

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ «КАК
ГОВОРИТЬ, ЧТОБЫ
ВАС СЛУШАЛИ»**

Библиотека КнигиКратко

Краткое содержание «Как говорить, чтобы вас слушали»

Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27358934

Библиотека "Главная мысль"; 2015

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Как говорить, чтобы вас слушали». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Речь – один из важнейших инструментов достижения успеха в бизнесе, политике, творчестве, любви, в воспитании детей. От того, насколько убедительно, увлекательно и грамотно мы говорим, зависит, как нас слушают и что в итоге слышат. Увлечь слушателя, донести до него свою мысль – непростая задача. Помочь усвоить основополагающие принципы эффективного общения с людьми – главная цель данной книги.

Автор книги, изданной в издательстве «Претекст» в 2015 году, – известный оратор и бизнес-коуч Майкл Клейтон. Его клиенты – руководители, топ-менеджеры и другие представители высшего звена крупных компаний и ассоциаций, которым в силу своей должности и положения приходится выступать

перед конкурентами и потенциальными инвесторами, а также специалисты-профессионалы, цель которых – постичь азы эффективного общения.

Майкл Клейтон рассказывает в своей книге о том, как наладить контакт с собеседником, как научиться не бояться большой аудитории, как говорить убедительно и интересно, «зацепить» слушателей, вызвать полемику. Будучи сам признанным мастером слова, он делает это легко и иронично. Все практические советы, рекомендации, содержащиеся в книге, основаны на его личном опыте.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги

По материалам книги «Как говорить, чтобы вас слушали». Майкл Клейтон

Автор краткого обзора: Библиотека «Главная мысль»

Как заинтересовать, убедить аудиторию и удерживать ее внимание

«Если у вас есть голос, есть и право говорить. Однако, если хотите, чтобы вас слушали, если хотите, чтобы вас услышали, придется овладеть такой привилегией».

Майкл Клейтон

Речь – один из важнейших инструментов достижения успеха в бизнесе, политике, творчестве, любви, в воспитании детей. От того, насколько убедительно, увлекательно и грамотно мы говорим, зависит, как нас слушают и что в итоге слышат. Увлечь слушателя, донести до него свою мысль – непростая задача. Помочь усвоить основополагающие принципы эффективного общения с людьми – главная цель данной книги.

Автор книги – известный оратор и бизнес-коуч Майкл

Клейтон. Его клиенты – руководители, топ-менеджеры и другие представители высшего звена крупных компаний и ассоциаций, которым в силу своей должности и положения приходится выступать перед конкурентами и потенциальными инвесторами, а также специалисты-профессионалы, цель которых – постичь азы эффективного общения.

Майкл Клейтон рассказывает в своей книге о том, как наладить контакт с собеседником, как научиться не бояться большой аудитории, как говорить убедительно и интересно, «зацепить» слушателей, вызвать полемику. Будучи сам признанным мастером слова, он делает это легко и иронично. Все практические советы, рекомендации, содержащиеся в книге, основаны на его личном опыте.

Как найти интересную тему для выступления

Интересная тема – первый шаг на пути к успешному выступлению. Заставить аудиторию слушать, думать, удивляться, участвовать в обсуждении, решать проблемы можно только в том случае, если это действительно интересно. Невольно задаешься вопросом, где и как в наше время, когда каждый день, час, минуту информация обрушивается на нас со всех сторон, найти ту исключительную тему, которую еще не обсудили, не разобрали на составляющие и не внедрили?

На самом деле источников для поиска новых идей множество. Условно такие источники можно разделить на внешние (те, что окружают нас) и внутренние (те, что проистекают из личных качеств). Среди внешних источников М. Клейтон

выделяет лучшие:

1. Газеты.
2. Журналы.
3. Блоги.
4. Обзор текущих событий на телевидении и документальные программы.
5. Драматические произведения.
6. Семинары, конференции, тренинги.
7. Выставки, галереи, музеи.
8. Доски объявлений и другие рекламные материалы.
9. Информационные табло в библиотеках, общественных зданиях, больницах и школах.
10. Листовки, буклеты и брошюры о достопримечательностях, информационные листки библиотек, музеев, галерей, общественных или коммерческих предприятий.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.