

Как сделать презентацию мечты и добиться подписания контракта с клиентом? Стандартные, единообразные презентации на все случаи жизни скучны и неинтересны. Многие компании стремятся формализовать презентации, вместо того чтобы персонализировать их. Клиент же хочет видеть живых людей из плоти и крови, профессионалов, которые готовились к разговору именно с ним: клиенты — такие же люди, как мы с вами, а каждый из нас отлично распознает собственную ценность в глазах продавца. 10 дельных советов дает **Дмитрий Лазарев** в своей новой книге «**Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов**». Краткое резюме публикует издательство «Альпина паблишер».

«В эксперименте 30-летний мужчина должен был перейти улицу на запрещающий сигнал светофора. В половине случаев он был одет в отглаженный деловой костюм и галстук, в другой — в обычные брюки и рубашку. Результат — в 3,5 раза больше людей шагнуло вслед за нарушителем в деловом костюме», — пишет Дмитрий Лазарев, автор нескольких книг, бизне-тренер и консультант. И это только один пример того, как знания, в данном случае — психологии, помогают управлять аудиторией.

Умение убеждать — важнейший навык, которым в России мало кто владеет. Утеряна сама культура публичных коммуникаций. Говорят, что большевики запретили преподавание ораторского искусства везде кроме партийных школ и учебных заведений, имеющих отношение к спецслужбам — они понимали, какое это сильное оружие.

Так что большинство из нас совершенно безграмотны в области публичных выступлений, мы понятия не имеем, что именно делает презентацию блестящей или провальной. Самое большое и, к сожалению, распространенное заблуждение — это вера в то, что лучшие презентации получаются на основе импровизации. На самом деле та самая естественность и легкость, которая создает впечатление спонтанности, достигается как раз тщательной подготовкой.

Время идет вперед, меняются требования к публичным выступлениям — сегодня они должны быть очень лаконичными и емкими одновременно. «Цель продающей презентации — стимулировать интерес и получить согласие на следующий шаг». Как объясняет Лазарев, в продающей презентации важно выдерживать баланс между тремя задачами: убедить, информировать, мотивировать. Перекос в сторону одной из них — это ошибка, которую совершают многие неопытные продавцы.

Как продать идею за 10 слайдов

Автор: Зоя Белкина
26.04.2013 00:00

Те самые десять слайдов, которые вынесены в название книги, это:

1. Титульный. Название вашей компании, ваше имя, должность, контакты.
2. Проблема. Опишите/изобразите проблему — «головную боль клиента».
3. Степень значимости проблемы. Покажите степень влияния проблемы на бизнес клиента в целом.
4. Решение. Объясните, как именно вы снимаете «головную боль».
5. Модель продажи. Покажите, за что платит клиент.
6. История успеха. Примеры клиентов, для которых вы решали аналогичные задачи.
7. Технология. Опишите, в чем состоит секрет, ноу-хау или «особая магия», которую вы применяете.
8. Демонстрация. Покажите возможности продукта вживую, или на фотографии, или в видеозаписи.
9. Суммируйте выгоды. Резюмируйте последствия применения продукта.
10. Следующий шаг. Закончите приглашение к следующему действию.

Это каркас, но чтобы презентация действительно «зажгла», надо еще учесть множество мелких факторов, о которых рассказывает книга.

«Редко встретишь руководителя, который всегда получал удовольствие, выступая перед аудиторией. Тренировка меняет все, — заключает Дмитрий Лазарев. — Презентация становится еще интереснее, когда вы делаете ее в своей собственной, уникальной манере». Остается овладеть навыками, выработать свой индивидуальный стиль и получить в руки очень сильное средство достижения цели.