идеальной девушки».

Ситуация 5. Взаимодействие с подчинёнными: умение правильно высказываться

Как руководитель, вы должны проявлять в речах и поступках большую зрелость и опыт, чем ваши подчинённые. Веж-

ливість и беспристрастность в делах позволяют лучше сохранить достоинство и авторитет руководителя. Умеющий правильно общаться руководитель всегда завоевывает любовь и поддержку подчинённых и обладает безграничным шармом.

(1) Не жалуйтесь и не высказывайте недовольство в присутствии подчиненных

Если в душе есть боль, накопившаяся обида, беспокойство или чувство несправедливости, хотя и нужно кому-то об этом рассказать, не стоит выливать душу перед подчиненными. Во-первых, они могут не проявить к этому большого интереса; во-вторых, не зная реальной ситуации, им трудно проявить сочувствие; в-третьих, они могут ошибочно посчитать, что у вас есть какие-то недостатки или проблемы, из-за которых и возникает столько неприятностей. Поэтому нужно сохранять душевное спокойствие, контролировать себя и стремиться к тому, чтобы любой разговор с кем-либо имел практическую ценность. Если ваша эмоциональная разгрузка вызовет у собеседника недоверие к вам, заставит усомниться в ваших способностях и станет предметом слухов, это создаст вам проблемы.

После разговора о работе с директором Ван менеджер Ли вздохнул и сказал: «Эх, за последние несколько дней я действительно понял, что значит быть в полной растерянности». Не дожидаясь вопроса от директора Вана, менеджер Ли продолжил: «Послушай, моя жена — зачем ей было занимать-

ся именно этой отвратительной работой в сетевом маркетинге? Нам-то эти несколько денег, которые она зарабатывает, вовсе не нужны, зачем ей это? Но как бы я ни уговаривал, она не слушает, упорно держится за эту работу: каждый день не успевает ни приготовить еду, ни позаботиться о сыне, ни привести дом в порядок... Представь, я и так каждый день занят до предела, а вернувшись домой, ещё и за всем приходится следить...» Через несколько дней по компании разлетелись анекдоты о том, что менеджер не может справиться со своей женой, что поставило менеджера Ли в очень неловкое положение.

(2) Как относиться к подчиненным, потерпевшим неудачу на работе

В дни успеха не забывайте о временах неудач. Когда подчиненный делится с вами своим разочарованием и изливает душу, он в первую очередь хочет получить ваше сочувствие и утешение. Если вы невольно сравните своё самодовольство с его неудачами и разочарованиями, это заденет его самолюбие. Он может подумать, что вы высмеиваете его некомпетентность, и такое недоразумение будет очень трудно устранить, поэтому будьте предельно осторожны в своих высказываниях.

После того как Маленький Чжан доложил менеджеру Чжао о недавних неудачах в работе по продажам, менеджер Чжао сначала высказал ему искреннюю и серьезную критику. Маленький Чжан полагал, что после критики менеджер

Чжао должен был бы поговорить с ним о том, как изменить сложившуюся ситуацию, но менеджер Чжао не стал об этом говорить, а вместо этого рассказал о своих блестящих достижениях в прошлом: «В те времена я вовсе не был таким некомпетентным, как ты сейчас. Я думал только о том, как расширить бизнес. Я не только ездил на юг — в Гуанчжоу и Шэньчжэнь, — но и на север — в Харбин и Шэньян. Усилия не прошли даром, и мой бизнес становился всё больше и больше...» Услышав эти слова менеджера Чжао, Маленький Чжан был сильно задето, и с тех пор у него больше не осталось желания нормально работать.

(3) Исключить патерналистские упреки

Семья и рабочее место — это разные вещи. Семья — это люди, связанные кровными узами и крепкими семейными чувствами, что принципиально отличается от рабочих отношений, основанных на трудовом договоре. Даже если атмосфера на работе очень дружественная, она никогда не будет такой же, как в семье. В семье даже самые необоснованные упреки находят понимание благодаря семейным чувствам, а излишняя опека не вызывает раздражения. На работе же неуместные упреки наносят ущерб обеим сторонам, и впоследствии, как бы вы ни старались исправить ситуацию, восстановить отношения будет очень сложно.

Маленький Ван передал отчёт начальнику отдела. Тот, взглянув на него, нахмурился и сказал: «Как ты так пишешь? Мало того, что некрасиво, так ещё и неразборчиво. Иди, пе-

репиши всё заново. Пиши аккуратно, черту за чертой». Маленький Ван покраснел до ушей и, сконфуженно держа документ в руках, ушел. С тех пор, как только Маленький Ван видел начальника отдаля, он тут же разворачивался и уходил, боясь, что не успеет спрятаться, не говоря уже о том, чтобы активно сотрудничать в работе.

Подчинённые — не дети, и к ним нельзя относиться так же строго, как родители к своим детям. Если бы начальник отдела сказал Маленькому Ван: «Твой почерк слишком неразборчивый, его трудно напечатать, поэтому прошу тебя переписать документ заново. Кстати, тебе часто приходится заниматься подобной работой, так что в свободное время можешь попрактиковаться в каллиграфии», — то смысл был бы выражен ясно, но при этом подчинённый не оказался бы в неловком положении.

(4) Отказ от слухов

В офисе малейшие признаки неявных отношений между представителями противоположного пола мгновенно разносятся чуткими любопытными людьми по всем уголкам и становится постоянной темой для обсуждений за чашкой чая.

Если утром, когда вы входите в офис, ваш подчиненный противоположного пола подходит, чтобы поздороваться и помочь вам привести в порядок рабочий стол, это нормально. Но если дело не ограничивается этим, вам следует отклонить его знаки внимания. Например, если он помогает вам снять верхнюю одежду, интересуется вашим самочувствием

и время от времени бросает на вас взгляд, в котором нередко проскальзывает нежное ухаживание, вам нужно держать себя в руках, не принимать чрезмерных знаков внимания и самостоятельно выполнять то, что вам положено. Вы можете сказать: «О! Я очень занят, займитесь своими делами, я сам с этим разберусь, не беспокойте меня». Можно также пошутить: «Ты столько всего делаешь — разве не собираешься просить у меня при выплате зарплаты прибавку?» Или сказать: «Я не нанимала тебя в качестве моей няни, не лезь в дела, которые тебя не касаются. Иначе, если из-за этого задержится работа, я удержу тебе из зарплаты». Одно-два таких предложения, сказанных с улыбкой, не поставят собеседника в крайне неловкое положение, но он поймёт, что ты имеешь в виду.

(5) «Подлизываться» под подчинённых

Подчиненные часто «подлизываются» к начальству. А вот когда начальник «подлизывается» к подчиненному, это воспринимается с некоторым недоумением. На самом деле, ради успешного выполнения работы иногда необходимо, чтобы руководитель похвалил подчиненного. Если есть задание, с которым не справляется ни руководитель, ни кто-либо из подчиненных, а справиться может только один подчиненный, то почему бы руководителю не сказать этому подчиненному несколько лестных слов и не подбодрить его?

Если ваш подчиненный выполнил сложную рабочую задачу с высоким качеством и раньше срока, ни в коем случае не

забудьте его похвалить — возможно, он как раз и ждет этого психологического удовлетворения. Любой подчиненный надеется на одобрение и признание со стороны начальника. Вы можете сказать: «Ой, ты просто молодец! Твоим способностям стоит поучиться всем». Таким образом, вы не только стимулируете дух соревновательности у других, но и побуждаете того, кого похвалили, работать еще усерднее.

(6) Личные беседы с подчинёнными

Используя искусство индивидуальных бесед, следует применять метод обсуждения и обсуждения, вдохновлять и направлять собеседника. Беседа должна вестись в духе обсуждения и согласования, чтобы обе стороны в непринужденной, гармоничной и демократичной атмосфере могли открыто высказаться, разобраться в том, что правильно, а что нет, и объяснить свои позиции. Эффективность индивидуальной беседы во многом зависит от того, сможет ли руководитель занять правильную позицию и проявить равноправное, дружеское отношение. Некоторые хорошие руководители во время бесед часто дают собеседнику пищу для размышлений, оставляя у него длительное послевкусие и даря полезные озарения.

Руководитель отдела одной компании, Лю Цин, организовал работу своего цеха так, что всё шло как по маслу: рабочие строго соблюдали дисциплину и добровольно трудились на благо компании. Всякий раз, когда он замечал, что у кого-то отставание в производстве или произошла какая-то

ошибка в процессе работы, он после смены вызывал этого человека в свой кабинет и дружелюбно спрашивал: «Как дела у тебя дома в последнее время? Насколько я помню, ты всегда строго соблюдал дисциплину, работал с большим энтузиазмом и обладал хорошими профессиональными навыками. Я с полным доверием поручаю тебе работу и надеюсь, что ты будешь и дальше так же стараться». К этому моменту лицо того сотрудника уже покраснело, и он очень искренне объяснил Лю Цину причину и извинился; впоследствии подобных ошибок больше не повторялось.

Глава 4. Ситуация 6.

Выступление на конкурсе на должность: произвести сильное первое впечатление

Существует множество успешных приемов для проведения предвыборной речи. Сразу после начала речи следует быстро перейти к теме, продемонстрировать свои сильные стороны и деловую хватку, постараться превратить слабые стороны в сильные, а также умело воздействовать на эмоции слушателей. Если участник предвыборной речи сможет сделать все это, он обязательно окажется в выигрышном положении.

(1) Лаконичность и убедительность речи

Господин Лао Шэ говорил: «Лаконичность — это когда слов мало, а смысла много». Хотя предвыборная речь и является хорошей возможностью для самопрезентации, ни в коем случае нельзя «разглагольствовать»; свои мысли следует выражать лаконично и убедительно.

В одной из деревень на юге провинции Хуаннань проходили выборы в сельский совет, и на сцену вышли пять кандидатов, чтобы выступить с речами в борьбе за пост председателя сельского совета. Четверо других кандидатов пред-

ставили заманчивые «программы действий», но только пятый кандидат по фамилии Го, выйдя на сцену, произнес всего две фразы и был без проблем избран. Он сказал следующее: «Я скажу только две фразы. Первая: если вы выберете меня, я буду работать не покладая рук, буду работать хорошо и достойно в течение этих трех лет. Второе: если вы меня не выберете, у меня дома есть 20 000 цюней риса, 400 уток, и я получаю 20 000 юаней дохода в год. На этом я заканчиваю».

Это, пожалуй, самая лаконичная предвыборная речь: первая фраза демонстрирует его решимость, вторая — его реальные возможности, что подчеркивает деловой стиль кандидата.

(2) Достоверное и конкретное представление о себе

При представлении биографии в предвыборной речи следует уделять особое внимание достоверности. Ведь опыт — это то, что человек видел, делал или пережил лично; никакие вымышленные сведения не могут считаться опытом. Только придерживаясь принципа «искать истину в фактах», говоря правду и рассказывая о реальных событиях, оратор сможет завоевать доверие жюри и слушателей благодаря сильному ощущению реальности. Однажды кандидат на должность менеджера выступил со следующей речью:

Мне сейчас 43 года, я член-стажёр Коммунистической партии Китая, имею образование уровня колледжа и профессиональное звание бухгалтера. В 1985 году я начал работать в кооперативе снабжения и сбыта города Биньхай, где

поочерёдно занимал должности продавца, начальника отдела маркетинга и статистика. В 1995 году в Профсоюзе города Биньхай я работал библиотекарем, кассиром, бухгалтером, финансовым специалистом, начальником канцелярии и заместителем начальника отдела планирования и финансов.

После краткого изложения своего возраста, политической принадлежности, уровня образования и профессионального звания оратор уделил особое внимание своему опыту работы. Как сроки начала работы и переходов на новые должности, так и названия организаций и занимаемые должности были изложены конкретно и точно, что вызвало у членов отборочной комиссии и слушателей ощущение достоверности и надежности.

(3) Тема должна быть сконцентрированной

Под целенаправленностью темы подразумевается, что выражаемая мысль должна быть однозначной, без отступлений и лишних подробностей, с четко выделенным акцентом. Это означает, что при изложении мысли необходимо выделить один основной акцент и сосредоточиться на одной центральной идее, а не распыляться на множество акцентов и центров. Не следует пытаться решить и объяснить множество вопросов в одной речи, иначе это приведет к обратному результату.

На одном из конкурсных выступлений на должность директора начальной школы один весьма «многообещающий» пожилой директор вызвал у слушателей отторжение имен-

но из-за того, что говорил слишком обобщённо и охватывал слишком широкий круг тем. Представляя себя, он не только подробно рассказал о своем жизненном пути, но и, перечисляя награды, упомянул даже такие, не имеющие отношения к требованиям конкурса, как памятный приз, полученный на конкурсе сочинений в одной вечерней газете, перечислив в общей сложности не менее 20 наград, что вызвало смех у слушателей. Говоря о мерах, он затронул все: от того, как организовать учебу, занятия спортом и нравственное воспитание учащихся, до того, как открыть школьный цех; от управления учебным процессом до заботы о жизни учителей. Его меры были практически «всеобъемлющими», что привело к размыванию основной идеи: слушатели получили впечатление, что он говорил обо всем, но при этом не могли понять, о чем он, собственно, говорил. В отличие от него, другая молодая учительница сосредоточилась на центральном вопросе «Как повысить уровень преподавания в школе», выступила убедительно и логично, оставив у слушателей глубокое впечатление, что и обеспечило ей победу в конкурсе.

Поэтому при подготовке конкурсной речи необходимо «определить тему», «упорядочить мысли» и «сфокусироваться на главном» — только так можно зажечь огонь резонанса в сердцах слушателей.

(4) План на период пребывания в должности должен быть реалистичным

Конкурсная речь — это соревнование, но не соребнование

в том, кто лучше хвастается или кто умеет подлизываться словами. Слушатели, слушая вашу речь, одновременно оценивают, смогут ли ваши слова принести реальную пользу и дать результат. Например, когда речь заходит о мерах, ораторы, которые только и делают, что кричат: «Как только я займу эту должность, я повышу всем зарплату и построю для всех жилые дома», обычно не находят отклика у аудитории, а те, кто искренне и от души рассказывает о конкретных мерах, пользуются наибольшей популярностью.

Рассмотрим пример из выступления кандидата на должность директора завода:

Позвольте мне сказать прямо: я не в силах быстро принести вам богатство, повысить вашу зарплату или увеличить ваши премии. Все, что я могу сделать, это: во-первых, искренне прислушиваться к вашим требованиям, с энтузиазмом принимать и поощрять ваши разумные предложения. Я готов создать «мозговой центр», в который войдут как новые, так и старые рабочие и технические специалисты, чтобы каждый мог выдвигать отличные предложения по реформам и научно обоснованные меры управления. Во-вторых, причина нынешнего застоя на нашем заводе заключается в том, что мы не можем взыскать задолженность на сумму в несколько миллионов.

Если я стану директором, то, с одной стороны, буду решать эту проблему с помощью закона, а с другой — введу систему поощрений: тот, кто выполнит задачу, получит 20 %

премии. Счёт будет подводиться на глазах у всех, и я сдержу своё слово. В-третьих, на данный момент первоочередной задачей является реализация накопившихся запасов продукции. Для этого необходимо мобилизовать инициативу всех работников завода, объединить профессиональных и любительских продавцов и ввести комиссионное вознаграждение в зависимости от результатов. В-четвёртых, одновременно с расширением сбыта необходимо наращивать объёмы производства.

В условиях нехватки средств мы должны сначала выделить средства, чтобы запустить оборудование завода в работу; я первым делом вложу 20 000 юаней, которые планировал потратить на свадьбу сына, в качестве вклада в акционерный капитал. В-пятых, пока завод не выйдет из убытка, я не буду получать зарплату; после выхода в прибыль моя зарплата и премия будут равны среднему показателю по всему заводу. У меня, как директора завода, есть только одно желание — вместе со всеми работниками завода возродить наш завод и вывести его из убытка! Если в течение двух лет эта цель не будет достигнута, я немедленно добровольно уйду в отставку. Наконец, я хочу сказать, что больше всего в жизни я ненавижу коррупцию и взяточничество. Если я стану директором, я обещаю прийти с чистым сердцем и уйти, не взяв с собой ни копейки. Если обнаружится, что у меня есть хоть одна нечистая копейка, вы можете забрать все, что есть в моем доме.

Поскольку все, о чём он говорил, было искренним и представляло собой реальные, осуществимые меры, рабочие отдали свои голоса именно за него.

План действий после вступления в должность имеет большое значение для успеха в конкурсе, но этот план должен быть реально осуществимым — не следует давать пустых обещаний или чрезмерно преувеличивать свои планы, иначе слушатели не поверят вам. Только реалистичный план действий способен впечатлить аудиторию. Ниже приводится речь кандидата на должность заместителя начальника отдела по работе с ветеранами:

Оценивая свою ситуацию, я считаю, что у меня есть все условия и способности для выполнения обязанностей заместителя начальника отдела. Если я выиграю конкурс, я сосредоточусь на следующих направлениях работы. Во-первых, я буду помогать начальнику отдела продолжать качественную работу с ветеранами. Я займусь решением насущных проблем ветеранов. Например, вопросами политической жизни и материального обеспечения ветеранов, а также вопросами образования в пожилом возрасте. Во-вторых, я буду активно организовывать для ветеранов позитивные и здоровые культурные и спортивные мероприятия, чтобы они могли наслаждаться жизнью в пожилом возрасте. В-третьих, я буду активно проводить посещения на дому, уделяя особое внимание работе с одинокими пожилыми людьми, организуя для них напарников из числа сотрудников, чтобы они

почувствовали теплоту организации. Наконец, я устанавливаю ящик для предложений, чтобы узнавать о настроениях пожилых людей и их потребностях, а также своевременно докладывать полученную информацию руководству управления и оперативно решать проблемы.

Члены отборочной комиссии в первую очередь заинтересованы в планах кандидата на будущее после вступления в должность. Поэтому во время выступления кандидат должен четко и лаконично изложить свою точку зрения, то есть сосредоточиться на актуальных и сложных вопросах, волнующих аудиторию, и предложить конкретные рабочие цели и реалистичные меры.

(5) Подчеркните свои сильные стороны

Цель предвыборной речи — продемонстрировать свои сильные стороны, то есть кандидат должен показать свои способности и качества, чтобы слушатели убедились в том, что он полностью соответствует требованиям данной должности. Только так слушатели не будут сомневаться в ваших способностях. В каких же аспектах следует продемонстрировать свои сильные стороны?

① Подчеркнуть личные качества

Личные качества являются важным проявлением способностей. Человек с высокими личными качествами обязательно обладает высоким уровнем идеологической сознательности и чувством ответственности, позволяющим ему быть хорошим «главой семьи» для всех, и зачастую получает при-

знание окружающих.

Один бухгалтер, участвуя в предвыборной речи на должность менеджера общего отдела филиала, после представления своего опыта работы произнес следующую речь, демонстрирующую его высокие качества и способности: «Несколько лет работы в банке позволили мне повесить свои качества во всех аспектах. В прошлом году я с честью вступил в Коммунистическую партию Китая, имел честь быть признанным филиалом «Три ущелья» передовым работником 1998 года, а в рамках конкурса по повышению эффективности работы был удостоен филиалом звания «Мастер по трем видам сборов». В 1999 году я выполнил задачу по привлечению депозитов на сумму 13 миллионов юаней. Несколько лет работы позволили мне глубоко осознать, что возможности и вызовы идут рука об руку, а успех и трудности — неразлучны».

② Подчеркнуть личный опыт

В силу различий в характере, привычках, семейном происхождении, учебной среде и социальных обстоятельствах жизненный опыт каждого человека в чем-то отличается от опыта других, и эти различия на самом деле являются уникальным жизненным богатством. Поэтому, представляя себя, кандидат должен обязательно рассказать о том опыте, который имеет непосредственное отношение к требованиям должности. Это позволит не только подчеркнуть преимущества по принципу «у других этого нет, а у меня есть; у других это есть, но у меня это особенное», но и привлечь особое

внимание и завоевать доверие жюри и слушателей благодаря оригинальности и нестандартности.

Один ветеран, участвуя в выборах на руководящую должность в местной зоне экономического развития, подчеркнул свой опыт следующим образом: «Я прослужил в армии двадцать лет: первые десять лет я прошел путь от рядового до командира роты, а последние десять лет — от штабного офицера до начальника штаба. Это стало возможным как благодаря заботе и поддержке организации, так и благодаря моим неустанным усилиям. Я прошел систематическую подготовку в военном училище, получил образование уровня колледжа, неоднократно участвовал в соревнованиях по специальностям и штабной работе в крупных военных округах, был удостоен званий танкового стрелка высшей категории и отличного инструктора по «четырем навыкам», а также занял первое место по общему баллу на аттестации по штабной работе в бывшем Уханьском военном округе. В ходе приграничных оборонительных контрнаступлений я возглавил передовой взвод, который первым на танках прорвался в ряды противника, преодолел многослойную блокаду врага, раньше срока прибыл в назначенное место и был удостоен боевой награды; наша рота была названа Центральным военным советом «Ротой танковых героев», что сформировало во мне дух, не позволяющий отставать от других».

Этот кандидат особо подчеркнул свои уникальные достижения за 20 лет военной службы. Будь то повышение по

службе или получение наград, все это отражает «стремление к прогрессу» и «дух не отставать от других», присущие военному, — именно такие идеологические убеждения и личностные качества необходимы руководителю экономической зоны. Уникальный опыт подчеркнул его особые преимущества, поэтому успех в выборах стал естественным результатом.

Один из студентов, баллотировавшийся на должность члена комитета по культуре и досугу, представил себя следующим образом:

В начальной и средней школе я долгое время занимал должность классного ответственного за культурно-развлекательную работу, благодаря чему приобрел богатый опыт «политической деятельности». Помню, в третьем классе начальной школы, в преддверии преобразования нашего уезда в город, школа попросила каждый класс подготовить несколько номеров. Я организовал активную работу всего класса, и мы поставили хор «Давайте грести» и сценку «Дедушка, наступил Новый год», которые получили единодушные похвалы, а я за это получил звание «Лучший юный режиссёр». В средней школе организованное мной мероприятие по чтению стихов заняло первое место в школьном конкурсе.

Это в полной мере демонстрирует художественный талант кандидата, подчеркивает его конкурентные преимущества и, несомненно, позволит завоевать доверие и поддержку слушателей.

③ Выделиться с помощью техник

Во всём нужно соблюдать методику, и в предвыборной борьбе это особенно важно: кандидат, владеющий техникой, часто производит более благоприятное впечатление, что способствует успеху в выборах.

Одна студентка выступила с речью на выборах в студенческий совет под названием «Побыть чиновником хотя бы раз». Она сказала: «Чиновник — какое заманчивое слово: власть в руках, выгода в кармане. С древних времен были люди, которые ради этого пренебрегали даже родственными узами, убивая отцов и братьев; ради этого многие гибли, и можно сказать, что ради должности люди готовы были прибегнуть к любым уловкам. Должность обладает такой огромной притягательностью, что, честно говоря, после тщательного размышления я тоже захотела испытать это удовольствие — «побыть чиновницей» хотя бы один раз. Однако я хочу стать не таким чиновником, какого желают некоторые, а честным чиновником. У такого чиновника нет власти, нет возможности нажиться, напротив, ему приходится платить свою цену. Чего же я тогда добиваюсь? Возможность служить каждому члену нашей большой семьи, служить всем, кто готов принять меня — внести свой вклад в нашу большую семью станет для меня величайшим счастьем в жизни. Чтобы получить этот шанс, я смело стою здесь и готов принять ваш выбор».

(6) Впечатлить членов отборочной комиссии красноречи-

ем

Должность завоевывается с помощью красноречия, а хорошее красноречие часто помогает завоевать голоса.

После банкротства и реорганизации одного завода сотрудников вернули на работу и провели конкурсный отбор на должности. Один из старых рабочих, баллотировавшийся на пост председателя профсоюза, произнес трогательную речь, которая обеспечила ему победу на выборах. Вот что он сказал:

За все эти годы работы мы всегда считали себя хозяевами завода. Но завод закрылся, и мы стали уволенными работниками — всю горечь, страдания и ожесточение этого опыта действительно трудно выразить словами. Однако, испытав эту боль на собственной коже, мы по-настоящему поняли, какое значение имеют для каждого из нас — живущих людей — государство и предприятие. Сегодня завод реорганизован, и нас снова пригласили вернуться. Кто-то за это время раскрыл свой потенциал и заработал деньги, поэтому не хочет возвращаться; кто-то не верит в реорганизацию завода и боится, что, вернувшись, вновь испытает горечь повторного увольнения. Хотя я тоже нашел новую работу, я решил вернуться. Причина моего возвращения проста: у меня к нашему заводу неразрывная привязанность. В первой половине жизни завод дал мне всё, и я считаю, что во второй половине своей жизни я должен внести свой скромный вклад в возрождение нашего завода. Господин Лу Сюнь когда-то

восхвалял дух «упорной борьбы»; сегодня нам нужен тот же дух упорства, чтобы заново обрести себя и стать хозяевами нашего завода!

Эти простые, искренние слова, пронизанные рациональным размышлением и эмоциями, подчеркивают образ лидера эпохи перемен. Уже благодаря этим нескольким фразам должность председателя профсоюза, можно сказать, принадлежит именно ему.

(7) Превращение слабых сторон в сильные

В предвыборных выступлениях часто приходится сталкиваться с очень сильными соперниками. Как превратить свои слабые стороны в сильные? Приведенный ниже пример, возможно, даст вам некоторое вдохновение.

Во время одной из предвыборных кампаний в Конгресс после Гражданской войны в США солдат Джон и генерал Ток соперничали за одно место в Конгрессе в одном избирательном округе. С точки зрения квалификации и опыта это было соперничество неравных соперников. Ведь первый был гораздо моложе, а второй — опытный политик, трижды переизбиравшийся в Конгресс. Один был никому не известным рядовым солдатом, а другой — прославленным полководцем. С точки зрения положения, заслуг и известности исход выборов был предрешён ещё до их начала. В связи с этим некоторые советовали Джону сняться с выборов, но он отказался.

Когда начались предвыборные выступления, первым на

сцену вышел генерал Тоук. Он выступил с речью, полной уверенности и пафоса. В своей речи он вспомнил свои военные подвиги, особо остановившись на событиях ночного сражения 17 лет назад: как он вел своих солдат в бой с врагом и как они провели ночь под открытым небом в глухих горах. В заключение он сказал: «Если вы не забыли тот чрезвычайно тяжёлый бой, то, пожалуйста, не забывайте на выборах того, кто перенёс все эти лишения и неоднократно прославился на поле боя!» Таук завершил свою речь под бурные аплодисменты.

Настала очередь Джона. Он спокойно поднялся на трибуну и выступил со следующей речью:

По вашим аплодисментам видно, что у всех вас до сих пор свежи воспоминания о том сражении. Мне тоже посчастливилось участвовать в том сражении, хотя я был всего лишь рядовым солдатом. Мы с товарищами удерживали позиции и вели отчаянную борьбу с врагом; многие из наших братьев пали с честью — поистине, за успехом одного полководца стоят тысячи павших! Я — один из выживших в том жестоком сражении. Когда генерал Таук мирно спал в лесу, я, несмотря на изнеможение, продолжал нести караул, защищая его безопасность. Сегодня, стоя здесь и выступая перед вами, я полностью доверяю вашему здравому суждению...

Речь Джона прервали громовые аплодисменты публики, и в итоге он победил Тока и выиграл выборы.

Депутат — это представитель народа. Чье сердце ближе к

народу? Очевидно, что сердце Джона. Именно на этом Джон постоянно акцентировал внимание избирателей в своей речи. В этом и заключался секрет его успеха.

Глава 5. Ситуация 7.

Инаугурационная речь: искренность и убедительность

Как правило, и импровизированная, и зачитанная с листа инаугурационная речь не должна быть слишком длинной, но обязательно должна производить впечатление искренности. Важнее, чем создать впечатление серьезности, — показать, что вы готовы немедленно приступить к работе. Поэтому инаугурационная речь обычно должна быть простой, понятной, лаконичной и емкой; следует избегать затянутости, неясности и излишней многословности.

(1) Действовать в соответствии с ожиданиями аудитории

Вступительная речь, как правило, относится к разряду политических выступлений, и «лечение по симптомам» часто приносит большой успех. «Лечение по симптомам» означает удовлетворение давних чаяний народа, уступку его желаниям и отражение его интересов — только так можно воодушевить толпу и дать слушателям ощущение перспектив.

Один из глав поселков провинции Хунань в своей инаугурационной речи не уклонился от проблем и сказал: «Вы избрали меня главой поселка, и я обещаю не делать следующих трех вещей: во-первых, при планировании работы я не буду применять подход «каждый делает, что хочет». Раньше

глава поселка А сажал деревья, глава поселка Б выращивал дыни, глава поселка В кормил свиней, а глава поселка Г ловил рыбу. Руководители занимались тем, что им нравилось, в результате чего народ страдал, а средства тратились впустую. В последние годы общий план развития и строительства нашей деревни уже обрёл чёткие очертания, динамика развития хорошая, и нет необходимости начинать всё с нуля. Поэтому я буду «новым чиновником», занимающимся «старыми делами»».

Поскольку он четко обозначил то, что больше всего беспокоит население, и сказал то, что люди больше всего хотели услышать, многие, дослушав до этого места, встали и аплодировали ему. Затем он продолжил: «Во-вторых, что касается назначения кадров, мы не будем следовать принципу „новый правитель — новые министры“. В будущем кадровые перестановки будут осуществляться исключительно на основе принципа максимального использования талантов и способностей каждого, и личные обиды ни в коем случае не станут критерием для принятия решений...» Его слова вызвали у кадров чувство облегчения, они глубоко вздохнули и радостно зааплодировали. «В-третьих, мы не будем прибегать к практике „три первых шага нового чиновника“. Я выступаю за то, чтобы действовать с опорой на реальность, шаг за шагом, завоевывать одну крепость за другой и не прекращать борьбу ни на один день, пока я занимаю эту должность». После этих слов в зале воцарилась воодушевленная

атмосфера, все почувствовали большую надежду и обрадовались тому, что избрали хорошего главу поселка, поэтому, когда собрание закончилось, они дружелюбно окружили нового главу.

Выступая с инаугурационной речью, новоизбранный руководитель должен учитывать психологические потребности слушателей и не пытаться их игнорировать. Психологические потребности слушателей часто складываются из их надежд. Оратор должен четко понимать надежды слушателей и дать им определенные обещания; если это удастся, слушатели не поскупятся на аплодисменты.

(2) Не говорить ложных, громких и пустых слов

Речи, наполненные ложью, громкими словами и пустыми фразами, обычно вызывают у слушателей отвращение, и даже хорошие мысли теряются на фоне этих недостатков.

Однажды новоназначенный министр по вопросам быта студенческого совета в своей инаугурационной речи заявил: «После моего вступления в должность я обеспечу, чтобы студенты каждый день ели пельмени, каждый день могли принимать душ, а каждый вечер смотрели видеозаписи и фильмы...». Услышав это, студенты, покачивая головами, громко рассмеялись. Ведь всем было известно, что в университете просто нет таких условий, и эти обещания невозможно выполнить. Впоследствии этот министр по вопросам быта получил «прозвище» «король хвастовства».

Напротив, один из вновь избранных председателей сту-

денческого совета в своей инаугурационной речи высказался гораздо более реалистично.

Наполеон говорил: «Солдат, не мечтающий стать маршалом, — плохой солдат». Сегодня, как кандидат, выдвинутый студентами, я хочу сказать: я не просто хочу стать маршалом, я хочу стать выдающимся и успешным маршалом — председателем студенческого совета, способным приносить пользу всем. Я уверен, что с помощью однокурсников смогу справиться с этой работой, и именно благодаря этой внутренней мотивации, когда я поднимаюсь на эту трибуну, мои шаги кажутся особенно уверенными и решительными!

Я считаю, что, будучи председателем студенческого совета, в первую очередь необходимо стремиться к дальнейшему совершенствованию своих личных качеств. Что касается меня лично, то в первую очередь я должен повысить свой энтузиазм по отношению к работе, чтобы всегда подходить к любым задачам с позитивным настроем. Во-вторых, нужно повысить чувство ответственности и добросовестно выполнять каждую задачу. Например, некоторые руководители нашего студенческого совета почти каждый день участвуют в дежурствах, и это меня очень трогает. Их сильное чувство ответственности вызывает у меня безграничное восхищение, поэтому я тоже буду стремиться быть таким же, как они.

Победа на выборах, безусловно, приносит нескрываемую радость и воодушевление, но трезвомыслящий победитель в этот момент должен думать о важности ответственности

и тяжести возложенного на него бремени, а не просто радоваться и терять голову от счастья. Некоторые молодые люди, чьи взгляды ещё недостаточно зрелые, но одержавшие победу на выборах, часто допускают такую ошибку. Одним из проявлений этого является то, что в своей инаугурационной речи они дают необоснованные обещания, сыплют громкими словами и говорят несоответствующие действительности вещи, словно они обладают безграничной властью и способны на всё.

(3) Активное стремление завоевать «оппонентов»

Успешная избирательная кампания и избрание на должность, как правило, не означают получения стопроцентного большинства голосов. В первые дни после победы на выборах можно не обращать внимания на группу «меньшинства», не проголосовавшую за вас, но в инаугурационной речи после официального избрания лучше не игнорировать их. Мудрым шагом будет изменить их отношение с помощью инаугурационной речи и заручиться их поддержкой; даже если эта цель не будет достигнута, необходимо еще больше укрепить положительное впечатление, которое избранный кандидат производит на своих сторонников. Для этого оратор в своей инаугурационной речи должен быть откровенным с аудиторией, говорить искренне и отвечать искренностью на искренность.

(4) Не должно быть противоречий с содержанием предвыборной речи

Некоторые ораторы в инаугурационной речи повторяют некоторые моменты, упомянутые в предвыборной речи; при повторном обращении к ним они либо дают общий обзор, либо вносят некоторые поправки, но в любом случае, как правило, не следует допускать слишком больших расхождений между предвыборной речью и инаугурационной речью. Если в предвыборной речи были даны обещания с целью завоевания голосов избирателей (что, как правило, допустимо), но в инаугурационной речи они по какой-то причине опровергаются или у слушателей создается впечатление, что инаугурационная речь значительно отличается от предвыборной, такая речь, несомненно, окажется провальной. Слушатели сделают из этого вывод: «Это большой обманщик! Нас обманули».

(5) Стремитесь к лаконичности и краткости

Если оратор, произносящий инаугурационную речь, постарается выразить как можно больше содержания с помощью минимального количества слов, добившись лаконичности и точности, краткости и насыщенности, а также ясности и динамичности, его речь будет вызывать наибольшее восхищение.

Одна вновь назначенная руководительница женского союза в своей инаугурационной речи не затронула ни текущую ситуацию, ни будущие меры; не говорила ни о положении женщин, ни о значении планирования семьи. Обращаясь ко всем женщинам деревни, она прямо сказала: «Ребята, вы из-

брали меня главой женского союза, значит, вы меня цените. Пожалуйста, тети, бабушки, девушки и сестры, будьте спокойны: я тоже женщина, у меня тоже есть муж, семья, я тоже была беременна и рожала детей; я знаю, за какие интересы нужно бороться ради нас, женщин, и какие дела нам, женщинам, следует делать. «Сначала я попробую поработать год; если не справлюсь, вы выберете кого-то другого». Когда люди ещё ждали, что она продолжит, она уже закончила речь. Всего несколько коротких фраз — казалось, будто она ничего и не сказала, но, если вдуматься, она, похоже, затронула многое. Четко и лаконично, так что слушать не надоедает, а переваривать — интересно.

Независимо от того, какой метод используется при подготовке вступительной речи, оратор должен исходить из своей конкретной ситуации, подчеркивать сильные стороны и скрывать слабые, гибко применять свои навыки, выражать искренние чувства и демонстрировать свою индивидуальность. Только так можно добиться результата, который удовлетворит и самого оратора, и вызовет признательность у слушателей.

(6) Предложите слушателям реальную и осуществимую перспективу

Инаугурационная речь должна вызывать у слушателей ощущение подлинности и близости в большей степени, чем другие тексты. Содержание речи должно быть правдивым: нужно говорить правду и говорить честно, не пытаясь при-

влечь внимание пустыми обещаниями. Особенно когда вы сталкиваетесь с трудной ситуацией и принимаете на себя ответственность в час беды, выступление с реалистичной и осуществимой инаугурационной речью может значительно воодушевить слушателей и укрепить их уверенность.

Давайте теперь ознакомимся с отрывком из первой инаугурационной речи 32-го президента США Франклина Рузвельта и внимательно проанализируем языковые приёмы и художественное очарование этой речи. В 1933 году Франклин Рузвельт победил на президентских выборах, после чего был переизбран на четыре срока, став президентом с самым длительным сроком пребывания в должности в истории США. В этой речи он сначала указал, что США переживают период экономических трудностей и что некоторые люди утратили уверенность, а затем изложил, как он, будучи президентом, выведет экономику из кризиса, что в значительной степени восстановило уверенность американского народа.

...В настоящее время люди заботятся только о материальных благах, стоимость которых упала до невообразимого уровня, налоги повысились, а наша платежеспособность снизилась. Органы власти всех уровней сталкиваются с серьезным сокращением доходов. В торговых отношениях средства обмена также заморожены, повсюду видны увядшие листья промышленных предприятий, фермеры не могут найти рынков сбыта для своей продукции, а многолетние сбереже-

ния тысяч и тысяч семей истощены.

Ещё более серьёзной проблемой является то, что огромное количество безработных сталкивается с жестокими проблемами выживания, а столько же людей получают мизерное вознаграждение за тяжёлый труд. Только глупые оптимисты могут отрицать эти мрачные факты.

Однако наши страдания не вызваны нехваткой материальных благ, и мы не страдаем от нашествия саранчи. По сравнению с различными бедствиями, которые наши предки преодолевали с помощью веры и бесстрашия, у нас по-прежнему есть много поводов для радости. Природа по-прежнему дарует свои дары, а усилия людей умножают их. Обильные материальные богатства находятся прямо перед нами, но их нехватка вызвана чрезмерным потреблением. Это в основном результат провала, допущенного правителями товарообмена из-за их упрямства и некомпетентности; они уже признали свою неудачу и ушли в отставку. Поступки бесстыдных торговцев деньгами были осуждены на суде общественного мнения и отвергнуты сердцами и умами людей.

Действительно, они пытались, но все их усилия всегда исходили из изношенных традиционных шаблонов. Столкнувшись с кредитным банкротством, они просто продолжали одалживать всё больше денег. Как только средства, использовавшиеся для того, чтобы склонить людей следовать за их корыстными соблазнами, перестали действовать, они снова прибегали к увещаниям, со слезами на глазах умоляя всех

восстановить доверие. Они знают лишь правила поколения, руководствующегося эгоизмом; им не хватает проницательности, а без этой проницательности народ обречён на гибель.

Торговцы деньгами уже сбежали с трона нашего храма цивилизации. Теперь мы можем восстановить этот храм в его древнем облике, причём степень этого восстановления будет зависеть от того, насколько мы будем придавать значение общественным ценностям, гораздо более ценным, чем чистая денежная прибыль.

Наша важнейшая задача — дать людям работу. Если мы подойдем к ней мудро и смело, эта проблема не окажется неразрешимой. Частично этого можно достичь путем прямого найма работников государством, относясь к этой задаче так же, как к чрезвычайной ситуации во время войны, и одновременно благодаря такой занятости успешно завершить ряд необходимых инженерных проектов, которые стимулируют и реорганизуют наше использование природных ресурсов. Приступая к этой работе, мы должны откровенно признать, что население наших промышленных центров распределено неравномерно, и необходимо перераспределить рабочую силу по всей стране, стремясь к тому, чтобы те, кто лучше всего умеет использовать землю, могли использовать её более эффективно.

Эта задача может быть решена за счёт усилий по повышению цен на различные сельскохозяйственные продукты и использования этих средств для закупки продукции на-

ших городов. Её также можно решить, предотвратив растущие потери, вызванные трагедией закрытия мелких семейных хозяйств и ферм. Её можно решить также благодаря немедленным действиям федерального правительства, правительств штатов и местных органов власти, направленным на значительное сокращение расходов. Её можно решить и путём объединения мер помощи, которые сегодня зачастую носят разрозненный, неэкономичный и неравномерный характер. Её можно решить также путём общенационального планирования и контроля за различными видами транспорта, а также другими мероприятиями, имеющими явно общественный характер. Существует множество способов решения этой задачи, но ни в коем случае не пустыми словами. Мы должны действовать, и действовать быстро.

Наконец, в процессе восстановления экономики нам необходимы две гарантии, чтобы не допустить возвращения пороков прежнего порядка. Необходимо обеспечить строгий надзор за всеми банками, кредитными и инвестиционными операциями, запретить спекуляции чужими деньгами, а также обеспечить достаточный объем стабильной валюты.

Существуют различные пути для начала действий. На предстоящем в ближайшее время внеочередном заседании я подробно изложу новому Конгрессу конкретные меры по их реализации, а также обращусь к соответствующим штатам с просьбой о немедленной поддержке.

С помощью этой программы действий мы наведем по-

рядок во внутреннем управлении страной и достигнем сбалансированности доходов и расходов. Наши международные торговые отношения, несмотря на их огромную важность, с точки зрения времени и необходимости должны подчиняться задаче построения здоровой внутренней экономики. В качестве практического принципа я предпочитаю сначала делать то, что нужно сделать в первую очередь. Я приложу все усилия для восстановления мировой торговли посредством корректировки международной экономики, но внутреннее чрезвычайное положение не может ждать завершения этой работы.

Основная идея этих особых мер, направленных на внутреннее возрождение, не является узким национализмом. Ведь в первую очередь она учитывает взаимозависимость всех людей по всей территории Соединённых Штатов — это признание древности и важности американского духа, духа первопроходцев. Это путь к возрождению, это прямой путь, а также самая весомая гарантия того, что это возрождение будет продолжаться.

В сфере внешней политики я буду привержен политике добрососедства нашей страны — политике страны, которая является решительным и уважающим себя соседом, который благодаря своему самоуважению уважает права других стран, — соседом, который соблюдает взятые на себя обязательства. Я также буду отстаивать достоинство договоров, заключенных с соседними странами.

[Ораторское мастерство в деловой среде]

Важный козырь в деловых переговорах

«Товар продается благодаря своей «оболочке»» — на самом деле, ораторское мастерство и есть эта лучшая «оболочка». В бурном море бизнеса ораторское мастерство раскрывается во всей красе.

Глава 6. Ситуация 8: Продажи и убеждение с помощью эмоций

Если продавец, предлагая товар, владеет искусством убедительной речи и умеет своевременно реагировать на малейшие намеки в высказываниях покупателя, ему будет гораздо легче завоевать доверие покупателя и, таким образом, заключить сделку.

(1) Как вести беседу с покупателем

При общении с клиентом необходимо постоянно учитывать его настроение и чувства. Говорить следует естественным и мягким тоном, с умеренной интонацией и подходящей скоростью речи. Умейте задавать вопросы и направлять разговор, говорите с эмоциональной теплотой, чтобы продемонстрировать клиенту свою искренность, доверие и уважение, сократить психологическую дистанцию между вами и создать атмосферу взаимопонимания. Например, слово «подождите» — если произнести его высоким и резким тоном, оно прозвучит нетерпеливо, что будет проявлением неуважения к собеседнику; если же сказать его мягче, слушатель почувствует естественность и комфорт. А если добавить слова «пожалуйста», это прозвучит ещё искреннее, дружелюбнее и эмоциональнее, что сделает ответ собеседника более благосклонным.

Однажды в магазин фарфора, где царила яркая и разнообразная атмосфера, зашел покупатель. Продавец подошел к нему и спросил: «Сэр, что бы вы хотели посмотреть?» «А, я просто посмотрю». «Что бы вы ни хотели посмотреть, я вам принесу, и ничего страшного, если не купите».» Продавец говорил дружелюбным тоном, и покупателю стало приятно на душе; он сразу же попросил принести с полки фарфоровую миску с золотой каймой. Продавец, подробно рассказывая о месте производства и особенностях изделия, с энтузиазмом помогал покупателю сделать выбор. Покупатель, глубоко тронутый, сказал продавцу: «Сэр, честно говоря, я сначала не собирался ничего покупать, просто хотел посмотреть, но ваши теплые слова „посмотрите, ничего страшного, если не купите“ тронули меня».

Как видно, эмоциональная речь — эффективное средство продвижения товаров.

Кроме того, следует обращать внимание на ритм речи людей. Интонация связана с окружающей средой, в которой человек вырос, и является непроизвольной привычкой. Например, люди, живущие в горной местности, невольно говорят громким голосом; а те, кто живет в местах с более насыщенной культурной атмосферой, говорят естественным, низким и элегантным голосом. Это лишь общие внешние различия, а некоторые тончайшие нюансы практически невозможно выразить словами — их можно лишь почувствовать.

Поэтому необходимо усердно оттачивать это мастерство,

чтобы ваша речь была полна притягательного очарования.

(2) Как пробудить у покупателя желание совершить покупку

Истинная цель маркетолога — установить эмоциональный контакт с собеседником, сократить дистанцию с покупателем, в атмосфере смеха развеять его настороженность и страх быть обманутым, и тем самым достичь цели продажи товара.

Некоторые действуют под лозунгом заботы о покупателе: «Уважаемые господа, даже в разгаре дел нельзя ходить голодными, свежееиспеченные булочки с мясом продаются по сниженной цене!» Некоторые используют благопожелания для продвижения товара: «Как желаете, как желаете, пусть все будет по вашему желанию! Купите «Как желаете» — и получите три повышения подряд». Некоторые, прикрываясь заботой о решении проблем покупателей, громко призывают: «Живете в многоэтажке? Беспокоитесь о воде? Дело не в том, что воды нет, а в том, что давления недостаточно. С автоматическим водонапорным устройством без башни у вас больше не будет проблем с водой в многоэтажке».

Вышеупомянутые рекламные фразы легко произносить, они приятно звучат и отличаются естественным юмором.

(3) Подчеркивание преимуществ товара

Каждый товар имеет своё назначение и особенности, и маркетологи должны изо всех сил дать покупателю почувствовать, что продвигаемый вами товар — единственное, о

чём он мечтает, и побудить его к покупке. Например:

На рынке утром рыботорговец громко кричит: «Свежий карп, восемь юаней за цзинь!» — всячески подчеркивая свежесть. А днём его крик меняется на: «Спешите купить, два цзиня за восемь юаней!» — всячески подчеркивая низкую цену.

(4) Заманчивые аргументы

В своих рекламных речах продавцы, не отступая от правды, но стремясь произвести на покупателя сильное и глубокое впечатление, часто не жалеют слов и всячески преувеличивают такие характеристики товара, как внешний вид, качество и т. д. — это и есть преувеличение. Как правило, преувеличения чаще всего касаются прочности, долговечности, красоты и высокого качества товара. При этом часто используются такие риторические приёмы, как контраст, повторение, параллелизм и метафора, чтобы оставить у покупателя неизгладимое впечатление. Например:

Рекламный слоган телевизоров «Чанхонг» гласит: «Радуга в небе, „Чанхонг“ на земле...» — здесь радуга сравнивается с брендом «Чанхонг». Это прием контраста. Рекламный слоган стиральных машин «Хайер» звучит так: «Стиральные машины „Хайер“ — тщательно спроектированы, тщательно изготовлены, тщательно отобраны, тщательно протестированы...» — это прием параллелизма.

Те, кто продает журналы, делают ставку на жажду знаний: «Новые мировые тенденции, представленные в нашем жур-

нале, вдохновляют вас на новые свершения; здесь вы найдете тайны природы, которые можно исследовать; а также информацию о том, как разбогатеть...» Люди с сильной жаждой знаний, как правило, не могут устоять перед соблазном таких аргументов.

Используйте крайне заманчивые формулировки, дающие покупателю почувствовать, что вы понимаете его мысли и можете предложить ему лучший товар — и он с удовольствием его примет. То есть психологически вы уже сблизились с покупателем.

Кроме того, в процессе продажи часто повторяйте фразы типа «Осталось всего несколько штук» или «Это последние экземпляры» — это стимулирует у покупателя желание обладать товаром и заставляет его неосознанно решить, что даже то, что ему сейчас не нужно, стоит купить. Ведь оставшиеся товары, как правило, стоят дешевле.

(5) Говорите просто и понятно

Речи маркетолога должны содержать определённый объём информации, а формулировки должны быть точными, лаконичными и понятными, чтобы их было легко воспринять. Например:

Клиент спрашивает: «Есть ли хорошее вино?»

Ответ: «Есть».

Вопрос: «Какие есть известные марки?»

Ответ: «Есть Маотай, Улианье, Цзяньнаньчунь, Цюаньсин, Дукан и Гуцзингун». Такой простой и понятный диалог

позволяет передать максимальный объем информации с помощью минимального количества слов.

Напротив, если ответить так: «Хорошего вина у нас много. Не знаете, что вы хотите: белое, красное или фруктовое? С высокой или низкой крепостью? Импортное или отечественное?» Такой ответ, казалось бы, демонстрирует терпение, но на слух звучит слишком многословно. Это не только не удовлетворит покупателя, но и задержит общение с другими клиентами.

Еще один пример:

«Господин Ван, я менеджер отдела продаж компании «Самсунг Электроникс». — Говоря это, он протянул визитную карточку обеими руками. — Наши новейшие телевизоры с «задней проекцией», появившиеся на рынке, пользуются большой популярностью у покупателей. Я побывал в вашем торговом центре и заметил, что телевизоров нашей марки здесь ещё нет в продаже. Я хотел бы поговорить с вами, можно?»

Такой подход отличается открытостью и простотой; если манера разговора и поведение вызывают у покупателя положительное впечатление, успех не заставит себя ждать.

Цель визита продавца-консультанта — продать товар, и для достижения этой цели необходима реклама товара. Успешная реклама требует точных, стандартных, научно обоснованных и доступных формулировок, которые понятны с первого прослушивания и оставляют глубокое впечат-

ление.

(6) Убеждение и побуждение

Самое важное для продавца — убедить покупателя приобрести его товар. Убеждение и побуждение — это использование продавцом методов, способных пробудить у покупателя определённую потребность и, как следствие, побудить его к покупке. В процессе переговоров у покупателя всегда возникают вопросы и возражения, и в таких случаях необходимо умело направлять разговор и использовать гибкую, находчивую речь, чтобы убедить покупателя. Например:

«Мне это не нужно», — высказывает клиент возражение о ненужности товара. Продавец ловко отвечает: «Да, многие сначала думают, что им это не нужно, но, когда по-настоящему понимают, для чего предназначен этот товар, меняют своё мнение». Клиент заинтересовался: «Этот цвет уже давно вышел из моды», — и высказывает возражение по поводу цвета.

«У вас действительно хороший вкус. Если бы это было в прошлом году, я бы тоже считал этот цвет устаревшим. Но сейчас он снова в моде. Ведь устаревают только представления, а цвета — нет, верно?»

«Эта вещь, конечно, хороша, но слишком дорогая», — клиент высказал возражение по поводу цены.

«Неужели? Многие сначала считают его дорогим, но, тщательно обдумав функции и качество товара, приходят к выводу, что он стоит своих денег. По словам производителя,

из-за дефицита сырья цена на этот товар, возможно, даже вырастет!»

«Без гарантийного обслуживания я не рискну купить», — высказал покупатель очередное замечание по поводу гарантии.

«Хотя мы и не предоставляем гарантию на такую продукцию, мы уже вычли стоимость гарантийного обслуживания из цены и снизили розничную стоимость. Если вы тщательно попробуете и выберете подходящий товар, гарантирую, что проблем не возникнет, и в ремонте не будет нужды». Покупатель с уверенностью совершил покупку.

Среди покупателей было много тех, кто высказывал подобные возражения; иногда покупатели намеренно затрудняли процесс, чтобы снизить цену. Однако если продавец ведет себя искренне, говорит убедительно и правильно направляет разговор, большинство покупателей можно убедить. Использование ловких речей для убеждения колеблющихся покупателей часто позволяет достичь цели продвижения товара и заключить сделку.

(7) Умелое использование психологии покупателя

Умелое использование психологии покупателя и способность импровизировать в зависимости от ситуации — это метод, который широко применяется в практике продаж и приносит отличные результаты. Он принесет вам огромную пользу в работе и сделает её легкой и непринуждённой.

Например, когда вы продаете товар молодым людям, мож-

но учесть их психологию и сказать им:

этот товар идеально подходит для молодежи, а современные пожилые люди, поскольку их мышление не успевает за темпами социальных изменений, явно отстают; они не понимают душу молодежи и поэтому не могут принять некоторые новые веяния. Что касается этого товара, то он, безусловно, предназначен для молодежи: он привнесет в вашу жизнь энергию молодости и ощущение быстрого ритма современной жизни; благодаря ему вы сможете ощутить красочность мира, пробудить в себе стремление к самосовершенствованию, а порой даже черпать вдохновение для жизни.

Успешные продажи — это не такая уж сложная задача, однако вам следует обратить внимание на следующие моменты.

① Представляйте товар умеренным тоном. Ваш голос должен звучать дружелюбно и непринуждённо, не вызывать угнетающего впечатления и, по крайней мере, не вызывать у собеседника отторжения. Если ваш собеседник с интересом слушает вашу презентацию, это, как минимум, означает, что он уже заинтересовался вашим товаром.

Однажды в магазин зашла покупательница и долго стояла у прилавка с перчатками. В этот момент её заметила внимательная продавщица, подошла и радушно спросила: «Какие перчатки вам нравятся?» Дама спросила: «А в магазине есть перчатки серебристо-серых тонов?» Продавщица улыбнулась и ответила: «Очень жаль, такие перчатки только что

распродались, новая партия поступит через несколько дней. Я бы посоветовала вам купить белые перчатки».

Выслушав рекомендацию продавщицы, дама ответила: «Белые перчатки тоже неплохи, но они быстро пачкаются». Продавщица тут же подхватила: «Да, белые перчатки действительно быстро пачкаются, но они очень бросаются в глаза и прекрасно сочетаются с вашим нарядом. Сейчас такие белые перчатки в моде, они раскупаются очень быстро, поэтому мы заказали их побольше. На самом деле, если вы будете их часто стирать и у вас будет ещё одна пара на смену, это будет ещё удобнее — вы можете купить две пары белых перчаток».

Увидев искреннее выражение лица продавщицы и услышав её подробное описание, дама улыбнулась и, не задумываясь, купила две пары белых перчаток.

② Поставьте себя на место покупателя. Если вы узнали, чего хочет покупатель и какие у него требования, немедленно примите меры. Если покупателю нужен автомобиль среднего класса, не предлагайте ему «Кадиллак». Если покупателю нужен экономичный автомобиль, предложите ему на выбор несколько моделей с низким расходом топлива. Когда вы поняли требования клиента, откладывать дело — самое глупое, что можно сделать: клиент может быстро передумать, а даже если этого не произойдет, ваша медлительность вызовет у него недовольство и приведет к отказу от покупки. Лучше всего «ковать железо, пока горячо».

Один покупатель подошёл к прилавку с игрушками и взял в руки игрушечный летающий диск с голосовым управлением.

«Здравствуйте! Сколько лет вашему ребенку?» — вежливо спросил продавец, пытаясь установить контакт.

«10 лет».

Ответ покупателя сразу же воодушевил продавщицу: из полученной информации она поняла, что нашла ключ к достижению цели, и тут же перешла в наступление: «10 лет — как раз тот возраст, когда стоит играть с такими летающими тарелками».

Говоря это, она включила игрушечный летающий диск, взяла пульт дистанционного управления и ловко им управляла, одновременно ещё раз подчёркивая свои слова: «Играя с таким летающим диском, ребёнок с раннего возраста развивает в себе сильное лидерское начало». Через две-три минуты презентация товара была завершена, и, как и ожидалось, покупатель задал новый вопрос: «Сколько это стоит?»

«80 юаней».

«Слишком дорого!»

«Тогда 70 юаней».

Продавщица хорошо понимала психологию родителей: ради развития ребёнка большинство родителей готовы пойти на любые затраты. Поэтому она перешла к новому аргументу: «По сравнению с развитием лидерских качеств у ребёнка это просто сущие копейки», — сказала она, улыбаясь

покупателю.

Продавщица ловко достала две новые батарейки и сказала: «Давайте так: эти две батарейки я вам подарю». С этими словами она положила нераспакованную игрушечную летающую тарелку с голосовым управлением вместе с двумя батарейками в запасной пластиковый пакет и протянула его покупателю.

«А не попробуете ли вы её?»

Услышав вопрос покупательницы, продавщица быстро отреагировала: «Качество гарантировано». После оплаты и оформления чека продавщица добавила: «Если возникнут проблемы с качеством, в течение трех дней вы сможете обменять товар по чеку».

③ Старайтесь забыть о себе. В процессе продаж самое сложное — это забыть о себе. Мы всегда хотим подчинить собеседника своей воле, но это очень легко приводит к обратному результату. Помните: право принятия решения о покупке принадлежит покупателю, а наша роль — давать рекомендации, а не отдавать приказы. Навязывание своей воли покупателю вызовет у него только отторжение. Например:

Придя к клиенту, вы видите, что он погружен в работу и явно не может уделить вам время. В этом случае следует сказать: «Не беспокойтесь, продолжайте заниматься своими делами, я зайду к вам в другое время». Или, если беседа с клиентом затянулась, и вы заметили, что он время от времени поглядывает на часы, следует немедленно встать и сказать:

«Уже не рано, мне пора. Извините, что так долго отнимал у вас время». Или если собеседник небрежно поглаживает карман, словно что-то ищет, вам следует немедленно подать ему бумагу, сигареты или то, что ему нужно.

Все жесты и мимика клиента несут в себе определенную информацию: возможно, у него очень мало времени и он не может уделить вам больше внимания, а может, он просто не может найти сигареты... Продавец должен мгновенно реагировать на это. Такое поведение произведет на собеседника хорошее впечатление: он посчитает вас тактичным человеком, внимательно наблюдающим за окружающей обстановкой и поведением людей.

④ Своевременно корректируйте интонацию в зависимости от ситуации с клиентом. «Иногда я бываю скромным, а иногда — весьма резким», — говорит Симан, владелец одной компании, — «Большинство клиентов очень вежливы. Но за 20 лет в бизнесе я сталкивался и со многими эксцентричными деловыми людьми. У них очень своеобразный подход к ведению дел, и они ожидают, что я буду вести себя так же своеобразно, как и они. Один из них выглядел как бандит, но я не хочу становиться бандитом; я не могу быть слишком скромным, ибо, боюсь, что если буду слишком скромным, то останусь ни с чем». Слова Симана подсказывают нам, что мы должны адаптироваться к различным ситуациям, в которых оказываются клиенты.

В большинстве случаев скромность и вежливость вызы-

вают одобрение, но если собеседник ведет себя неразумно или намеренно создает препятствия, а мы продолжаем слепо проявлять любезность, ситуация может принять крайне неблагоприятный оборот. Однако не вызывает сомнений, что большинство людей предпочитают вести дела с теми, с кем у них есть душевное родство — конечно, не в смысле эксцентричности.

(8) Индивидуальный подход к разным клиентам

Разные клиенты обладают разными особенностями, поэтому применение различных методов продаж часто способствует успеху сделки.

① Убеждение клиентов разного пола

Отношение к продажам у представителей разных полов различается. Мужчины, как правило, более прямолинейны и легко принимают решения — покупать или нет. А женщины, напротив, всегда колеблются между «купить» и «не купить»: если вы убедите её, она проявит щедрость; если же вам не удастся вызвать у неё симпатию, то даже самые красноречивые слова не помогут. Например:

покупательница переживает из-за своих маленьких глаз, а вы хвалите её за красивые большие глаза — разве это не вызывает смех и слезы одновременно? Лучше всего сказать ей: «Девушка, вы просто очаровательны!» Завоевав её симпатию, вы сможете перейти к цели продажи. С мужчинами лучше быть прямым: слишком длинные вступительные речи часто вызывают у них раздражение.

② Как убедить пожилых покупателей

Пожилые люди в большинстве своём уже ушли с работы, у них много свободного времени, и они легко испытывают чувство одиночества. Их радость в основном связана с воспоминаниями о прошлом и общением с детьми и внуками, поэтому они особенно любят общаться с другими людьми, причём разговоры у них бывают очень долгими. Это требует от продавца достаточного терпения и умения слушать.

Кроме того, с пожилыми покупателями следует общаться мягким и дружелюбным тоном, чтобы завоевать их доверие. Необходимо терпеливо, внимательно и подробно объяснять им особенности товара.

③ Растопить «лед» в сердце клиента с помощью ненавязчивой похвалы

Как правило, всем нравятся приятные для слуха слова и похвалы со стороны других. Однако похвала должна быть сдержанной и уместной; здесь нужно соблюдать тонкий баланс, который продавец должен почувствовать и уловить. Неумелое использование похвалы или её чрезмерная преувеличенность могут произвести очень плохое впечатление и вызвать отвращение.

Однажды Джилра, продавец бытовой техники, подошел к богатому и ухоженному дому и позвонил в дверь. Хозяйка приоткрыла дверь лишь на небольшую щель и высунула голову. Увидев, что к ней пришел продавец, она резко захлопнула дверь. Гилла снова постучал в дверь и долго ждал, пока

она снова приоткрыла дверь — на этот раз лишь с трудом, на самую щель, — и, не дав Гилле даже слова сказать, сразу же отказалась от его предложения.

Хотя дела шли не очень гладко, Гилла не сдалась и решила сменить тему, чтобы попытаться счастья. Она изменила тон и сказала: «Простите, мадам, я просто хотела купить у вас немного яиц, а не пришла продавать свою продукцию».

Услышав это, хозяйка немного смягчилась, и дверь приоткрылась чуть шире. Джирла продолжил: «Ваши куры выросли просто великолепно, посмотрите, какое у них красивое оперение. Это, наверное, порода «Доминик»? Я хотел бы купить у вас несколько яиц, можно?» В этот момент дверь приоткрылась ещё шире. «Откуда вы знаете, что это куры породы «Доминик»? — спросила хозяйка у Джирлы. Джилла поняла, что её слова уже тронули хозяйку, и продолжила: «У меня дома тоже есть куры, но таких, как у вас, я ещё никогда не видела! Мои куры несут только белые яйца. Вы же знаете, мадам, что для приготовления пирога желтые яйца лучше, чем белые. Сегодня у нас дома будут печь пирог, поэтому я и прибежала к вам...»

Услышав это, хозяйка дома проявила большую радость и пошла в дом за яйцами.

Джирла воспользовался этим коротким моментом, чтобы бегло осмотреться, и заметил, что в доме есть полный набор сельскохозяйственного инвентаря, после чего продолжил разговор с хозяйкой: «Госпожа, я уверен, что вы зараба-

тываете на курах гораздо больше, чем ваш муж на коровах».

Эти слова очень воодушевили хозяйку, ведь её муж никогда не признавал этого, а ей всегда хотелось поделиться своим достижением с другими. Поэтому она провела Гирлу по курятнику, как будто он был её близким другом. Во время экскурсии Гирла время от времени восклицал, и они обменивались общими знаниями и опытом по разведению кур.

Таким образом, они сблизились и могли говорить откровенно. В конце концов, хозяйка дома заговорила о некоторых проблемах с выводением цыплят и трудностях с хранением яиц, и Джилра, не упустив момента, успешно продал ей инкубатор и большой морозильник.

Поэтому чем конкретнее выбор предмета и способа похвалы, тем лучше — это свидетельствует о том, насколько хорошо вы знаете собеседника.

Реакция людей с разным культурным уровнем и разными профессиями на похвалу может сильно различаться, поэтому следует учитывать эти различия. Например, если вы скажете писателю, что вам очень понравилась одна из его статей, он, возможно, лишь слегка улыбнется и даже, на первый взгляд, покажется равнодушным, но на самом деле в душе он уже принял вас в качестве собеседника.

(9) Упоминание о связанных вещах

Клиенты обычно находятся под влиянием других людей или вещей, которые зачастую определяют их решение о покупке. Упоминание о том, что имеет отношение к клиенту,

способствует продаже товара.

① Упоминание связанных компаний

Покупательское поведение людей часто зависит от влияния других людей. Если продавец сможет понять эту психологическую особенность клиента и правильно её использовать, это обязательно принесёт отличный результат.

«Менеджер Хэ, после того как генеральный директор компании Х Х Чжан принял наше предложение, финансовые показатели компании значительно улучшились», — сказал один продавец своему клиенту.

Приведение в пример известных компаний или людей позволяет укрепить свой авторитет, особенно если вы приводите примеры предприятий, которыми клиент восхищается или которые имеют схожий характер — в этом случае эффект будет ещё более заметным.

Для квалифицированного продавца недостаточно одной только искренности и энтузиазма — необходимо также в максимально возможной степени овладеть навыками ведения беседы, чтобы удержать инициативу в переговорах.

② Упоминание знакомых

Скажите клиенту, что вас прислал третий человек. Это своего рода тактика обхода, поскольку у большинства людей есть психологическая склонность «уважать не столько человека, сколько его авторитет», к продавцам, которых рекомендуют друзья или родственники, большинство людей относятся очень вежливо. Например:

«Господин Хэ, ваш хороший друг господин Чжан попросил меня прийти к вам. Он считает, что вы можете заинтересоваться нашими услугами, поскольку эти продукты принесли его компании много пользы и удобств».

Метод продвижения своих услуг под чужим именем очень эффективен, но следует помнить: все должно быть правдой, ни в коем случае нельзя выдумывать, иначе, как только клиент начнет проверять информацию, ваша ложь раскроется.

Чтобы завоевать доверие клиента, лучше всего предъявить визитную карточку или рекомендательное письмо от человека, который вас рекомендовал.

(10) Методы устной рекламы товаров

Существуют определенные методы устной рекламы товаров, которые должны быть ориентированы на интересы клиента: товар будет легко принят клиентом только в том случае, если он представляет для него определенную пользу или имеет значение.

① Реклама, ориентированная на выгоду

Чаще объясняйте клиентам, что они выиграют, рассказывая о преимуществах покупки и использования данного продукта. Например:

Производимые нашим заводом компактные машины для газированных напитков позволяют изготавливать как простые газированные напитки, так и алкогольные коктейли; все затраты окупаются уже через два месяца, а через год можно получить прибыль в размере более 20 000 юаней.

Такая высокая рентабельность, естественно, привлекает покупателей.

② Реклама, ориентированная на функциональность

Следует уделять больше внимания представлению уникальных функций и особенностей товара. Например:

Главная особенность таких космических одеял заключается в их легкости и теплоте: одно такое одеяло весом в два цзиня по своим теплоизоляционным свойствам равноценно одеялу из ваты весом в восемь цзиней. Они подходят как для домашнего использования, так и для гостиниц.

Такая реклама выглядит достоверно и убедительно, что способствует её восприятию целевой аудиторией.

③ Сравнительная реклама

Путем сравнения цен и качества аналогичных товаров, выявляя лучшие и отсеивая худшие, укрепляется уверенность покупателя в правильности выбора. Например:

«Менеджер Чжан, что касается цены, продукция нашей компании является самой дешевой среди аналогичных товаров того же качества. Посмотрите, вот прайс-лист нашей компании, а вот прайс-лист аналогичной продукции другой компании». Продавец показывает два прайс-листа, предлагая клиенту сравнить их — это просто и выглядит убедительно.

Глава 7. Ситуация 9: Требовательный клиент, терпеливое объяснение

Существует такая категория продавцов, которые, казалось бы, знают ответы на все вопросы клиентов как свои пять пальцев. Независимо от того, насколько «трудным» может быть клиент, они всегда выглядят уверенными в себе, но при этом не дают клиенту никакого удовлетворения от общения. Они постоянно раздражают клиентов, из-за чего сделки часто срываются. На самом деле, настоящие профессионалы никогда не используют такой неразумный подход. Отличный продавец всегда терпеливо объясняет и незаметно устраняет сомнения клиента: либо временно подстраивается под настроение клиента и принимает его точку зрения, либо позволяет времени развеять сомнения клиента, и в процессе незаметного воздействия клиент постепенно «поддается».

(1) Как реагировать на отказ клиента

Во многих случаях отказ со стороны клиента вполне ожидаем, и в такой ситуации мы, как маркетологи, должны терпеливо убеждать его. Возможно, он не заинтересован, но после наших уговоров он изменит своё первоначальное решение; возможно, у него нет времени, но после нашего краткого разговора он проявит интерес к покупке нашего продук-

та; возможно, он отвечает отмазками, но после нашего искреннего объяснения у него возникнет желание купить; возможно, он придумал отговорку, чтобы оттянуть время, но наша настойчивость тронет его... Поэтому, сталкиваясь с отказами клиентов, описанными ниже, мы должны терпеливо убеждать.

Если клиент скажет: «У меня нет времени», то продавец должен ответить: «Я понимаю. Мне тоже всегда не хватает времени. Но всего три минуты — и вы убедитесь, что это тема, которая для вас абсолютно важна...»

Если клиент скажет: «Сейчас я занят», — продавец должен ответить: «Сэр, американский миллиардер Рокфеллер говорил, что один день в месяц, посвящённый тщательному планированию финансов, важнее, чем целых 30 дней работы! Нам понадобится всего 25 минут! Пожалуйста, назначьте дату и выберите время, удобное для вас! В понедельник и вторник я буду рядом с вашей компанией...»

Если клиент скажет: «Мне это неинтересно», то продавец должен ответить: «Да, я полностью понимаю: к тому, во что вы не верите или о чём у вас нет информации, вы, конечно, не можете сразу проявить интерес; сомнения вполне обоснованы и естественны. Позвольте мне объяснить вам...»

Если клиент скажет: «Я не заинтересован в участии!», то продавец должен ответить: «Я прекрасно понимаю, сэр, что просить вас проявить интерес к чему-то, о пользе чего вы не знаете, — это слишком большая просьба. Именно поэтому

я и хочу лично доложить вам об этом или дать разъяснения. Могу я зайти к вам в понедельник или вторник?».

Если клиент скажет: «А как насчёт того, чтобы вы прислали мне материалы?», то продавец должен ответить: «Сэр, наши материалы представляют собой тщательно разработанные планы и проекты, которые необходимо сопровождать устными разъяснениями специалиста, а также корректировать индивидуально для каждого клиента с учётом его личной ситуации — это как пошив одежды на заказ. Поэтому лучше всего, если я зайду к вам в понедельник или вторник. Что вам больше подходит: утро или день?»

Если клиент скажет: «Извините, у меня нет денег», то продавец должен ответить: «Сэр, я понимаю, что только вы сами лучше всех знаете своё финансовое положение. Однако разработка комплексного плана сейчас принесёт наибольшую пользу в будущем! Могу я зайти к вам в понедельник или вторник?» Или сказать: «Я понимаю. Ведь не так много людей, у которых есть всё, чего они хотят. Именно поэтому мы сейчас выбираем способ, позволяющий получить максимальную прибыль при минимальных вложениях — разве это не лучшая гарантия на будущее? В этом вопросе я готов внести свой вклад. Могу ли я прийти к вам в следующую среду или в выходные?»

Если клиент скажет: «На данный момент мы пока не можем определить, как будет развиваться бизнес», — тогда продавец должен ответить: «Сэр, мы, как маркетологи, тоже

беспокоимся о будущем развития этого бизнеса. Пожалуй-ста, ознакомьтесь с нашим предложением и посмотрите, является ли оно осуществимым. Как вам удобнее: в понедельник или во вторник?»

Если клиент скажет: «Чтобы принять решение, мне сначала нужно посоветоваться с партнером», — то продавец должен ответить: «Я полностью понимаю, сэр. Когда мы сможем поговорить с вашим партнером?»

Если клиент скажет: «Мы свяжемся с вами позже!», то продавец должен ответить: «Сэр, возможно, у вас сейчас нет особого желания, но я всё же с удовольствием расскажу вам, что участие в этом проекте принесёт вам огромную пользу!»

Если клиент скажет: «В конце концов, вы всё равно хотите что-то продать!», то продавец должен ответить: «Конечно, я очень хочу продать вам что-то, но я сделаю это только в том случае, если смогу предложить вам то, что вы сочтёте перспективным. Давайте обсудим это вместе? Мне зайти к вам в следующий понедельник? Или лучше в пятницу?»

Если клиент скажет: «Мне нужно сначала хорошенько об этом подумать», — то продавец должен ответить: «Сэр, разве мы уже не обсудили все основные моменты? Позвольте мне спросить прямо: что именно вас беспокоит?»

Если клиент скажет: «Я ещё подумаю, позвоню вам на следующей неделе!», то продавец должен ответить: «Буду рад вашему звонку, сэр. Может, так будет проще? Я позвоню вам в среду ближе к вечеру, или вам больше подходит четверг

утром?»

Если клиент скажет: «Мне нужно сначала посоветоваться с женой!», то продавец должен ответить: «Хорошо, сэр, я понимаю. Можно ли договориться о встрече с вашей супругой? На эти выходные или в любой другой день, который вам удобен?»

Конечно, существует множество подобных отказов, но способ их преодоления остается тем же: нужно превратить отказ в согласие, поколебать желание клиента отказаться, а затем, воспользовавшись моментом, подтолкнуть его к принятию своего предложения.

(2) Урегулирование конфликтов с клиентами разных типов

Продавцы весь день общаются с самыми разными людьми, поэтому возникновение конфликтов неизбежно. Если продавец не уделяет внимания методам и навыкам урегулирования конфликтов, противоречия с клиентами будут усугубляться, что негативно скажется на имидже продавца и репутации компании, что, очевидно, не способствует продаже товара. Только благодаря искусству устного общения можно урегулировать конфликты и превратить неблагоприятную ситуацию в благоприятную.

① В отношении молчаливых людей

Некоторые люди говорят мало, задают только один вопрос и отвечают одним предложением — это не страшно. Даже если собеседник реагирует с задержкой, ничего страшного. С

такими людьми следует говорить как можно более конкретно. То же самое касается и тех, кто не слишком общителен: такой подход, напротив, помогает превратить их в лояльных клиентов.

В Японии был менеджер по имени Сато, у которого автомобиль был уже очень старым и изношенным. Однако он привык к тяжелой работе в период становления своего бизнеса, и, хотя теперь у него появились деньги, он никак не мог заставить себя купить новую машину. Кроме того, он был очень упрямым и замкнутым человеком и не любил общаться с людьми.

Такие успешные в бизнесе люди, как он, являются лучшими потенциальными клиентами для любых автосалонов, но в течение долгого времени никому не удавалось успешно продать ему автомобиль.

Каждый раз, когда продавцы вели с ним переговоры, они неизменно говорили: «Ваша машина слишком потрепанная и старая, она не соответствует вашему статусу...», «Вашу развалину приходится ремонтировать чуть ли не каждый день, а сколько же это будет стоить...» и тому подобное. Такие слова никому не понравятся, и Сато не был исключением.

Позже один из продавцов сказал ему следующее: «Ваша машина ещё прослужит несколько лет, и сейчас менять её на новую было бы немного жаль. Но то, что она прошла 120 000 миль, говорит о том, что вы действительно великолепно-

ный водитель!»

Эти слова по-настоящему задели Сато за живое: он всегда гордился своим мастерством вождения, и, услышав похвалу продавца, он разговорился...

В итоге Сато купил себе новую машину.

Почему же этому продавцу удалось заключить сделку? Потому что он сумел найти повод для похвалы даже в том, что, казалось бы, не заслуживает похвалы. Именно эти слова похвалы помогли ему убедить собеседника.

② Для тех, кто любит хвастаться

Некоторые люди любят выставлять себя в выгодном свете и постоянно говорят: «Я такой-то и такой-то». Такие люди больше всего любят слышать лесть и похвалу. Обычному человеку достаточно пяти похвал, а такому человеку нужно сказать по крайней мере десять раз.

③ В отношении неприятных людей

Некоторые люди действительно невыносимы: они, кажется, умеют говорить только враждебные слова, и единственной целью или удовольствием их жизни является язвить, принижать и отрицать других. Для продавца такие люди, без сомнения, являются самыми головными болями. Хотя такие люди доставляют много хлопот, не следует забывать, что у них, как и у всех, есть желание чего-то добиться. Часто такие люди испытывают сильное желание получить признание, поскольку им трудно доказать свою ценность. С такими людьми следует «лечить болезнь по ее природе», особенно в случае

с теми покупателями, которые безосновательно придираются и не намерены приобретать товар: нельзя проявлять занужненную самооценку, а необходимо, опираясь на собственное достоинство, дать им адекватный отпор.

В США есть один универмаг, у входа в который стоит большой рекламный щит с надписью: «У нас есть всё. Если чего-то нет в наличии, мы выплатим штраф в размере 100 тысяч».

Один случайный посетитель очень хотел получить 100 000, поэтому специально пришёл сюда, чтобы придраться. Он подошёл к продавцу и спросил: «Подводная лодка, подводная лодка! Где она?» Продавец отвел его на 29-й этаж и действительно показал покупателю товар.

Тот, не обращая на это внимания, не задумываясь, спросил: «А космический корабль есть?»

Продавец промолчал и снова отвел его на 32-й этаж, где действительно нашел космический корабль.

Этот парень всё ещё не сдался и даже спросил: «А есть ли здесь люди, у которых пупок находится на ступнях?» Он втайне радовался, полагая, что на этот вопрос менеджер по продажам точно не сможет ответить.

Но, как ни странно, продавец, не выдав своих эмоций, сказал одному из коллег: «Покажи этому гостю, как стоять на руках».

Этот придиричивый клиент оказался в очень неловком положении. В общении с неразумными клиентами не стоит

действовать по общепринятым правилам — тогда они сами поймут, что это бессмысленно, и уйдут.

④ В отношении нерешительных людей

Такие люди не имеют собственного мнения, часто ведут себя пассивно и с трудом принимают решения. В общении с ними нужно твёрдо удерживать инициативу, с уверенностью использовать навыки продаж, постоянно давать им конструктивные советы, часто прибегать к утвердительным формулировкам и, конечно же, не забывать подчеркивать, что вы учитываете его точку зрения. Продолжайте так действовать до тех пор, пока не подтолкнёте его к принятию решения или, незаметно для него, не примете решение за него.

Некоторые покупатели часто отвечают продавцам следующим образом: «Дайте мне подумать!», «Я ещё посмотрю», «Я немного подумаю и вернусь через два-три дня», «Насчёт этого товара мне нужно посоветоваться с супругом» и т. д. На первый взгляд может показаться, что сделка состоится, но на самом деле это лишь вежливый отказ со стороны покупателя. В этот момент продавец может сказать: «Мне действительно очень жаль». Клиент, напротив, почувствует себя озадаченным, и тогда продавец сможет вернуть разговор в нужное русло. Негативные мысли, зародившиеся в голове клиента, часто исчезают, уступая место желанию совершить покупку. Клиенты могут даже сказать: «Простите меня за то, что я сказал раньше. Не могли бы вы ещё раз рассказать мне об особенностях товара?»

То есть, когда клиент колеблется, одна безобидная фраза может вернуть ускользающую возможность продажи — в этом и заключается мастерство языка продаж, в этом и заключается его очарование.

⑤ Взаимодействие с эрудированными людьми

Люди с обширными знаниями — самые простые в общении клиенты, а также те, от которых продавец может извлечь наибольшую выгоду. Общаясь с такими клиентами, не следует упускать возможность, а нужно внимательно слушать собеседника, чтобы почерпнуть полезные для себя знания и информацию. Внимательно слушая, следует также выражать естественную и искреннюю одобрительную реакцию. Такие люди, как правило, великодушны и мудры; чтобы убедить их, достаточно уловить суть, не нужно много слов и особых усилий — одного этого достаточно для заключения сделки.

⑥ Люди, любящие торговаться

У некоторых людей, похоже, есть особая страсть к торгу, и они готовы торговаться даже за тарелку лапши или один цзинь овощей. Такие люди часто самодовольно радуются той крошечной выгоде, которую удалось извлечь благодаря торгу. С такими людьми стоит пойти навстречу их самолюбию и сделать небольшую уступку на словах. Например:

можно сказать ему: «Я ведь никогда не продавал по такой низкой цене», или: «Ничего не поделаешь, раз вы ко мне попали, придется продать по самой низкой цене». Так он почувствует, что купил дешевле, и при этом подтвердит свои

навыки торговца, и с удовольствием согласится.

⑦ В отношении людей с неторопливым характером

Некоторых людей нельзя торопить: если они не до конца разобрались в каждом вопросе, не стоит ждать от них решения. С такими людьми нужно подходить индивидуально: ни в коем случае нельзя проявлять нетерпение, беспокойство или оказывать на них давление. Следует стараться подстроиться под их темп, шаг за шагом доказывать и направлять их, и тогда всё сложится само собой. Такой подход также полезен для развития профессиональных качеств продавца.

⑧ В отношении нетерпеливых людей

Нетерпеливые люди хотят получать лаконичную и убедительную информацию, они не любят ходить вокруг да около. Как маркетолог, вы должны быть полны энергии и давать четкие, точные и эффективные ответы на вопросы собеседника. Если ваши ответы будут слишком затянутыми, такие люди могут потерять терпение и уйти, не дослушав до конца. Поэтому, общаясь с людьми этого типа, старайтесь говорить лаконично, уделяя внимание сути и избегая лишних слов.

Мартин — издатель одного американского журнала, он курирует вопросы тиража, связей с общественностью и рекламы. Кроме того, он является единственным торговым представителем издательства в регионе Новой Англии. Однажды, ближе к концу рабочего дня, ему позвонил рекламный агент Джек, представлявший «Фидуал Инвестментс» — крупнейшего клиента Мартина.

Джек был в ярости, потому что Мартин допустил ошибку в одной из важных статей важного счета-фактуры.

«Извините, я не расслышал, что вы сказали, — ответил Мартин. — Позвольте мне проверить и дать вам ответ завтра утром, хорошо?»

Такое объяснение оказалось совершенно бесполезным. Джек продолжал ругаться. «Фидус» был крупнейшим клиентом Мартина, и ему ничего не оставалось, как сдержать гнев и сказать: «Если вы хотите меня обругать, разве не будет проще сделать это при личной встрече? Я нахожусь недалеко от вас, могу ли я приехать прямо сейчас?»

«Забудьте, я занят», — сказал Джек и повесил трубку.

В тот же вечер Мартин полностью изучил все необходимые материалы и подготовился ко всему.

Хотя клиент и не согласился на личную встречу, Мартин всё же решил прийти без приглашения, чтобы поговорить с Джеком и продемонстрировать свою искреннюю готовность решить проблему.

⑨ В отношении непостоянных людей

Такие люди легко увлекаются новинками, легко принимают решения и так же легко их меняют. Если он уже купил продукт другой компании, у вас всё ещё есть шанс убедить его перейти на новый, однако даже если он на этот раз купит продукт вашей компании, не стоит рассчитывать, что в следующий раз он снова станет вашим постоянным клиентом.

Однажды Марин Кей, мастер по продажам косметики, за-

шла с подругой в магазин одежды и услышала разговор двух девушек, стоящих рядом. Одна из девушек была блондинкой, другая — брюнеткой. Блондинка купила новое платье, которое ей очень шло, и брюнетка похвалила её: «На том платье, которое ты только что сняла, были очень красивые пуговицы». Блондинка вдруг немного рассердилась: «Что это за дрянное платье? Пуговицы ужасно уродливые. Посмотри на это».

В этот момент Мэрин Кей и её подруга подошли к ним. Мэрин Кей с улыбкой обратилась к блондинке: «У этого платья очень красивый воротник, он подчеркивает изящество твоей шеи, как у благородной принцессы. Если бы ты ещё надела ожерелье, то образ был бы просто идеальным».» Блондинка обрадовалась, ведь она думала точно так же. Она сказала, что у брюнетки нет вкуса, но та не согласилась: «Я тоже так думаю, просто не сказала об этом».

Мэрин Кей обратилась к девушке с тёмными волосами: «Вообще-то, ты могла бы примерить это платье — оно особенно хорошо подчеркивает твою изящную фигуру». Девушка с тёмными волосами тоже обрадовалась. «Конечно, если бы вы немного ухаживали за кожей лица, это придало бы вам ещё больше элегантности». Так трое девушек начали беседовать на тему красоты и макияжа — это было то, в чём Мэрин Кей преуспевала и что ей больше всего нравилось.

⑩ Для людей, склонных к подозрительности

Такие люди склонны к подозрительности и легко прояв-

ляют сопротивление по отношению к словам других. Ключ к тому, чтобы убедить такого человека совершить покупку, заключается в том, чтобы он понял вашу искренность или почувствовал, что вы серьезно относитесь к его сомнениям. Например:

В разговоре с весьма подозрительным клиентом вы можете сказать: «Ваш вопрос действительно попал в самую точку. У меня тоже бывали подобные мысли, но чтобы хорошо решить эту проблему, нам нужно еще много обменяться мнениями».

(3) Табу в общении с клиентами

① Не вступайте в споры

Когда продавец общается с клиентом, он пришел продавать товар, а не участвовать в дебатах. Нужно понимать, что споры с клиентом не только не решают никаких проблем, но и вызывают у него неприязнь.

Прежде всего, продавец должен понимать, что у клиентов бывают разные представления и мнения о продукте, и нужно давать им возможность высказаться и высказывать иные точки зрения. Если вы намеренно вступаете с клиентом в острую дискуссию, то даже если вы возьмете верх, одержите победу, опровергнете клиента до такой степени, что он потеряет дар речи и покраснеет, вы, конечно, почувствуете удовлетворение и радость, но при этом потеряете клиента и упустите сделку.

Никогда не забывайте о своей профессии и о том, кто вы

есть.

Продавец грузовых автомобилей Джордж отправился на встречу с одним из бизнесменов, который ранее приобрел автомобиль у их компании. При встрече Джордж, как обычно, первым делом протянул свою визитную карточку: «Здравствуйте, я продавец компании по продаже грузовых автомобилей, меня зовут...»

Не успел он произнести и нескольких слов, как клиент очень суровым тоном прервал Джорджа и начал жаловаться на всевозможные неприятности, связанные с покупкой автомобиля: плохое обслуживание, неправдивые ценовые предложения, несоответствие салона и комплектации, слишком долгий срок ожидания при передаче автомобиля...

Клиент без умолку перечислял недостатки компании Джорджа и продавца, который тогда продавал ему автомобиль, а Джордж мог только молча стоять в стороне, внимательно слушая и не произнося ни слова.

Наконец, клиент выплеснул всю накопившуюся за время недовольство. Когда он немного перевёл дух, то вдруг заметил, что этот продавец ему кажется совершенно незнакомым. Тогда он, немного смутившись, обратился к Джорджу: «Молодой человек, как вас зовут? Есть ли сейчас на сайте какие-нибудь более приличные модели? Принесите мне каталог, чтобы я мог посмотреть, и расскажите мне о них».

Когда Джордж уходил, он был так взволнован, что чуть не подпрыгнул от радости, ведь в руках у него были заказы на

две грузовые машины.

② Не следует задавать наводящие вопросы

Общаясь с клиентом, продавец должен понимать и уважать его мысли и точку зрения, помнить, что у каждого свои стремления, и нельзя ничего навязывать, ни в коем случае не следует вести разговор с клиентом в форме допроса. Например:

«Почему вы не покупаете наш товар?»

«Почему у вас сложилось предубеждение по отношению к нашему продукту?»»

С какого права вы называете нашу компанию мошеннической?

Подобные вопросы, задаваемые в инквизиторском или допросном тоне, свидетельствуют о невежливости продавца, отражают неуважение к человеку и наносят наибольший ущерб чувствам и самоуважению клиента.

Запомните! Если вы хотите завоевать расположение и признание клиента, избегайте вопросов в форме допроса.

③ Избегайте приказов

Общаясь с клиентом, продавец должен чаще улыбаться, быть более дружелюбным, говорить тише и мягче, использовать интонацию, характерную для консультации, переговоров или обращения за советом, и ни в коем случае не разговаривать с человеком в приказном или поучительном тоне.

Прозвенел дверной звонок, и на ступеньках у входа стоял элегантно одетый господин. Когда хозяин открыл дверь, этот

человек с улыбкой спросил: «У вас дома есть высококлассный кухонный блендер?» Хозяин ошеломился. Этот неожиданный вопрос заставил его растеряться, не зная, как ответить. Он повернулся к жене, чтобы посоветоваться с ней. Жена, чувствуя некоторое замешательство, но в то же время испытывая любопытство, ответила: «У нас есть кухонный блендер, но он не особо высококлассный». Продавец ответил: «У меня есть высококлассный, посмотрите, может, вам стоит заменить его на эту модель». С этими словами он достал из сумки высококлассный кухонный блендер. В результате, как и следовало ожидать, супруги согласились на его предложение.

Человеку важно иметь самосознание и ясно понимать, какое место он занимает в глазах клиента. Вам нужно всегда помнить одно: вы не являетесь руководителем или начальником клиента, у вас нет права указывать ему, отдавать приказы или давать указания — вы всего лишь продавец.

④ Не притворяйтесь

В процессе продаж ваша искренность поможет раскрыть закрытое сердце собеседника.

Однажды агент по страхованию пришёл в ресторан, чтобы встретиться с владельцем. Как только тот услышал, что это представитель страховой компании, его улыбка мгновенно исчезла.

«Страховка — это ерунда, она совершенно бесполезна. Почему? Потому что деньги можно получить только после

моей смерти, что это за дело?»

«Я не отниму у вас много времени, просто уделите мне несколько минут, чтобы я мог всё объяснить!»

«Я сейчас очень занята. Если у вас так много свободного времени, почему бы вам не помочь мне помыть посуду?»

Владелец ресторана сначала хотел подразнить страхового агента, но не ожидал, что молодой агент действительно снимет пиджак, закатает рукава и начнёт мыть посуду. Хозяйка ресторана сильно испугалась и закричала: «Не нужно так делать! Нам действительно не нужна страховка! Поэтому, что бы вы ни говорили и ни делали, мы ни за что не заключим договор. Лучше не тратьте зря время и силы!»

Страховщик приходил мыть посуду каждый день, но владелец магазина по-прежнему безжалостно говорил ему: «Сколько бы раз ты ни приходил, это бесполезно. Тебе не нужно больше это делать. Если ты достаточно умен, лучше поскорее найди себе другого клиента!»

Но этот терпеливый страховой агент по-прежнему приходил мыть посуду каждый день: прошло 10, 20, 30 дней. На 40-й день владелец магазина, который так ненавидел страховку, наконец-то был тронут терпением этого молодого человека и в конце концов согласился оформить страховку на крупную сумму. Более того, он даже привёл этому терпеливому молодому страховому агенту немало клиентов!

⑤ Избегайте прямолинейности

Мы можем поучиться у следующих двух продавцов их де-

ликатным методам продаж.

Один продавец сказал клиенту: «Старик Ли, знаете, что самое ленивое в мире?» Клиент был озадачен, но ему стало любопытно. Продавец продолжил: «Это деньги, которые вы прячете и не используете. На них можно было бы купить наш кондиционер, чтобы вы провели прохладное лето».

Один продавец ковров сказал покупателю: «Всего за 1 мао 6 фэней в день вы сможете застелить свою спальню ковром». Покупатель удивился, и продавец продолжил: «Площадь вашей спальни составляет 12 квадратных метров, цена ковра нашего завода — 24,8 юаня за квадратный метр, таким образом, это обойдется в 297,6 юаней. Наши ковры служат 5 лет, по 365 дней в году, так что средние ежедневные расходы составляют всего 16 fen».

⑥ Не критикуйте

Общаясь с покупателем, если мы замечаем у него какие-то недостатки, не следует критиковать его или поучать прямо в лицо, и тем более не стоит громко упрекать его. Нужно понимать, что критика и упреки не решают никаких проблем, а лишь вызывают у собеседника обиду и неприязнь. В разговоре с людьми следует чаще использовать слова благодарности и похвалы; даже если вы заметили у покупателя недостатки или ошибки, критикуйте его тактично, намекая на проблему косвенно.

В продуктовый магазин зашла женщина и, разгневанная, стала высказывать претензии продавцу.

Женщина сказала: «Сегодня я попросила своего сына купить у вас джем, почему его вес не соответствует указанному?»

Продавец вежливо ответил: «Пожалуйста, пойдите домой и взвесьте ребёнка, посмотрите, не прибавил ли он в весе».

Женщина вдруг всё поняла и, успокоившись, ушла.

⑦ Не будьте холодными

Общаясь с покупателями, нужно проявлять теплоту, говорить искренне, а в речи и поведении должны отражаться настоящие чувства. Будьте радушны и открыты, говорите от души — главное в разговоре — искренность.

Как гласит пословица: «Ничто так не трогает сердце, как чувства». Эти «чувства» — это искренние эмоции продавца; только проявив свои настоящие чувства, можно вызвать эмоциональный отклик у собеседника. В разговоре холодность неизбежно приводит к неловкой тишине, а неловкая тишина — к срыву сделки; более того, из-за этого клиент может навсегда отказаться от покупки товаров вашей компании.

Глава 8. Ситуация 10.

Обслуживание за прилавком: вежливости много не бывает

Продавец является представителем компании-производителя и занимает ключевую позицию в процессе взаимодействия между производителем и покупателем. На плечах продавца часто лежит двойная ответственность: с одной стороны, он несет ответственность перед производителем за продажу товара; с другой — перед потребителем, которому он должен предоставить удовлетворяющие его потребности товары и услуги.

(1) Дайте покупателю повод почувствовать себя «богатым»

У прилавка с ювелирными изделиями и драгоценными камнями в одном из крупных парижских универмагов пара в элегантной одежде проявила большой интерес к нефритовому кольцу, цена которого составляла 10 000 франков. Продавец, заметив их колебания, понял, что они считают цену слишком высокой. Тогда он с улыбкой сказал: «Это кольцо действительно стоит немного дороже, но оно просто великолепно. Многие, увидев его, влюбляются в него, но в итоге все же не покупают. Жена президента одной страны носила его на пальце и не хотела снимать, но потом поменяла его на

кольцо по более доступной цене. Может, вам стоит посмотреть что-нибудь ещё, может, найдёте что-то по душе?»

Супруги бросили взгляд на продавца, и дама сказала: «Раз это подарок от жены президента, как я могу его не взять?» И тут же расплатилась и приобрела кольцо.

(2) Относитесь к покупателям искренне и вежливо

Как гласит пословица: «Без улыбки не открывай магазин». Когда покупатель приобретает товар, продавец должен участвовать во всем процессе покупки. От отношения продавца зависит не только заключение сделки, но и то, вернется ли покупатель в следующий раз. В этот момент продавец представляет не только себя, но и имидж компании. Энтузиазм, вежливость и искренняя улыбка способны растопить лед, сгладить конфликты и завоевать признание.

Однажды один покупатель спросил продавца: «Каждый раз, когда я вас вижу, вы улыбаетесь так лучезарно. У вас что, никогда не бывает неприятностей?» Продавец ответил: «Бывают, но как только я захожу в магазин, я перестаю быть прежним собой. Я временно забываю о неприятностях и всем сердцем посвящаю себя обслуживанию покупателей!» В этой простой фразе прослеживается высокий профессионализм и любовь к своему делу. Только продавец, обладающий таким ценным духом, способен дарить искреннюю и естественную улыбку, исходящую из глубины души.

Когда покупатель испытывает сильное недовольство обслуживанием или объяснениями какого-либо продавца, у

него возникает психологическое отторжение. Если этот продавец продолжит объяснять покупателю, руководствуясь своими субъективными представлениями, недовольство и гнев покупателя только усугубятся. Поэтому в такой ситуации лучший способ — попросить этого продавца временно отойти в сторону и пригласить другого продавца для урегулирования ситуации. Точно так же, когда клиент находится в состоянии сильного эмоционального возбуждения, он часто повышает голос, пытаясь перекричать собеседника, чтобы доказать свою правоту. В этот момент лучше всего сменить обстановку (или время) и поговорить с клиентом — такой подход к устранению его недовольства будет более эффективным. Например:

«Господин, пожалуйста, не кричите здесь...» (неправильно)

«Я считаю... а вы мне всё равно не верите...» (неправильно)

Ну, как хотите... Я имею в виду... (неправильно)

«Сэр, простите, мой коллега только что...» (правильно)

Здравствуйте, давайте поговорим в стороне... (правильно)

(3) Уверенность и решительность

Если продавец ведет себя непринужденно и с достоинством, говорит чётко и изящно, проявляет теплоту и сдержанность, а его движения лаконичны и четкие, это создаст у покупателя ощущение дружелюбия, радости, непринуждённости.

ности и комфорта. Напротив, легкомысленное поведение, грубые высказывания или неторопливые, небрежные движения вызовут у покупателя раздражение.

(4) Непрямой путь — лучший путь

Однажды продавец обслуживал пожилую женщину, которой было под шестьдесят. Старушка выбрала две зубные щетки, но, поскольку продавец был занят обслуживанием другого покупателя, она поблагодарила его и ушла.

Только тогда продавец вспомнил, что ещё не взял с неё деньги.

Увидев, что пожилая дама ушла недалеко, продавец слегка повысил голос и очень любезно сказал: «Бабушка, посмотрите...»

Пожилая дама подумала, что что-то забыла на прилавке, и вернулась. Продавец поднял упаковочную бумагу, которую держал в руках, и сказал: «Бабушка, простите, посмотрите, я забыл завернуть ваши зубные щетки. Если вы будете держать их так, на них легко осядет пыль, а это негигиенично, ведь это предметы, которые попадают в рот».

С этими словами она взяла зубную щётку у пожилой женщины и ловко завернула её, говоря: «Тетя, эта зубная щётка стоит три юаня за штуку, две штуки — шесть юаней».

«Ой, посмотрите, я забыла заплатить, простите!»

Сказав это, старушка без колебаний заплатила.

Этот продавец, применив тактику «обходного пути», совершенно естественно пригласил бабушку вернуться и так

же естественно перевел разговор на цену зубных щеток; благодаря этому небольшому подсказке бабушка сразу же всё поняла.

(5) Не ругайте и не ставьте в неловкое положение покупателей

Покупатели подходят к прилавку по порядку, и продавец должен обслуживать их по очереди. При выдаче сдачи продавец должен руководствоваться принципом «трудности оставляй себе, удобства предоставляй покупателю» и постараться решить проблему; ни в коем случае нельзя просто сказать «у меня нет сдачи» и переложить проблему на покупателя, не обращая на него внимания. Если при приеме оплаты случайно обнаруживаются фальшивые купюры, можно обратить на это внимание покупателя, разъяснить ему ситуацию и действовать в соответствии с действующими правилами и процедурами, не ругая и не создавая неудобств покупателю, чтобы не вызвать ссору. Если замечено неправомерное поведение покупателя, следует деликатно указать на это, выбрав такой способ, который позволит ему принять замечание и исправить ситуацию.

Во время Великой депрессии в США одна 17-летняя девушка по счастливой случайности устроилась продавцом в элитный ювелирный магазин. В тот день в магазин зашел молодой человек в рваной одежде, с печальным выражением лица, пристально вглядывающийся в драгоценные украшения.

В этот момент зазвонил телефон, и девушка, подойдя к аппарату, нечаянно опрокинула блюдо, и шесть колец с драгоценными камнями упали на пол. В спешке она подняла пять из них, но шестое никак не могла найти. В этот момент она заметила, что молодой человек в рваной одежде в панике направляется к выходу. Мгновенно она поняла, где оказалось шестое кольцо. Когда молодой человек подошёл к двери, она окликнула его: «Простите, сэр!»

Молодой человек обернулся и спросил: «В чём дело?»

Девушка посмотрела на его искажённое лицо и промолчала.

Молодой человек добавил: «В чём дело?»

Только тогда девушка с печальным выражением лица сказала: «Сэр, это моя первая работа, сейчас очень трудно найти работу, правда?»

Молодой человек нервно взглянул на девушку, и на его подергивающемся лице наконец появилась улыбка. Он ответил: «Да, это действительно так».

Девушка сказала: «Если бы на моем месте был ты, ты бы отлично справлялся с этой работой!»

Наконец молодой человек отступил назад, протянул ей руку и спросил: «Могу я пожелать тебе удачи?»

Девушка тоже сразу протянула руку, и их руки крепко сжались. Девушка по-прежнему очень мягким голосом сказала: «И тебе удачи!»

Молодой человек развернулся и ушел. Девушка подошла

к прилавку и положила шестое кольцо, которое держала в руке, на прежнее место.

Глава 9. Ситуация 11: Реагирование на жалобы без спешки и раздражения

Продавцам приходится иметь дело с самыми разными людьми, и конфликтов избежать очень трудно. Если не уделять внимания методам и навыкам их урегулирования, это может усугубить противоречия с покупателями и негативно повлиять на продажи продукции. Только благодаря искусству устного общения можно урегулировать конфликты и превратить неблагоприятную ситуацию в благоприятную.

(1) Рассматривать проблему с точки зрения клиента

Чтобы правильно определить суть жалобы клиента, продавец должен рассматривать её с точки зрения клиента. Если время от времени поставить себя на место клиента, многие проблемы легко решаются.

Кроме того, при решении проблем продавец должен проявлять искренность: ни в коем случае нельзя говорить одно, а думать другое, улыбаться натянуто или просто позволять клиенту выговориться, а самому стоять в стороне и глупо улыбаться, давая клиенту почувствовать, что вы его обманываете.

Поэтому при работе с жалобами продавец должен действовать искренне: независимо от того, обоснованы ли жа-

лобы клиента или нет, он должен принести ему извинения. Например:

Уважаемый господин/госпожа, приносим свои искренние извинения, похоже, мы доставили вам немало хлопот...

Простите, это наша оплошность...

Мы приносим свои искренние извинения за доставленные неудобства...

(2) Не поддавайтесь эмоциям разгневанного клиента

Когда клиент злится, его эмоции всегда легко выходят из-под контроля, и он особенно чувствителен к проявлениям недоверия или легкомысленного отношения со стороны продавца.

Госпожа Хуан пошла в один из универмагов, чтобы купить восстанавливающий крем для кожи вокруг глаз определенной марки. Придя в магазин, продавщица сказала, что этот крем сегодня распродан, и порекомендовала другой крем для глаз той же марки. Однако, вернувшись домой, госпожа Хуан внимательно прочитала инструкцию и поняла, что этот крем предназначен для устранения «гусиных лапок» в уголках глаз, а не для тех целей, которые ей нужны. Она вернулась в этот универмаг, чтобы потребовать возврата товара. Как только продавщица услышала о возврате, её лицо сразу же омрачилось — она стала совершенно не похожа на ту, которая раньше занималась продажами, — и сказала: «Косметика не подлежит возврату, если качество продукции в порядке и она подходит для кожи потребителя». Услышав это,

госпожа Хуан тоже разозлилась: «Я с самого начала не хотела именно этот крем, а вы говорили, что он такой же, и настойчиво рекомендовали именно его...» Продавец слушал жалобы госпожи Хуан рассеянно, с выражением пренебрежения на лице, что окончательно вывело госпожу Хуан из себя, и она обратилась к менеджеру отдела торгового центра с требованием строго наказать этого продавца.

Из этого примера видно, что продавца можно считать частично виновным: он должен был избегать обострения эмоций покупателя, терпеливо его успокаивать, а лучше всего — заменить косметику или вернуть деньги.

(3) Помочь покупателю осознать свою ошибку

Клиент не всегда прав, поэтому продавцу необходимо дать ему понять, в чём он ошибается, но при этом ни в коем случае не следует открыто высказывать проблему — нужно сохранить за клиентом достаточное чувство собственного достоинства, чтобы он сам добровольно исправил свою ошибку. Это также очень важно в процессе переговоров о продаже.

Однажды японский продавец автомобилей пришел в дом директора одной компании, чтобы продать ему автомобиль. Сначала этот директор настаивал, что двигатели автомобилей их компании имеют плохие характеристики, рулевое колесо не поворачивается плавно, слышен шум, автомобиль потребляет много топлива и т. д., и сразу же отказался от покупки.

Продавец удивлённо воскликнул: «Вы действительно хорошо разбираетесь в наших автомобилях. Почему же я, как продавец, этого не заметил? Неважно, купите вы его или нет, но если из-за этого наш автомобиль потеряет репутацию или это создаст негативный резонанс, то это станет серьёзной проблемой. Давайте лучше вы сядете в мою машину и попробуете её, чтобы проверить, верны ли ваши слова?»

Услышав слова продавца, директор скептически ответил: «Мои слова основаны на фактах. Хорошо, давайте попробуем — правда здесь!» После чего он сел в машину продавца, завел двигатель, взялся за руль и помчался на полной скорости. Он три раза объехал двор своего дома, а затем немного проехал по улице. Примерно через десять с лишним минут директор вышел из машины и с улыбкой сказал: «Такая машина просто великолепна, я в восторге. Закажите мне одну».

Столкнувшись с жалобами клиента на качество продукции, не стоит проявлять раздражение или протестовать. Лучше терпеливо продемонстрировать клиенту все на практике, чтобы он осознал свою ошибку в суждении, избавился от сомнений и, в результате, совершил покупку.

(4) Не вступайте в конфликт с клиентом

Жалобы клиентов неизбежны, поэтому продавцу не следует реагировать на них слишком остро; не стоит воспринимать жалобы клиентов как личное оскорбление, а нужно рассматривать их как обычные рабочие проблемы. Ни в коем случае не спорьте с клиентом на публике. Большин-

ство клиентов, намеревающихся прийти с жалобой, стремятся заручиться поддержкой окружающих. То же самое касается клиентов, высказывающих недовольство в общественных местах: чем больше людей вокруг, тем более резкими и нелепыми становятся их обвинения. Поэтому, столкнувшись с клиентом, пришедшим с жалобой, продавец должен незамедлительно увести его с места происшествия — либо в офис, либо в тихое место с небольшим скоплением людей — для обсуждения проблемы; ни в коем случае не вступайте с ним в спор на глазах у публики.

В торговом центре продавщица порекомендовала женщине средних лет яркую модную одежду, на что та сразу же возразила: «Эта одежда слишком модная, слишком кричащая, как я в моем возрасте могу в ней выйти на улицу? Уберите её подальше, не надо! Не надо!» Столкнувшись с резким несогласием покупательницы, продавец спокойно ответил: «Это платье и правда немного ярковато, но фасон у него современный, и оно как раз подходит для людей среднего возраста — ведь, как говорится, «человек — это одежда, а лошадь — седло»! В этом платье вы будете выглядеть как минимум на 10 лет моложе». Выслушав объяснения продавца, покупательница согласилась примерить платье.

В общем, сталкиваясь с резким несогласием покупателя, ни в коем случае не вступайте с ним в конфликт: зачастую их недовольство товаром связано с тем, что они не знакомы с ним и не осознают своих скрытых потребностей. В такой

ситуации вам, как продавцу, следует с энтузиазмом и внимательно рассказать о товаре, а также объяснить, какие преимущества он может им дать.

(5) Как реагировать на недостатки товара

Один японский агент по недвижимости занимался продажей участка земли. Участок находился в хорошем месте, с удобным транспортным сообщением, но у него был один недостаток: поблизости располагался завод по обработке стали, откуда время от времени доносились звуки ударов молотков и шум крупных шлифовальных машин.

Однажды этот агент связался с одним клиентом и, говоря о недостатках участка, честно изложил ситуацию, а затем привёл клиента на место для осмотра. На месте он сказал: «На самом деле этот участок значительно дешевле, чем другие участки по соседству, и это в основном из-за шума от соседнего завода. Если вас это не беспокоит, а остальные факторы, такие как цена и транспортная доступность, соответствуют вашим пожеланиям, то покупка всё же будет выгодной».

Посмотрев участок, клиент сказал: «Вы специально упомянули проблему шума, но я заметил, что на самом деле шума не так много — гораздо меньше, чем у нас дома. Мы можем с этим смириться». Вскоре сделка была успешно заключена.

Во многих случаях агенты по недвижимости склонны подчеркивать только преимущества объекта, стараясь скрыть

его недостатки. Однако в отношении клиентов, обладающих в той или иной степени собственным мнением, если говорить только о плюсах и представлять объект слишком идеальным, это, напротив, вызовет у них подозрения и сформирует совершенно противоположное мнение. А вышеупомянутый агент четко и ясно рассказал о недостатках этого участка, благодаря чему клиент, напротив, успокоился — и именно в этом заключался ключ к успеху сделки.

(6) Тщательно выяснять причины жалоб клиентов

Продавец всегда должен создавать у клиента ощущение, что к любым его жалобам всегда относятся с должным вниманием, проводят тщательное расследование по факту и оперативно, без промедления, сообщают клиенту о результатах.

Однажды продавец одежды из Тяньцзиня отправился в один из магазинов в Тайюане, чтобы продвигать мужскую и женскую одежду из натурального шелка. Прибыв в магазин, продавец достал образцы и предложил их внимательно осмотреть, при этом рассказав о стилевых особенностях и комфорте одежды. Менеджер магазина проявил большой интерес, посчитав, что фасоны одежды оригинальны, ткань хорошего качества, а носить её удобно, и что она обязательно будет пользоваться успехом на рынке. Поэтому он сразу же принял решение, заказал 200 комплектов одежды и подписал с продавцом договор на поставку.

Вернувшись на работу, торговый представитель отгрузил товар в соответствии с условиями договора. Однако вскоре

из магазина поступил звонок: одежду получили, но количество не соответствовало заказу — не хватало 10 комплектов. В магазине обвинили компанию-производителя в ненадежности, отказались оплачивать товар и потребовали его возврата.

Узнав об этом, торговый представитель компании с уверенностью заявил руководству: «Я гарантирую, что количество одежды точно верно, наверняка это магазин ошибся». Тогда он поспешил в Тайюань, чтобы проверить ситуацию, и заявил, что, если товара не хватает, он разрешит возврат и готов понести штрафные санкции.

После тщательной пересчётки обеими сторонами выяснилось, что исходное количество было точным, ни одной единицы не не хватало. Тогда менеджер магазина неоднократно извинился, а торговый представитель успокоил его, сказав: «Ничего страшного, у всех бывают ошибки, я не буду обижаться».

В результате магазин полностью оплатил товар, а его отношение к делу кардинально изменилось: они стали хвалить компанию за высокую позицию, объективный подход к делу и стиль «старшего брата», отмечая, что с такой компанией вести дела спокойно, и выразили желание в будущем закупать у неё ещё больше товара.

Этот продавец, тщательно проведя проверку и подсчёт, эффективно защитил репутацию компании и развеял сомнения клиента. Такой подход к решению проблемы может слу-

жить ценным примером для большинства продавцов.

(7) Научитесь терпеливо выслушивать

Когда человек находится в состоянии эмоционального всплеска, нервная система мозга переходит в состояние крайнего возбуждения: учащается сердцебиение, у некоторых дрожат руки, дыхание становится прерывистым; кто-то бьет себя в грудь, топает ногами, прыгает и скачет — всё это делается для того, чтобы выпустить накопившуюся в душе злость. Чтобы как можно скорее успокоить разгорячённого клиента, продавец должен радушно предложить ему сесть и высказать свои претензии, а сам при этом внимательно слушать, вести записи и с должным вниманием фиксировать мнение собеседника. Таким образом, это не только поможет создать дружескую атмосферу для общения и переговоров, но и даст клиенту понять, что к его мнению относятся с уважением, и нет необходимости продолжать ссору. Полный и подробный «протокол жалобы» поможет продавцу лучше понять клиента, получить достоверную информацию о его положении, согласовать мнения обеих сторон и послужит ориентиром для более грамотного урегулирования жалобы в дальнейшем.

Первый шаг продавца при устранении недовольства клиента — научиться слушать, то есть выслушивать его претензии. При этом следует руководствоваться принципом «больше слушать, меньше говорить». Продавец должен спокойно дать клиенту возможность высказать все, что у него на ду-

ше, одновременно выражая согласие словами «да», «это действительно так» и кивая головой, а также постараться понять причины недовольства. Таким образом можно избежать конфликтов и тем более ссор.

Ду Цзюнь — научный сотрудник одного из институтов текстильной химии. Он пытался убедить крупную шерстяную фабрику принять новую технологию стирки. Поначалу атмосфера переговоров была довольно позитивной. Однако однажды, когда Ду Цзюнь во время переговоров спросил мнение клиента о технической документации, тот выразил недовольство новой технологией, и Ду Цзюнь разозлился и вступил с клиентом в спор. Деловые переговоры превратились в пререкания, в центре которых стоял вопрос о том, стоит ли принимать эту новую технологию. Атмосфера стала очень напряжённой, и в итоге стороны расстались в недоброжелательном настроении.

Работа продавца такова: вы можете превратить негатив в позитив, переломить ситуацию, а можете и создать лишние препятствия, свести на нет все предыдущие усилия — всё зависит от вас. Слова могут приносить доход, а могут и навлечь беду — всё зависит от того, насколько вы умеете обращаться со словами.

(8) Использование тактики обхода

Когда клиент жалуется, продавцу нужно спокойно выслушать его; когда клиент успокоится, продавец может воспользоваться моментом, чтобы предложить товар и возобновить

общение с клиентом. Например:

«Я понимаю. Я знаю... Господин, посмотрите... Это очень хороший товар, он вам подойдет...»

(9) Быстро реагируйте на жалобы клиентов

При работе с жалобами клиентов категорически нельзя тянуть время, ведь чем дольше затягивается процесс, тем сильнее разгорается гнев клиента, а его позиция становится более упрямой и трудноустранимой. Поэтому продавец, работая с жалобой клиента, не должен оправдываться, говоря, что сегодня занят и поговорим завтра, а завтра — что ответственного нет, и откладывать дело на послезавтра. Правильный подход заключается в том, чтобы решать проблему немедленно, причём клиент должен явно ощущать, что его жалоба рассматривается. Например, продавец может передать клиенту своё беспокойство и напряжённость своим выражением лица или через определённый промежуток времени сообщать ему, как продвигается дело и на каком этапе оно находится. Это поможет успокоить клиента и добиться его понимания ситуации.

«Это правила компании, я ничего не могу поделаться...» (неправильно)

Сегодня у нас немного много работы, да и руководителя нет, думаю, вам лучше прийти завтра... (неправильно)

Не торопитесь, я сейчас закончу, подождите, и я вам помогу... (неправильно)

Сэр, подождите, я сейчас этим займусь... (правильно)

Наш технический специалист сейчас проводит диагностику... Я еще раз посмотрю и скажу вам, примерно когда все будет готово. (Правильно)

(10) Превращение возражений в аргументы в пользу покупки

Превращение возражений клиента в аргументы в пользу покупки — это эффективный прием. Продавец должен понимать: бессмысленно вступать с клиентом в спор, в котором кто-то обязательно проиграет. Даже если продавец в итоге выиграет спор, последствием этого станет потеря клиента. Отношения между продавцом и клиентом подобны отражению в зеркале: с каким отношением вы относитесь к клиенту, с таким же отношением он будет относиться к вам. Поэтому продавцу необходимо с позитивным настроением реагировать на возражения клиента. Основной принцип убеждения клиента в процессе продаж заключается в следующем: даже если сделка не состоится, оставайтесь друзьями с клиентом. Например:

Господин/госпожа, это модная модель этого года, а качество изготовления...

«Господин/госпожа, то, о чём вы говорите, — это как раз особенность этой модели...»

...Это... сделано из такой ткани... Посмотрите ещё раз, ничего страшного, если не купите...

(11) Сделайте так, чтобы клиенту было трудно отказаться от вашего радушного предложения

Дружелюбное рукопожатие создает впечатление искренности — это обязательный элемент этикета продавца при встрече с клиентом. Если клиент сначала отказывается пожать руку, продавец может под разными предлогами повторять попытки несколько раз; как только клиент почувствует, что от такого радушия трудно отказаться, атмосфера на месте быстро станет дружественной. В тех случаях, когда позволяют условия, продавец может проявить небольшую любовь по отношению к гостю, чтобы утешить его, например, предложить сигарету, заварить чашку горячего чая, подать несколько конфет и т. д.

Однажды в одном из магазинов раздались крики ссоры между покупателем и продавцом, и к месту происшествия тут же стекалась толпа «зрителей». Менеджер магазина немедленно прибыл на место и сказал ссорящемуся покупателю: «Простите! Я менеджер этого магазина. Если мы не оправдали ваших ожиданий, прошу прощения. Пожалуйста, пройдите в мой кабинет, примите мои искренние извинения». Несколько спокойных фраз менеджера успокоили разгорячённого покупателя, и тот последовал за менеджером в кабинет.

Менеджер поступил очень ловко: таким образом он не только предотвратил эскалацию конфликта, но и изолировал этого покупателя от остальных зрителей, избежав негативного влияния на других посетителей.

В кабинете менеджер приступил к выяснению обстоя-

тельств. Во время рассказа продавца-консультанта клиент постоянно перебивал его и возражал. Но менеджер ни слова не сказал, а лишь молча слушал и непрерывно извинялся перед клиентом: «Мне очень жаль, это непростительно, пожалуйста, выскажите свои замечания». Так клиент без церемоний вылил всю свою недовольство. Высказавшись, он значительно успокоился. Затем менеджер отчитал продавщицу, отстранив её от работы на три дня для проведения служебной проверки, и тут же принёс извинения покупателю. В этот момент покупатель, напротив, почувствовал, что переборщил, и стал просить менеджера о пощаде.

Менеджер в этом примере отлично справился с ситуацией: сначала он извинился перед покупателем, затем внимательно выслушал его жалобы и даже наказал виновную продавщицу, тем самым сохранив лицо покупателя. Благодаря доброжелательному подходу менеджера покупатель почувствовал себя неловко и начал заступаться за продавщицу. Таким образом, конфликт между продавцом и покупателем был искусно разрешён.

(12) Не спорьте

Субъективные возражения клиента устранить трудно. В случае чрезмерно субъективных возражений, если они не влияют напрямую на заключение сделки, продавцу лучше не отвечать на них, тем более не спорить, а просто обойти их стороной. Опыт продаж показывает, что на многие возражения продавец может просто не обращать внимания. Напри-

мер:

Покупатель говорит: «Вы — продавец из такой-то компании, а это место просто ужасно неудобное». Это замечание не имеет отношения к сделке и не влияет на неё, поэтому продавец не стал возражать, а просто сказал: «Сэр, пожалуйста, сначала посмотрите на товар...» Пропустив замечание, не имеющее отношения к сделке, он продолжил беседу. «Это слишком дорого!» — высказал возражение один из клиентов. Продавец посчитал, что это замечание продиктовано предвзятостью клиента, и также решил не обращать на него внимания. Поэтому он сказал: «Сэр, давайте пока не будем обсуждать цену, лучше сначала посмотрите на продукт».

Продавец проигнорировал замечание покупателя о «слишком высокой цене» и продолжил рассказ о товаре; когда покупатель по-настоящему понял назначение и особенности товара, прежнее замечание о «слишком высокой цене» утратило всякое значение.

Глава 10. Ситуация 12.

Победа в переговорах: интеллектуальное состязание

В современном обществе конкуренция в бизнесе остра, и острые словесные перепалки во время переговоров стали обычным явлением. За длинным прямоугольным столом стороны переговоров сидят по обе стороны, с улыбками на лицах, но с острым блеском в глазах, ведя оживленную дискуссию, стремясь добиться для себя максимальной выгоды... Однако успех переговоров полностью зависит от того, умеете ли вы владеть искусством речи и грамотно применять языковые приемы.

(1) Искусные намеки

В зависимости от ситуации, при необходимости можно повысить голос, пристально посмотреть на собеседника или даже топтать ногой, продемонстрировав некоторое «впечатляющее» эмоциональное поведение. Этот приём не только может деморализовать собеседника, но и продемонстрировать вашу решимость.

Элисон — продавец одной американской электротехнической компании. В течение некоторого времени он отвечал за продажу партии новых электродвигателей. Однажды он нашел нового клиента, которому нужна была их продукция. Но

новый клиент был крайне недоволен их товаром: как только Элисон пришел в компанию, главный инженер сразу же обрушился на него с упреками: «Мистер Элисон, вы что, рассчитываете, что мы купим у вас еще столько двигателей?»

Элисон был очень удивлен. Выяснив ситуацию, он узнал, что, по мнению клиента, только что купленный двигатель нагревался сильнее, чем положено. Элисон понял, что спор не принесет ничего хорошего, и решил пойти навстречу клиенту, дав утвердительный ответ.

Он намеренно сказал: «Хорошо, мистер Спинс! Я с вами согласен: если этот двигатель перегревается, то не только покупать его не стоит, но и следует вернуть. Верно?»

«Да», — как и ожидалось, ответил главный инженер.

«Конечно, двигатель нагревается, но вы же не хотите, чтобы его температура превышала нормы, установленные Национальной ассоциацией электротехников, верно?»

«Да», — ответил главный инженер.

Алисон сказал: «Согласно стандарту, температура двигателя может превышать температуру в помещении на 72 °F, верно?»

«Верно!» — ответил главный инженер. «Но ваш продукт превышает этот показатель намного, разве не так?»

Элисон не стал спорить, а переспросил: «Какая температура в вашем цехе?»

Главный инженер ответил: «Примерно 75 °F».

Элисон взволнованно встал, похлопал собеседника по

плечу и сказал: «Отлично! В цехе 75°F, плюс положенные 72°F — в сумме получается около 140°F. Если вы опустите руку в горячую воду температурой 140°F, то обжжетесь!»

Главный инженер, хотя и неохотно, но был вынужден кивнуть в знак согласия. Элисон продолжил: «Значит, впредь не прикасайтесь к двигателю руками. Не беспокойтесь! Это совершенно нормально».

Позже Элисон заключил ещё одну сделку.

(2) Выход из тупика

В ходе переговоров часто возникают тупиковые ситуации. Искусные переговорщики даже могут отложить обсуждение самых спорных вопросов на последний этап переговоров: сначала они идут на значительные уступки по второстепенным вопросам, а затем, используя стратегию выхода из тупика, достигают своей цели по самым важным вопросам.

В сентябре 1985 года в Пекине прошли переговоры между китайской и японской сторонами. Предметом переговоров был вопрос о возмещении ущерба, требуемом Государственным экономическим комитетом от компании «Мицубиси» в связи с проблемами качества 5800 автомобилей «Мицубиси», импортированных этим комитетом. Когда речь зашла о косвенных убытках, между сторонами разгорелась острая дискуссия. Японская сторона придерживалась тактики «шаг за шагом»: после озвучивания каждой цифры она обязательно делала небольшую паузу, оглядываясь на реакцию представителей китайской стороны, словно ставя точку, не остав-

ляющую места для маневра, на каждой сумме. В конце концов они предложили компенсацию в размере 3 млрд иен и заявили: «Это уже предельный размер, больше мы не можем».

Представители нашей стороны тщательно проанализировали выступление японской стороны, выделив все неопределённые формулировки, такие как «примерно» и «предположительно», и заявили, что косвенный экономический ущерб должен составлять 7 млрд иен.

Представители японской стороны повторяли: «Разница слишком велика, слишком велика!» И умоляли: «Требования вашей страны слишком завышены. Если их не снизить, нас уволят начальники. У всех нас есть жены, дети и пожилые родственники, нам нужно жить. Пожалуйста, проявите милосердие и пойдите на уступки!»

Представитель нашей стороны строго заметил: «Ваша компания производит столь некачественную продукцию, что наносит нашей стране огромный экономический ущерб!» Слегка помедлив, он добавил утешительно: «Мы не хотим ставить вас, уважаемые представители, в затруднительное положение. Если вы не можете принимать решения самостоятельно, попросите руководство вашей стороны провести переговоры с нами».

За столом переговоров обе стороны не уступали друг другу, и после очередного раунда торгов пришлось временно объявить перерыв. После напряжённых закулисных переговоров переговоры возобновились. Сначала разразилась оже-

сточённая словесная перепалка, а затем обе стороны замолчали, и атмосфера переговоров резко охладилась до нуля.

Представитель китайской стороны, стремясь сохранить общую картину, проявил инициативу и разбил тупик, горячо заявив: «Торговые отношения между нашими сторонами — это не дело одного-двух дней, впереди ещё долгий путь. Мы уверены, что ваша компания ни за что не захочет лишиться Китая как крупнейшего торгового партнёра и обширного автомобильного рынка. Если ваша сторона искренне заинтересована в сохранении своей репутации, обе стороны могут пойти на соответствующие уступки».

Услышав эти слова, представитель японской стороны сразу успокоился и ответил: «Наша компания готова выплатить 4 миллиарда иен — это максимальная сумма». Представитель нашей стороны немедленно отреагировал: «Мы надеемся, что ваша компания выплатит не менее 6 миллиардов иен». После нескольких витков переговоров, предложений и снижения цен переговоры завершились тем, что японская сторона выплатила нашей стороне 5 миллиардов иен в качестве компенсации и взяла на себя ряд дополнительных обязательств.

Переговоры по этому грандиозному делу о возмещении ущерба завершились успехом. В данном случае победу принесли ораторские навыки, благодаря которым удалось взыскать несколько миллиардов иен.

(3) «Сначала отступить, чтобы потом победить»

Исходной точкой стратегии переговорщика является умелое создание запутанной ситуации, когда сопернику подаются ложные сигналы или намеки, чтобы привлечь его определённым соблазном, с целью добыть от него больше ценной информации, тем самым захватить инициативу в переговорах и достичь цели «хочешь поймать — отпусти».

В деловой среде стороны переговоров ведут острую словесную перепалку, пристально наблюдая друг за другом; если обе стороны искренни, то через речь они раскрывают друг другу некоторую достоверную информацию. Эта достоверная информация является отправной точкой для понимания оппонента; в сочетании с предварительным изучением перед переговорами эти материалы позволяют разработать стратегию противодействия.

Наиболее часто используется тактика «притвориться, что отступаешь, чтобы в итоге победить», поскольку, как правило, собеседник не говорит так прямолинейно. Проанализировав его внешнюю речь, можно догадаться о его истинных намерениях, скрытых в глубине души. Используя эту тактику, можно шаг за шагом заманить собеседника в ловушку и завершить сделку.

Молодые миллиардеры, братья Бас из американского города Форт-Уорн, с легкостью применяют тактику «притвориться, что не заинтересован, чтобы заинтересовать». Когда они заинтересовываются какой-либо сделкой, они никогда не дают клиенту понять, насколько им важно заклю-

чить сделку. За столом переговоров они всегда притворяются равнодушными, тем самым подогревая интерес собеседника. Они считают, что ведение бизнеса похоже на ухаживание за девушкой, и переговоры — тем более. Если вы слишком настойчиво ухаживаете за девушкой, она, как правило, уходит; напротив, когда вы отступаете или делаете вид, что вам всё равно, она, напротив, пойдёт за вами, как вы и хотели.

В 1981 году братья Бас обратили внимание на компанию, которая стояла на грани банкротства, но не спешили делиться своими планами с советом директоров компании. Когда совет директоров выразил им готовность продать компанию, они ответили: «Возможно, вы найдете более выгодного покупателя». Более того, они сделали вид, что проявляют большой интерес и искренность, и даже рассказали собеседникам о потенциальных покупателях, которые могли бы их заинтересовать.

Лишь в самом конце братья Бас сказали: «Если у вас нет другого выбора, обращайтесь к нам». В результате совет директоров той компании решил продать компанию именно им, и братья Бас достигли своей цели.

Если проанализировать эти переговоры, то сделка фактически была заключена в соответствии с желанием братьев Бас: с помощью одной фразы, на первый взгляд казавшейся заботой о партнере, они заставили его потерять бдительность, отказаться от попыток повысить цену и прочно удер-

жали инициативу в переговорах.

Один американский риэлтор также отлично справился с этой задачей.

Супружеская пара из США отправилась в одну из строительных компаний в центре города с целью покупки дома. Их встретил сотрудник мужского пола, лет сорока, выглядевший честным и надежным. Сотрудник сказал: «Учитывая ваш бюджет, у нас как раз есть подходящий дом». Затем он показал супругам чертежи: дом находился в пригороде, с отдельным входом и садом, а его внешний вид был элегантным. Эти преимущества сразу привлекли внимание жены, и она захотела посмотреть этот дом как можно скорее, не скрывая нетерпения на лице.

Наблюдательный сотрудник, уловив их намерения, тут же произнес фразу, которая подействовала на них как ведро холодной воды: «На самом деле, мы не очень хотим продавать вам этот дом. Хотя цена справедливая, но транспортное сообщение не очень удобное — до железнодорожного вокзала нужно ехать целый час. Кроме того, поблизости почти нет супермаркетов». Услышав эти слова, супруги, напротив, прониклись симпатией к этому сотруднику, посчитав его честным, и это укрепило их уверенность. Супруги подумали: до вокзала ехать час, но на самом деле это занимает меньше 40 минут. Хотя супермаркетов и не так много, но поблизости есть продуктовые магазины. В тот момент они подумали: «Какой честный и консервативный человек». То-

гда муж сказал жене: «Разве этого не достаточно?» Его жена тоже с удовлетворением кивала головой.

Когда они переехали в новую квартиру, супруги столкнулись с неожиданным фактом: хотя до вокзала и было всего сорок минут пути, добираться на работу и обратно было действительно неудобно. А в ближайшем продуктовом магазине ассортимент был неполный, качество товаров уступало супермаркетам, а цены были значительно выше. Они сожалели: «Это просто как остров посреди суши». Но что сделано, то сделано, и изменить ситуацию уже было невозможно.

Сотрудник намеренно преувеличил некоторые недостатки, еще больше увеличив реальное расстояние, что создало у собеседника иллюзию: «На самом деле все не так уж и плохо». Такой прием «притвориться слабым, чтобы поймать сильного» привел к перелому в суждениях собеседника, что ярко иллюстрирует особенности западного делового мира.

(4) Идти по следу

В ходе переговоров к времени предъявляются строгие требования. Выступления, пояснения, вопросы, ответы и прочее со стороны обеих сторон представляют собой напряженное интеллектуальное состязание, требующее оперативной реакции на высказывания оппонента в кратчайшие сроки.

В ходе переговоров, как только участник обнаруживает слабое место в аргументации оппонента, он должен развить эту тему, заставив оппонента следовать выбранной им мане-

ре ведения переговоров, от которой будет трудно отказаться.

Однажды иностранный бизнесмен обратился в одну из китайских компаний с запросом на покупку ароматического масла, предложив цену 40 долларов за килограмм, в то время как наша сторона просила 48 долларов за килограмм. Услышав нашу цену, собеседник сразу же забеспокоился и поспешно воскликнул: «Нет, нет, как вы можете рассчитывать, что я заплачу больше 45 долларов?»

Представитель нашей стороны сразу же воспользовался этой возможностью и ловко переспросил: «Значит, ваша сторона готова заключить сделку по цене 45 долларов за килограмм?»

В порыве эмоций иностранный партнер раскрыл свои намерения и был вынужден ответить, что готов это рассмотреть. В результате стороны заключили сделку по цене 45 долларов за килограмм, что на 3 доллара выше первоначально установленной нашей стороной цены.

(5) Не раскрывайте свои козыри без необходимости

Однажды один эксперт по переговорам выступал в качестве представителя при ведении переговоров со страховой компанией по вопросу о выплате компенсации.

Специалист по урегулированию убытков сначала изложил позицию своей стороны: «Сэр, я знаю, что вы — эксперт по переговорам и обычно ведёте переговоры о крупных суммах, но боюсь, что я не смогу удовлетворить ваши требования. Как вы отнесетесь к тому, если наша компания выплатит вам

компенсацию в размере всего 100 юаней?»

Эксперт по переговорам молчал, сохраняя серьёзное выражение лица. Исходя из предыдущего опыта, независимо от того, какие условия предлагает оппонент, следует демонстрировать недовольство, поскольку после того, как оппонент выдвигает первое условие, он всегда даёт понять, что готов предложить второе, а то и третье.

Сотрудник страховой компании, как и следовало ожидать, не смог сдержаться: «Извините, не обращайте внимания на моё предыдущее предложение. Я добавлю ещё немного — как насчёт 200 юаней?»

«Немного больше? Извините, но я не могу на это согласиться».

Специалист по урегулированию убытков продолжил: «Хорошо, тогда как насчёт 300 юаней?»

Эксперт по переговорам подождал немного и сказал: «300 юаней, хм... Не знаю».

Специалист по урегулированию убытков выглядел немного растерянным и сказал: «Хорошо, 400 юаней».

«400 юаней, хм... Не знаю».

«Тогда давайте 500 юаней».

«500 юаней, хм... Не знаю».

«Давайте так: 600 юаней».

Эксперт по переговорам, несомненно, снова использовал фразу «Хм... я не знаю». В конце концов, по этому делу удалось достичь соглашения на условиях выплаты 950 юаней,

тогда как агент изначально надеялся получить всего 300 юаней!

Позже этот эксперт по переговорам пришёл к выводу, что такой ответ, как «Э-э... я не знаю», обладает безграничной эффективностью.

Переговоры — это двусторонний процесс, в ходе которого обе стороны внимательно отслеживают реакцию собеседника, чтобы в любой момент скорректировать свой первоначальный план. Если одна из сторон просто не выражает свою позицию, а использует только слово «не знаю», которое можно интерпретировать по-разному, это лишает собеседника уверенности.

В ходе переговоров можно с помощью умелых вопросов, анализа интонации и других методов выяснить потребности собеседника и своевременно разработать собственную стратегию переговоров.

(6) Умелое задавание вопросов и заложение «ловушек»

В переговорах вопросы часто используются как средство для выяснения потребностей собеседника и понимания его психологии. Во время беседы, когда собеседник говорит без умолку, с помощью вопросов можно в любой момент контролировать направление разговора и побуждать собеседника высказывать своё мнение. Искусство задавать вопросы в переговорах заключается в том, «что спросить», «когда спросить» и «как спросить».

В одном из модных районов, когда покупатель останавли-

вается у прилавка и несколько раз бросает взгляд на какой-то товар, продавец, который уже давно всё это заметил, подходит и завязывает разговор: «Видно, что вы пришли с искренним намерением купить, эта одежда вам очень по душе, не так ли?» Заметив, что у покупателя нет никаких возражений, он продолжает: «Цена на эту одежду 150 юаней, но я сделаю вам скидку — 120 юаней. Согласны?» Если собеседник не высказывает своего мнения, он может добавить: «Возможно, сегодня у вас с собой не так много денег, а я хочу начать день с хорошей сделки, поэтому продам вам по себестоимости — 100 юаней. Как вам?» В этот момент покупатель может немного засомневаться, и владелец прилавка, делая вид, что он отвлечён, скажет: «Ладно, только никому не говорите, я продам вам за 120 юаней».

Покупатель, который уже давно следил за разговором, часто не выдерживает и восклицает: «Разве ты только что не сказал, что продашь за 100 юаней? Почему цена вдруг выросла?» В этот момент продавец обычно с важным видом отвечает: «Правда? Разве я только что называл такую цену? Ах, по этой цене я же практически не зарабатываю». Сделав небольшую паузу, он добавляет: «Ладно, пусть будет так, что я ошибся. Но я человек честный: кроме вас, по такой цене больше никому не продам. Только никому не говорите — 100 юаней, берите!» Услышав это, подавляющее большинство покупателей соглашаются на сделку.

(7) Выбор условий

Так называемый выбор условий — это, прежде всего, анализ выгод и убытков, который заставляет собеседника пойти на уступки.

Американский мастер переговоров Хоба Коэн однажды летел в Мехико, чтобы провести семинар по переговорам. По прибытии в отель ему сообщили, что «все номера заняты». Тогда Хоба применил свой коронный прием: он нашёл менеджера отеля и спросил: «А что, если приедет президент Мексики? Вы предоставите ему номер?»

Менеджер ответил: «Да, сэр».

Ховер продолжил: «Хорошо, он не приехал, значит, я заселюсь в его номер». В результате он без проблем поселился в президентском люксе, однако с одним условием: если президент приедет, ему нужно будет немедленно освободить номер, а вероятность этого была весьма мала.

(8) Смена темы

В каких случаях нужно сменить тему?

Когда нужно избежать темы, невыгодной для себя, уйти от центра спора, отложить принятие решения по какому-либо вопросу, перевести разговор в выгодное для себя русло или изменить угол зрения на проблему, чтобы убедить собеседника. Во время переговоров следует акцентировать внимание на вопросах, выгодных для себя, и не отвечать напрямую на вопросы, невыгодные для себя; в таких случаях можно давать уклончивые объяснения или задавать новые вопросы.

Существует завод по производству прецизионного оборудо-

дования, выпускающий некий новый продукт, который поручает изготовление некоторых деталей небольшим предприятиям. Однажды одно из таких предприятий представило завод-изготовителю произведенные детали, но все они оказались бракованными.

Поскольку срок поставки приближался, руководитель главного завода был вынужден поручить как можно скорее изготовить детали заново, но руководитель небольшого завода считал, что их продукция была изготовлена в полном соответствии с требованиями главного завода, и не хотел производить повторное изготовление. Стороны на время зашли в тупик. Увидев сложившуюся ситуацию и выяснив все обстоятельства, директор главного завода сказал руководителю небольшого завода: «Приношу свои извинения! Причина возникшей ситуации полностью заключается в несовершенстве конструкции изделия, разработанной нашим заводом, из-за чего вы понесли убытки. Но работа должна быть выполнена, так что почему бы вам не изготовить детали более качественно? Это пойдет на пользу обеим сторонам». Руководитель небольшого завода, выслушав эти слова, с радостью согласился.

Руководитель головного завода не стал чрезмерно преследовать небольшой завод, не стал цепляться к мелочам, а просто сменил тему, попросив изготовить более качественные детали. Таким образом, он сохранил лицо руководителю небольшого завода, а сам получил возможность произвести

более качественную продукцию.

(9) Гибкое использование языка

Так называемое «говорить с учетом собеседника, подстраиваться под ситуацию» — гибкое использование языка является проявлением ловкости в ведении переговоров.

С разными собеседниками следует использовать разные формулировки. Например, если собеседник выражается просто и без излишеств, то и вам не нужно чрезмерно украшать свою речь; если собеседник говорит прямо и лаконично, то и вам не следует говорить окольными путями и использовать запутанные формулировки. Одним словом, наиболее эффективный способ обмена мыслями — это постоянная адаптация интонации и словарного запаса к уровню знаний, манере поведения и культурному уровню собеседника.

Один и тот же смысл можно выразить с помощью разных интонаций или слов; прямой тон может означать жесткую позицию и конфронтационное отношение. Например:

«Ваше мнение совершенно неверно» — звучит резко и категорично. Если же выразить ту же мысль в мягкой манере или с помощью других слов, это продемонстрирует гибкую позицию и готовность к сотрудничеству. «Ваше мнение заслуживает обсуждения». Последний вариант формулировки не только облегчает восприятие собеседником, но и оставляет себе пространство для маневра, что является ещё одним проявлением гибкости в выборе формулировок.

(10) Умелое использование метода «подстрекательства»

Джон Джонсон — известный американский предприниматель. В тот год он решил построить в Чикаго офисное здание для штаб-квартиры своей компании. Для этого он обошел бесчисленное количество банков, но так и не смог получить ни одного кредита. Тогда он решил действовать по принципу «сначала начать, а потом уже думать», постарался собрать 2 миллиона долларов, нанял подрядчика и поручил ему приступить к строительству, чтобы у него было время на поиск остальных 5 миллионов долларов. Если бы деньги закончились, а он так и не получил ипотечный кредит, подрядчику пришлось бы приостановить работы в ожидании средств.

Строительство началось и продолжалось, и когда оставшихся средств хватило бы всего на одну неделю, Джон случайно пообедал в Нью-Йорке с одним из руководителей компании «Метрополитан Лайф». Он достал чертеж, который всегда носил с собой, чтобы заинтересовать собеседника в инвестировании в строительство небоскреба. Когда он уже собирался положить чертеж на стол, руководитель сказал Джону: «Здесь нам неудобно говорить, приходите завтра в мой офис».

На следующий день, когда руководитель подтвердил, что у «Метрополитан» есть все шансы предоставить ипотечный кредит, Джон сказал: «Прекрасно, большое спасибо. Теперь единственная проблема в том, что мне нужно получить обещание о предоставлении кредита уже сегодня».

«Вы, наверное, шутите. У нас никогда не было прецедентов, когда мы давали обещание о таком кредите в течение одного дня», — ответил руководитель.

Джон подтянул стул поближе к руководителю и сказал: «Вы же руководитель этого отдела. Может быть, вам стоит попробовать — у вас, возможно, достаточно полномочий, чтобы уладить это дело за один день».

«Хорошо, давайте попробуем», — с удовлетворением улыбнулся руководитель.

Всё прошло гладко, и Джон вернулся в Чикаго с полученным кредитом за несколько часов до того, как у него закончились собственные деньги.

Глава 11. Ситуация 13.

Праздничный банкет: сначала похвала

На банкете в честь успеха слова похвалы должны быть лаконичными и четкими, чтобы слушатели за короткое время получили как можно больше полезной информации — только так можно добиться хорошего эффекта. Напротив, пустые слова и бессодержательные речи неизбежно приведут к потере времени. В то же время речь должна быть доступной и понятной. Если игнорировать способность слушателей воспринимать информацию и использовать вычурный, заумный язык, это часто выглядит недружелюбно и затрудняет восприятие собеседником, в результате чего достигается противоположный желаемому эффект. Иногда тема торжественного банкета не определена чётко, его основная идея не выделена, обсуждаемые вопросы не имеют отношения к делу, словно без длинных тирад невозможно продемонстрировать свой уровень. Такие «марафонские» торжественные банкеты совершенно не способствуют достижению цели поощрения сотрудников.

(1) Откровенность, искренность и умеренность

На банкете по случаю успеха выступление руководителя должно быть эмоциональным и обоснованным, а похвала

— умеренной. С одной стороны, это демонстрирует искренность; с другой — уважение к собеседнику. Таким образом облегчается общение между сторонами и расширяется консенсус.

Если у вас есть друг, который добился какого-то успеха, и вы скажете: «Это было нелегко», — он обрадуется, потому что вы тем самым подтвердите, что он внес вклад, которого не смогли добиться другие. Если же вы скажете, что это «великий, эпохальный вклад», «открывающий новую главу в такой-то области» или «являющийся важной вехой», то это заставит собеседника почувствовать себя неловко и даже может вызвать недоразумение: он может подумать, что вы иронизируете над ним. На самом деле у вас, возможно, и не было ни малейшего намерения на сарказм. Почему же возникает такое заблуждение? Просто потому, что ваша похвала слишком преувеличена.

(2) Уделяйте одинаковое внимание «большому» и «малому»

Под «большим» понимаются выдающиеся достоинства и сильные стороны; под «малым» — незначительные достоинства и сильные стороны. Необходимость похвалы за первое относительно легко понять, а вот похвала за мелкие достоинства и сильные стороны некоторым кажется ненужной. На самом деле в реальной жизни человек не может постоянно совершать поступки, которые заставляют смотреть на него с восхищением. Поэтому мы не должны закрывать гла-

за на обыденные мелочи. Если это что-то хорошее, пусть даже незначительное, на таких мероприятиях, как банкет в честь достижений, следует сказать несколько слов похвалы. Таким образом, поведение того, кого хвалят, укрепляется, а его симпатия к вам усиливается. Конечно, степень похвалы должна быть умеренной: если делать из мухи слона, это может показаться неискренним.

(3) Придерживайтесь темы

Обычно, когда мы обмениваемся любезностями или ведём краткую беседу, мы говорим довольно непринуждённо, но в официальных ситуациях, таких как торжественное мероприятие, где требуется выступить с официальной речью, всё обстоит иначе. Это требует от оратора глубокого понимания содержания выступления и тщательной подготовки всего процесса речи. Необходимо постоянно держаться темы, выделяя ключевые моменты, и, независимо от того, сколько отступлений вы вставляете или сколько раз меняете тему, не отклоняться от основной идеи выступления.

(4) Последовательность изложения

Похвала не должна привлекать внимание лишь нагромождением фактов, она должна опираться на внутреннюю логическую силу — только так она обретет глубину. По сравнению с письменной речью, похвала представляет собой устную речь, передаваемую из уст в уста, и у слушателей нет слишком много времени на размышления, поэтому логические связи должны быть ещё более чёткими и строгими.

Необходимо уметь ставить вопросы, анализировать их и отвечать на них; расположение точек зрения и примеров должно облегчать понимание, запоминание и осмысление, поэтому следует чаще использовать последовательность «от ближнего к дальнему», «от простого к сложному», «от известного к неизвестному». Конечно, временную последовательность лучше всего выстраивать в порядке «прошлое — настоящее — будущее», так как это облегчает запоминание слушателями.

(5) Говорите лаконично и емко

Лаконичность речи создает впечатление энергичности и жизнеспособности. На торжественных банкетах лаконичная речь зачастую привлекает больше внимания, чем многословность; она позволяет слушателям получить больше полезной информации за короткое время, что способствует завоеванию их симпатии; кроме того, она демонстрирует быстроту и глубину анализа проблем со стороны говорящего. Такой стиль речи также отражает дух времени и пользуется особым уважением.

(6) Говорите с энтузиазмом

У каждого человека есть энтузиазм, просто в реальной жизни редко бывает возможность его проявить; к тому же большинство людей не желают открыто демонстрировать свои эмоции на публике. Поэтому люди всегда стремятся удовлетворить эту потребность в эмоциональном самовыражении посредством общения или участия в каких-либо ме-

роприятиях, в атмосфере, где все очень увлечены и полностью погружены в происходящее.

На самом деле, каждый, выступая перед публикой, демонстрирует разную степень энтузиазма и интереса в зависимости от того, насколько он увлечён разговором. На торжественном банкете, если мы сможем мобилизовать свой энтузиазм и тронуть слушателей эмоциями, то их внимание окажется под нашим контролем, и мы получим ключ, открывающий двери к их сердцам.

(7) Тщательный подбор слов

При разговоре необходимо внимательно подбирать слова: правильный выбор не только позволяет точно выразить свою мысль, но и способен произвести впечатление на слушателей. Когда мы используем подходящие слова, нам легко вызвать эмоциональный отклик; если же слова подобраны неверно, это может вызвать у других неприязнь. Точно так же с помощью правильно подобранных «слов» мы можем дать понять окружающим о наших благородных устремлениях и желаниях.

Многие великие исторические личности именно благодаря умелому использованию языка вдохновляли других, побуждая их с решимостью следовать за ними и смело открывать новые горизонты.

На торжественном мероприятии генеральные директора обеих сторон неоднократно произносили тосты. Директор отдела по связям с общественностью одной из компаний

встал и дал потрясающее описание сотрудничества между сторонами: «Наши две компании — одна в Хайнани, другая в Хэнани — можно назвать примером «Юг-Юг сотрудничества». Как вы знаете, международное сотрудничество Юг-Юг представляет собой сообщество, способствующее развитию мировой экономики. «Сотрудничество Юг-Юг» между нашими двумя компаниями — это сестринская связь, основанная на дружбе и развитии. Мы помогаем друг другу, объединяемся и сливаемся воедино. Сейчас я могу сказать вам, что наше сотрудничество, подобное дружбе между провинциями Цинь и Цзинь, уже принесло плодотворные результаты. Сегодня как раз седьмое июля, сороки уже натянули мост через небо, и пусть каждый наш день будет таким же, как седьмое июля».

В этой тосте искусно использованы метафоры «сотрудничество Юг-Юг» и «сестринская связь», которые ярко отражают слаженное сотрудничество двух компаний и дают оптимистичный прогноз на будущее, неся в себе глубокий смысл.

[Ораторское мастерство при ведении мероприятий]

Искусство управления речью в различных ситуациях

Слушатели или зрители похожи на группу непослушных детей: только овладев некоторыми ораторскими приёмами, ведущий сможет заставить их «вести себя прилично» и превратить в самых послушных и готовых к сотрудничеству «детей». Одним словом, талантливый оратор может путешествовать по всему миру, и умение продемонстрировать свою

«голосовую визитную карточку» имеет решающее значение.

Глава 12. Ситуация 14: Быть хорошим ведущим, сыпать остротами

Кто-то говорит: «Вести программу — все равно что быть дирижером симфонического оркестра», и эта фраза очень точна. Если дирижировать хорошо, исполнение будет прекрасным и мелодичным; если дирижировать плохо, исполнение провалится. Поэтому ответственность ведущего огромна — он является главным руководителем программы.

Хороший ведущий не только умеет вести свою программу, но и способен максимально задействовать эмоции зрителей или слушателей, вовлекая их в программу. Поэтому мы часто аплодируем блестящей красноречивости некоторых выдающихся ведущих. В зависимости от вида программы или мероприятия, а также от аудитории, содержания и обязанностей ведущего, к его речи предъявляются разные требования. В целом к языку ведущего предъявляются следующие требования: всесторонность, красноречие, отсутствие шаблонности, лаконичность и точность.

(1) Всесторонность

Ведущий, как правило, обращается к группе людей, в которую входят представители самых разных сфер и социальных слоев. Например, на художественном вечере среди

участников есть артисты и зрители, мужчины и женщины, пожилые люди и дети. Ведущий обращается ко всем участникам, поэтому он должен обязательно учитывать интересы каждого, не забывая о «всестороннем охвате» и не упуская никого из присутствующих. В противном случае это не только вызовет недовольство у некоторых, но и может привести к неприятностям, а то и к провалу самой программы. Например:

Началось художественное представление, и ведущий в своей вступительной речи сначала обратился ко всем участникам: «Уважаемые руководители, уважаемые гости, дорогие зрители, товарищи-артисты: здравствуйте!» По окончании представления, прощаясь со всеми, ведущий сказал: «На этом представление завершено. Благодарю артистов за их труд и желаю всем руководителям, гостям и зрителям спокойной ночи! До свидания!»

(2) Умение красноречиво выражаться

Умение красиво говорить очень важно для ведущего. Речь ведущего должна быть не только лаконичной и четкой, но и разговорной, повседневной, полной человеческого тепла; она должна быть мягкой и дружеской, как в обычной беседе, а также живой и яркой.

Сюй Мань однажды в начале передачи «Бананы и цветной телевизор» в рамках программы «Друзья в эфире» на Центральном народном радио сказала следующее: «Здравствуйте, дорогие слушатели! Я — Сюй Мань. Когда я начинала эту

передачу, мне вдруг пришло в голову, что мой ребенок хочет бананы и попросил меня принести несколько домой на обед. Честно говоря, если речь идет о яблоках или грушах, то в Пекине их можно купить повсюду, это очень просто. Яблоки из Яньтая, яблоки из Ляоня, тIANЦЗИньские снежные груши, тIANЦЗИньские утиные груши, яблоки сорта «Петушинный гребень», яблоки сорта «Цзиньхун» и так далее — там действительно можно найти всё, что только захочешь. Но вот когда ребёнок просит купить бананы, это уже не так просто. На пекинских рынках бананы уже давно не встречаются».

Это похоже на непринуждённую беседу с аудиторией, что выглядит очень дружелюбно, естественным образом вызывает интерес слушателей и сокращает дистанцию между ведущим и аудиторией.

(3) Отказ от шаблонности

Праздники, вечеринки, митинги и другие мероприятия имеют определённый порядок, и у ведущего тоже есть свои правила, но чрезмерная формальность не приветствуется. При ведении каждого мероприятия следует подбирать язык в соответствии с временем, местом, аудиторией и содержанием, адаптируя его к конкретной ситуации. Например, при ведении мероприятий для молодёжи речь должна быть живой, лёгкой и полной энергии; при ведении политических мероприятий — торжественной, простой и наполненной философскими размышлениями. Иногда, ввиду различий в уровне образования и эстетических вкусов аудитории,

также необходимо корректировать содержание и язык в зависимости от ситуации. Только своевременная адаптация и отход от шаблонности позволят сделать программу привлекательной, а мероприятие — увенчанным успехом.

Ведущий Е Хуэйсянь, известный как «лучший оратор Южного Китая», однажды вел семейный песенный конкурс «Кубок Casio». На сцену вышли зять и теща, но неожиданно зять, выступавший в качестве солиста, в последний момент изменил запланированный репертуар и выбрав другую — «Прощай, мама». Перед лицом этого неожиданного поворота событий Йе Хуэйсянь не только не растерялся, но и воспользовался ситуацией, остроумно заметив: «Вы поступили неправильно. Раз у вас есть теща, то говорить „Прощай, мама“ — это неуместно».

Благодаря тому, что Е Хуэйсянь ловко использовал «противоречие» между отношениями участников и названием песни, чтобы серьезно «покритиковать» этого зятя, он мгновенно рассмешил всю аудиторию, и атмосфера на сцене сразу же оживилась. Когда этот зять под аплодисменты закончил исполнять трогательную песню «Прощай, мама», Е Хуэйсянь снова воспользовался моментом и добавил: «Слышно, что вы тоже очень привязаны к маме!» Эта фраза снова связала впечатление от выступления певца с его чувствами к матери. Едва он закончил говорить, как по всему залу раздались громовые аплодисменты, и атмосфера достигла кульминации.

(4) Меньше, но качественнее

В обычных общественных и культурных мероприятиях основное внимание уделяется самому мероприятию, а не ведущему. В таких случаях ведущему не следует говорить слишком много, иначе он затмит само мероприятие и вызовет у аудитории раздражение. Превосходный ведущий, используя лишь самые лаконичные и точные формулировки, способен вызвать у аудитории необычайный восторг и бесконечное восхищение. Успешный ведущий с самого начала переходит к сути дела, попадая в самую точку; а завершает выступление резко и лаконично, оставляя слушателям безграничное послевкусие.

Однажды ведущий на церемонии награждения завершил мероприятие следующим образом: «В конце церемонии мне пришла в голову одна мысль: кого-то спросили у короля футбола Пеле, какой гол он забил лучше всего? Он ответил: „Следующий!“ Кого-то спросили у известного режиссёра Се Цзиня, какой фильм он снял лучше всего? Он ответил: „Следующий!“ Кого-то спросили у известного актёра, какую роль он сыграл лучше всего? Он ответил: „Следующую“. Похоже, и мы на церемонии награждения должны помнить: «Следующий!» Заседание закрыто». Используя общеизвестные факты и умело применив параллелизм, этот ведущий выразил глубокую мысль, которая не только подытожила значение церемонии, но и выразила искреннюю надежду на будущее. Слов было немного, но эффект оказался отличным.

(5) Яркое начало

Вступительное слово очень важно: особенности некоторых программ часто проявляются уже в самом начале. Хорошее вступление помогает привлечь внимание зрителей или слушателей и усилить их интерес к мероприятию, поэтому ведущие обычно уделяют большое внимание вступлению, и многие придают ему большое значение. Например:

Один из вузов пригласил Чжэн Юйчжи, исполнительницу роли императрицы Циси в спектакле «Хроника государственного переворота при Гуансю», выступить с речью. Ведущий начал так: «Студенты, сегодня нам наконец-то удалось пригласить «Старую Будду» — императрицу Циси! «Старая Будда» товарищ Чжэн Юйчжи на сцене выглядит величественной и властной: император, евнухи и министры при виде её трепещут, кланяются и падают на колени; за кулисами же она приветлива и доброжелательна, искренняя и сердечная. Только что она рассказала мне, что также играла роль императорской наложницы в спектакле «Цинь-ван Ли Шиминь» и Сун Цинлин в спектакле «Сунь Ятсен». Как ей удаётся так живо и убедительно воплощать на сцене этих совершенно разных персонажей? А теперь послушайте её выступление».

(6) Внимание к переходам

Отдельные части программы или мероприятия не объединяются в единое целое сами по себе — ведущий должен вставлять между ними связующие элементы. Ведя меропри-

ятие, обычно необходимо «наводить мосты» и создавать переходы, чтобы связать всё мероприятие в единое целое. Этот процесс соединения — возможность для ведущего проявить свою находчивость и красноречие, а также продемонстрировать организаторские способности и умение обобщать. Ведущий использует переходные фразы, в основном, для того, чтобы подвести итог предыдущему и подготовить почву для следующего: подчеркнуть важное в прошлом, как «точка над i»; выделить важное в будущем, создавая напряжение и настраивая публику. Переходные фразы можно использовать как в качестве дополнения, так и в качестве обратной связи; можно цитировать чужие слова или говорить прямо; можно задавать вопросы или отвечать на них — главное, чтобы они были оригинальными и уместными. Одним словом, не стоит превращать выступление в «шаблонную речь».

(7) Сглаживание конфликтов

Ведущий сталкивается с конкретными ситуациями на месте, а обстановка на месте всегда сложна, и часто происходят неожиданные события. При ведении мероприятия неизбежно возникают проблемы, чего ведущий, конечно, не хочет. Часто при возникновении непредвиденных ситуаций неправильное реагирование приводит к тому, что вся ведущая часть мероприятия теряет свою привлекательность или заканчивается провалом. Если ведущий умеет импровизировать и с помощью остроумных реплик разрядить или сгладить ситуацию, он может смягчить неловкость, а иногда

даже оживить атмосферу, добившись неожиданно хорошего эффекта. Умение справляться с неприятностями — это своеобразное искусство ведущего, а также проверка его способности импровизировать и ораторского мастерства. Для урегулирования конфликтов в процессе ведения существуют несколько основных методов: сглаживание конфликтов, устранение неловкости и выход из тупика.

Сглаживание конфликтов. Сглаживание конфликтов встречается повсеместно в повседневной жизни; в процессе ведения мероприятия иногда возникают противоречия, и для того, чтобы программа или мероприятие прошло гладко, ведущему необходимо вмешаться, сгладить противоречия, избежать конфликтов и обеспечить продолжение мероприятия. Например, во время дискуссии мнения участников расходятся, и даже возникает ссора. В этот момент ведущему необходимо вмешаться, чтобы сгладить конфликт. Для этого можно использовать следующие методы.

Во-первых, переключить внимание: перехватить тему и продолжить разговор самостоятельно или сменить тему на новую, перенаправив внимание спорящих сторон в другое русло;

Во-вторых, укрепление взаимопонимания: поиск общих точек соприкосновения, выделение обоснованных аргументов каждой из сторон, сокращение эмоционального и психологического разрыва;

в-третьих, дать объективную оценку, систематизировать и

обобщить точки зрения обеих сторон, сформулировать вывод, приемлемый для всех, но не делить ответственность поровну;

в-четвертых, побудить к самоанализу, чтобы обе стороны, исходя из неоспоримых фактов, спокойно проанализировали свои ошибки, с целью устранения недоразумений и признания истины. Урегулирование конфликтов требует здравого смысла: только взвешенные слова способны уладить противоречия и смягчить обстановку.

Устранение неловкости. Неловкость обычно возникает из двух источников.

Во-первых, неловкость, вызванная нападками со стороны слушателей или зрителей;

во-вторых, неловкость, вызванная ошибками выступающего или ведущего.

В первом случае необходимо правильно оценить намерения собеседника: если они доброжелательны, следует ответить искренностью, ласково убедить, воспользоваться ситуацией и перевести разговор на нужную тему; если же они злонамеренны, нужно ответить тем же — подхватить аргумент собеседника и логично опровергнуть его; или ответить тем же — то есть «использовать его же методы против него»; или лишить собеседника опоры — воспользоваться его слабостью и разоблачить его истинные намерения. В общем, нужно действовать разумно и сдержанно, заручиться поддержкой большинства, чтобы тот, кто создал неловкую ситуацию,

был вынужден отступить из-за собственного смущения.

В случае второго варианта можно дать объяснение, сдержанно признав свою вину; либо ловко найти оправдание и уйти от ситуации; либо пойти на поводу у ошибки, превратив неблагоприятную ситуацию в благоприятную. В общем, нужно с юмором разрядить обстановку и быстро исправить ситуацию. Например:

Ведущая программы «Zhengda Variety» Ян Лань однажды вела художественное представление в спортивном центре Тяньхэ в Гуанчжоу. В середине выступления, спускаясь по ступенькам, она случайно поскользнулась и упала. Такая ситуация действительно вызывает неловкость. Но Ян Лань очень хладнокровно поднялась на ноги и, проявив ораторское мастерство, обратилась к многочисленной аудитории: «Ведь и человек может оступиться, и лошадь может споткнуться! Видимо, я ещё не очень-то умею выполнять трюк «Лев гонит мяч»? Похоже, ступеньки на этой сцене не так легко спускаются! Но программа на сцене будет очень интересной, не верите — смотрите дальше!» Эта импровизированная речь Ян Лань не только помогла ей выйти из неловкой ситуации, но и продемонстрировала её необыкновенную красноречивость, так что, как только она закончила говорить, в зале раздались бурные аплодисменты.

Выход из тупика. В некоторых импровизированных мероприятиях, таких как импровизированные выступления или обсуждения вопросов, после выступления ведущего никто

не «начинает первым», и возникает тупиковая ситуация — это одна из распространенных проблем, с которыми часто сталкиваются ведущие. В таком случае ведущий может применить следующие методы:

во-первых, метод «подачи примера»: если никто не выходит вперед, ведущий сам берет на себя инициативу, демонстрирует, как нужно действовать, чтобы вдохновить людей на участие;

во-вторых, метод «назначения»: назвать конкретного человека по имени и поручить ему выступить, превратив пассивность в активность;

в-третьих, метод «обходного маневра»: рассказать историю, анекдот или привести литературную аллегорию, а затем вернуться к теме — атмосфера изменится, и кто-то обязательно откликнется;

в-четвертых, метод наведения — выделить особенности отдельных людей и целенаправленно подсказать им, как выступить, чтобы вдохновить их на смелость выйти на сцену.

(8) Чувство меры

В любом деле следует соблюдать меру. Ведущий художественного представления также должен соблюдать меру в речи и поведении. Анализируя работу ведущих различных художественных представлений, можно выделить несколько моментов, заслуживающих внимания:

Нужно уметь болтать, но не переусердствовать. Некоторые говорят, что ведущий должен уметь и любить болтать.

Отточить мастерство разговора, стать мастером слова. То есть, как ведущий, без высокого уровня устной речи трудно справиться с этой задачей — в этом есть доля правды, однако разговор ведущего должен обладать высокой степенью художественности. Обычно от ведущего требуется в кратчайшие сроки с помощью максимально лаконичного и художественного языка четко изложить основную информацию и зажечь эмоции зрителей.

В 22-м выпуске программы «Обзор развлекательных шоу» ведущие Центрального телевидения Китая Ни Пин и Хоу Юэвэнь именно так представили тематическую передачу «Обними весну».

Ни Пин (далее — Ни): На юге в марте уже царит весна, цветут цветы. Весна шагает к северу. Весна — это время посева, а также время роста. Весной можно найти не только жизнь, но и идеалы, и надежду.

Хо Юэвен (далее — Хо): Особенно молодые люди могут найти здесь любовь своей мечты.

Ни: Да, ведь весна — это время, когда можно обрести любовь. Сегодня мы отмечаем годовщину с момента выхода в эфир программы «Обзор развлекательных шоу».

Хоу: Возможно, все ещё помнят, что именно в этот день в марте прошлого года первый выпуск программы «Обзор развлекательных шоу» встретился со зрителями! Тогда мы, весь творческий коллектив, с чувством тревоги и надежды посеяли это семя. За прошедший год, благодаря поддержке

широкой телеаудитории, это семя выросло в стройное и грациозное деревце.

Ни: Да. В этом году, с приходом очередной весны, давайте вместе встретим весну.

Некоторые ведущие ведут себя иначе: они выходят на сцену и, кажется, не ведут программу, а исполняют моно-скетч; у некоторых тексты выступлений на тысячи миль уходят в сторону от темы, из-за чего зрители теряют терпение.

Веселиться нужно, но не переусердствовать. Художественные представления должны приносить людям радость и удовольствие, а ведущие должны создавать веселую атмосферу — это общеизвестная истина, поэтому, выходя на сцену, ведущие, как правило, полны энергии, сияют, улыбаются и радуются. Таким образом они заражают зрителей своим радостным настроением. Однако некоторые ведущие, похоже, не до конца понимают роль такой «радости» и не знают, какой эффект она должна производить. Поэтому, не уделяя должного внимания тому, чтобы «развеселить публику», они просто сами улыбаются до ушей, а то и сгибаются пополам, опуская голову, в то время как зрители не видят поводов для смеха, не могут рассмеяться, и, естественно, не раздается ни смеха, ни аплодисментов. Такое самоудовлетворение — это уже перебор.

Нужно «перебивать», но не переусердствовать. На некоторых крупных представлениях ведут несколько ведущих, и здесь возникает вопрос о взаимном взаимодействии. Иногда,

в зависимости от ситуации, специально устраивают небольшие «перебивания», то есть кто-то спешит сказать пару фраз, чтобы зацепить зрителей, усилить привлекательность и эмоциональную вовлеченность.

Глава 13. Ситуация 15. Ведение собрания: красноречие

При ведении собрания ведущий играет роль катализатора. Особенно важно, как вовлечь всех остальных в процесс. Ведь чем больше слушатели участвуют, чем больше задают вопросов и чем лучше взаимодействуют, тем успешнее будет ведение собрания.

Однажды директор Чжан вел собрание, на которое были собраны все сотрудники учреждения. В зале было довольно шумно, и слушатели ещё не успокоились. Директор Чжан начал так: «Есть такая шутка: Чжан Фэй и Гуань Юй участвовали в военном совещании, созванном Лю Бэем. В тот момент все шептались, и Лю Бэй не мог выступить. Чжан Фэй сказал: «Брат, смотри на меня». И тогда он громким голосом, которым когда-то отбил войска Цао на Чанбаньпо, громко крикнул. В результате все так и не успокоились. Гуань Юй сказал: «Младший брат, у тебя это не получается, посмотри, как я». Затем он сел на место Лю Бэя, погладил бороду и пристально посмотрел в одну точку, словно погрузившись в раздумья. На этот раз все удивились и наконец успокоились. На самом деле это всего лишь анекдот. Почему же, если только что все шептались, сейчас наступила тишина? Оставлю этот вопрос для размышлений. Сегодня я хочу рассказать в

ОСНОВНОМ О...»

Яркая и уместная история сразу привлекла внимание слушателей, и в зале быстро воцарилась тишина.

А в другой раз ситуация была прямо противоположной. Директор Чжан собирался выступить, но атмосфера в зале была слишком серьёзной и не соответствовала содержанию речи. Чтобы оживить обстановку, директор Чжан начал своё выступление так: «Один искусный оратор поделился своим опытом: чтобы управлять настроением в зале, нужно обращать внимание на двух человек. Первый — самый красивый из всех присутствующих; глядя на него, вы сможете сделать свою речь более яркой; второй — самый беспокойный слушатель в зале; если удержать его внимание, вы будете говорить с большей уверенностью. Я хотел бы воспользоваться этим методом, но у нас здесь сто красивых и симпатичных людей, а вот беспокойного слушателя я так и не нашел — это ставит меня в затруднительное положение...»

Это остроумное вступление быстро разрядило обстановку, и напряжение в зале исчезло.

Человек с ораторским талантом — всего несколькими словами — может побудить участников высказаться, и тогда они начнут говорить без умолку, создавая оживлённую атмосферу; а тот, кто не обладает таким талантом, будет лишь монотонно повторять: «Говорите, ребята!» или «Говорите, что хотите!». В результате никто не будет говорить, и ни у кого не возникнет желания высказаться, что приведет к пол-

ной тишине и ситуации, когда все сидят, глядя друг на друга.

Чтобы вести собрание так, чтобы большинство участников могли высказаться без утайки и до конца, важно направлять их на полное выражение мнений и активное участие в дискуссии.

Как побудить участников говорить, причём высказываться глубоко и свободно? Для этого ведущему необходимо гибко управлять ходом собрания. Следующие методы заслуживают внимания.

(1) Метод «подстрекательства»

Иногда ведущему приходится «подстегнуть» некоторых участников с помощью ироничных замечаний, чтобы побудить их высказаться.

«Старик Хуан, вы сегодня ни слова не сказали, похоже, хотите «прополоскать рот золотым кубком»!». Скорее всего, кто-то из сидящих рядом подхватит: «Старик Хуан всегда был красноречивым, почему же сегодня он уступает?» После такого подстегивания разве Старик Хуан сможет удержаться от того, чтобы высказать свои глубокие мысли?

(2) Метод вызова по имени

После вступительной речи ведущего, когда он предлагает всем высказаться, вначале часто возникает неловкая тишина, и ведущий может по мере необходимости называть конкретных участников. Например:

Старик Чжан, вы хорошо разбираетесь в этом вопросе, наверняка у вас есть хорошая идея, давайте выскажетесь пер-

вым!

Старик Ван, вы, наверное, уже давно обдумали, что сказать, и все с нетерпением ждут ваших мудрых слов! Как насчёт того, чтобы просто начать?

Начало — самое трудное. Как только кто-то заговорит, остальные последуют его примеру.

(3) Метод подсказки

Многие вопросы не становятся понятными с самого начала. Когда участники еще не до конца понимают суть проблемы, им часто трудно высказать своё мнение. Ведущий должен уловить суть и дать соответствующую подсказку.

Если с одной стороны этот вопрос пока неясен, а что, если посмотреть на него с другой стороны? Если рассмотреть, сколько в нём недостатков, не следует ли принять решительные меры для его решения?

(4) Метод вдохновения

Используйте наводящие вопросы, чтобы расширить кругозор и направлять дискуссию.

Например, при обсуждении вопроса «Могут ли владельцы частных предприятий вступать в партию?» ведущий задает вопрос:

Некоторые считают, что в партию следует принимать передовых представителей частных предпринимателей, так как это будет способствовать развитию частной экономики. Другие высказывают несогласие, полагая, что между частными предпринимателями и рабочими фактически существу-

ют отношения эксплуатации, и тех, кто занимается эксплуатацией, нельзя принимать в партию. Какая точка зрения, по вашему мнению, верна?

(5) Метод пересказа

Выступление одного из участников было весьма точным, и ведущий разделил его точку зрения. Чтобы направить дискуссию в нужное русло, можно пересказать основные моменты его выступления.

Старик Чжэн считает, что ключ к повышению качества обучения в нашей школе заключается не в строгом контроле посещаемости и экзаменах, а в увязке с практикой и совершенствовании методов преподавания — и в этом есть большой смысл. Давайте обсудим это!

Такое замечание придаст дискуссии направление, и обсуждение перейдет на более глубокий уровень.

(6) Метод «сведения к разумному»

Во время дискуссии могут возникать отклонения от темы, когда выступающие уходят в разного рода отступления, далекие от основной темы. В таких случаях ведущий должен своевременно свести дискуссию к сути и вернуть ее к обсуждаемому вопросу. Применяя метод сведения дискуссии к сути, следует позаботиться о том, чтобы не подорвать энтузиазм выступающих, и делать это максимально естественно.

Проблемы, о которых говорили товарищи Лао Чэнь и другие, действительно существуют, и их мнения весьма ценны; в будущем можно будет провести специальное совещание,

посвященное именно этому вопросу. Однако центральной темой сегодняшнего заседания является разработка правил выплаты премий за перевыполнение плана, и всем следует сосредоточиться на обсуждении именно этого вопроса.

(7) Метод сравнения

Иногда на заседании высказываются несколько различных мнений. В этом случае ведущий может кратко обобщить их, помочь участникам выявить преимущества и недостатки путем сравнения и таким образом логично прийти к выводу.

Что касается плана работы на четвертый квартал, в настоящее время имеется три варианта: первый — ..., второй — ..., третий — Товарищи могут сравнить их и выбрать оптимальный вариант.

(8) Метод юмора

Когда на заседании спор по поводу разных мнений становится слишком ожесточённым, голоса выступающих становятся всё громче, и ситуация грозит перерасти в конфликт, ведущий должен с помощью юмора и остроумных реплик своевременно «остудить» обстановку, чтобы обе стороны могли спокойно проанализировать мнения друг друга и прийти к консенсусу, сохраняя различия.

«Товарищи, не волнуйтесь! Говорят, что громкие звуки могут разорвать барабанную перепонку. Чтобы мы все не оглохли, я предлагаю всем снизить громкость выступлений на 20 децибел, хорошо?» Эти несколько фраз вызвали бурный смех, и атмосфера в зале сгладилась.

(9) Метод перехода

Использование подходящих союзов для плавного перехода от одного вопроса повестки дня к другому.

Раз уж все считают, что создание совместных предприятий — это неизбежный путь к развитию и укреплению нашего завода, то с какими регионами и какими организациями следует налаживать такое сотрудничество? Прошу всех предоставить конкретную информацию.

Такой переход, связывающий предыдущее с последующим, позволяет углубить обсуждение.

(10) Метод убеждения

На совещании неизбежно возникают неприятные моменты: кто-то, высказываясь в адрес тех, кто придерживается иного мнения, использует резкие слова, ранящие других; кто-то говорит слишком много, монополизируя внимание собравшихся. Ведущий должен с помощью тактических формулировок провести соответствующее убеждение.

Выступление Ли — это всего лишь одно из мнений; если рассматривать его с позитивной стороны, в нём есть свои обоснованные моменты, и не стоит его чрезмерно критиковать. К тому же, «кто говорит, тот не виноват»! Каждый имеет право высказаться.

На дискуссии должны высказываться все, давайте дадим слово каждому. Цай уже высказывался несколько раз, это его личное мнение. На собрании присутствует десять-двадцать человек — это десять-двадцать точек зрения, и лучше все-

го, чтобы все они высказались. Еще более десяти человек не высказались, пожалуйста, выскажитесь!

(11) Метод подведения итогов

В конце любого собрания необходимо подвести итоги, и способ их подведения имеет большое значение: он должен соответствовать как атмосфере собрания, так и психологическому настрою участников. Лаконичное резюме ведущего может вновь воодушевить участников и повысить качество дискуссии. Основными методами являются метод обобщения, метод перехода к следующему вопросу и метод воодушевления.

① Метод обобщения

Кратко обобщить основные итоги собрания, чтобы закрепить их в памяти участников.

Сегодня мы изучили документы XIV съезда партии. Главным результатом стало единое понимание необходимости построения системы социалистической рыночной экономики и прояснение следующих двух вопросов: во-первых, ...; во-вторых, ... Теперь, когда направление определено и путь найден, давайте в будущем проявим себя на своих должностях!

② Метод «открытия новых вопросов»

Используйте вопросы, поднятые на данном заседании, но оставшиеся нерешенными, в качестве отправной точки для подготовки следующего заседания.

Сегодня вы подняли немало вопросов, среди которых во-

прос «Почему практика произвольных навязываний не прекращается, несмотря на постоянные запреты?» был задан очень своевременно и глубоко, но из-за ограниченности времени мы не смогли его полноценно обсудить. Прошу всех после заседания широко собрать материалы и глубоко обдумать этот вопрос, чтобы вернуться к его обсуждению на следующем заседании.

③ Метод мотивации

Подведите итоги вдохновляющими словами, чтобы закрепить дух собрания.

На одном из совещаний по подведению итогов ликвидации последствий стихийного бедствия ведущий в заключение сказал: «В мире всегда больше добрых людей; бедствие безжалостно, но люди полны сострадания. В ходе этой операции по ликвидации последствий стихийного бедствия по-настоящему проявилось, что когда одна область терпит бедствие, помощь приходит со всех сторон; когда одна семья пострадала, тысячи семей проявляют заботу. В ходе сегодняшнего обсуждения и обмена мнениями вы не только рассказали о многих трогательных поступках, но и продемонстрировали свои высокие идеалы. Пусть этот дух будет и дальше развиваться, пусть наше общество станет ещё лучше! Товарищи, активно пропагандируйте это! Станьте первопроходцами в продвижении этих идей!»

(12) Метод следования процедуре

Метод следования установленному порядку означает, что

ведение заседания происходит по определённой схеме. Вначале произносится вступительное слово, а затем заседание ведётся по этапам или пунктам повестки дня. Ведущий часто использует процедурный метод при ведении докладов и информационно-ориентированных собраний (самый формальный вид собраний, дающий ведущему много возможностей). Вступительное слово в начале может поднять настроение слушателей и привлечь их внимание, после чего следует живое представление каждого выступающего, плавные переходы и убедительное заключение. Поведение ведущего создаст у участников ощущение, что они приняли участие в отлично организованном собрании.

Сегодня за окном светит яркое солнце, а в помещении царит уютная теплота! В преддверии праздника Весны мы собрались здесь, чтобы провести итоговое собрание и церемонию награждения компании за 2007 год. Основная цель этого мероприятия — подвести итоги проделанной за год работы, обобщить опыт, извлечь уроки, совместно обсудить планы будущего развития компании, а также отметить и наградить сотрудников и строительные бригады, внесших вклад в развитие всех направлений деятельности компании. Прежде всего, от имени компании «Лида» я хочу поблагодарить Городскую художественную галерею за огромную поддержку в проведении нашего собрания! Благодарю сотрудников за оказанную помощь! Для обеспечения упорядоченного проведения собрания перед его официальным началом я хотел

бы высказать несколько просьб:

- ① Прошу всех участников временно выключить мобильные телефоны и не отвечать на звонки;
- ② не ходите туда-сюда по залу и за его пределами, не шумите громко и не шепчитесь с соседями;
- ③ Не плевать на землю, не бросать мусор и не курить;
- ④ По окончании собрания сначала проводите руководителей и гостей, а затем по порядку покидайте зал.

Сегодняшнее собрание состоит из 7 пунктов. Пункт 1: генеральный директор компании Сюй Вэньчжан от имени компании зачитает решение о назначении товарища Чэнь Ивэня; Пункт 2: председатель совета директоров компании Мао Цзантин вручит товарищу Чэнь Ивэню письмо о назначении; Пункт 3: генеральный директор Чэнь выступит с речью по случаю вступления в должность; Пункт 4: Ши Цзихуэй от имени компании зачитает «Решение компании о введении правил и положений»; Пункт 5: Цзинь Чжаоминь от имени технического персонала проектного отдела в Чжэнчжоу подводит итоги работы; Пункт 6: Ду Сяофу от имени технического персонала проектного отдела в Лонин подводит итоги работы. Пункт 7: Го Хайтао от имени технического персонала проектного отдела в Ичуань подводит итоги работы.

(13) Принцип нейтральности

Принцип нейтральности заключается в том, что ведущий в ходе заседания придерживается нейтральной и беспри-

страстной позиции, развивая свои навыки путем создания подходящей атмосферы; этот метод идеально подходит для творческих и мозговых штурмов.

Глава 14. Ситуация 16.

Ведение телефонной конференции: живое изложение

В эпоху развития Интернета и средств связи, по мере роста числа пользователей мобильных офисов, потребность многих организаций в проведении телефонных конференций становится всё более актуальной. Для успешного ведения телефонной конференции существует множество общих секретов: если заранее тщательно подготовиться, провести успешную телефонную конференцию на самом деле несложно.

(1) Подготовительная работа

Самым важным этапом подготовки является разработка повестки дня и целей совещания. Если цель совещания заключается в решении проблемы с привлечением различных ресурсов, то лучше всего поставить целью поиск решений и других способов исправления ситуации. Если позволяет время, эту информацию лучше включить в приглашение на совещание, отправляемое через Outlook. Хорошее приглашение на совещание должно четко содержать следующие сведения:

Тема встречи (Meeting Subject)

Повестка дня и цели встречи (Meeting Agenda & Goal)

Время начала (учитывая часовые пояса) и продолжительность (Starting time and duration)

Контактные данные организатора (Moderator's Contact Information)

Номер доступа к телефонной конференции и пароль (Telephone Conference dial-in number and password)

Чем тщательнее подготовка, тем гладче пройдет встреча.

(2) Повышение уверенности в себе во время встречи

После того как все детали подготовки будут завершены, следующим шагом станет повышение уверенности в себе во время выступления. Перед началом встречи можно сделать несколько глубоких вдохов, а затем сказать себе: «У меня всё получится!» Этот приём поможет ведущему лучше проявить себя во время выступления.

(3) Интонация и громкость

Тон и громкость речи во время телефонной конференции чрезвычайно важны. Старайтесь избегать слишком поспешной речи и слишком тихого голоса; особенно во время телефонных конференций на английском языке необходимо говорить чётко. Чем короче предложения, тем лучше — по возможности избегайте использования длинных предложений во время телефонной конференции. Если ведущий опасается, что не сможет полностью донести свою мысль, он может привести несколько примеров в качестве дополнения.

(4) Соблюдение повестки дня

Во время телефонной конференции обсуждение тем

должно вестись в соответствии с заранее установленной повесткой дня. Обсуждение должно быть лаконичным и сжатым, чтобы информация легче усваивалась. Особенно во время телефонных конференций с большим количеством участников следует по возможности избегать отклонений от темы. Старайтесь охватить все пункты повестки дня и достичь консенсуса в течение запланированного времени.

(5) Поощряйте активное участие участников

Лучший способ стимулировать активное участие в дискуссии — задавать вопросы, вызывающие интерес. Не спрашивайте: «Как вы относитесь к тому-то и тому-то?», а спрашивайте: «Как вы оцениваете взаимосвязь между А и В?». Задавайте конкретные вопросы конкретным участникам, причем лучше всего — такие, которые побуждают к дальнейшему размышлению.

(6) Настройте аудиооборудование

Если вы используете телефон для общения с несколькими людьми, качество звука играет ключевую роль. Плохое качество звука может испортить даже самую тщательно спланированную встречу: общение будет затруднено, поскольку оборудование «поглощает» целые фразы, и слушатели не будут понимать, что именно они упустили. Поэтому необходимо убедиться, что все участники хорошо слышат друг друга.

Глава 15. Ситуация 17.

Развлекательная программа, юмористический ведущий

Юмор ведущего развлекательной программы, как правило, заключается не в внешней комичности, а в эстетическом удовольствии зрителей и искреннем смехе.

Хороший ведущий художественной программы должен обладать остроумием, уметь сочетать серьёзность и юмор, отходить от темы, искусно использовать иронию, умело делать паузы и с юмором рассказывать о себе.

В частности, он обладает следующими характеристиками.

(1) Эстетический выбор языковых средств

Искусство юмора ведущего, как вид речевого поведения, представляет собой не просто навык импровизации, позволяющий мгновенно выйти из неловкой ситуации, но и обладает более высоким уровнем прагматической функции; оно ненавязчиво вызывает у людей ассоциации, способствует пониманию смысла речи; в нем присутствует как создание эмоциональной атмосферы, так и просвещение разума.

(2) Отсутствие намеренного стремления к «взрывному» эффекту

Искусство юмора ведущего имеет множество стилей и форм выражения; чаще всего встречается легкая, ненавяз-

чивая манера, которая, как правило, не стремится к «взрывному» юмористическому эффекту, а скорее является сдержанной и утончённой, заставляя слушателей невольно улыбнуться или постепенно «раскрывать» смысл, оставляя бесконечное послевкусие; поэтому редко используются прямые выражения, фразы не досказываются до конца, в них скрыта языковая мудрость.

Однажды в программе «Зрелищный обзор», посвящённой теме «Соседские отношения», вступительные слова были написаны так:

Что такое сосед? Это друг, который помогает друг другу, это товарищ, к которому можно обратиться за помощью в трудную минуту, это незаменимая дружба в вашей жизни, это люди, которые дарят друг другу радость.

Ведущая Ни Пин посчитала, что этот текст, конечно, хорош, но ему не хватает индивидуальности — его мог бы произнести любой ведущий. Поэтому она изменила его в соответствии со своими жизненными ощущениями и стилем речи:

Что такое сосед? Это та семья, к которой ты стучишь в дверь, чтобы попросить соевого соуса, когда, готовя ужин, обнаруживаешь, что бутылка пуста; это та семья, которую ты можешь попросить время от времени проверять, не взломали ли дверной замок, когда ты уезжаешь в командировку; это та семья, которая первой позвонит в 119, если из твоего дома пойдёт дым.

(3) Воплощение благородных чувств

Искусство юмора ведущего культурных программ не заключается в демонстрации языковых навыков; он должен постоянно учитывать степень восприятия аудиторией и её эмоциональную реакцию. В противном случае юмор может привести к неловкой ситуации, когда «юмор уходит в никуда», то есть «застревает».

В Пекине много пожилых людей любят ходить в Бадачу, чтобы подниматься на гору и заниматься физическими упражнениями, причём они кричат во время подъёма. Однако эти крики пугают птиц, нарушают выработку гормонов у птиц и влияют на их размножение. Юань Юань подготовила репортаж и анализ этой проблемы в своей программе. Она не стала просто и резко обвинять и критиковать, а, проявив понимание и поставив себя на место пожилых людей, нашла подход, исходя из их любви к младшему поколению, чтобы убедить пожилых людей, кричащих на горе:

На гору приходят в основном пожилые люди, которые, по сути, сами остаются детьми в душе. Их активность, здоровье и оптимизм очень трогают нас. Они оптимистичны, потому что любят жизнь, а любя жизнь, они обязательно любят и птиц, как своих собственных детей. Думаю, пожилые люди и не подозревали, что их крики могут разбудить птиц; если бы они об этом догадывались, то наверняка не стали бы так поступать. Ведь пожилые люди — самые добрые и любящие люди. Ведь, например, разве они не выходят из дома каждое

утро на цыпочках, боясь разбудить своих детей и внуков?

(4) Языковые приёмы

Умение точно владеть юмором, использовать его и передавать его так, чтобы он трогал слушателей, — важная лингвистическая навик ведущего художественных программ. Следует сказать, что юмор для ведущего художественных программ — это сложная лингвистическая задача. Именно потому, что это сложно, возникает необходимость и стремление овладеть им. Итак, какие методы могут привести юмористический эффект в ведение художественных программ? Ниже приведу несколько примеров.

① Прием преувеличения

Преувеличение — это риторический приём, при котором, исходя из потребностей выражения, определённые аспекты объективных явлений намеренно преувеличиваются или преуменьшаются, что стимулирует воображение.

Ян Лань однажды в выпуске программы «Чжэнда Цзунйи» «путешествовала» по Канаде, расположенной за полярным кругом, где очень холодно. Она с преувеличением сказала: «Да, я тоже слышала, что там холодно. Говорят, два канадца разговаривали на улице, и в тот день было необычайно холодно: слова, как только вылетали из уст, сразу замерзали в ледяные крупички, и слушатель поспешил поймать их руками, а только после того, как подогрел их у огня в доме, смог разобрать, о чём шла речь...» Такое использование преувеличения выглядело очень живо и остроумно, и зрите-

ли тут же хохотали до слёз.

② Нестандартное мышление

Правила языковой связи предписывают, чтобы речь была по теме и не содержала высказываний, не имеющих отношения к ней. Авторы юмора часто используют высказывания, не имеющие сильной связи с темой, чтобы косвенно выразить свои намерения. Особенность такого образа мышления заключается в нестандартности: они часто рассматривают проблемы не по обычным схемам, что позволяет им обнаруживать и улавливать комические моменты.

③ Уместная самоирония

Под самоиронией понимается сознательное высмеивание себя в подходящей ситуации с целью достижения непринуждённого и остроумного эффекта. При использовании юмора следует смягчить или даже полностью устранить высокомерное чувство «духовного превосходства», чтобы юмор и остроумие реализовывались в рамках «гомогенных» отношений совместного существования. То есть ведущий может как подшучивать над собеседником, так и «подшучивать над собой», создавая таким образом гармоничную «юмористическую гомогенную структуру».

Ведущий Центрального телевидения Цуй Юньюань, когда только начинал вести программу на радио, представлялся так: «Меня зовут Цуй Юньюань. Имя «Юн» означает «вечность», а «Юань» — «маршал». На днях я получил письмо от слушателя с подписью «Цуй Юн-маршал» и мгновенно

облился холодным потом, потому что сначала хотел сказать, что «Юань» означает «Новый год».

Одно лишь представление имени оставило у слушателей глубокое впечатление, сопровождавшееся лёгким смехом.

④ Игра слов

Каламбур — это риторический приём, заключающийся в использовании синонимичных или омонимичных отношений между словами для раскрытия их двойного значения в конкретном языковом контексте, когда одно слово используется для обозначения другого, что позволяет искусно передать скрытый смысл.

У Е Хуэйсяня есть множество успешных примеров использования этого приёма в прямом эфире развлекательных шоу; «искусное использование двойного смысла» — его излюблённый приём юмора. Например, во время четвёртого отборочного тура второго «Кубка Касио» — семейного песенного конкурса, который он вел, — представляя увлечения пожилой супружеской пары из семьи Чу Фучжи, он сказал: «Чу Фучжи — заведующий кафедрой физического воспитания Фуданьского университета, а это его супруга. Эта пожилая пара очень интересная: он занимается спортом, но очень любит искусство; она — пенсионерка, бывшая учительница музыки, но очень любит спорт. Они как цветы, растущие в рисовой корзине — умеют и «вэнь» (wen — искусство), и «ву» (wu — спорт)...»

Такой стиль ведения, несомненно, усиливал комедийный

эффект на сцене.

Однажды одна из гостей — уволенная работница — рассказала, что, работая в мебельном центре, не могла различить материалы, из которых изготовлена мебель, и Цуй Юнь-юань вставил: «Это действительно сложно различить. Однажды моя жена попросила меня купить мебель, я уточнил в магазине, что она полностью из дерева. Привез домой, жена посмотрела и сказала: „Ты — полностью из дерева“».

⑤ Искусно исправлять оговорки.

Во время ведения развлекательных программ также случаются оговорки, и умение держать ситуацию под контролем и быстро реагировать на происходящее становится для ведущего серьёзным испытанием. В такие моменты хладнокровие и находчивость ведущего, а также юмор и остроумие в его речи помогают «превратить опасность в благо», избавиться от неловкости на сцене и даже сделать программу ещё более интересной и яркой.

Ни Пин, ведя игровую передачу, попросила зрителей выйти на сцену и поочередно бросать мячи в корзину, но, говоря слишком быстро и растерявшись на мгновение, она по ошибке сказала: «Положите корзину в мяч». Едва слова сорвались с языка, Ни Пин сразу осознала свою оговорку. Улыбаясь, она извинилась: «Ой, я так радовалась, что перепутала слова. У меня же нет таких способностей, чтобы поместить такую большую корзину в такой маленький мяч! Надо было сказать: «Поместите мячи в корзину». Игра начинается!»

Ни Пин с легкостью признала свою ошибку, чем развеселила зрителей в зале и оживила атмосферу на сцене.

Ведущий Шанхайского телеканала «Донгфан» Юань Мин, ведя вечер оперного искусства на Хайнане, назвал артиста «Нань Синьянь» «госпожицей Нань Синьянь». Когда на сцену вышел господин Нань Синьянь, в зале раздался хохот, но Юань Мин, проявив находчивость, сказал: «Ой, прошу прощения, я буквально понял название». «Однако ваше имя действительно очень красивое, и оно напомнило мне одно древнее стихотворение: „Ласточки, что в былые времена гнездились перед домами родов Ван и Сяе, теперь влетели в дома простых людей“. Китайская национальная классика — пекинский оперный театр — подобна этим ласточкам: она перелетела с севера через пролив Цюнчжоу и обосновалась на Хайнане...»

Ведущий проявил находчивость, не придавая значения оговорке, и превратил смех в аплодисменты.

Одним словом, юмор ведущего программы — это тщательно продуманный эстетический выбор, а не просто вульгарный приём для «развлечения».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.