

Олександр Бабій

ЯК ПРЕЗЕНТУВАТИ СЕБЕ

ТА ФОРМУВАТИ СТАЛІ

ПАРТНЕРСТВА

Зміст

Чому ЦЕ важливо?	3
Як представити себе та впливати на людей?	4
П'ять правил успішної самопрезентації	4
Інструменти впливу на людей (за Іцхаком Пінтосевичем).....	8
Як будувати ефективні партнерства	11
Три Виклики та способи їх вирішення у партнерствах	12
П'ять кроків до сталих мереж.....	16

2

Чому ЦЕ важливо?

Дуже часто мені задають питання, яким чином створити сталу організацію чи стати визнаним і затребуваним експертом. Це постійно змушує мене задуматись над власною «ключовою компетенцією» - що саме я вмію робити найкраще?

Аналізуючи свою кар'єру та досягнення, маю визнати, що справді сильний у трьох речах:

1. Спілкування
2. Спілкування
3. Спілкування 😊

3

Чому Це важливо?

Фанрейзинг, консультування чи малий бізнес – це не просто взаємодія зі структурами. Найперше – це робота з людьми. А людина – це жива істота, нервова та інтелектуальна система якої працює за природними законами.

Нам приємно працювати з тими, хто нам приємний.

Ми охоче домовляємось з тим, кому довіряємо.

Нам ПОДОБАЄТЬСЯ ПОДОБАТИСЬ.

Що Вам дасть ця міні-книга? Прості практичні інструменти, які допоможуть Вам від «правильного» першого знайомства пройти шлях до сталого ефективного партнерства. Розпочнемо?

Як представити себе та впливати на людей?

П'ять правил успішної самопрезентації

На жаль, перше враження можна справити лише один раз 😊

Використання цих простих правил у повсякденному житті швидко принесе Вам репутацію цікавої людини та гарного співбесідника. Пам'ятайте – рішення завжди приймають люди. А люди підтримують тих, хто їм подобається.

4

Всі правила випробувані на собі. Доказ ефективності – Ви ж читаете цю книгу? 😊

1. Підготовлений експромт.

Кожна робота повинна виглядати так, ніби це гра. Але досягається такий результат тільки постійними тренуваннями. Для гарних «непідготованих» презентацій варто використовувати прийом «Матрьошка». В Чому він полягає?

Варто сформулювати три варіанти пердставлення:

а) на 1-2 речення, що містить місію та основну конкурентну перевагу;

б) на 1-2 абзаци, з описом найбільших здобутків та головних рекомендацій;

в) на 1-2 сторінки, з викладенням найцікавіших цифр, фактів, важливих результатів.

Така підготовка дасть Вам змогу легко представитись та розгортати інформацію у випадку зацікавлення партнера, як «Матрьошку», не втомлюючи його передчасними деталями. «Зачепіть» партнера найцікавішим, і майте підготовані аргументи.

2. Клієнт завжди правий.

5

Це не означає, що потрібно погоджуватись з очевидними дурницями. Просто тему для розмови варто дати обрати вашому співбесіднику. А самому використовувати прийом «Прожектор». Намагайтесь «підсвітити» ті здобутки та переваги, які цікаві Вашому візаві. Найбільша помилка – при першій зустрічі розказати все, що цікавить Вас. Навпаки – детальніше інформуйте про ті напрями роботи та результати, які викликали інтерес партнера.

Ціль прийому – запам'ятатись виключно позитивно, задіяти асоціативні зв'язки та позитивні емоції. Якщо все вдасться – у Вас обов'язково буде наступна, більш розгорнута зустріч.

3. Історії продають.

У неофіційному спілкуванні завжди доречним є трішки розказати про себе «без галстука» - деталі біографії, інтереси, цікаві випадки. Головна «фішка» - знайти точки дотику, спільні зацікавлення.

Це можна зробити завжди – футбол, перша робота, місця відпочинку, улюбленці. Варто пам'ятати – не потрібно розказувати все! Варто знайти випадки чи приклади, які близькі співбесіднику.

Не знаєте з чого розпочати? Згадайте про останні проекти партнера, відгуки про його організацію.

Взагалі нічого не знаєте про людину? Після представлення захоплено перепитайте «Ви з того самого Центру Паранормальних Досліджень? Завжди мріяв (чи мріяла) дізнатись про Вас більше!». А далі – ловіть момент 😊.

6

4. «А як Ви вважаєте?».

Активне слухання – важлива частина кожної бесіди.

Секрет перший – задавати питання.

Секрет другий – слухати відповіді.

Секрет третій – діяти відповідно до результату))).

Варто використовувати елементи візуальної підстройки – посмішка,

активні, але не метушливі жести, уточнення, міміка. Якщо Ви чули про прийом «віддзеркалення» - не використовуйте його поки не опануєте ідеально! Прямолінійне повторення жестів та пози співбесідника може роздратувати його.

Відпрацьовувати активне слухання варто на рідних та близьких – крім корисного навичку, значно покращаться стосунки у сім'ї 😊.

5. «Золушка».

Вам подобаються люди, у яких все і завжди виходить – «везунчики»? Скоріше всього – ні! Пам'ятаєте казочку про гарну дівчину і гарбузи?

7

У справжнього героя спочатку має бути певна кількість невдач, а вже потім – успіх. Не соромтесь говорити про свій досвід, про нелегкий шлях – це робить Вас ближчим та зрозумілішим. Сучасна культура передбачає, що позитивний герой багато і важко працює для досягнення результату.

Тому не намагайтесь прикрасити ситуацію – це не дає виграшу. Будьте простішими, говоріть про шлях, що ви пройшли, і досвід, який отримали – це подобається людям.

У ВАС ВИНИКЛИ ГАРНІ ІДЕЇ? ЗАНОТУЙТЕ ЇХ ПРОСТО ТУТ І ЗАРАЗ!

Інструменти впливу на людей (за Іцхаком Пінтосевичем)

Іцхак Пінтосевич – лідер серед тренерів успіху, мій Вчитель і просто гарна людина. Саме у нього я навчався коучингу. Але найбільше – вмінню спілкуватись з людьми та знаходити прості і ефективні інструменти для різних задач.

У цій міні-книзі я хочу запропонувати Вам три поради від Іцхака, які точно допоможуть.

1. Похвала.

Якщо Ви щиро та чесно розповідаєте щось гарне та приємне про людину, дуже великі шанси, що вона з Вами погодиться 😊.

Головний секрет правильної похвали – аргументованість. Якщо Вам подобаються проекти донора – то якими саме результатами. Якщо Ви спілкуєтесь з експертом – то які його статті чи дослідження і чому запам'ятались.

Аргументована, доведена фактами похвала – найкращий інструмент переконання. В той же час – без доказів перетворюється на грубі лестощі, які дають прямо протилежний результат.

Запишіть власний приклад:

2. Докази.

Кожна ідея виглядає привабливіше, коли має докази та обґрунтування. Іцхак виділяє чотири види доказів, які можна ефективно використовувати для переконання:

- **Особистий досвід.** Гарно працює, якщо у Вас є доведені результати подібних проектів.
- **Авторитети.** Посилання на позицію людей, що мають доведені результати та є «лідерами думок», надзвичайно ефективні. Це працює і для підтвердження власного досвіду.
- **Спеціалісти.** На відміну від авторитетів, експерти не обов'язково мають бути дуже популярними. Головне – доведено професійними. Підтвердження – ступінь, нагороди, позиція у престижному навчальному закладі. Перевага – у галузі суспільно-політичних наук будь-яку тезу можна обґрунтувати думкою спеціаліста.
- **ЗМІ.** На жаль, і надалі один із найефективніших методів доведення. Тому варто активно працювати над розміщенням власних матеріалів у авторитетних джерелах.

Запишіть власний приклад:

3. Користуйтеся різними інструментами.

П'ять правил успішної самопрезентації, похвала, докази – тільки використання різних інструментів дасть Вам найкращий результат. Що обрати у кожному випадку? Користуйтеся трьома «фільтрами»

1. Чи володієте Ви методом достатньо?
2. Що спрацює, якщо у Вас є всього 30 секунд?
3. Чи будуть у Вас аргументи у запасі?

10

Все ще вагаєтесь? Принцип тренування на рідних і близьких тут також повністю придатний ☺.

Вперед до практики!

Запишіть власний приклад:

Як будувати ефективні партнерства

Побудова ефективних партнерських стосунків – один з непрямих очікуваних результатів більшості грантових проектів.

В тій чи іншій формі, мережевість підтримується донорами у переважній більшості оголошень. Чому? З декількох причин:

- Непряма, але головна задача усіх грантових програм – розвиток громадянського суспільства. Сильні мережі НПО сприяють такому розвитку.
- Організації складаються з людей, що володіють необхідними компетенціями. Задіяння компетентних професіоналів покращує стійкість організацій.
- Кооперативні проекти більш стійкі, оскільки декілька організацій мають власний ресурс.

При підготовці грантової заявки пошуку партнерів та формуванню мереж варто приділяти значної уваги. Для початку необхідно чітко визначитись з потребами організації, розподілом задач по проекту та внесками сторін. Варто пам'ятати – партнер, це сторона, яка робить **власний внесок**. Організація, що виконує ті чи інші роботи – це підрядник. Партнери вказуються у заявці, підрядники переважно мають обиратись у процесі реалізації проекту на **конкурсних засадах**.

Оскільки пошук партнерів покликаний посилити заявку в очах донора та полегшити досягнення запланованого результату, варто пам'ятати та використовувати короткі поради з ефективного використання цього цінного ресурсу.

Отже – вперед!

Три Виклики та способи їх вирішення у партнерствах

Виклик 1. Брак досвіду.

12

Молодість – це вада, що, на жаль, швидко минає – не пам'ятаю чия мудра думка 😊. НГОшки, навпаки, намагаються пору «дорослішання» проскочити якнайшвидше. Чому? Тому що досвідченим організаціям дають охочіше!

ХТО? Ідеальний партнер для недосвідченої організації – команда з гарною грантовою історією. Дуже бажано – у тій же сфері зацікавлень. Ідеально – у того ж донора, до якого планується подавати заявку.

ЯК ЗНАЙТИ? Найпростіший шлях – переглянути звіти про реалізовані проекти донорів, скористатись рекомендаціями друзів, погуглити. Ще простіший – запитайте у консультантів MasterCLUB 😊.

ЯК ЗАЦІКАВИТИ? Робота з вами – шанс для досвідченої організації отримати «продовження» проекту, покращити своє резюме. Вивчіть проекти, хваліть аргументовано, представтесь «правильно».

Виклик 2. Брак експертизи.

Середня штатна чисельність українських НГО рідко перевищує 3 особи. Тому переважна більшість проектів, особливо таких, що передбачають проведення досліджень, виконання стратегій чи надання навчальних послуг, виглядають краще при залученні експертів у конкретній сфері.

13

ХТО? Найкращий вибір – українські та міжнародні спеціалізовані структури, що накопичують високий рівень експертизи, та зацікавлені її поширювати. Наприклад – Європейська мережа бізнес та інноваційних центрів (www.ebn.eu) – провідна європейська структура у питаннях розвитку малого інноваційного підприємництва та бізнес-інкубації. Асоціація енергоефективних міст України (www.enefcities.org.ua) – структура підтримки Угоди Мерів в Україні та скупчення кращих експертів у сфері енергозбереження.

ЯК ЗНАЙТИ? Постійно читати матеріали у своїй сфері, слідкувати за конференціями, брати «живу» участь у галузевих семінарах, максимально потрапляти на тренінги, особливо міжнародні.

ЯК ЗАЦІКАВИТИ? Такі організації переважно вже зацікавлені, адже експертиза – їхнє основне джерело існування. Особисті контакти – основа успіху. Найкращий інструмент – універсальна презентація.

Виклик 3. Географічні переваги.

Часто сама структура проекту чи вимоги донора підштовхують до пошуку партнера, розташованого у іншій області чи країні. При цьому при можливості варто керуватись також і мотивами, викладеними у попередніх двох пунктах – додатковий досвід та експертиза не завадять.

14

ХТО? Тут особливу увагу варто звертати на побажання донора та умови конкурсу. Найкращий варіант – діяти на різних рівнях. Для територіальних громад варто постійно займатись питанням пошуку партнерських міст. При цьому не лише за кордоном, але й в Україні. Організація повинна постійно контактувати з «симетричними» партнерами за принципом галузевих інтересів, віддаючи перевагу більш досвідченим організаціям. А участь у всеукраїнських та міжнародних асоціаціях гарантує як партнера більшого географічного масштабу, так і швидкість у пошуку локальної структури. Часто українські організації є частиною більших партнерств (наприклад, Єврорегіон Карпати-Україна <http://euroregionkarpaty.com.ua/> та Єврорегіон Карпацькі www.karpacki.pl)

ЯК ЗНАЙТИ? Брати участь у національних та міжнародних форумах, перевірити наявні контакти міст. Адже у кожному з міст партнерів ТОЧНО працюють організації, що можуть бути для вас цікавими!

ЯК ЗАЦІКАВИТИ? Рівноправне партнерство – приваблива ідея для кожного міста та більшості організацій, адже їм теж вигідний партнер у вашому регіоні. Використовуйте ОДЗ чи універсальну презентацію, в залежності від ступеню конкретики стосунків з потенційними партнерами.

15

ВИНИКЛИ ІДЕЇ З ПОШУКУ ПАРТНЕРІВ? ЗАНОТУЙТЕ ЇХ ТУТ І ЗАРАЗ!

П'ять кроків до сталих мереж.

Крок 1. Визначаєте пріоритети.

Користуючись порадами попереднього розділу, сформууйте для себе чітке бачення – який партнер і навіщо Вам потрібен. При інших рівних умовах, перевагу слід віддавати співробітництву з тими організаціями, місія яких близька Вашій.

Крок 2. Дійте активно.

Участь у заходах, офіційні листи, телефонні переговори – варто використовувати всі доступні інструменти. При першій можливості використовувати рекомендації. Попередньо підготувати алгоритм пропозиції, презентаційні матеріали, і - вперед!

16

Крок 3. Систематизуйте.

Дуже легко загубитись у морі інформації, горі візитівок та тисячах записів у телефонній книзі. Потрібно користуватись максимально простими інструментами систематизації даних. Для прикладу я пропоную дуже простий бланк «База потенційних партнерів» (<http://yadi.sk/d/Zrabw1LuE4ib8>). Його варто модифікувати відповідно до потреб та вести у довільній формі – як документ Ворд, Ексел, Гугл і т.д. Головне – мати можливість швидко внести нові дані та бачити зміни.

Крок 4. Формалізуйте.

Загальні і не зобов'язуючі перемовини будуть переважати на початку спілкування. Але до подачі спільної заявки варто «оформити» стосунки. Договір, меморандум, лист про наміри – найкращий інструмент варто обирати виходячи з доцільності. Ідеально виглядає структура з рамкового договору на певний період, плюс протокол намірів з розподілом завдань у конкретному проекті.

Крок 5. Виконуйте зобов'язання.

Друг пізнається у біді, а партнер – у виконаних зобов'язаннях. Ніколи не приймайте рішення в односторонньому порядку і завжди попереджайте про можливі зміни у графіках чи фінансуванні. Виконання зобов'язань ЗАВЖДИ вигідне у довготривалій перспективі. Це має бути частиною стратегії розвитку. Приклад – компанія Zarros. Книгу засновника та CEO Zarros Тоні Шея «[Доставляя счастье](#)» наполегливо рекомендую.

17

ЗАНОТУЙТЕ ІДЕЇ ЗАРАЗ:

Більше місця для ідей? Зворотній бік сторінки теж Ваш ☺!

ЦЕ ВСЕ?

Ця міні-книга – мій особистий досвід, який може виявитись корисним і для Вас. Чи містить вона все необхідне? Ні. Чи буде доопрацьовуватись? Так.

Чому я дозволив собі запропонувати Вам «сирий» продукт?

Перш за все, викладені інструменти реально працюють. Обговорюючи викладені питання з клієнтами на консультаціях, я дійшов висновку, що краще їх оформити та пропонувати вже.

18

З іншого боку, готуючи розділ «КОМУНІКАЦІЇ» для сервісу MasterCLUB, я зацікавлений у Ваших відгуках. Якщо Ви скористались чимось з цієї книги – напишіть коротенький лист на адресу master@n-s.club.

Який би не був відгук – обіцяю відповідь та мою вдячність. А за можливість розмістити Ваш приклад у наступних книгах – гарантована консультація!

До зустрічі!

З повагою,

Олександр.