

# Искусство бизнес-презентации

## Тема 8. Работа с нештатными ситуациями во время бизнес-презентации

### *Цели изучения:*

– ознакомление с теоретическими основами работы с нештатными ситуациями во время бизнес-презентации.

### *Задачи изучения:*

- Изучить непредвиденные ситуации, возникающие при публичном выступлении во время бизнес-презентации.
- Изучить способы избегания и решения проблемных ситуаций во время бизнес-презентации.
- Изучить методы работы с «неудобными слушателями» во время бизнес-презентации.
- Изучить способы ответов на каверзные и провокационные вопросы.
- Изучить технику работы с ситуацией отсутствия вопросов у слушателей.

### *В результате изучения данной темы Вы будете знать:*

- основные виды непредвиденных ситуаций на бизнес-презентациях;
- способы разрешения непредвиденных ситуаций во время бизнес-презентации;
- методы работы с «неудобными слушателями»;
- основные виды сложных вопросов;
- причины возникновения ситуации отсутствия вопросов у слушателей.

**уметь:**

- анализировать различные проблемы, возникающие во время бизнес-презентаций со спикером;
- выделять типажи «неудобных слушателей»;
- подбирать методы работы с «неудобными слушателями»;
- находить нужный тип реагирования на каверзные и провокационные вопросы;
- выбирать способы помочь аудитории задавать вопросы.

**Учебные вопросы:**

8.1. Непредвиденные ситуации на презентации.

8.2. Методы работы с «неудобными слушателями».

8.3. Ответы на сложные вопросы.

8.4. Работа с ситуацией отсутствия вопросов

**Обратите внимание:**

Как бы хорошо не была написана речь для выступления, составлен план и подобран образ, все равно при выступлении перед слушателями могут возникнуть незапланированные ситуации. Это естественная составляющая бизнес-презентаций и насколько выступавший может справиться с ситуацией, найти выход, решить проблему, будет отличать его от остальных и показывать степень его мастерства.

**8.1. Непредвиденные ситуации на презентации**

Существует список наиболее часто возникающих проблем при публичном выступлении во время бизнес-презентации:

***Проблема с техникой (неработающий микрофон и проектор)***

Если выступление в помещениях с хорошей акустикой и количество человек не большое (20 человек и меньше), то микрофон не так важен. Однако, если выступление на улице и выступающих больше, но следует подождать пока организаторы устранят проблему. В случае, если ситуацию не удастся исправить можно начать выступать спокойно, без лишней суеты и повышения голоса, чтобы не перейти на высокий тембр.

Никита Непряхин предлагает такую стратегию работы с аудиторией: *«Обратитесь к аудитории: «Уважаемые коллеги! К сожалению, микрофон отказывается работать. Но нам ничего не помешает продолжить. Я постараюсь максимально громко говорить, чтобы всем было слышно. Но у меня будет к вам огромная просьба:*

*пожалуйста, давайте сделаем так, чтобы, как и микрофон, не отказали мои связки (позитивно, шутливо), будем максимально внимательно меня слушать». Если аудитория растеклась по залу, то обязательно нужно всех сгруппировать максимально близко к вам».*

Часто поломка микрофона связана с тем, что испортились батарейки, а у организаторов нет замены, поэтому можно брать с собой набор из батареек А и АА, не полагаясь на других.

Если бизнес-презентация построена не только на электронных слайдах, то это минимизирует проблему поломки визуального оборудования (проектора, компьютера, ноутбука). В идеале при отказе работы проектора опытный презентатор может легко перейти на флипчат. Если такой не предусмотрен, то в этом случае будет наиболее важным, продемонстрировать аудитории контроль над ситуацией: инициировать перерыв и разобраться в причинах поломки, обратиться к техническому персоналу.

*«Коллеги, я сейчас завершу свою мысль. Пожалуйста, обратите внимание на флипчарт. Чуть позже сделаем небольшой перерыв, и мы постараемся вернуть картинку»,* такой фразой Н.Непряхин призывает не делать акцент на поломке, показывая, что ситуация не критичная.

***Проблемы с содержанием речи выступающего:*** оговорки, перепутанный текст, лишние фразы, слова. В зависимости от степени серьезности, можно сразу же попросить прощения, или перевести все в шутку. В этом случае будет важна быстрая реакция и отсутствие концентрации на собственной ошибке.

Промахи оратора, не связанные с содержанием выступления (икота, кашель, падение и т.п.), воспринимаются спокойно аудиторией и быстро забываются, так как человеку свойственны промахи. Задачей выступающего будет быстро справиться со смущением и продолжить свою презентацию.

***Забывтые записи,*** легко восстановить быстро набросав план выступления по памяти, в этом случае некоторые пункты могут быть пропущены, но если речь хорошо отрепетирована, то можно вспомнить около 80% первоначального текста. Важно не сообщать аудитории об

отсутствии текста, так как лишняя для нее информация не несет никакой смысловой нагрузки, но негативно влияет на репутацию выступающего.

*Перепутанный раздаточный материал* в случае, если был взят из дома не тот, нет возможности кого-либо отправить за нужным, исключайте его из выступления, без уведомления об этом аудитории.

Не соответствие ожидания аудитории действительности могут быть скорректированы относительно структуры и формы выступления, после объяснения причины слушателям.

*«Дорогие коллеги, я знаю, что вы пришли на презентацию новой программы мотивации персонала. Но мне придется отклониться от привычной формы презентации, и вот по какой причине...»*

В некоторых случаях тема выступления отличается от ожидаемой аудиторией, в ситуациях, когда аудитория была неправильно проинформирована, или когда выступающий перепутал тему или неправильно понял организаторов.

Единственным выходом из положения будет объяснить свою позицию и заинтересовать присутствующих в теме текущего выступления.

*«Уважаемые коллеги! Название выступления не совпадает с тем, что было вам первоначально заявлено. Но мы будем говорить еще на более важную и актуальную тему...».*

Можно использовать иронию: *«Был такой случай: однажды слушатели пришли на лекцию про нанотехнологии, а в результате им рассказывали про вологодские промыслы. Мы тоже вынуждены сообщить, что сегодня речь пойдет немного о другом, нежели чем вы ожидали. Но не пугайтесь, в нашем случае все более безболезненно. А в каком-то смысле даже полезно. Ведь речь сегодня пойдет о...».*

Негативное отношение к презентатору или сомнения в его компетентности, то будет уместно коротко озвучить их сомнения, открыто обговорить несоответствия, привести конкретные доводы, стараясь поддержать позитивный настрой.

*«Я прекрасно понимаю, что вы думаете сейчас. В прошлый раз я рьяно выступал против реорганизации нашей компании. Сейчас же я выступаю с абсолютно противоположным тезисом. И буду делать это*

*так же рьяно. Вы резонно задаетесь вопросом, почему я так резко поменял свою точку зрения. Что могло произойти всего за три месяца, чтобы радикально менять свои позиции. И я с удовольствием об этом расскажу...», «Друзья, ситуация почти анекдотичная. Вы, наверное, спрашиваете, как этот толстый дядька может выступать на тему диетологии. Я бы на вашем месте тоже с удивлением посмотрел на меня. Но тем не менее...»* – такие варианты для подобных ситуаций предлагает Никита Непряхин.

Если слушатель просто не согласен с мнением выступающего, сомневается в достоверности слов, его необходимо выслушать, подчеркнув важность разных точек зрения, а затем продолжить презентацию.

Радислав Гандапас предлагает использовать с такими слушателями студенческий прием: Начните свой ответ с фразы: *«Чтобы разобраться в вашем вопросе, нужно рассказать вот о чем...»*. Затем продолжайте говорить то, что считаете нужным.

Возможно, данный человек специально провоцирует на взаимодействие, пытаясь специально обратить на себя внимание, тогда с ним следует работать на с «неудобным слушателем».

В случае, когда, большая часть слушателей знает содержание презентации, ее можно сделать экспертами, тем самым перевернув ситуацию в свою пользу. Ошибкой будет смена или уход от подготовленной темы.

Такой пример приводится экспертами *«На самом деле отлично, что большая часть из многоуважаемой аудитории уже знакома с данной темой. Нам будет нужно ваше экспертное мнение. Позвольте мне к вам обращаться, будет здорово и очень полезно, если вы поделитесь своим опытом в этом вопросе. Договорились?»*

Совершенно другая ситуация будет в случае переоценки знания слушателей. Когда материал презентации слишком сложен для них, вызывает скуку и непонимание. Опытный оратор способен упростить тему, добавить в презентацию определений, объяснений примеров, задавать вопросы, относительно того, что рассмотрели.

Выступление может приходиться на вторую половину дня или послеобеденное время и слушатели очень устанут на момент начала выступления. Это важно озвучить, не делая вид, что все в порядке. Можно сделать переход используя историю, неожиданного факта, случая из практики, ввести интерактивные моменты в виду голосования, небольшого опроса.

*«У нас как всегда: до обеда боремся с голодом, а после обеда – со сном, – позитивно, шутливо, с улыбкой. – Я прекрасно понимаю, что после обеда особенно тяжело слушать, тем более такую сложную тему, как бюджетирование в новом году. Я постараюсь сделать так, чтобы вы тихонько не решили вздремнуть».*

Интересным началом может быть обращение к выгоде слушателей, так как это способствует их вовлечению.

*«Я понимаю, что мое выступление самое последнее, вы все порядком уже устали, и многие подумывают, а не пойти ли мне уже домой. Вот три причины, по которым вы должны остаться...».*

Но даже в этом случае аудитория может быть сонной, отстраненной, равнодушной к теме. Можно применить все имеющиеся техник, такие как движение по залу, ускорение и замедление темпа речи и интонации, рассказывание истории, использование зрительных образов.

Заготовленная шутка или анекдот не произвели нужного впечатления на аудиторию, в этом случае выступающий может сделать вид, что ничего не произошло, а может отметить это с долей самоиронии. Ошибкой будет жать реакции или разъяснять смысл.

*«Мне тоже, честно говоря, непонятно, где здесь смеяться», «Шутка не удалась, идем дальше», «Признаться честно, я тоже ненавижу анекдоты», «Судя по вашей реакции, автора сценария придется уволить».*

### ***Количество участников меньше или больше ожидаемого***

Если презентация была заготовлена на большее количество людей, но пришло всего 5-7 человек, эту ситуацию также рекомендуется прокомментировать, подчеркнув преимущество «камерности» и создав ощущение, что эта ситуация результат удачно сложившихся обстоятельств. Вторым шагом будет попросить слушателей пересесть

ближе к презентатору для того, чтобы было легче поддерживать внимание и визуальный контакт.

В случае, когда пришло большее количество людей, также будет уместно объяснить ситуацию, шутка про неожиданный «ажиотаж». Затем стоит переорганизовать пространство, подготовить дополнительные места, если это необходимо, подключив к этому собравшихся.

Ошибкой во всех данных ситуациях будет пытаться взаимодействовать с аудиторией, так же как было запланировано, без учета изменившихся обстоятельств.

**Внешний шум** мешает проведению презентации, например, когда ведутся строительные работы на улице или в помещении, проходит выступление. Это обстоятельство необходимо прокомментировать, использовать шутку, что приведет к переключению внимания слушателей на презентацию, а не на отвлекающие факторы.

**Опоздание большей части аудитории** ставит выступающего перед выбором. В случае, если не ждать всех и начинать выступление для присутствующих, то большая часть пришедших позже не поймет содержание, потеряет интерес к теме, создаст лишний шум из-за шуршания, сдвигание стульев, переспрашивание соседей.

Если дожидаться опаздывающих, то пришедшие вовремя, оказываются в позиции ожидающих, у них возрастает раздражение и падает мотивация.

Решением данной проблемы является хорошая подготовка, при которой начав презентацию вовремя, но основную часть озвучивать, тогда, когда в зале будет достаточное количество слушателей.

Н. Непряхин предлагает заполнять паузы шутками, рассказами о том, какие ситуации случались в практике. Хорошим вариантом может быть предварительная работа по подготовке слушателей к теме выступления: история обсуждаемого вопроса. Это создает взаимодействие с участниками и помогает заполнить паузы.

### ***Сокращение времени выступления***

Часто во время презентаций возникают ситуации, когда организаторы просят сократить время выступления, непосредственно перед самым выступлением. В этом случае часть содержания не рассказывается. Для этого во время подготовки выделяется основная

значимая информация, которая повлияет на эффективность и незначимая. Ошибками будут попытки ускорить темп речи, пытаясь высказать все, так как часть слушателей ее просто не воспримут из-за скорости восприятия.

В любых из приведённых ситуаций важна мимолетная реакция на происходящее и сохранение контроля, в этом случае доверие аудитории возрастает, что отражается на лояльности презентуемому продукту или услуге.

Подчеркивая важность умения держать ситуацию под контролем Непряхин Никита, приводит такой пример из реальной жизни:

*«На конференции в городе Н. один из слушателей, утомленный длительным переездом, вдруг уснул. Когда его голова упала вперед, он резко проснулся, дернув шеей. Да так сильно, что потянул себе мышцу, и был вынесен из помещения на носилках. Вам, наверное, хочется узнать, а что же делал оратор в то время, когда все это происходило? Стоит отдать должное этой женщине, она спокойно сказала аудитории: «У нас несчастный случай. Давайте подождем, пока это уладят». Она стояла за трибуной и ждала, пока человеку не оказали необходимую помощь, а потом продолжила речь. И после этого выглядела еще более убедительно, ведь присутствующие увидели, что она не теряет, а умеет быстро реагировать на происходящее. Вот вам яркий пример, как нужно держать все под контролем и приспосабливаться даже к самым неожиданным ситуациям, которые могут случиться во время вашего выступления».*

## **8.2. Методы работы с «неудобными слушателями»**

Выступающему с бизнес-презентацией хочется поделиться своими идеями и переживаниями. Но легче и приятнее это сделать в том случае, если аудитория внимательно слушает, не перебивает, не пытается поймать оратора на лжи, искренне сопереживает, не акцентирует внимание на запинках и сложностях формулирования мысли, не отвлекается на посторонние факторы, такие как общение с соседом, телефон, другие мысли.

Однако существуют слушатели, выступить перед которыми тяжело, они могут вывести из равновесия недостаточно опытного оратора. Одной реплики из зала бывает достаточно, чтобы сорвать тщательно подготовленное выступление. Что бы этого не произошло к атакам «неудобных» слушателей нужно быть готовым, а для этого научиться их быстро распознавать и нейтрализовать.



Иногда реплик одного злобного зрителя из зала бывает достаточно, чтобы испортить тщательно подготовленное выступление. Но надо быть готовым к атакам слушателей-провокаторов.

Основатель Института публичных выступлений и конфликтологии, преподаватель ораторского искусства и основ конфликтологии в МЦПО Останкино Ирина Анатольевна Баржак, выделяет 7 типажей слушателей, которые способны сорвать любую презентацию, а также методы противодействия им:

### **1. Всезнающий подстрекатель.**

Занимает место в первых рядах и готовится задать сложный вопрос, на который выступающий не знает ответа, сказать какой-либо факт, который еще не упоминался. Его цель самоутвердиться за счет авторитета оратора, получить внимание.

Достаточно отметить их кругозор и эрудицию, сделав комплемент (*«Вы смотрите вглубь темы», «Я ждал этого вопроса, но вы первый, кто вник так глубоко»*), а затем сказать о том, что ответ требует более широкого освещения, а также предложить обсудить его после окончания презентации (*«Это тема отдельного исследования, не смогу кратко сформулировать свою позицию», «Пожалуйста, останьтесь после доклада, обсудим тему»*).

Как правило, после завершения выступления такой вид слушателя не подходит, так как для него важно поставить спикера в неудобное положение, а не получить ответ.

### **2. Непрерывно задающий вопросы.**

Слушатель вначале внимательно слушает доклад, а затем вытягивает оратора в диалог, который не интересен остальным. В случае если один человек во время выступления задает вопрос больше двух раз, его следует поблагодарить за интерес к теме и предложить продолжить обсуждение позднее. Этот вид также редко подходит позже.

### **3. Скептически настроенный.**

Слушатель также сидит в первых рядах, но полулежа, в расслабленной позе, презрительно смотрит, вздыхает с видом, что все это банально, не интересно и давно знакомо. Неопытные выступающие могут принять это на свой счет, но задача скептиков самоутвердиться, ничего не говоря. Ему можно задать любой вопрос, на который он не сможет ответить, показав тем самым отсутствие страха перед ним.

#### **4. Поддакивающие каждому слову.**

Они также как и вышеперечисленные типы, выбирают место впереди и одобрительно качают головой, но не потому, что им действительно интересно, а по усвоенной привычке. Оратор начинает адресовать свое выступление только им теряя контакт с остальной аудиторией.

#### **5. Комментирующий почти каждое из предложений.**

Обычно впереди, вполоборота к соседям сбоку и сзади в первых рядах и не представляет опасности, пока не начинает перетягивать внимание от презентации на себя. Как только он начинает отвлекать зал, можно задать вопрос, обратившись ко всем присутствующим, не мешают ли его комментарии. *«Скажите, а всем мешают комментарии или только мне?», «Мы будем обсуждать эту деталь или вернемся к теме презентации?»*

#### **6. Пытающийся управлять ходом презентации.**

Сидит в первом ряду или последнем. Он может торопить, советовать переходить к самому важному. *«Мы это уже знаем, переходите к делу»*. С ним важно не вступать в пререкания и не терять самообладание. Лучше задавать вопросы, обратившись ко всем участникам. *«Вижу, здесь собрались осведомленные люди. А с результатами тестов вы тоже знакомы?»* или *«Вы можете дать ответ, почему результаты таковы?»* Если говорить от лица собравшихся, то оспорить его слова будет сложнее, чем если одного человека.

#### **7. Слушатели последних рядов.**

Обычно ведут себя шумно, так как считают, что их никто не видит, разговаривают между собой, не интересуясь содержанием презентации. Эта группа начинает внимательно слушать в случае, если выступающий обращается к ним напрямую с вопросами и обращает на них внимание. *«Хорошо ли меня слышно на последних рядах?»*, *«Видно ли вам строчку из презентации?»* *«Что думают сидящие на последнем ряду?»*

Самое важное при работе с любым типом слушателя, удерживать контроль за ситуацией в зале, не стесняясь четко выражать свои позиции.

### 8.3. Ответы на сложные вопросы

В своей книге «Камасутра для оратора» Радислав Гандапас дает определение публичной речи, как сражения оратора с аудиторией в игре «Вопрос-ответ». В которой выступающему всегда хочется выиграть, ответив на все вопросы и блестяще обойдя непростые ситуации, которые подготовили слушатели.

Радислав Гандапас приводит такой пример Арнольда Шварценеггера, когда тот баллотировался на пост губернатора Калифорнии, рекомендуя поучиться у него искусству непринужденного игнорирования: *«На пресс-конференции журналист спросил: «Правда ли, что в молодости вы снимались в порнофильмах?». В такой ситуации любой ответ был бы проигрышным. Арнольд нашел идеальное решение: «Это старая новость. Следующий вопрос».*

К неудобным для выступающего являются вопросы, на которые сложно ответить однозначно, они способны нанести урон репутации, повлиять на статус. К ним относятся:

– Ироничные вопросы, с помощью которых можно развеселить аудиторию. Ответ на такой вопрос должен быть серьезным тоном с подчёркиванием недопустимости недооценки важности обсуждаемого вопроса или с использованием юмора, в зависимости от формата презентации.

– Сложные вопросы, затрагивающие смежную область, с помощью которых задающий хочет проверить эрудированность выступающего или контроль над ситуацией. Ответ лучше выстроить с опорой на то, что тема очень обширна и невозможно учесть все нюансы из смежных дисциплин. *«Невозможно объять необъятное»* или *«Наш продукт не предусматривает решение данной задачи».*

– Вопросы, на которые уже получил ответ другой задающий. В данной ситуации можно еще раз кратко повторить ответ с использованием фразы *«Как уже отмечалось».*

– Вопросы, которые по своей сути являются замечаниями о несоответствии выводов мнению какого-либо авторитетного лица, зачастую неизвестного большинству. Ответ на данный вопрос-замечание призван показать постоянное развитие науки, например о том, что факты пересматриваются, провозглашенные авторитеты меняют свою точку зрения.

В своей статье «Как отвечать на неудобные вопросы во время выступлений?» Денис Каплунов приводит способ ответа на данный вопрос «веселая аллюзия с профессорской концовкой». Когда выступающий не реагирует на провокацию, а сводит к шутке, а потом «включает» профессора.

*«Помните, ваша задача – работать на остальных слушателей, а не провокатора. Если вам задают резкий вопрос с указанными фразами, для слушателей он тоже покажется резким и в этот момент они будут полностью на вашей стороне.»*

*Как-то у меня был интересный случай. На все 100 % дословно вопрос не помню, но суть передаю точно:*

*– Денис, а вам не кажется, что столь частый пиар ваших книг в сетях и посты по каждому их упоминанию – это все-таки перебор? Может, это какой-то комплекс?*

*– Да, есть у меня комплекс. Зенитно-ракетный. И всегда с собой. Хотите, покажу? А если по сути: можете взять калькулятор и посчитать процент таких публикаций в общем количестве информации, которой я делюсь. Вы увидите, что их не больше 10%. Допустимый показатель. Полезными статьями я делюсь чаще, можете тоже посчитать, и при следующей встрече сверим результаты.»*

*Если бы не заготовка на слово «комплекс», ответ был бы не столь интересным. Как видите, такое выручает. Плюс, с вопросом пиара своих книг, который некоторых товарищей раздражает, я сталкивался и ранее (уверен, что буду сталкиваться и дальше), поэтому и вторая часть моего ответа уже была заготовлена заранее».*

– Вопросы, принижающие значимость полученных данных, часто вызывают негативную эмоциональную реакцию выступающего. В этом случае оценив степень провокационности вопроса следует ответить заранее заготовленной фразой. Если эмоциональная реакция вышла из-под контроля, аудитория сразу же это почувствует и скрыть этого не удастся. Опытные ораторы рекомендуют честно признаться в своем смущении, перенеся акцент с себя на спрашивающего: «Вы заставили меня смутиться», «А вы умеете загонять лекторов в угол». Констатируя данный факт, оратор дополнительно устанавливает контакт с аудиторией за счет эмпатии.

Показательный случай из практики Д. Каплунова, показывает, как можно выйти из ситуации при таком виде вопроса:

*«– Денис, вот вы говорите о коммерческом предложении, которое привело к заключению сделки на 4,5 млн. евро. Почему нам верить? Мне кажется, вы тут обманываете, чтобы произвести впечатление на аудиторию.*

*— Аргументы?*

*Аргументов не оказалось, да и откуда, если указанный показатель — правда. Поэтому я и писал выше — говорите правду, только правду и ничего кроме правды».*

– Вопрос, на который не хочется отвечать, может быть личного характера, касающийся коммерческой тайны, или тех моментов, которые бы презентатор не хотел раскрывать всей аудитории. Выступающий может не давать ответа, с отсылкой к тому, что сейчас нет достаточной информации, а отвечать непроверенными фактами он не привык, но пообещав узнать все нюансы более подробно или обсудить после выступления.

– Вопрос, который не понятен или на который невозможно придумать быстрый ответ, может вызвать тревогу у выступающего. Однако существует большое количество техник ответа на такие вопросы.

Выиграть время на обдумывание для этого можно уточнить вопрос (*«Прошу прощения, не расслышал ваш вопрос, повторите пожалуйста»*), переспросить (*«Правильно ли я понял ваш вопрос?»*).

Попросить конкретику, обратившись с просьбой расшифровать вопрос (*«Это довольно общий вопрос, сообщите, пожалуйста, что именно вы имеете в виду»*), запросить конкретный пример (*«Я понял вопрос, но вся сложность том, что лучше обсуждать конкретную ситуацию, а не вероятность. Приведите, пожалуйста, конкретный пример»*), если его не окажется, то можно взять инициативу и ответить другим способом. Скорее всего, при повторении вопрос окажется короче и яснее. Однако в нем могут измениться акценты, а то и весь смысл.

Привести пример из жизни (*У моего знакомого как раз произошла такая ситуация, как вы описываете. И он...*), другой сферы.

Использовать юмор, афоризмы, которые помогут снять напряжение.

Попросите несколько минут на размышление или ответить после презентации. О вопросе, спустя какое-то время, могут просто забыть.

Чтобы не возникало меньше неудобных вопросов готовясь к презентации можно сузить поле для маневров провокаторов, если во время презентации говорит правду, так как лож станет сильным ударом по репутации. Следует продвигать только свои идеи, не приписывая себе чужие, и подтверждать авторство историями из прошлого. А также знать свои слабые стороны и помнить о них, так как это может быть уязвимым местом выступающего.

#### ***8.4. Работа с ситуацией отсутствия вопросов***

Наступает этап ответов на вопросы, выступающий готов отвечать на интересующие моменты своей презентации, но аудитория ничего не задает. Это не обозначает, что у слушателей не возникло желания получить дополнительную информацию, а только то, что определенные причины не позволяют им их быстро сформулировать. Ими могут быть: Затянутое выступление, при котором присутствующие устали, у них нет энергии его задать, и они хотя быстрее уйти. Важно в середине выступления они начали не понимать или отвлеклись на что-то и к окончанию не поняли, о чем сама презентация, но не могут признаться в этом.

К тому времени, как вы закончили, они уже не понимали, о чем вы говорите. Сбитая с толку публика почти никогда не задает вопросов. Она не любит признавать, что ничего не поняла, и не желает тратить силы на то, чтобы разобраться. Она просто сидит. Сидит и молчит.

Отталкивающее высказывание, порой не умышленное, но вызывающие отрицание всей последующей информации.

*«Не так уж много надо, чтобы «заморозить» публику. Попробуйте только заикнуться о мужском превосходстве, выступая перед Лигой женщин-избирательниц. Или отпустить неудачную шутку по поводу местной футбольной команды. Дотроньтесь до чувствительного нерва – и публика потеряет интерес и к вам, и к теме вашего выступления», – пишет в своей книге «Я вижу вас голыми: как подготовиться к презентации и с блеском ее провести» Рон Хофф*

Слушатели заранее приняло неблагоприятное для презентатора решение заранее, но все равно пригласили провести бизнес-презентацию.

Выступающему не удалось связать свою тему с реальной жизнью и заинтересовать идеей. Абстрактная, теоретическая информация редко вызывает вопросы у слушателей.

## **Особенности аудитории, которая не задает вопросы**

Для того что бы избежать подобной ситуации следует ответить на вопросы: не слишком ли длинная презентация? Не перегружена ли она подробностями? Нет ли моментов, которые могут задеть кого-то в аудитории? Интересна ли слушателям тема бизнес-презентации? Нет ли в презентации логических несостыковок?

Такие вопросы по поводу содержания выступления помогают облегчить его восприятие.

Учитывая все параметры, можно почти исключить ситуацию отсутствия вопросов, но, если она все равно произошла, будет не верно сразу-же удаляться, так как есть способы помочь аудитории.

Осмотрев слушателей и заметив движение одного из них, можно поймать его взгляд и с доброжелательной улыбкой предложить начать.

Часто сидящие в зале боятся задавать первый вопрос. Их можно подтолкнуть словами: *«Итак, первый вопрос...»*.

Один из вариантов будет начать выступающему со слов: *«Меня часто спрашивают...»*.

Вопросы аудитории – точка соприкосновения бизнес-презентации с реальным товаром или услугой, и к ним выступающий должен быть всегда готов, иметь четкое представление об их содержании и ответ. Это повысит эффективность бизнес-презентации и поможет достичь желаемый результат.

### ***Вопросы для самопроверки:***

1. Перечислите проблемы, возникающие при выступлении во время бизнес-презентации.
2. Какие способы сгладить или избежать непредвиденных ситуаций можно выделить?
3. В чем опасность «неудобных слушателей» для выступающего?
4. Перечислите типажи слушателей, которые способны сорвать любую презентацию? Раскройте каждый из них.
5. Назовите методы противодействия «неудобным слушателям»?
6. На какие вопросы выступающему сложно ответить однозначно? Раскройте каждый из них.
7. Какие виды техник ответа на сложные вопросы существуют?
8. Перечислите способы уменьшения количества неудобных для выступающего вопросов?

Какие могут быть причины возникновения ситуации отсутствия вопросов?

Каким образом можно помочь аудитории начать задавать вопросы?