

Умный бизнес

Татьяна Винокурова

спикермания

ГОВОРИ,
УБЕЖДАЙ,
ВЛИЯЙ

ПЕРВОЕ ПОШАГОВОЕ РУКОВОДСТВО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПИКЕРА



Издательство
АСТ
Москва

УДК 159.9 *Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть*
ББК 88.50 *воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного*
В49 *разрешения владельцев авторских прав.*

Винокурова, Татьяна.

В49 Спикермания. Говори, убеждай, влияй. Первое пошаговое руководство профессионального спикера / Татьяна Винокурова. — Москва : Издательство АСТ, 2024. — 320 с. — (Умный бизнес).

ISBN 978-5-17-158894-6

Можно ли научиться выступать публично и стать великолепным спикером? Ораторское мастерство — такой же навык, как управление автомобилем. Автор этой книги, президент ассоциации спикеров Санкт-Петербурга Татьяна Винокурова делится с читателями уникальной дорожной картой, с помощью которой они смогут построить свой бренд, освоить секреты ярких выступлений, понять, чем удержать слушателей.

В книге даётся набор прикладных инструментов, которые эффективно работают в условиях российского рынка. Собрана полная информация о спикерстве, представлены упражнения для развития ораторского дара, выстроен тщательно проработанный алгоритм восхождения на спикерский олимп. Спикерство — это самый актуальный тренд и, освоив профессию спикера, можно добиться успеха в очень разных областях.

УДК 159.9
ББК 88.50

Макет подготовлен редакцией «Прайм»

ISBN 978-5-17-158894-6

© Винокурова Т., 2023
© ООО «Издательство АСТ», 2024

Оглавление

Вступление	7
Для кого эта книга	12
Путь автора	15
Концепция мастерства спикера	18
Раздел 1. ЗНАНИЯ	29
Глава 1. Спикерство: профессия с нуля	30
Что такое спикерство	31
Оттенки спикерства	33
Самоидентификация спикера	36
Обратная сторона спикерства	41
Гонорары, или Кто кому платит	46
Ключевые мысли главы	48
Глава 2. Как устроен российский спикерский рынок	50
Российский спикерский рынок	51
Американский спикерский рынок	53
Кто есть кто: градация спикеров	55
Цикличность рынка	59
Трансформация рынка	64

Требования рынка:	
критерии поиска новых звёзд	66
Ключевые мысли главы	69
Глава 3. Позиционирование	
на спикерском рынке	70
<i>SWOT</i> -анализ	73
Анализ конкурентов	77
Суперсила спикера	82
Ключевые мысли главы	84
Глава 4. Личный бренд спикера	86
Стратегия и позиционирование	87
Целевая аудитория: портрет клиента	98
Упаковка	104
Социальные сети	106
Внешний вид спикера	108
Продвижение. Блогер vs эксперт	112
Как спикеру продвигать себя	114
Формула успешного спикера	119
Ключевые мысли главы	124
Глава 5. Взаимодействие с организаторами	126
Форматы площадок	127
Какого спикера ищет организатор	131
Освоение профессионального поля	135
Ключевые мысли главы	145
Глава 6. Правила игры	146
Целевые действия	147
Воронка продаж спикера	151
Правила поведения	155

Адаптивность спикера	158
Дедлайны и сроки	160
Чёрные списки	162
Ключевые мысли главы	165
Глава 7. Подготовка к выступлению	167
Технический райдер спикера	168
Чемоданчик спикера	170
Площадка	171
Оборудование	173
Требования к презентации	177
Время выступления	179
Самочувствие спикера	180
Дресс-код	180
Ритуалы	182
Спикер в онлайнe	183
Разница между онлайнem и офлайнem	184
Подготовка к онлайн-выступлению	186
Онлайн-аудитория	189
Ключевые мысли главы	191
Итоги первого раздела	191
Раздел 2. НАВЫКИ	199
Глава 8. Навыки публичных выступлений	200
Ключевые мысли главы	225
Глава 9. Выступление и презентация	227
Первый кит — цель	229
Второй кит — контент	234
Третий кит — структура	238
Тест-драйв	248

Ключевые мысли главы	250
Итоги второго раздела	251
Раздел 3. ОПЫТ	253
Глава 10. Путь спикера	254
Дорожная карта спикера	256
Этапы карьеры спикера	259
Конечная точка на карте	287
Ключевые мысли главы	289
Итоги третьего раздела	291
Раздел 4. СОСТОЯНИЕ ПОТОКА	293
Глава 11. Спикерство	
как способ самопознания	294
Спикер в потоке и вне его	297
Познание себя через спикерство	302
Ключевые мысли главы	305
Итоги четвёртого раздела	306
Заключение.....	307
Приложение	313
Кодекс профессионального поведения (Этический кодекс) спикера	314

ВСТУПЛЕНИЕ

Дорогие читатели, вы держите в руках более трёхсот страниц моего личного концентрированного опыта. Если вы читаете эти строки, значит, как минимум тема спикерства вам интересна, как максимум вы намерены покорить спикерский олимп. В любом случае в данной книге вы найдёте ответы на все вопросы об этой профессии.

Спикерство — это восходящий тренд, и интерес к нему будет сохраняться ещё очень долго. Многие эксперты, имея за плечами колоссальный опыт, со временем приходят к мысли, что им нужен способ проявить себя перед большой аудиторией, поделиться знаниями, выйти на новый этап развития. Конечно, существуют и другие способы увеличения аудитории, например соцсети или телевидение, но всё же громче, чем на сцене, заявить о себе невозможно.

О чём грезит человек, вступая в мир спикерства?

Обычно он представляет непрерывный поток приглашений, когда все организаторы хотят заполучить его на мероприятие, выступления в разных городах расписаны на год вперёд, с ним обсуждают гонорары, исполняют все его условия, заселяют в лучшие отели, а затем настает долгожданная минута славы: спикер выступает перед благодарной публикой и получает за это всеобщее признание.

Новички мечтают о популярности: масштабировать личный бренд, инструменты и авторскую методологию до

такого уровня, чтобы фамилия спикера ассоциировалась с определённой сферой деятельности. Особое место занимает уровень дохода. Здесь нужно учитывать, что спикеры приходят из разных регионов и что не у всех есть понимание рынка, поэтому каждый придумывает себе ценник и предпочитаемое количество нулей.

Вдохновившись, нарисовав в сознании идеальную картинку успешного будущего, спикер приступает к работе и вдруг осознаёт, что стоит на нулевой точке и понятия не имеет, куда двигаться дальше.



СПИКЕРСТВО —
ЭТО НЕ ПРОСТО СПОСОБ ДОНЕСТИ
ИНФОРМАЦИЮ СО СЦЕНЫ.
ЭТО ОТДЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИЯ.
ПРИДЯ В НЕЁ, ВЫ НАЧИНАЕТЕ
ИЗУЧАТЬ ЕЁ С САМЫХ АЗОВ,
ПОСТЕПЕННО РАЗВИВАЯСЬ
И СОВЕРШЕНСТВУЯСЬ.

Любой опыт эксперта (в двадцать или даже тридцать лет) не приравнивается к вашему профессиональному опыту в спикерстве. На новом рынке вы ещё никому не извест-

ны. Даже если у вас и есть локальная узнаваемость, то она не гарантирует выход на главные сцены страны.

Как же преодолеть пропасть между тем, где вы мечтаете оказаться, и той точкой, где находитесь сейчас?

Перепрыгнуть её или перелететь на ковре-самолёте, увы, не получится. Единственный способ добиться желаемого — постепенно, шаг за шагом, двигаться к цели, адекватно воспринимая объём работы, набираясь опыта и устанавливая партнёрские отношения с организаторами.

Но, даже наметив приблизительный план действий, расписав весь путь по шагам, спикеру хочется найти лазейку, сократить дорогу к успеху.

Часто коллеги задают мне один и тот же вопрос: «Что стало для тебя ускорителем, спусковым механизмом, как ты сумела настолько ускориться?»

Мой карьерный путь был долгим, но в какой-то момент я, что называется, выстрелила, и людям показалось, будто бы я сделала нечто сверхъестественное, нашла тайный ход к вершине, хотя на самом деле это была просто правильная предварительная подготовка, которую никто не видел. Все хотят быстрых взлётов: за два или три года стать успешным спикером. Но от таких иллюзий лучше избавиться на старте.

Когда я начинала выступать, мне приходилось наблюдать за коллегами, чья траектория движения напоминала лабиринт с бесконечными зигзагами. Да и я сама, бывало, сворачивала не туда, а после возвращалась к исходной точке. Но вам, благодаря этой книге, не придётся ходить

КАК ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ

Вы можете прочитать её сразу, за один вечер, однако я всё же считаю, что книга принесёт максимум пользы, если вы будете читать дозированно, вдумчиво. В ней вы не только найдёте исчерпывающую информацию о профессии спикера, но и научитесь задавать себе правильные вопросы.

Рефлексируйте, проводите самоанализ после каждой главы, спрашивайте, подходит ли вам та или иная рекомендация, какой из предлагаемых методов вы решите использовать, какие подсказки следует выписать отдельно или внести в список дел. Всё примеряйте на себя. Мало просто прочитать книгу, надо интегрировать прочитанное в жизнь.



зигзагами и действовать наугад. Здесь собрана полная информация о спикерстве, представлены все самые важные инструменты, выстроен тщательно проработанный алгоритм достижения успеха.

Большие вещи рождаются из дефицита. Я была бы очень благодарна, если бы такой путеводитель появился у меня в начале спикерской карьеры: это не только сэкономило бы мне огромное количество времени, энергии и сил, но и уберегло от ключевых ошибок.

Честно признаюсь, моя миссия заключается в том, чтобы на рынке появилось как можно больше достойных спикеров и востребованных экспертов. Если наши цели совпадают, буду рада стать вашим проводником и сопровождать вас на этом интересном и захватывающем пути.

Для кого эта книга

Люди приходят в спикерство по разным причинам: осознанно и неосознанно, поддаваясь модным трендам, по зову сердца. Либо из-за необходимости зарабатывать деньги. У каждого своя мотивация.

Материальная мотивация

Есть эксперты, которые хотят стать спикерами из расчёта на то, что это прямой канал взаимодействия с клиентами, отличный способ продажи продукта со сцены и усиления бренда.

О любви к профессии здесь речь не идёт. Человек входит в спикерский рынок и выступает ровно столько, сколько необходимо для усиления бизнеса. Когда закончилась необходимость, бренд стал стабильным, спикеры перестают выступать и мы их больше не видим.

Нематериальная мотивация

Второй тип мотивации возникает, когда человек остро чувствует потребность во внимании извне. Он считает, что если выйдет на сцену, то реализуется как эксперт.

Смотря на выступающих коллег, люди думают, что они тоже могли бы так, и идут в спикерство, просто желая понять, их это история или нет. Им хочется попробовать себя в новой роли, попытаться создать личный бренд, и при должной подготовке у них получается.

Такие люди однозначно усиливают личный бренд и свою компанию, нарабатывают опыт, но это вторично для них. Я видела много спикеров, которые ничего не продают со сцены, им просто доставляет удовольствие проявлять себя в разных амплуа.

Смешанный тип мотивации

Часто эксперты, придя в спикерство, понимают, что это не их история, и уходят. Но есть те, кто остаётся, именно они замотивированы по третьему, смешанному типу. Спикер понимает, что его выступления повышают продажи, усиливают бренд, привлекают новых клиентов, но вместе

с тем он получает удовольствие от спикерства, чувствует себя на своём месте. Это идеальная мотивация.

Первый и второй типы мотивации подходят для бега на короткую дистанцию. Спикерам из первой группы достаточно выступить столько, сколько требуется для увеличения продаж. Спикерам из второй группы важно попробовать себя в новой сфере, сделать пометку в резюме, а больше они вкладываться не готовы. К тому же самолюбие не позволяет работать за спасибо. Но дело в том, что ни в первом, ни во втором варианте спикеру никто не готов платить. Только спустя время спикер начинает зарабатывать на своей деятельности.

Звёздным спикер становится только при условии, что он и продаёт, и с удовольствием выходит на сцену. Даже когда я получаю скромные гонорары, даже после тяжёлого перелёта я выступаю, потому что знаю, зачем это делаю, у меня есть цель, стратегия, миссия.

Как точно узнать, какой у вас тип мотивации, надолго ли вы в спикерстве? Или вам достаточно засветиться и вновь уйти в тень? Понять это можно, только оказавшись на сцене.

У каждого свой спикерский путь. Если вы намерены остаться в спикерстве, достичь вершины, то важно осознать, что дорога предстоит долгая, но от этого не менее увлекательная. Вот как вышло у меня.

Путь автора

Моя предпринимательская карьера началась достаточно поздно по меркам современного мира. До тридцати лет я работала в найме, в тридцать, после рождения второго ребёнка, у меня случился кризис среднего возраста — переломный момент, когда я поняла, что не могу делать то же, что делала раньше.

Существуют базовые ценности, которые мне близки, и масштабность — главная из них. Чем больше проект, тем больше он меня вдохновляет, чем глобальнее задача, тем сильнее я хочу её выполнить. Амбиции в сочетании с масштабностью — это то, что является моей суперсилой.

Итак, в тридцать лет я поняла: пора что-то менять, мне нужно делать нечто более масштабное. На тот момент я была наёмным руководителем, доросла до директора по продажам. И вот я сижу в кабинете, у меня есть мой непосредственный директор, я выстроила ему системный бизнес, мы открылись в разных городах. Всё супер, но это всего лишь один бизнес. В рамках восьмичасового рабочего дня я могу быть полезна только одному бизнесу, оставаясь наёмным сотрудником.

Размышляя, я поняла, каким образом смогу быть полезна в одну единицу времени разным предпринимателям. У меня возникла идея консалтинга, все свои знания и опыт, наработанные инструменты в управлении продажами я могла транслировать сразу нескольким клиентам. Так началась моя эра консалтинга.