

ЕЗИК НА ТЯЛОТО И ЕМОЦИОНАЛНА ИНТЕЛИГЕНТНОСТ ПРИ ПРЕЗЕНТАЦИЯ



Традиционно презентацията пред група представлява събитие, което емоционално ни напъва, за което се подготвяме щателно с цел добро и убедително представяне. Какви са препоръките на специалистите по комуникация, които могат да направят нашето представяне убедително, които ще ни гарантират значително по-малък разход на емоционална енергия и по-висока лична удовлетвореност от резултата?

1. Език на тялото

Поза на тялото - за да бъдете убедителни е важно да имате добра представителна стойка на тялото. Много е важно да сте с изправен гръбначен стълб и да имате свободни движения с ръце и крака. Избягвайте да сте изгърбени и затворени особено пред аудитория. Движенията трябва да са плавни, а не резки. На езика на тялото това се превежда като трите „С“: спокойствие, самоувереност и самообладание. Обратното – резките и некоординирани движения са показател за липса на доверие, несигурност и фалшива поза.

Мимика - за да бъдете убедителни е важно лицето ви да изразява откритост и жив интерес към вашите събеседници. Въздържайте се чрез лицето си да изразявате крайни емоции. За предпочитане е по-скоро неутралния израз на обективност. Умереното изразяване на позитивни емоции чрез усмивка, повдигане на веждите и израз на емпатия улесняват вашата убедителност.

Погледът - когато е открит за зрителен контакт със събеседника е израз на откритост и честност. Добре е да се въздържа от втренчване в другия. Движението с очи трябва да следва логиката на разговора.

Облеклото - това е важен белег за вашето социално положение и лични предпочитания. От друга страна, в бизнеса изразява вашата позиция в компанията и отношение към продукта или технологията която презентирате. За да сте убедителни бъдете облечени според ситуацията и очакванията на аудиторията. Презентация на продукти и услуги от „бизнес-ту-бизнес“ характер, плод на високи технологии или с висока стойност изискват във всеки случай по-официално облекло и по-респектиращо отношение.

Силата на гласа - характеристиките на вашият глас, силата и тембърът му са важни за вашата убедителна комуникация. Колкото по-голяма е аудиторията пред която говорите, толкова по-енергичен и с по-висока сила

трябва да бъде вашият глас. Правете паузи тогава, когато акцентирате върху вашите важни послания в речта си. Изразявайте важното с по-висока сила от маловажното.

Жестовете е необходимо да са умерени и потвърждаващи казаното. Не сключвайте и не затваряйте вашите ръце, защото показват не заинтересованост и дистанция от вашата аудитория. Оставете ръцете си да ви „помагат“ за изразяване на мисълта.

Позиционирането пред аудитория - препоръката в убедителната комуникация е да бъдете изправени на достатъчно разстояние пред вашата аудитория с поглед в нея. Не трябва да сте нито прекалено близко, нито далеч. Разстоянието зависи от големината на групата и е необходимо да ви осигури цялостен поглед и контрол над нея.

По време на презентацията пред група търсете погледа на събеседници от групата и се опитвайте да скъсите разстоянието с предвижване към онзи край на групата, който е най-отдалечен от вас.

2. Емоционалната интелигентност

Според психолозите умениято за контрол на емоциите включва способността за балансирано изразяване на емоционалния ни темперамент. Да умеем да изслушваме и да бъдем съпричастни. Да разбираме проекцията на чувствата, да приемаме скритата си страна и да постигаме емоционално преобразяване. В ситуация на презентация особена важност придобива способността ни да се справяме с чувството на тревога и емоционално напрежение, което естествено изпитваме по време на събитието – с т. нар. „сценична треска“, която може да ни „блокира“ и намали ефективността и убедителността ни.

Емоционалният темперамент

Екстраверт - външно ориентиран психичен тип. Отворен, комуникативен до експанзивност, той се мотивира преди всичко позитивно. Негативната мотивация може да го отчужди и „блокира“. Влияе се от външни стимули, включително от рекламни внушения и социалната среда. Обикновено показва по-благоприятна визия от реалните си възможности. Има понижен самоконтрол и понякога рискува необмислено. Дава по-големи обещания от възможностите за тяхното изпълнение. Като клиент се впечатлява лесно и не се нуждае от продължително убеждаване, но не е лоялен за по-дълго време. Харесва да изпробва нови

продукти, затова е много важна комуникацията с него след продажбата. Нужно е да се стимулира непрекъснато. Често спонтанно взема решения за покупка по емоционални причини.

Интроверт - вътрешно ориентиран психичен тип. Често изглежда затворен, пасивен и дистанциран. Човек на статуквото. Държи преди всичко на сигурността. Не рискува излишно, трудно предприема стъпки за промени необходимо е да претърпи загуби за да промени една ситуация. Мотивира се преди всичко негативно. Избира "по-малкото зло". Трудно се влияе от позитивни външни стимули, реклама и социалната среда. Взима решение преди всичко на база собственото си мнение и преценка. Като клиент има поведение на експерт. Нуждае се от продължително и аргументирано рационално убеждаване, но спечелен веднъж се превръща в лоялен клиент. Не е необходимо да се стимулира непрекъснато, а само да му се формира усещане за сигурност и поддържане на собственото му статукво.

Амбиверт - междинен психичен тип. Мотивира се и позитивно, и негативно. Реагира според ситуацията в която е поставен. Когато се чувства несигурен реагира като екстраверт, а когато е сигурен – като интроверт.

Контролът на емоциите при общуването с представителите на различните психични типове изисква да коментираме ситуацията, при които се доближаваме много до единия полюс. Ефективният подход е да коментираме балансирано крайностите без да изпадаме в тях. Най-подходящ по време на презентация е психичния профил и поведенческа стратегия на амбиверсията, която може да откликне адекватно при комуникацията с другите два крайни профила.

Умението за изслушване

Избягвайте да задавате въпроси започващи със: "ЗАЩО?". Те показват, че вие преценявате събеседника или го принуждавате да се обосновава. Помолете го да опише какво чувства. Правилните въпроси започват с „КАК“ „КАКВО“ или „ПО КАКЪВ НАЧИН?“ При изслушването бъдете съпричастни, а не съчувстващи и окуражавайте събеседника си да споделя чрез емпатиращ език на тялото – леко поклащане с глава в знак на съгласие, поглед изразяващ разбиране а не негативна оценка и отворена поза на тялото.

Разбиране на проекциите

Ключовите белези на проекциите са, когато изпитвате чувство, което сякаш не е ваше. Изпитвате силна негативна емоция в нечие физическо присъствие, но когато се оттеглите тя изчезва. Особено неприятно и „блокиращо“ преживяване в процес на презентация. Чувствате се така, сякаш нещо ви е било взето без ваше съгласие или с необясними негативни чувства към човек от аудиторията, който възприемате като заплаха към вас без видима причина. При наличието на подобни проекции трябва да имаме в предвид, че те отключват минали събития и взаимоотношения и нямат нищо общо с нас. Необходимо е да се дистанцираме и да заемем обективна позиция и да не обвиняваме другия за нещо за което той няма вина. Когато се проектира върху нас е добре да разискваме тази проекция във връзка с миналия опит на човека.



Способност за емоционална трансформация

Емоционалната интелигентност ни дава възможност да трансформираме негативните си чувства в позитивни. При контакт с аудиторията позитивния и конструктивен спокоен отговор на негативните въпроси или съмнения дават най-голяма убедителност на вашата презентация. Необходимо е да възприемаме конкуренцията не като заплаха, а като възможност да изразим позитивните страни на нашия продукт или услуга.

Приемане на скритата си страна

Развиването на емоционалната интелигентност ни кара да погледнем онези неща в себе си, които не одобряваме или да подтискаме свои таланти или потенциали за развитие, които са неприемливи за другите. Ако отричаме своята сянка неминуемо я проектираме върху други хора. Важно е да изследвате негативните си чувства които изпитвате. Какво ме прави раздражителен и прекалено чувствителен спрямо този човек, има ли нещо което откривам в него, а несъзнателно аз искам да бъда? Или и той носи качества, които са ми близки и са неприемливи за мен? Тези въпроси ще ви помогнат в ситуация на презентация да имате балансирано емоционално отношение към хората от групата и да не позволите подобни чувства да ви дисбалансира.

Цикъл на тревогата

Най-важното, което трябва да разберем за тревогата и „сценичната треска, която преживяваме при контакта с публиката е, че те имат закономерен и цикличен характер, който ако осъзнаем и овладеем можем да контролираме. Препоръката е да приемем тревожността като естествено състояние, да понесем и споделим чувства на вълнение които изпитваме и да понижим нивото си на претенции (да приемем, че сме хора и не сме свършени). Не трябва да забравяме, че и хората пред които говорим изпитват подобни чувства в подобна ситуация и могат да ни разберат добре. Най-умелите майстори на презентациите и актьорите съвсем целенасочено използват тези първоначални мигове на емоция и вълнение за да „очовечат“ образа си и се приближат до хората в аудиторията.

