



Ксения Телешова

Десять секретов безупречной речи

КНИГА-ТРЕНИНГ

Ксения Николаевна Телешова
Десять секретов
безупречной речи.
Книга-тренинг

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=51616574
ISBN 9785449839251

Аннотация

«Десять секретов безупречной речи» – книга-тренинг, которая гарантированно поможет вам выйти на новый речевой уровень. Минимум теории, максимум полезных и прикладных инструментов от модного речевого тренера Ксении Телешовой. Ксения является профессиональной телеведущей и работает в качестве педагога с политиками, блогерами, звёздами шоу-бизнеса. Книга вдохновляет и придаёт уверенности! Главный слоган Ксении Телешовой: «У тебя все получится!»

Содержание

Предисловие	5
Первый секрет.	8
Второй секрет.	14
Третий секрет.	24
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Десять секретов безупречной речи Книга-тренинг

**Ксения Николаевна
Телешова**

*Посвящается Николаю Васильевичу и Марине
Викторовне с благодарностью за жизнь,
образование и веру в меня.*

© Ксения Николаевна Телешова, 2020

ISBN 978-5-4498-3925-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Я приветствую вас, читатели моей первой книги «Десять секретов безупречной речи». Здесь собраны ключевые темы, которые нужно изучить, чтобы выступать без страха, быть душой компании и легко вести переговоры.

Если говорить обо мне, то я с 18 лет работаю на телевидении и с 25 лет веду речевые тренинги для политиков, бизнесменов, звезд шоу-бизнеса и блогеров. Работаю по всему миру. Мои ученики точно знают, как говорить уверенно, красиво и убедительно.

«Ораторами не рождаются, ораторами становятся» – фраза великого Уинстона Черчилля, и в этой книге вы найдете вдохновение, теоретическую базу, а также четкие инструкции, как действовать в разных коммуникативных ситуациях. Вы станете харизматичным лидером, а ваша речь будет визитной карточкой и «опорой» бренда личности.

Если сейчас, читая эти строки, вы начали сомневаться в своих силах, то вспомните любую ситуацию из жизни, когда что-то не получалось, но вы прикладывали усилия и в итоге добивались своей цели. Было такое? У меня – да. Например, в четыре года после неудачной операции я потеряла голос, и мои родители нашли специалистов, которые смогли мне помочь. Сегодня голос – мой инструмент для высокого заработка. А еще с детства меня считали очень негиб-

кой, и хореограф заявляла: «Ты, Ксюша, деревянная и никогда не сядешь на шпагат». А в 34 года моя тренер запечатлела меня в шпагате. Получилось у меня, получится и у вас!

«Десять секретов безупречной речи» – это инструмент для тех, кто хочет выйти на новый уровень жизни, «прокачав» коммуникацию.

Для кого эта книга-тренинг?

- Для тех, кто хочет иметь восхитительный голос.
- Для тех, кто мечтает держаться уверенно перед публикой и вдохновлять своей речью.
- Для тех, кто хочет научиться свободно менять свое состояние с напряженного на расслабленное перед выступлением, переговорами или интервью.
- Для тех, кто хочет узнать, как не бояться дополнительных вопросов аудитории...

...и в итоге стать лидером общественного мнения и зарабатывать больше.

Наши ученики – блогеры, журналисты, бизнесмены, политики, деятели культуры и коучи.

Пройдите с нами путь из точки А (сомневающийся в себе оратор) – в точку В (уверенный, харизматичный спикер). Каждая из десяти тем книги содержит тщательно подобранную информацию по психолингвистике, риторике и технике речи. В то же время материал изложен понятным языком, что делает его доступным для всех желающих.

Приглашаю вас в мир красноречия, с уверенностью в ва-

шем успехе,

Ксения Телешева

Первый секрет. Безупречная самопрезентация



Умеете ли вы красиво рассказывать о себе? Можете ли сделать это коротко? Понятно и интересно ли вы рассказываете о себе?

Давайте освоим первый секрет – безупречная самопрезентация.

Есть несколько ключевых ошибок, которые обычно совершают ораторы.

Первая – начинают с совершенно неважных вещей.

Например: «Меня зовут Иванова Лена, мне 35 лет, я родилась в Нижневартовске».

Кому это интересно? Самое главное правило нетворкинга – в первые 10 секунд захватить внимание аудитории. Вы это сделаете, если покажете аудитории, чем вы можете быть **интересны и полезны**.

Например: «Я Ксения Телешова, телеведущая и владелица Центра красноречия».

Телеведущие обычно вызывают интерес, «Центр красноречия» – это про выгоду для моей аудитории. Я могу быть полезна всем тем, кто не только хочет овладеть азами ораторского мастерства, но и намерен обрести умение владеть вниманием самой разнообразной аудитории.

Часто люди делают биографическую справку вместо визитки и самопрезентации, начиная с раннего детства: «Родилась я в городе Нижняя Салда в семье потомственных металлургов, работала в газете „Салдинский металлург“ обычным журналистом».

Кому это интересно? Задавайте себе такой вопрос.

Если вы не захватите внимание аудитории за первые 15 секунд, то аудитория начнет отвлекаться и не дослушает до конца.

ВАЖНО! Говорите, кем вы являетесь на сегодня. В чем

ваша уникальность. Каковы ваши компетенции и достижения.

Итак, делаем следующее: представляем свою визитку в виде торта «Наполеон», а вишенка на торте – это короткая визитка: «Добрый день, меня зовут Ксения Телешова».

Сначала имя, потом фамилия – это очень важно, это норма с точки зрения международного делового этикета. Вы вряд ли где-то услышите: «Президент Российской Федерации Путин Владимир», главу государства представляют так: «Президент Российской Федерации Владимир Путин». «Барак Обама», «Сергей Лавров», «Владимир Познер» – сначала называется имя, а затем фамилия, обратите на это внимание и не делайте наоборот. Когда вы произносите сначала фамилию, а затем имя и отчество, вы как бы прибавляете себе возраст. Вот смотрите: «Меня зовут Ксения Телешова» или «Меня зовут Телешова Ксения Николаевна», как вам нравится больше? Давайте будем современными и станем учитывать тренды, которые существуют сегодня в риторике.

Первый слой торта «Наполеон» – это ваши достижения и сфера профессиональных компетенций. Кто вы сегодня? Чем вы хороши? Здесь у многих возникает сопротивление. Нам в детстве говорили, что хвалить себя нельзя, но я и не прошу вас себя хвалить, я прошу назвать факты. Сколько лет вы занимаетесь своей деятельностью, какое место на рынке занимает ваша компания, в чем вы действитель-

но хороши, какие награды у вас есть – все это очень важно. Например: «Центр красноречия я открыла восемь лет назад. За это время более пятнадцати тысяч человек стали нашими учениками. Я горжусь тем, что девяносто процентов из них отмечают, что их речь и жизнь вышли на новый уровень. Я являюсь автором нескольких уникальных тренингов (и перечисляю их)» – на мой взгляд, это очень важно. Затем я перечисляю, кто мои клиенты: «Мои клиенты – это депутаты Государственной думы, министры, руководители крупных предприятий».

Следующий слой нашего торта – это либо образование, либо вторая сфера деятельности. Например, вы можете совмещать бизнес и общественную деятельность. Тогда уместно сказать: «Кроме своей работы, большое внимание я уделяю общественному проекту (название)». В моем случае второй слой торта – это телевизионная карьера. Я говорю о том, что на телевидении я работаю уже более пятнадцати лет и являюсь телеведущей и парламентским обозревателем.

Если у вас одна сфера деятельности, то во втором слое стоит говорить про образование. Например: «У меня два высших образования, первое – ..., второе —...». Здесь важно учесть, что если ваше образование никак не связано с вашим родом деятельности, ничего страшного нет. Не нужно говорить фразы вроде: «Образование мне никак не пригодилось». Нет, в любом случае это было полезно для вас. Если вы повышаете свой профессиональный уровень, то скажите,

например, так: «Регулярно я повышаю свой профессиональный уровень и прошел (название курсов, выделить несколько из них)». Я бы не советовала вам говорить фразы вроде «Я увлекаюсь психологией и посещаю все курсы личностного роста» – не надо. Лучше давайте сделаем красивую деловую визитку.

Третий слой торта – это ваши увлечения. Начните так: «Если говорить о личной жизни, то...». Семейный статус вы можете указывать или не указывать – это на ваш вкус. Нужно сказать, чем вы увлекаетесь, например: «В свободное от работы время я увлекаюсь балетом, кроссфитом и пишу книгу». Ваши увлечения показывают, какой вы человек, раскрывают наиболее полно вашу картину мира. И, как я люблю говорить: «В коммуникации важны три вещи: кто говорит, как говорит и что говорит, причем третья – наименее важная». Фраза не моя – физика Эдварда Морли.

И заключительная часть этой модели – тарелочка, на которой мы подаем свою визитку, – это жизненный принцип. Например: «Мой жизненный принцип – развиваться и вдохновлять на развитие других. Именно поэтому я открыла свой речевой центр и с удовольствием работаю там ведущим речевым тренером».

Задание. Напишите полную визитку, и у вас будет заготовка на все случаи жизни, чтобы никто и никогда больше не застал вас врасплох. Если вам нужно будет выступить коротко, вы произнесете только первую часть своей визитки.

Если вы выступаете в неформальной обстановке, то можно будет более активно рассказать о личном, но в любом случае вначале нужно говорить о том, кем вы являетесь в настоящий момент. У вас точно все получится!

Второй секрет. Message house. Презентация по технологии американских президентов



Наш курс продолжает секрет, которым пользуются американские президенты. Он называется «message house» – это модель для подготовки публичных выступлений. Правда, у американцев картина мира и восприятие несколько иные, поэтому технологию «message house», то есть «дом мысли», я адаптировала под русского человека.

Вы уже поняли, что я не люблю нудные длинные речи-мо-

нолиты, в которых нет структуры. Я люблю тексты, в которых есть главная мысль, яркое начало, красивая середина и эффективный конец, который побуждает нас и нашу аудиторию действовать.

Представим подготовку презентации как процесс строительства дома. Строительство дома начинается с фундамента. Подготовку любой презентации следует начинать с вопроса: какая главная мысль должна остаться в голове у аудитории? Что самое важное мы должны донести до нее? Главная мысль, как и фундамент у дома, может быть только одна. Сколько бы ни длилось ваше выступление, внутри него должна быть одна главная мысль.

Приведу пример. В презентации нашего курса есть главная мысль: «Курс „Десять секретов безупречной речи“ выведет вас на новый речевой уровень». Иногда мы к ней добавляем: «Не только выведет вас на новый речевой уровень, но и вдохновит на новый уровень вашей жизни». Мы должны несколько раз проговорить главную мысль, чтобы понять, насколько она нам нравится, – таким образом мы построим фундамент.

Затем мы начинаем строить коробку дома: две стены и потолок – это три аргумента, которые поясняют аудитории нашу главную мысль. Каждый раз отвечайте себе на вопрос: «Почему я так считаю и почему зрители должны поверить в то, что я говорю?»

Почему я считаю, что от качества вашей речи зависит ваш

успех? Или почему я убеждена, что «Десять секретов безупречной речи» помогут вам выйти на новый речевой уровень?

Во-первых, я уверена в этом, поскольку опираюсь на свой опыт. Первая стена – это мой опыт, и он показывает, что все люди, прошедшие десять уроков и соблюдавшие все рекомендации, вышли на новый речевой уровень. За восемь лет, что работает Центр красноречия, мы обучили более пятнадцати тысяч человек, и все они отмечают, что после наших занятий видят результат.

Вторая стена – это моя история. Она дает мне уверенность в том, что я делаю, поскольку я тот человек, который апробировал все десять уроков на самой себе. И я вижу, что в результате занятий я не только чувствую себя увереннее как оратор, но и привлекаю в свою жизнь новые возможности, знакомства и предложения и наслаждаюсь своей жизнью.

И третье, что позволяет мне настаивать на результативности курса «Десять секретов безупречной речи», понимание, что это лишь техника и инструмент. Красивая речь – это спорт и искусство. Технически наш курс можно представить как занятия у крутого тренера, например, по жиму штанги лежа. Если вы приходите к инструктору и занимаетесь с ним регулярно, то через какое-то время, хотите вы или нет, жим будет лучше. Точно так же и речь, и голос. Если вы им занимаетесь, вы получаете результат.

Перед вами главная мысль и три доказательства – три те-

зиса. Я всегда говорю: во-первых, во-вторых и в-третьих. Повторим: у каждого текста должен быть фундамент, то есть главная мысль, и три аргумента, которые отвечают на вопрос, почему вы так считаете.

Не следует писать текст от начала до конца – нужно оформить его схематично, иначе вы можете потерять нить, например, если аудитория неожиданно задала вопрос. Если вы представляете домик, вы очень быстро можете в своей голове воспроизвести картинку и вспомнить о недостающей детали выступления – это логика речи.

Следующий элемент нашего дома – это крыша. Крыша – это вывод. Вывод всегда повторяет главную мысль и должен побуждать людей к действию. Например, я убеждена, что онлайн-курс «Десять секретов безупречной речи» – это то, что нужно каждому успешному человеку. Занимайтесь и выходите на новый речевой уровень. Стоит написать всего пять предложений, и у вас появится скелет текста – тот самый дом: главная мысль, три аргумента, которые подтверждают главную мысль, и вывод с побуждением к действию.

Вы можете «сформулировать» несколько домиков для тех тем, по которым вы часто выступаете, как сделали мы, когда открывали Центр красноречия восемь лет назад. Мы «прописали» 10 домиков на каждую из тем центра, и сейчас мне не нужно готовиться заново к каждому выступлению – я просто вспоминаю шаблон, который уже есть у меня в голове. Мои ученики рассказывают, что по системе «message house»

они ведут телефонные переговоры. У них получается быстро убедить собеседника в том, что им нужно.

Итак, основа этой модели заключается в простоте: главная мысль, три аргумента, вывод и побуждение к действию.

Наш дом не очень красивый, ведь все, о чем мы сейчас говорили, это чистая логика. А логика – это левое полушарие. Правое же полушарие отвечает за эмоции, картинки, интуицию, за «хочу – не хочу», «нравится – не нравится». Так вот, с точки зрения иллюстрирования, добавления эмоциональных аспектов речи, имеет смысл каждый раз придумывать что-нибудь новенькое, чтобы и аудитории было интересно, и вы сами не ощущали, что повторяетесь.

Смотрите, мы построили фундамент, две стены и потолок, возвели крышу, а значит, побудили людей к действию. Теперь нам нужно подумать, как мы проиллюстрируем каждый из наших аргументов. Иллюстрации могут быть в начале или в конце текста, они могут появиться где угодно. Например, если выступление длинное, вы можете проиллюстрировать каждый из аргументов.

К иллюстрациям относятся примеры из жизни. Когда я рассказываю про свой опыт, это является примером, который иллюстрирует мою главную мысль. Наверняка вы не знали, что в три года мне была сделана операция – удаляли гланды и аденоиды. Сделали это не очень удачно, и я практически потеряла голос. Только благодаря усердию моих родителей и моему терпению, голос был восстановлен. И я теперь

знаю, как восстанавливать голос людям, у которых были подобные неудачные оперативные вмешательства. Это иллюстрация моей главной мысли.

Второй пример иллюстрации – это пример людей, которых мы все знаем. Вы часто слышите из моих уст, что той или иной моделью пользовались известные ораторы. Кстати, «message house» все время используют Барак Обама. Если вы посмотрите его заключительное выступление, то сможете легко распознать модель «message house». Опять же отмечу, что для нашего русского слушателя я ее слегка трансформировала.

Третий вид иллюстрации – это шутка. Можно пошутить, чтобы люди расслабились. Но делайте это только тогда, когда вы хорошо знаете свою аудиторию.

Цифры также являются хорошим видом иллюстрации. Сразу вспоминается фраза о том, что есть три вида лжи: ложь, наглая ложь и статистика. Но цифры великолепно иллюстрируют то, что мы хотим сказать. Когда я рассказывала вам про Центр красноречия, я упомянула, сколько лет мы работаем и сколько учеников прошли наш курс. На самом деле, слушателей курса было в разы больше, потому что я часто выступаю перед огромными аудиториями в несколько тысяч человек.

Еще один тип иллюстрации текста – это картинки или презентации. Здесь очень важно знать несколько правил. Презентации должны быть выполнены таким образом, чтобы

не перекрывать оратора. Минимум текста, максимум пользы. В девяностые годы, когда все только начинали осваивать PowerPoint, было круто использовать несколько разных шрифтов, подчеркивание, анимацию с вылетающими буквами. Да, это было, и это осталось в прошлом, так делать не надо. Вместо презентации вы можете включить ролик. Особенно полезно это делать тем, кто очень волнуется. Например, нужно выступить перед большой аудиторией, и вы знаете, что в первые девяносто секунд вам сложно совладать с эмоциями. В таком случае выйдите, поздоровайтесь с аудиторией и скажите: «Давайте вместе посмотрим ролик». Запустите ролик, и, пока он идет, вы успокоитесь и привыкнете к сцене.

Хорошие ораторы рассказывают истории, вспоминают фильмы, цитируют авторитетов – все это является иллюстрацией к тексту. Иллюстрации – это именно то, что следует каждый раз обновлять. Например, материал, который вы оставляете на память своему собеседнику после деловых переговоров. Ваш буклет является иллюстрацией, демонстрацией предмета. Если вы работаете стилистом, то демонстрируйте на себе модели одежды, о которых вы рассказываете, или выводите красивых девушек и мужчин в одежде. Это будет лучшей иллюстрацией вашего текста.

Итак, как пользоваться «message house»? Первый раз попробуйте просто нарисовать домик и подумать, что является фундаментом и основными тезисами вашей речи. Кстати, тезисов иногда может быть больше трех. Но золотое правило

риторики – три, потому что, на самом деле, больше не запоминается. Помните также, что лучше запоминаются нечетные цифры: три, пять, семь. И всегда говорите: во-первых, во-вторых, в-третьих – это поможет вашей аудитории лучше запоминать и понимать вашу речь.

Что еще важно понимать: после того, как вы прописали главную мысль – фундамент, две стены и потолок – то есть три аргумента, закрыли все это крышей – озвучили вывод, попробуйте соединить импровизационно те пять фраз, которые вы прописали. Я не рекомендую писать тексты от и до, потому что письменная и устная речь – это очень разные вещи. Пробуйте сделать это таким образом, чтобы связки между аргументами у вас получались естественными. И когда вы репетируете, помните важное правило: не делать это перед зеркалом. Репетируйте, например, записывая себя на камеру, тогда это будет более естественно. После того как вы написали текст и отрепетировали, дайте ему какое-то время полежать: десять-двадцать минут. Может быть, вы написали речь вечером? Тогда проверьте ее утром.

Следующий важный совет: ответьте себе на пять вопросов эффективного оратора. Первый вопрос: «Что я говорю?» Еще раз повторите главную мысль. Важно помнить, что в момент выступления главную мысль следует повторять минимум трижды. Если вы продаете какой-то бренд, то его нужно называть минимум три раза за выступление.

Второй вопрос: «Для кого я говорю?» Оцените вашу ауди-

торию, ее интересы, подумайте, что она знает о вас, какой информацией владеет в рамках обсуждаемой темы. Чем лучше вы представляете своего слушателя, тем эффективнее ваше выступление. Часто ораторы бывают сконцентрированы в момент выступления на себе, это неправильно. Нужно концентрироваться на человеке, с которым вы разговариваете, или на группе людей, которым вы доносите свои мысли.

Третий вопрос: «Для чего я говорю?» Какова ваша истинная цель? Иногда цель проговаривается в открытую, иногда нет. Если ваша цель – дорого продать, то можно об этом и не говорить. Но важно построить выступление таким образом, чтобы в конце вам удалось продать свой товар. И каждый раз отмечайте в блокноте: удалось сегодня достичь цели или нет.

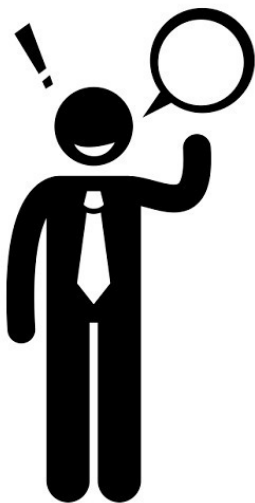
Следующий вопрос: «Где я говорю?» Важно понимать: вы не всегда будете выступать в комфортных для себя условиях. Но чем лучше вы изучите то место, где вам придется выступать, тем спокойнее вы будете себя чувствовать. Всегда проверяйте техническую составляющую вашей презентации, чтобы в момент «Х» вам не приходилось испытывать дополнительный стресс по поводу того, что что-то не запустилось. В этом же блоке следует упомянуть о том, что важно соблюдать хронометраж, отведенный для выступления. Если вы сильно превысите отведенное время, аудитория устанет. Чтобы этого не происходило, нужно репетировать и учиться чувствовать, сколько вы говорите.

Пятый вопрос – очень важный: «Все ли я сказал?» Часто бывает так, что переговоры, выступление или интервью на телевидении заканчиваются, и вы думаете: «Ах! Я не сказал самого главного!» Нужно останавливаться и задавать себе вопрос: «Все ли я сказал?» Иногда, когда идет мой тренинг, я останавливаюсь и говорю: «Так. Все ли я сказала вам сегодня?» И в этот момент мой мозг вспоминает те детали, которые я могла упустить. Можно не проговаривать вопрос вслух, но приучите себя всегда его задавать. «Все ли я сказал? Можно ли заканчивать?»

Задание. Я попрошу вас написать небольшой текст. Вы должны убедить собеседника в том, чтобы прочитать вашу любимую книгу. В этом выступлении должна быть иллюстрация, главная мысль, три аргумента, вывод и побуждение к действию. Первый раз вы можете записывать не видео-, а аудио-презентацию.

У вас будет меньше переживаний и больше уверенности, если вы будете готовиться к своим выступлениям. Подготовленный текст делает вас профессионалом в ораторском мастерстве. И даже если вы импровизируете, импровизация тоже должна быть подготовленная. Со временем у вас точно все получится!

Третий секрет. Импровизация



Очень часто ученики, приходящие в мою школу, говорят: «Ксения, мы не готовимся. Мы любим выступать экспромтом – так же проще!» Так вот, импровизировать значительно сложнее, чем говорить, когда вы готовы, поверьте моему опыту. И когда я импровизирую, я делаю это профессионально.

нально, потому что каждый день тренируюсь быть мастером импровизации.

Что отличает хорошего оратора, который говорит без подготовки? Этот человек начитан, он может легко вставить цитату и после нее завязать разговор. Он – душа компании, у него богатый жизненный опыт, и все истории, которые он рассказывает, очень интересные. Такой человек легко задает вопросы и отталкивается от ответов, которые он слышит. Кроме того, он легко владеет несколькими техниками импровизации. Сегодня мы познакомимся с двумя такими техниками.

Первая техника импровизации называется «Что вижу, о том пою». Вы часто с ней встречаетесь, когда человек не знает, что говорить, и начинает описывать то, что он видит. Это характерно для начинающих журналистов. Как вы знаете, я работаю телеведущей, редактором и руководителем программ, и часто молодые журналисты или стажеры пишут репортажи таким образом: «Смеркалось, мы подходили к подъезду. Мы увидели, как кошка пробежала по двору», – и у них получается совершенно неинтересный рассказ, потому что долго описывать то, что ты видишь, нельзя. Хотя сама техника импровизации для тренировки неплохая: развернуто описать то, что вы видите вокруг себя.

Можно тренироваться и заодно подключать внимание – развивать мнемонику, то есть память. Закрываете глаза и вкусно описываете все то, что только что видели.

Но я дам вам ключ к этой технике импровизации. Попробуйте из схемы «Что вижу, о том пою» уйти в интерпретацию. Например: «Сейчас меня снимают на профессиональный фотоаппарат. Вы знаете, сейчас такие фотоаппараты, что картинка зачастую лучше, чем на профессиональных камерах. Я уже почти 16 лет работаю на телевидении, и у нас огромные дорогостоящие камеры, каждая из которых стоит более двух миллионов рублей. Но мои вебинары я снимаю на фотоаппарат, потому что картинка с фотоаппарата мне нравится больше». Прочувствовали, что я сделала? Я рассказала вам о том, что вижу, а потом ушла в свое мнение, свой опыт и выступила в роли эксперта.

Теперь вторая схема. Попробовать оттолкнуться от того, что вы видите, и уйти в историю. Вообще, сейчас рассказ историй – это тренд во всем мире. Забейте в поисковике «storytelling», и вы найдете кучу тренингов по этому направлению. Самое важное здесь – не забывать про логику, про аргументацию и вовремя вспоминать, для чего вы говорите, потому что можно уйти в истории, но так и не сказать самого главного.

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.