

Содержание

Введение	6
----------------	---

Часть I. О мире экспертов и спикеров

Глава 1. Как я стал спикером и что мне это дало	11
Глава 2. Осознание своей экспертности. Как понять, что ваш опыт полезен и интересен другим	19
Глава 3. Что делает эксперта востребованным спикером	29
Глава 4. Кто такие мотивационные спикеры и в чем секрет их популярности	37
Глава 5. Психологические аспекты спикерской деятельности: почему полезно делиться своим опытом публично	43

Часть II. С чего начать эксперту, который решил стать спикером

Глава 6. Определяем уникальное предложение: что делает вас неповторимым	49
Глава 7. Строим «витрину» выступления	57
Глава 8. Формируем профайл, который точно понадобится	63
Глава 9. Где спикер-эксперт может выступить	67
Глава 10. Как начать зарабатывать на публичных выступлениях	79

Часть III. Готовимся к выступлению: что нужно сделать за неделю до мероприятия

Глава 11. Определяем цель: как уяснить запрос и понять ожидания от вашего выступления	85
Глава 12. Подготовка к очному мероприятию: на что обратить внимание	101
Глава 13. Онлайн-выступление: инструкция по применению.	111
Глава 14. Белки, жиры и углеводы успешного публичного выступления	117
Глава 15. Когда нужно выступить перед своими	123
Глава 16. Готовим опорные слайды	129
Глава 17. Продумываем начало выступления до мельчайших подробностей	139
Глава 18. Заготовка, которая спасет, если выступление пошло не по плану	149
Глава 19. Проверка материала	155

Часть IV. Час X настал: выступление

Глава 20. Как одеться	161
Глава 21. Как говорить	167
Глава 22. Порция рабочих советов, которые пригодятся перед началом выступления	171
Глава 23. Волнение: что с ним делать и как использовать на благо выступления	179
Глава 24. Первые минуты на сцене, когда очень пригодится отрепетированное вступление	193
Глава 25. Семь распространенных ошибок спикера во время выступления	199

Глава 26. Как правильно взаимодействовать с аудиторией, которая вас слушает	209
Глава 27. Ответы на вопросы из зала: что нужно учесть	219
Глава 28. Работа с негативом, или Что делать, если в вас летит тухлый помидор.	225
Глава 29. Если аудитория не вовлечена...	233
Глава 30. Чего точно НЕ делает эксперт во время выступления (самая короткая глава).	241
Глава 31. Один секретный ингредиент успешного спикера	243

Часть V. После выступления

Глава 32. Куем, пока горячо: анализ своего выступления и составление плана изменений на следующий раз.	249
Глава 33. Обратная связь от аудитории: как ее получить и правильно интерпретировать.	253
Глава 34. Система непрерывных улучшений: обогащаем контент для будущих выступлений	261
Глава 35. Способы восстановления энергии: почему после выступления часто нет сил	267
Заключение.	277

Введение

Мир стал информационным. Хотите вы этого или не хотите, нравится вам это или нет, человечество с головой окунулось в информационную эру и самостоятельно выбраться оттуда уже не сможет.

Информация стала фундаментом социальных явлений. И от того, насколько быстро и качественно осуществляется передача информации сегодня, зависит исход экономических, политических, культурных событий. Даже конфликты между странами сейчас носят информационный характер.

А еще информация стала товаром. Она продается и покупается, крадется и защищается. За владение информацией награждают, боготворят, сажают и даже убивают.

Прочитав такой вступительный пассаж, вы, возможно, спросите: «Стоп, я же покупал книгу про публичные выступления, зачем мне эти сведения? Я обычный человек, звезд с неба не хватаю, в политические игры не играю, живу себе спокойно, хорошо делаю дело и ни от кого ничего требую».

На это у меня есть несколько возражений.

Во-первых, просто «хорошо делать дело» в информационную эру стало объективно недостаточно. Кому, в конце концов, будет известно, что вы создаете уникальную посуду из глины, строите компанию, которая меняет мир, или изобретаете новый способ переработки пластика, если об этом не рассказывать? Да, очень важно ДЕЛАТЬ, но в информационном мире не менее важно уметь РАССКАЗЫВАТЬ об этом.

Во-вторых, когда власть и влияние находятся в руках тех, кто владеет информацией, прячущийся в тени человек, пусть даже эксперт, неизбежно становится ведомым, тем, кем управляют. Плохо это или хорошо, решать, конечно, вам, но истинное лидерство на одном только авторитете эксперта построить вряд ли можно.

Наконец, в-третьих, информационная эра вынуждает каждого человека пропускать огромные массивы информации через себя. И чем их становится больше, тем сильнее возрастает ценность того специалиста, который умеет структурировать информацию и излагать свои мысли ясно, доступно и убедительно.

И вот тут на сцену выходит такой старый добрый инструмент коммуникации и влияния, как публичное выступление, которое сегодня заиграло новыми красками и стало таким же неотъемлемым навыком современного специалиста, как, к примеру, владение правилами деловой переписки. А в основе публичного выступления лежит умение обращаться с информацией.

Публичные выступления — это не про умение говорить красиво. Это про то, как сделать свои идеи, опыт и уникальный взгляд на мир ценными для других. Это про то, как стать тем, кого слушают, уважают и к кому обращаются за советом. Наконец, это про то, как создать личный бренд, который будет работать на вас даже тогда, когда вы молчите.

А еще публичные выступления — это навык. В нем нет строгих рецептов, зато есть понятные алгоритмы. Нет универсального секрета успеха, зато есть огромное количество ответвлений и направлений, позволяющих эксперту выбрать ту дорогу, которая больше всего подходит ему самому.

Эксперт, освоивший навык публичных выступлений, имеет гораздо больше шансов раскрыть свой потенциал в рабочей деятельности, чем тот, кто замыкается в своей профессиональной скорлупе. Внутренняя статистика российских

работодателей свидетельствует о том, что эксперты, регулярно выступающие на конференциях и семинарах, имеют на 30% больше шансов на карьерный рост и увеличение дохода по сравнению с теми, кто избегает публичных мероприятий.

Эта книга не только открывает дверь в мир публичных выступлений. Она рассказывает, как лучше в этот мир заходить. В нем есть свои правила, действуют свои законы, и их важно уважать и соблюдать, чтобы освоиться и занять свое место под солнцем.

Очень важно! Задача этой книги — пригласить в мир публичных выступлений тех, кому действительно есть что сказать. Тех экспертов и профессионалов, которые уже отработали свои 10 тысяч часов и на практике разбираются в вопросе, вокруг которого строится их профессиональная деятельность.

Ну а высшая цель — сбалансировать информационный мир, предоставив слово делающим дело, но при этом молчащим. Потому что вокруг слишком много говорящих, но не делающих.

Не бойтесь делиться своим опытом публично. Это станет не только началом вашего нового пути, но и вдохновит других достойных людей на подвиги.

Возьмите слово в свои руки!

Часть I

**О МИРЕ ЭКСПЕРТОВ
И СПИКЕРОВ**

Глава 1

Как я стал спикером и что мне это дало

Прежде чем отправиться в наше совместное путешествие по этой книге, давайте познакомимся.

Меня зовут Евгений Щепин, и я эксперт по клиентоцентричности в бизнесе. За моими плечами почти десятилетний опыт построения бренда «ВкусВилл»: от маленького и никому неизвестного стартапа до крупной и узнаваемой компании федерального уровня.

Еще я автор двух других книг, которые вы могли читать ранее. Первая — «ВкусВилл: Как совершить революцию в ритейле, делая все не так»*. Вторая — «Энергия клиента: Как окупается человеческий подход в бизнесе»**.

А еще я спикер, или спикермен, как говорят мои дети. Я много езжу по стране и ближайшему зарубежью с лекциями, не всегда успеваю поспать и поесть, но абсолютно счастлив от такого количества городов, деловых мероприятий и людей вокруг.

Я давно научился хорошо монетизировать опыт публичных выступлений и собственную экспертность. Выворачивать карманы наизнанку не буду, но скажу, что годовой доход

* Щепин Е. ВкусВилл: Как совершить революцию в ритейле, делая все не так. — М.: Альпина Паблишер, 2025.

** Щепин Е. Энергия клиента: Как окупается человеческий подход в бизнесе. — М.: Альпина Паблишер, 2025.

только от спикерской деятельности на моем ИП-счете измеряется десятками миллионов рублей (налоги от доходов, кому интересно, я плачу исправно и в срок).

И эти деньги я зарабатываю делом, которое:

1. От души мне нравится, хорошо у меня получается, и я готов заниматься им даже бесплатно.
2. Важно и значимо для других людей.
3. Создает неповторимую ценность для бизнес-среды России.

Адепты японской философской концепции икигай знают: если занятие, которое приносит человеку радость, соединяется с тем, что у него хорошо получается и при этом оказывается востребованным у других людей, то рождается ощущение гармонии, найденного смысла жизни и предназначения. Попросту говоря, если человек любит то, что делает, и видит в этом высший смысл, то значит, он любит себя и мир вокруг.

Через собственную экспертность (то, в чем вы хорошо разбираетесь) можно найти свою тему, научиться грамотно структурировать свой опыт и делиться им с аудиторией, постепенно становясь востребованным и высокооплачиваемым лектором, спикером, консультантом, преподавателем.

Предпринимателям опыт публичных выступлений помогает усилить личный бренд и бренд компании, найти единомышленников по проекту, привлечь инвестиции. Профессионалам, работающим по найму, — вырасти в цене на карьерном рынке, получить дополнительный источник дохода, а иногда и обрести тот уровень свободы, о котором люди, находящиеся в корпоративных жерновах, могут только мечтать. И все это становится доступно, стоит только принять решение выйти из тени и наконец заявить о себе широкой аудитории.

Через собственную
экспертность
(то, в чем вы хорошо
разбираетесь) можно
найти свою тему,
научиться грамотно
структурировать
свой опыт и делиться
им с аудиторией,
постепенно становясь
востребованным
и высокооплачиваемым
лектором, спикером,
консультантом,
преподавателем.



Возможно, вы читаете эти строки, а ваш внутренний критик орет-надрывается: «Ты-то куда лезешь? Это все не для тебя! Вот если человек в космос слетал, крупный бизнес построил или сложнейшие операции на сердце делает каждый день, это другое дело. А ты-то кто? Обычный менеджер по рекламе/бухгалтер/фитнес-тренер/повар/стартапер... У такого, как ты, точно нет права быть выступающим».

Как говорят психологи, поблагодарите своего разбушевавшегося критика, скажите, что вы его слышите, но пока немножко притушите его активность. Ни в коем случае не затыкайте его (он нам еще о-очень пригодится) и с этой мыслью послушайте следующую историю.

Мой спикерский путь начался довольно спонтанно. С 2011 по 2019 год я отвечал за внешние и внутренние коммуникации в компании «ВкусВилл» и не столько работал, сколько жил работой. Мне казалось, что мой роман со «ВкусВиллом» продлится вечно (тогда я был еще слишком молод, восторженно настроен и не подозревал, что ничего вечного в природе не существует). Я работал 24 на 7 и был невероятно счастлив от этого.

Чем заметнее становилась компания, тем чаще меня и других коллег приглашали выступить то на одной, то на другой тематической конференции. Нас просили рассказать, например, про важность работы с обратной связью от клиентов. Или про то, как мотивировать продавцов-консультантов в условиях тотальной неопределенности. Или как бороться с потребительским экстремизмом. В общем, предлагали поделиться практическим опытом.

Если позволяло время, я принимал приглашения, но делал это под знакомые большинству из вас сольные выступления внутреннего ворчуна со всеми его «ты кто такой», «ты недостоин», «поумнее видали», «нашел чем хвастаться» и так далее. Градус ответственности немного снижало то, что выступал я совершенно бесплатно. Морально так было проще, как будто

появлялось законное право опозориться в случае чего. Впрочем, ни о каких деньгах тогда речи и не шло. Одна только мысль о гонораре за «болтовню со сцены» (так я тогда относился к публичным выступлениям) вынуждала моего внутреннего критика захлебываться слюной: «Ты еще и деньги за это собрался брать?! Совсем голову потерял?»

Сейчас я понимаю, что деньги на старте моего спикерского пути скорее все испортили бы, чем помогли. А так, осторожно, преодолевая колоссальные сомнения, я постепенно открывал для себя спикерский мир с его темными и светлыми сторонами.

Мне очень нравилось, что люди меня внимательно слушают, что им важен и полезен мой опыт, что они смеются над моими шутками, благодарят за выступление и приглашают вновь. Это тешило мое эго и немного успокаивало шумного критика. Но серьезно к публичным выступлениям я все еще не относился.

Все изменилось 29 мая 2018 года. В этот день в Москве проходила масштабная конференция Яндекса — Yet another Conference (YaC). Спортивный стадион «ВТБ Арена», 4000 участников, несколько десятков спикеров, море света и звука. Именно на том мероприятии Яндекс впервые анонсировал умную станцию с виртуальным ассистентом Алисой, и это было очень важное событие для мира технологий.

В первой части конференции выступали сотрудники Яндекса, а после обеда организаторы пригласили поделиться бизнес-опытом представителей из других компаний. Я оказался среди спикеров этой конференции по приглашению Андрея Себранта, директора по стратегическому маркетингу Яндекса, и до сих пор помню тему своего доклада: «Душа против технологий в продуктовом ритейле». Кому интересно, в интернете можно найти видео этого выступления. Как же я волновался! И хотя в душе я понимал, что в зале сидят обычные люди, которые никак не угрожают моей безопасности, тело предательски выдавало меня: сохло во рту, дрожал голос, бешено билось сердце в груди.

И вот я стою на сцене стадиона, смотрю на 4000 человек, сидящих в зале, и кручу в голове одну и ту же мысль: нужно любой ценой оставаться собой. Не пытаться выглядеть умнее, не делать вид, что не волнуюсь, не говорить в микрофон то, во что не верю сам. Пусть моя персональная «настоящность» кому-то не понравится, покажется не бизнесовой или даже смешной. Но мысль, что я могу не выступать, а разговаривать со стадионом непринужденно, так, будто мы все вместе сидим на моей кухне, служила в тот момент моей внутренней опорой, и мне было важно чувствовать это состояние на протяжении всего выступления.

Час на сцене пролетел как один миг. Без преувеличения. Видимо, мозг при высоком уровне стресса выделяет какой-то гормон, который стирает реальность, превращает ее в сон. И хотя ближе к середине выступления сердце успокоилось, голос перестал дрожать, а во рту появилось нужное количество слюны, чтобы комфортно говорить и приятно звучать для аудитории, общее напряжение ушло, лишь когда я покинул сцену. Я сел в кресло и буквально распластался в нем без сил.

В тот день я не только приобрел новый опыт. Я испытал принципиально новые ощущения. От животного страха до божественного блаженства и мурашек. От гнева и непонимания до восторга и радости. От синдрома самозванца до нарциссического состояния, когда кажется, что весь мир вертится вокруг тебя.

Сразу после выступления ко мне подошел Андрей Себрант, по-отечески обнял и очень вкрадчиво, прямо в душу, сказал: «Женя, ты произвел настоящий фурор! На конференции о технологиях ты покориł зрителей темой о человечности. Это на все сто твоя тема, обязательно развивай ее и как можно чаще выступай». Если бы Андрей тогда знал, что к его словам я отнесусь серьезно, то, возможно, сказал бы это как-то иначе. Но историю переписать невозможно. Себрант тогда для меня 30-летнего был человеком из космоса. Он стоял у истоков

формирования российского интернета и по сей день остается одним из самых уважаемых специалистов в быстро меняющемся мире технологий. Поэтому если Себрант сказал, что нужно чаще выступать и глубже исследовать тему человека в бизнесе, значит, начинать следует с завтрашнего же дня.

К тому моменту я уже подустал от корпоративной жизни, даже несмотря на то, что «ВкусВилл» был и остается одной из самых человечных компаний в нашей стране. Мне стало тесно внутри и хотелось чего-то принципиально нового, без ежедневной рутины. Ритейл — это ведь очень однообразный бизнес. На новый год — мандарины, на Пасху — куличи, осенью — дефицит продавцов. И одно и то же из года в год.

Именно так я открыл для себя мир бизнес-ивентов, сначала как спикер и приглашенный участник, позже — как продюсер и организатор. Андрей Себрант помог мне поверить, что мой экспертный опыт в области формирования бренда, построения взаимоотношений с клиентами актуален и важен для широкой аудитории. И этот опыт не просто пригодился мне, он, по сути, помог переродиться и стать профессиональным транслятором этой темы в бизнес-сообществе.

С тех пор я выступал перед аудиторией больше тысячи раз. Это были гигантские стадионные мероприятия на несколько тысяч человек вроде «Альфа-Конфы» или «СберФеста», камерные тематические конференции для предпринимателей, гостевые лекции в «Сколково» или РАНХиГС. Случались и закрытые корпоративные мероприятия, и стратегические сессии. И везде, абсолютно везде, меня выручал коктейль из двух ингредиентов: наработанной экспертизы в реальном бизнесе и приобретенного навыка публичных выступлений.

В этой книге я хочу не только поделиться собственным опытом и раскрыть секреты успешного выступления перед аудиторией, но и вселить в вас веру. Дружески похлопать по плечу и дать понять, что ваш опыт, профессионализм и экспертиза уникальны.

Однако, как ни парадоксально, чем человек опытнее и профессиональнее, тем он молчаливее и скромнее. Тем страшнее ему о себе заявлять. Он кажется себе несовершенным, недостаточно опытным. Отсюда постоянная робость и сомнения — нужен ли мой опыт кому-то, скажу ли я что-то важное. И вот живет он себе потихонечку, хорошо делает свое дело и никому о нем не рассказывает, потому что думает: «Ну, они имеют право быть спикерами, а я-то кто такой?»

Отлично по этому поводу высказалась психолог Татьяна Мужицкая: «Дилетанты не боятся заявлять о себе, из-за этого в мире происходит страшное. Действительно прекрасные, тонкие, хорошие работы не попадают в него, и он вместо этого заполнен чудовищной попсой. А все потому, что вы профессионал и при этом жадина!»

Что ж, пришло время выйти из тени. И перестать быть жадиной.

Глава 2

Осознание своей экспертности. Как понять, что ваш опыт полезен и интересен другим

Вопрос, который мучает каждого настоящего и совестливого профессионала, звучит так: «Насколько я **на самом деле** профессионален в своей сфере? Вдруг я просто умело **притворяюсь?**»

Такая массовая и прогрессирующая неуверенность достойных специалистов в себе обусловлена в первую очередь тем, что благодаря соцсетям порог входа в мир экспертов не просто снизился, а рухнул, и трибуну получил каждый желающий со смартфоном в руках. Экспертность стала измеряться не знаниями, дипломами, опытом, навыками, а умением зацепить и удержать массовую аудиторию. И для этой цели все средства оказались хороши.

Все вы читали новости про «врачей» без диплома, которые лечили доверчивых подписчиков в соцсетях. Про разоблачения финансово успешных «предпринимателей», у которых за душой не было не только бизнеса, но и денег. Оказалось, что в современном мире экспертный образ можно сочинить, придумать. Для этого нужно иметь подвешенный язык, пойти на сделку с собственной совестью и нацепить на себя побольше убедительной бутафории: белый докторский халат, например. Или взятый в аренду

для фотосессии «Гелендваген» как символ роскоши и успеха. И ведь кто-то эту клюкву проглотит.

Людей, которые тратят тысячи часов своей жизни, погружаясь в ту или иную сферу, развиваясь и совершенствуясь в ней, такой подход заведомо отвращает. В результате истинных экспертов обходят те, кто экспертами не является, зато не стесняется ими прикидываться. Именно поэтому, как говорит психолог Татьяна Мужичкая, мир и наполнен чудовищной попой.

Но мы с вами сознательно не будем смотреть в сторону так называемых инфоцыган, которые делают имя и деньги из воздуха, не имея в своем активе реальных успехов и результатов. Это отдельный мир, который живет по своим законам, и разбираться в нем, честно говоря, большого желания нет.

Задача этой книги — помочь реальным профессионалам выйти в публичное пространство, научиться рассказывать о том, что они умеют делать лучше всех. И для того, чтобы понять свой уровень профессионализма, предлагаю провести индивидуальное тестирование.

Ниже вы увидите ряд вопросов с комментариями, на которые нужно ответить предельно точно, честно и, насколько это возможно, объективно. Отвечая, постарайтесь смотреть на себя глазами целой отрасли, которую вы представляете. Если вы фитнес-тренер, который хочет стать спикером и делиться своим опытом с аудиторией, то отвечайте на вопросы, ориентируясь на других коллег по цеху и индустрию в целом. Например, отвечая на вопрос про образование, акцентируйте внимание на том, что у вас есть профессиональное спортивное образование, а у большинства коллег — лишь полугодовые курсы, и для отрасли этот подход в целом окей. Так будет проще не только понять уровень вашей экспертности, но и определить, в чем заключается ваша персональная неповторимость, а это пригодится чуть позже.

Итак, поехали!

Какое у меня образование?

Если образование совпадает с той областью, в которой вы стали профессионалом, то уже на старте у вас есть огромный экспертный потенциал в результате серьезной теоретической подготовки. А значит, ваша внутренняя нейронная сеть устроена изощреннее, чем у специалиста-практика.

Предприниматель-практик и предприниматель, получивший качественное образование в сфере управления и менеджмента, по-разному действуют, рассуждают и смотрят на мир. Для глубины этот навык важен и ценен. Впрочем, если вы учились на ветеринара, а стали, например, профессиональным поваром, это никак не умаляет вашей экспертности в поварской деятельности, но влияет на дальнейшее продвижение как специалиста.

Какой у меня опыт работы?

Не вообще, а в той области, в которой вы хотите продемонстрировать свою экспертность публично.

Если вы 15 лет проработали менеджером по продажам автомобилей, а в последний год увлеклись психологией, то экспертом по психологии пока называться не можете. Любителем-экспериментатором — пожалуй. Но ваш профессиональный багаж явно говорит о том, что автомобили вы умеете продавать лучше, чем лечить души.

Зато вы можете объединить свой опыт и увлечение. Получится интересный микс. Например, с темой «Как азы психологии помогают в продажах автомобилей» организаторы бизнес-мероприятий вас с руками и ногами оторвут. Потому что в эту тему можно включить как прикладные советы, так и философские наблюдения. И то и другое будет воспринято аудиторией на ура.

Какие проекты я завершил?

Как и в предыдущем вопросе, нас с вами интересуют завершённые проекты в той области, в которой вы считаете себя экспертом и хотите, чтобы мир считал так же.

Завершённый проект — это что-то реальное, осязаемое, когда благодаря вам из ничего получилось что-то. Именно наличие реальных кейсов отличает настоящего профессионала от вымышленного, практика — от кабинетного теоретика.

Вы можете прочитать сотню книг про особенности психологической помощи людям в чрезвычайных ситуациях, но без реального опыта оказания такой помощи уровень вашей персональной экспертности будет стремиться к нулю. Вы можете наизусть знать труды всех педагогов мира, но не станете профессиональным учителем, пока сами не выпустите из школы парутройку сотен учеников. Наконец, вы можете в деталях представлять, как пройдут ваши будущие публичные выступления, но без реального опыта этих выступлений профессиональным спикером вам не стать никогда.

Поэтому на вопросе о завершённых проектах задержитесь чуть подольше. Возможно, стоит даже отложить книгу, ведь только перечислить их недостаточно. Ответьте, насколько проект, которым вы гордитесь, действительно был вашим или это командное детище? Что в ходе реализации проекта пошло не так и как вы с этим справились? Делал ли кто-то нечто подобное до вас? Почему у вас получилось? Какие знания и навыки вы приобрели? Если бы вас попросили рассказать об этом проекте другим людям, с чего бы вы начали? Насколько то, что вы сделали, отличается от общепринятых стандартов?

В общем, покрутитесь вокруг этой темы, так как реализованные проекты — сердцевина вашей экспертности.

Кто и зачем вас рекомендует?

Весь мир строится на рекомендациях. И вас, как часть этого мира, тоже кто-то рекомендует. Чем вы опытнее и профессиональнее в какой-либо области, тем больше вас рекомендуют клиенты, контрагенты и даже конкуренты.

Не зря говорят: «Хороший специалист размещает свое резюме один раз в жизни». Это очень близко к правде. Действительно стоящие профессионалы редко нуждаются в рекламе, так как на них работает сарафанное радио.

Все вы знаете толковых массажистов, юристов, врачей, мастеров по маникюру, у которых нет отбоя от клиентов, и при этом они ничего особого не делают для собственного продвижения. Они просто лучше остальных знают свое дело, и именно за это их и рекомендуют. Пожалуй, это самый объективный и надежный показатель высокого уровня экспертности специалиста. Поэтому обязательно обращайтесь внимание, в каких случаях, кто и за что рекомендует вас другим.

Если вас никто и никому не рекомендует — это показатель того, что пока в своем вопросе вы разбираетесь недостаточно хорошо. Во всяком случае, по версии мира. А значит, есть над чем работать.

Обращаются ли ко мне за профессиональными советами и просьбой научить?

Наставничество — еще один надежный показатель признанного профессионала. Если к вам идут за советом, значит, вас воспринимают не как равного себе, а как того, кто обладает большей экспертизой и знаниями.

Это объективная характеристика, и здесь обмануть самого себя не удастся. Потому что к вам либо идут за советом, либо не идут. Третьего не дано.

Стоящие
профессионалы редко
нуждаются в рекламе,
так как на них
работает сарафанное
радио.

И если вы сильны в наставничестве среди коллег, значит, не только глубоко разбираетесь в своем вопросе, но и умеете доходчиво объяснять. А этот навык в публичных выступлениях нам с вами ой как пригодится.

Получаю ли я удовольствие от своей деятельности? Могу ли говорить о ней часами? Продолжаю ли совершенствовать свои навыки?

Здесь сразу три вопроса, потому что они друг с другом тесно связаны.

Эксперты в какой-либо области обычно очень увлеченные ребята, которые постепенно строят свою жизнь вокруг профессиональных навыков, а их деятельность становится фильтром, который определяет сферу интересов. Это, конечно, не значит, что увлеченный своим делом эксперт обязательно должен быть похож на гениального математика Григория Перельмана, который не следит за собой и сознательно отказывается от любого контакта с человечеством. Гении — отдельная каста людей, и в рамках этой книги мы с вами их трогать не будем.

Но быть увлеченным экспертом по графике невозможно. Не бывает так, что с 9 до 17 часов вам очень интересна психология, а после 17 часов интерес резко пропадает. Если вы практикующий психолог и живете этим, то даже в свободное от работы время думаете о психологии, говорите о ней и читаете. Не потому, что надо. А потому, что по-другому невозможно.

Когда я последний раз проверял актуальность своих знаний на практике?

Мир меняется с бешеной скоростью, а значит, приобретенные знания и опыт непрерывно устаревают.

Так, если специалист, формировавший продуктовый ассортимент в супермаркетах в 2010 году, перестал развиваться в этой сфере, а в 2025 году пришел поделиться опытом на конференцию по категорийному менеджменту, то с вероятностью, близкой к 100%, аудитория поднимет его на смех. Потому что за 15 лет в этой довольно рутинной нише произошло столько изменений, что знать о них можно, лишь находясь внутри этого процесса. Начиная тотальным импортозамещением, заканчивая малозаметными, но влияющими на работу изменениями законодательства.

Или, допустим, эксперт по авторынку со знаниями до 2022 года без их актуализации станет рассказывать, что сегодня представляет собой автомобильный рынок России. Представляете, какой гомерический хохот будет стоять, когда он заикнется о том, что на немецкие автомобили в крупных городах нашей страны держится стабильно высокий спрос, а сроки поставки этих автомобилей позволяют планировать покупки все большему количеству клиентов.

Поэтому, чтобы называться экспертом, очень важно постоянно сверять свои знания с реальностью и актуализировать их. Для этого не всегда нужно быть внутри процесса, но жить им и понимать, что происходит, необходимо. Потому что истинный эксперт, как вы помните, человек, увлеченный своей темой.

Что обо мне знает интернет?

Этот вопрос осознанно находится на последнем месте, потому что не является объективным подтверждением вашей экспертности, однако важен в создании личного бренда эксперта.

Помните, мы с этого начали: человечество хлынуло в интернет, постоянно оставляя там свои следы. И для того чтобы наследить больше, чем все остальные, не требуется специальных знаний, навыков или образования. Поэтому судить

об экспертности кого-либо только по отпечаткам в интернете — рискованное занятие.

Но если вы входите в обойму добросовестных профессионалов и хотите через публичность добиться своего признания как эксперта, то стоит озаботиться тем, что знает о вас интернет. Если не знает ничего, то сделайте так, чтобы узнал. Пишите профессиональные статьи, создайте персональную страницу, ведите блог или телеграм-канал, участвуйте в обсуждениях по теме. В общем, проявляйтесь в публичном пространстве.

В будущем, когда вы начнете отправлять заявки продюсерам конференций с предложением выступить, знайте, что каждый уважающий себя организатор обязательно проверяет, как много о вас и вашем опыте знает поисковик.

* * *

Этих вопросов достаточно для первичной примерки на себя роли эксперта. Если хотя бы на три вопроса вам есть что ответить честно, подробно, с примерами и доказательствами, значит, с высокой долей вероятности вы являетесь хорошим специалистом в своей отрасли. А раз так, то тема публичных выступлений для вас не просто актуальна, а жизненно необходима, поскольку публичные выступления являются эффективным способом укрепления экспертности. Начав публично рассказывать о своем опыте и делиться приобретенными знаниями с широкой аудиторией, вы станете именно тем специалистом, которому достаточно разместить свое резюме один раз в жизни.

Что делает эксперта востребованным спикером

Существует ли алгоритм действий, превращающий никому не известного специалиста в востребованного и высокооплачиваемого спикера? И да, и нет.

Да — потому что набор действий на этом пути интуитивно понятен. Нужно вкладываться в развитие личного бренда, чаще мелькать на тематических конференциях, вести YouTube-канал и соцсети, записывать подкасты, дружить с продюсерами бизнес-мероприятий... В общем, проявляться и в онлайн, и в офлайн на полную катушку, чтобы запустились круги по воде, ведь узнаваемость не возникает по щелчку пальцев.

А нет потому, что, даже несмотря на перечисленные выше действия, никто и никогда не даст гарантии, что они приведут к ожидаемому результату и вы с вашим опытом станете известным оратором, которого хотят заполучить все организаторы мира.

Тем не менее попробуем разобраться, что объединяет востребованных в публичном пространстве экспертов. Они же не родились желанными спикерами, а стали такими. Но почему за одними стоит очередь из организаторов с щедрыми контрактами, а других даже на бесплатные мероприятия не приглашают?

Они горят своей темой

Увлеченного человека видно издалека. Он будто светится изнутри. И аудитория это считывает моментально, причем на интуитивном уровне. Как легко заметить влюбленного человека, так и по-настоящему увлеченный сразу бросается в глаза.

Поэтому тем экспертам, которые дышат своей профессиональной деятельностью, ничего доказывать не приходится. Все происходит само собой. И если проанализировать выступления тех экспертов, которые нравятся лично вам, то вы в 100% случаев почувствуете эту незримую любовь к теме, о которой рассказывает спикер.

Искать выгодную тему бессмысленно. Нужно искать свою. Разница в эмоциях, настроении и «излучении» будет такой же колоссальной, как в браке по расчету и в браке по любви.

Они говорят о сложном понятно

Вы когда-нибудь видели полный список регалий Татьяны Черниговской? Советский и российский ученый в области нейронауки и психолингвистики, академик РАО, директор института когнитивных исследований СПбГУ, доктор биологических и филологических наук и еще на пол-листа прочих степеней и званий.

Глядя на этот список, понимаешь, что с точки зрения масштаба личности и уровня развития человек живет в другой вселенной. Но если вы когда-либо слушали выступления Татьяны Черниговской, то точно знаете, что ощущения параллельной вселенной не возникает. Наоборот, кажется, что слушаешь сказку на ночь: тебе понятно, интересно и местами весело. Потому что о сложнейших вопросах работы мозга Черниговская рассказывает так, что захватывает дух и у кандидата наук в области нейробиологии, и у слушателя со средним образованием, который работой мозга вообще никогда не интересовался.

Считаете, что Черниговская просто от природы такая и не умеет изъясняться сложно? Как бы не так. Дважды доктор наук гарантированно умеет разговаривать «как ученый». Но она прекрасно осознает, что в этом случае только ученые смогут ее воспринимать, а широкая аудитория останется за скобками.

Вот небольшой отрывок из выступления Татьяны Владимировны:

Человеческая память организована иначе, чем компьютерная. В компьютерной — файл лежит в определенной точке. А биологическая память распределяет все совсем другим способом. Вот, скажем, где именно лежит «собака»? Если слово «собака», то оно в той зоне, которая занимается словами. Если запах собаки, то в том месте, где запахи. А если собака мне вчера разбила любимую чашку, то она будет там, где лежат дорогие сердцу вещи.

Здесь еще нет таких сложных слов, как гиппокамп, неокортекс, амигдала (структуры головного мозга, отвечающие за память), но Черниговская, по сути, уже про все это рассказала на понятном каждому примере. И теперь, после понятного каждому примера с собакой, можно вернуть и сложные термины. Аудитория уже к ним готова.

Или экономист Александр Аузан, декан экономфака МГУ. Эксперт, которого можно слушать так, что забываешь дышать, хотя в этот момент, с обывательской точки зрения, он рассказывает о чем-то далеко не самом увлекательном. Об особенностях макроэкономического развития Европы, например. Просто он подбирает такие слова, что даже сложные экономические термины вдруг оживают и становятся понятными человеку без экономического образования.

Говорить о сложном просто и понятно — это навык, который нужно вырабатывать. Можно начинать прямо сейчас.

Попробуйте рассказать шестилетнему ребенку о том, в чем вы хорошо разбираетесь и считаете себя экспертом. Если ребенок готов слушать дольше 10 минут — значит, вы на правильном пути. Если не только слушает, но еще и задает вопросы — вы близки к победе.

Они умеют шутить

Юмор — это обязательный компонент качественного публичного выступления. И те востребованные эксперты, которые научились рассказывать о своей профессиональной деятельности, в большинстве случаев не боятся шутить со сцены.

Юмор, с одной стороны, расслабляет, сокращает дистанцию между спикером и аудиторией. С другой — поднимает энергию в зале и задает динамику всему выступлению. С третьей — является признаком здоровой психики и говорящего, и слушающих. В общем, юмор — это соус, который делает овощной салат полноценным, богатым на вкус.

Однако любой профессиональный спикер понимает, что важно не просто рассказывать смешные истории, чтобы повеселить людей. Основная задача юмора во время выступления — помочь специалисту донести главную мысль до аудитории. И юмор в этом случае прекрасный инструмент. Поэтому все востребованные эксперты-спикеры умеют шутить, талантливо импровизируют, используют шутки-заготовки, но делают это гармонично, чтобы не переборщить.

Представьте, что в ресторане вам принесли салат, который в прямом смысле слова плавает в соусе. Вряд ли вы получите удовольствие от такого блюда. Вот с юмором в публичных выступлениях так же.

Глубинная суть
публичной
деятельности
не в том, чтобы быть
как другие, так же
выглядеть, так же
мыслить и говорить,
а в непохожести.



Они имеют реальный опыт

Тут надо оговориться, что среди спикеров есть чистокровные теоретики. Однако в большинстве своем экспертов любят за практический опыт. Когда сначала что-то создал, построил, доказал, а уже потом научился об этом рассказывать.

Например, бизнес-эксперты без реального опыта в бизнесе воспринимаются аудиторией как мошенники, и вполне заслуженно. Если сам не построил ни одной компании, то как ты можешь обучать этому других?

Можно досконально знать процедуру полета в космос в теории, но слушать больше хочется того, кто на самом деле там побывал и готов рассказать про организацию быта в условиях невесомости не по методичке, а опираясь на собственный опыт.

Они говорят грамотно

Человек с микрофоном в руках автоматически воспринимается аудиторией как старший по званию. Тот, кто знает, как жить, кто может научить, кто в состоянии защитить и погладить по головке, если потребуется.

Поэтому стать востребованным спикером, не умея грамотно формулировать свои мысли, вряд ли получится. Речь идет не только о правильной расстановке ударений и отсутствии слов-паразитов, но и об умении структурировать свои мысли, доносить их четко, ясно и с большим количеством слов-синонимов. Чем разнообразнее речь спикера, чем ярче метафоры, тем больше шансов быть принятым и понятым аудиторией.

* * *

Пожалуй, из универсальных секретов это все, что объединяет успешных спикеров-экспертов. Но к этому списку очень

хочется добавить персональную органику человека. Ведь несмотря на наличие общего, каждый спикер-эксперт на деле обладает широким набором индивидуальных характеристик, которые отличают его как личность. Делают его неповторимым. И этим нужно дорожить. Потому что глубинная суть публичной деятельности не в том, чтобы быть как другие, так же выглядеть, так же мыслить и говорить, а в непохожести.