Published on *Melano.hu* (https://www.melano.hu)

A közönség előtti szereplés fejlesztésére fókuszálnak a cégvezetők 2022-ben

Létrehozás: 04/22/2022 - 08:19
Szerző: Melano
[1]
A TikTok és az Instagram korában nem érdemes behúzódnia egyetlen cégvezetőnek sem a négy fal közé.

A nemzetközi trendekkel egyetemben idehaza is egyre több vállalat vezetője, tisztségviselője dönt úgy, hogy egy képzésen tanulja meg a közönség előtti szereplés mesterfogásait. Becslések szerint évente több, mint 100 kurzust tartanak az országban, a trendekből pedig az is látszik, hogy a 8-10 fős cégek irányítói ugyanúgy fontosnak tartják az előadói képességek, praktikák elsajátítását, mint a 100-200 főt foglalkoztató nagyobb magyar vállalatok.

A jó első benyomás az üzleti életben is elengedhetetlen
Hogyan lehet 90 másodpercben jó üzleti bemutatkozást tenni? Hogyan oldjuk fel az úgynevezett hideg közönséget, vagyis amikor a résztvevők nem ismerik egymást? Hogyan játsszunk a hangunkkal? Miként tudunk egyszerűen extra hatást és emlékezetes benyomást kelteni a közönségben, például egy partnertalálkozón? Ezekre a kérdésekre egyre több hazai képzésen kaphatnak a profiktól választ az érdeklődő cégvezetők, egy-egy vállalat fontosabb döntéshozói. Soós Zoltán kommunikációs szakember, a The Speaker [2] alapítója úgy véli: ez a terület hihetetlen változáson és fejlődésen ment keresztül az elmúlt 5 évben, és ma már 100-ból 60 főnök tisztában van azzal, hogy nem elég jól vezetnie a cégét, tudnia kell erről mások előtt is beszélni.

„Ez egy tanulható, fejleszthető tudás, a maga pofonegyszerű törvényszerűségeivel. Ha egy közép- vagy felsővezető a 21. században nem mozog otthonosan a kommunikációs térben, az gyakorlatilag azt jelenti, hogy átengedi a terepet a konkurenciának" – von mérleget a magabiztos fellépés és a közönség előtti beszéd szakértője, aki az elmúlt 20 évben mintegy 35 ezer embernek tartott előadások rutinjára alapozva dolgozta ki a képzési programját.

A frappáns üzleti beszéd és a profi médiaszereplés is gyakorolható
A jellemzően kétnapos vállalatvezetői tréningeken kiderül, hogy alig van olyan jelentkező, aki tudná például, hogy mit kezdjen a kezével, miközben mások előtt előadást tart vagy éppen egy cégvezetői tárgyaláson szólal meg. Szakértői becslés szerint a vállalkozók 80 százaléka beleesik abba a hibába is, hogy túl hosszú és nagyon szakmai, sarkosan fogalmazva lapos beszédet tart, noha ezt egy frappáns témafelvetéssel máris képes lenne feldobni. Soós Zoltánék úgy látják, hogy a kkv-szektor szereplői között is mind nagyobb az igény arra, hogy például egy televíziós vagy rádiós interjú előtt felkészültek legyenek, hiszen könnyen lehet, hogy egy helyi tévés stáb – például egy szponzori vagy jótékonysági esemény kapcsán – az adott cég tulajdonosát is szeretné megszólítani. Soós Zoltán több pozitív visszajelzést is kapott ezzel kapcsolatban 2021-ben. A Hollywood Nyelviskola alapítója, Kristóf

Kata például azt írta neki, hogy az RTL Klub öt kérdésből álló interjúja után a stáb külön megdicsérte, hogy milyen profin nyilatkozott.

„Az ügyféllel azt gyakoroltuk, hogy amikor 30 percen keresztül egy nagy kamera van az aurájában, meg egy lámpa világítja meg az arcát, hogyan tud mégis természetes maradni" – érzékelteti a The Speaker alapítója, hogy mi mindent képes szimplán gyakorlással elsajátítani az, akit a helyi vagy éppen az országos médiumtól kapnak mikrofonvégre egy téma miatt. Ez pedig már csak azért is aranyat ér, mert az ilyen reklámért nem kell egy fillért sem fizetni.

Érdemes nyitni az új kommunikációs csatornák felé

„*Nyilvános szereplés? Inkább a halál!*" – sokáig ez volt az uralkodó hozzáállás a mintegy 750 ezer magyar vállalkozást tömörítő hazai kkv-szektor vezetői, tulajdonosai körében. Az okostelefonok térnyerése azonban látványosan ledöntötte a régi sztereotípiákat. Az ügyfélszerzés és az ügyfélmegtartás alapja ugyanis éppen az lett 2022-ben, hogy az adott vállalkozás nyíltan kommunikál a leendő és a meglévő partnerek felé. Ebbe pedig ma már az is belefér, hogy a 10 másodperc és 60 másodperc közötti videókra specializálódott TikTok közösségi oldalra tölt fel magáról tartalmakat.

„Az 1 milliárdnál is több követővel rendelkező közösségi videós portálon az egyik volt tréning résztvevő, a Bankmentor Alapító/ügyvezetője is posztolt. Hasznos kisvideóival néhány hónap leforgása alatt 60 ezer követőre tett szert"– jegyzi meg Soós Zoltán, aki átlagosan 160 ezer forintba kerülő kurzusokon képzi a jelentkezőket. A Speaker szakértője hozzátette: az említett hallgatója ott tart, hogy a villámvideóival több ügyfelet szerzett magának, mint amire a hagyományos kommunikációs és reklámcsatornákon bármikor is képes volt.

Tags:
Magyarország [3]
önfejlesztés [4]
Visegrádiak:
Magyarország [5]

Forrás webcím:
https://www.melano.hu/a_kozonseg_elotti_szereples_fejlesztesere_fokuszalnak_a_cegvezetok_2022_ben

Hivatkozások
[1] https://www.melano.hu/sites/default/files/articles/soos_zoltan.jpg
[2] https://sooszoltan.hu/
[3] https://www.melano.hu/tags/magyarorszag
[4] https://www.melano.hu/tags/onfejlesztes
[5] https://www.melano.hu/visegradiak/magyarorszag