



هشت مهارت سخنران حرفه‌ای

زمانی که شما در سمت تماشاچیان می‌نشینید و به یک سخنران گوش می‌دهید یا در یک سمینار که توسط یک شخص حرفه‌ای اجرا می‌شود شرکت می‌کنید، شغل سخنرانی به نظرتان آسان جلوه می‌کند؛ همچنان که بعضی کارهای یک بندباز سیرک آسان به نظر می‌رسد.

با این وجود، هنرمند بندباز ماه‌های زیادی دور از انظار عمومی، مشغول تمرین و تکمیل پرواز جسورانه بر فراز یک تور ایمنی می‌شود.

سخنرانان حرفه‌ای نیز باید مهارت‌های سخنرانی خود را تکمیل کنند تا بتوانند به موفقیت دست یابند. آنان دائماً به همین روش کار می‌کنند تا سخنرانی خود را بهبود بخشند. آن‌ها سخنرانی مثل هاروی ماکی که یک سخنران حرفه‌ای مشهور و بسیار موفق است را استخدام می‌کنند تا بتوانند مهارت‌هایشان را به طور مستمر افزایش دهند.

آن‌ها هرگز یادگیری و خلق برنامه‌های جدید را متوقف نمی‌سازند؛ اما چندین مهارت

دیگر هم هستند که به اندازه مهارت‌های سخنرانی اهمیت دارند.

۱. نسبت به یک موضوع، متخصص و مشتاق باشد

مردم می‌خواهند برای گوش دادن به متخصصان پول بدهند. اشتیاق، شما را برای متخصص شدن هدایت می‌کند و به شما روی صحنه، شور و حرارت می‌بخشد تا تاثیرگذار باشید.

موضوعات کاری مختلف را که از آن آگاهی دارید فهرست کنید و با شور و حرارت به آن نزدیک شوید. باید در این موضوع انتخابی به طور مداوم کار کنید و دانش خود را گسترش دهید.

۲. دلسوز مخاطب باشد

کات روبرت، موسس انجمن ملی سخنرانان (NSA) می‌گوید: «شنوندگان تا زمانی که ندانند شما چقدر به آن‌ها اهمیت می‌دهید، اهمیت نمی‌دهند که شما چقدر می‌دانید.»

کسانی را که برایشان سخنرانی می‌کنید دوست داشته باشید. تحقیق در این زمینه می‌تواند وضعیت روحی مخاطبان را به شما نشان دهد. قبل از اجرا با چند تن از مخاطبان صحبت کنید. در این صورت شما یک گفتگو را برگزار خواهید کرد نه یک سخنرانی یک‌طرفه را.

۳. بتواند بازار خاص خود را پیدا کند

شنوندگان معتقدند: «یک آدم همه‌کاره به هیچ‌وجه متخصص نیست.» آن‌ها متخصصانی را می‌خواهند که در مورد مسائل خاص، راه‌حل‌های عملی ارائه دهند.

از خود بپرسید از میان موضوعاتی که نسبت به آن‌ها اشتیاق دارم، مردم برای فراگیری

کدامیک پول بیشتری می‌پردازند. بازار ویژه و مناسب آن را پیدا کنید.

۴. بتواند موضوع موردعلاقه خود را به گونه‌ای که مناسب مخاطبان خاصی در بازار باشد سفارشی کند

سفارشی کردن به معنای دست‌کاری در کالا یا خدمات، به‌منظور هماهنگ کردن آن با نیازها و خواسته یا شرایط مشتری است. حتی کسی که در یک موضوع و بازار خاص تخصص دارد می‌تواند از شناخت و درک افرادی که در مقابل او هستند استفاده کنند. سفارشی کردن می‌تواند موجب دستمزد اضافه گردیده و سودمند باشد.

با دقت مسائل این گروه از مخاطبان خاص را مورد پژوهش قرار دهید. پیش از اجرا، شخصا با شرکت‌کنندگان قبلی و فعلی مصاحبه کنید.

۵. فروشنده باشد

اگر چیزی عرضه نشود درآمدی در کار نخواهد بود. باید یاد بگیرید که خود و محصولاتتان را به مشتریان و مراکز سخنرانان عرضه کنید.

۶. خدمات‌رسان باشد

بازار بسیار رقابتی است. هزاران حرفه‌ای با استعداد وجود دارند و کار می‌کنند تا مشتریان شما را جذب کنند. پیروز واقعی کسی است که خدمات را آسان و لذت‌بخش ارائه کند.

سعی کنید هر چیزی که ارائه می‌دهید خواسته‌ها، نیازها و مشکلات مخاطبانتان را برطرف سازد. کاری کنید که آن‌ها به سهولت بتوانند از شما دعوت و استفاده کنند.

۷. یک پیشه‌ور باشد

اگر مشتری نتواند به‌موقع با سخنران دسترسی پیدا کند، دلسرد می‌شود. زمان از بیشترین اهمیت برخوردار است.

تمام تقاضاها را بسیار سریع، جدی، علاقه‌مند، دوستانه و ثابت‌قدم پیگیری کنید. بگذارید حرفه‌ای بودن، هر چیزی را که با شما در ارتباط است احاطه کند.

۸. سخنرانی بزرگ باشد

تمرین، تمرین، تمرین، دائماً سعی کنید روش ارائه گفتارتان را بهبود بخشید و مطالب و معلومات خود را گسترش دهید. به شیوه‌ای بی‌غل‌وغش و فصیح سخنرانی کنید. طوری صحبت کنید که انگار تماشاچی شما یک نفر است.

صدای خود را در حال سخنرانی ضبط کنید و با دقت گوش دهید. همیشه با صدای بلند تمرین کنید.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «سخنرانی کنید و ثروتمند شوید»

نویسنده: داتی والترز و لیلی والترز

ناشر: طلایه

ترجمه: مسعود صالحی و سید حسین ترابی

[message_box/]