



**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

Śląskie Manufaktury Przemysłów Kultury

Komunikacja firmy z otoczeniem
(marketing, reklama, oferta handlowa)/
rynek przemysłów kultury

Ilona Wojtaś



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

PROGRAM SPOTKANIA

- I. PRZYGOTOWANIE I STRUKTURA OFERTY HANDLOWEJ, PREZENTACJI
- II. OKREŚLENIE CELU
- III. W TRAKCIE PREZENTACJI
- IV. BUDOWANIE WŁASNEGO WIZERUNKU
- V. ANALIZA AUDYTORIUM
- VI. DOPRACOWANIE SZCZEGÓŁÓW ORGANIZACYJNYCH
- VII. STRUKTURA PREZENTACJI



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





I. PRZYGOTOWANIE I STRUKTURA OFERTY HANDLOWEJ, PREZENTACJI

- Dlaczego to mówisz?
- Do kogo to mówisz?
- Co zamierzasz powiedzieć?
- W jaki sposób chcesz to powiedzieć?





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

Zanim przygotujesz się i zaplanujesz prezentację
odpowiedz sobie na cztery pytania:

Dlaczego to mówisz?

Do kogo to mówisz?

Co zamierzasz powiedzieć?

W jaki sposób chcesz to powiedzieć?



**CEL
SŁUCHACZE
ZAWARTOŚĆ
FORMA**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

CEL

Wyodrębniamy trzy kategorie, które określają główny cel prezentacji:

Przekazać informację.

Powiedzieć i przekazać wiedzę grupie

Zaproponować/Sprzedać.

Przekonać grupę, aby poparła ideę lub plan.

Zainspirować i umotywować.

Skłonić i rozbudzić pozytywne uczucia.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





SŁUCHACZE

Zanim zaczniesz się przygotowywać, dowiedz się jak najwięcej o słuchaczach.

- Im większe audytorium tym atmosfera jest bardziej formalna a audytorium mniej zaangażowane.
- Pamiętaj, że również właściwy dobór miejsca i użycie środków wizualnych ma duży wpływ na jakość Twojej prezentacji.
- Rozważ jak dużo uczestnicy wiedzą na prezentowany przez Ciebie temat.
- Nie zakładaj, że wszyscy uczestnicy znają Twoją działalność.
- Zastanów się również co szczególnie może interesować Twoich słuchaczy, biorąc pod uwagę ich pozycję i funkcje jakie pełnią.





Planowanie jest ważne, gdy chcesz aby prezentacja osiągnęła zamierzone cele w dostępnym Ci czasie.

- Napisz krótkie podsumowanie celów prezentacji, np. „Po spotkaniu będą Państwo znali nowości w ofercie naszej firmy”.
- Spisz punkty, które chcesz omówić
- Określ punkty priorytetowe i zaznacz je.
- Określ punkty mało istotne. Czy muszą być załączone, czy może lepiej zostawić je do czasu, aż powstaną pytania? Czy podrzędne punkty nie mogą być zgrupowane w jeden podtytuł?
- Ile czasu potrzebujesz? Ile czasu masz? W komfortowej sytuacji Ty decydujesz o tym, ile czasu Ci potrzeba, aby omówić wszystkie aspekty. Licz się z tym, że w praktyce może nastąpić przesunięcie czasowe i będziesz zmuszony skrócić czas swojego wystąpienia. Zastanów się wcześniej, z których elementów prezentacji będziesz mógł zrezygnować, jeżeli zostanie ci mało czasu.
- Zbieraj informacje i materiały, aby wesprzeć punkty, które chcesz omówić. Fakty mają większe znaczenie niż opinie. Pamiętaj jednak, żeby nie zanudzić słuchaczy samymi faktami.





FORMA

Wiesz już co chcesz powiedzieć, ale czy wiesz, jak chcesz to powiedzieć?

Zastanów się, które punkty prezentacji:

- wyrazić słowami,
 - zobrazować za pomocą środków audio-wizualnych,
 - opisać i wręczyć słuchaczom w materiałach dodatkowych.
- Przygotuj notatki.
- Pomyśl o tym co chcesz powiedzieć i przećwicz to. Staraj się używać prostych słów – unikaj żargonu typowego dla środowiska z którym pracujesz.
- Rozważ użycie środków audio-wizualnych. Nie za dużo, ale właściwie użyte mają ogromny wpływ. Odwracają one również uwagę słuchaczy od Ciebie.
- Rozważ użycie anegdot i poczucia humoru, aby zwiększyć efekt. Ale uważaj! Żart może nie wypalić, a wtedy lepiej by było, żebyś go wcale nie opowiadał. Najlepsze są krótkie żarty i anegdoty. Humor spontaniczny jest wskazany, a wymuszony może zirytować słuchaczy.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

II. OKREŚLENIE CELU

- Co chcę osiągnąć?
- Co moi słuchacze wiedzieć powinni?
- Co powinni myśleć?
- Co chcę, aby zrobili?



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

III. W TRAKCIE PREZENTACJI

- Skupianie uwagi słuchaczy na istotnych informacjach
- Jak mówić, aby każdy miał wrażenie, że mówię do niego?
- Mowa ciała
- Poziom koncentracji uwagi słuchaczy
- Skuteczne wywieranie wpływu



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

3 najważniejsze kroki...

1. Powiedz słuchaczom co masz zamiar powiedzieć...
2. Powiedz to...
3. I...w końcu - powiedz, co im przed chwilą powiedziałeś...



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

Czy prezentacja to...



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury

AUTOPREZENTACJA

Próba zakomunikowanie poprzez nasze
**wypowiedzi, zachowanie niewerbalne i
działania**, kim jesteśmy albo za kogo chcielibyśmy
być uważani przez innych.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

KIEROWANIE WRAŻENIEM

Świadome bądź nie świadome aranżowanie
starannie skonstruowanej prezentacji,
która wytwarza u innych określone wrażenie,
zgodne z naszymi celami czy potrzebami
w interakcji społecznej.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

MANIPULOWANIE

Świadome, zamierzone ukrywanie rzeczywistych celów działań, maskowanie faktów, oddziaływania intencjonalnego na poszczególnych ludzi lub na ich grupy.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

**Pierwsze wrażenie to...
Pierwszy sukces!**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

WAŻNE!!!

**PIERWSZE WRAŻENIE TRWA OK. 11-30 SEKUND
I JEST CAŁKOWICIE NIEZALEŻNE OD TEGO CO
MYŚLIMY ŚWIADOMIE**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





EFEKT PIERWSZEGO WRAŻENIA - REGUŁA 4 X 20

Po pierwsze: KLIENT MNIE WIDZI	Pierwsze 20 kroków	Chód, aparycja, otwarta postawa
Po drugie: SPRAWDZA MÓJ WYRAZ TWARZY	20 cm twarzy	Przyjazny uśmiech, spojrzenie
Po trzecie: TYLKO ON MNIE SŁUCHA	Pierwsze 20 słów	Mój język, intonacja i modulacja głosu
I TO PIERWSZE WRAŻENIE JEST PODSTAWOWE	Pierwsze 20 sekund	Spraw wrażenie, że będziesz użyteczny, powiedz z czym do niego przychodzisz





PRZEKAZ WERBALNY

- **Głos**

To jeden z najistotniejszych aspektów twojej prezentacji!

Pilnuj więc szczególnie:

- Natężenia głosu
- Szybkości mówienia
- Intonacji (wysoko, czy nisko)





Komunikacja werbalna

- **Dykcja**

Zmiennością swojego głosu możesz przekazać swoje entuzjastyczne nastawienie. Zachęci to słuchaczy do zaangażowania się w aktywny odbiór tego co masz im do przekazania.

- **Język**

Staraj się mówić krótkimi zdaniami. Nie przedłużaj ich, jeśli nie ma wyraźnej potrzeby. Nie stosuj żargonu zawodowego. Twój przyjaciel specjalista być może cię zrozumie. Część słuchaczy straci jednak zainteresowanie





Komunikacja werbalna

- **Przykłady**

Aktualne przykłady zawsze ożywiają prezentację. By były wymowne i skuteczne powinny być dostosowane do możliwości odbioru i doświadczeń słuchaczy.

- **Pauzy**

Rób krótkie, naturalne pauzy w swej wypowiedzi. Ma to bardzo dobry wpływ na przebieg prezentacji: słuchacze mają możliwość „przetrawienia” informacji, ty natomiast możesz spokojniej ułożyć sobie myśli





Komunikacja werbalna

- **Mów do ludzi**

Mów bezpośrednio do słuchaczy. Jeśli to możliwe powołuj się na przykłady osób obecnych na sali. Używaj w miarę możliwości – imion (nazwisk) uczestników spotkania.

- **Zwięźłość**

Twoja prezentacja powinna być na tyle zwięzła, na ile pozwala na to temat.

Jedną z ludzkich cech jest szybka utrata koncentracji i zainteresowania. Oczywiście tę cechę mają także i twoi słuchacze.





Komunikacja niewerbalna

- **Kontakt wzrokowy**

Utrzymuj naturalny kontakt wzrokowy. Nie unikaj wzroku ludzi uczestniczących w spotkaniu, ale i nie przytłaczaj ich swoim zbyt natrętnym spojrzeniem kontakt wzrokowy budzi zaufanie, dowodzi twojej uwagi i szacunku dla słuchacza. Staraj się choć przez moment spojrzeć w oczy każdemu z obecnych – dzięki temu ludzie mają poczucie osobistego kontaktu z Tobą.





Komunikacja niewerbalna

- **Postawa ciała**

Staraj się trzymać prosto, ale nie sztywno. Swobodna postawa sprawia wrażenie równowagi, spokoju, pewności. Bądź naturalny.

- **Gestykulacja**

Naturalna, swobodna gestykulacja ożywia prezentację i pomaga podkreślić ważniejsze informacje.





Komunikacja niewerbalna

- **Dynamika**

Ruch, przedstawienie materiałów czyni prezentację bardziej przekonującą

- **Zaangażowanie**

Nie wahaj się pokazać słuchaczom swego osobistego zaangażowania i przekonania o słuszności i wadze tego, co prezentujesz.





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

IV. BUDOWANIE WŁASNEGO WIZERUNKU

- Kompetentny wygląd
- „Diabeł tkwi w szczególe”



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

V. ANALIZA AUDYTORIUM

- Kim będą moi słuchacze?
- Co wiedzą na temat, o którym będę mówić?
- Czy mogę używać żargonu zawodowego?
- Kiedy mogą pojawić się zastrzeżenia?



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Odbiorcy

- Pamiętaj o specyfice publiczności. Musisz wiedzieć czy jest to audytorium małe czy duże. W zależności o wielkości audytorium będzie inaczej zachowywało się w stosunku do prowadzącego.





JAKI JEST WSPÓŁCZESNY KLIENT?

JAKI JEST WSPÓŁCZESNY KLIENT	CO MOŻEMY ZROBIĆ
NIE MA CZASU	SZANOWAĆ JEGO CZAS, PAMIĘTAĆ ZA NIEGO, PRECYZOWAĆ, ODZWIERCIEDLAĆ
ODRZUCA NIEPOTRZEBNE INFORMACJE	DOSTARCZAĆ MU TYLKO WAŻNYCH DANYCH Z PUNKTU WIDZENIA JEGO INTERESÓW, INFORMOWAĆ O ZMIANACH I WAŻNYCH DLA NIEGO WYDARZENIACH
JEST NIECIERPLIWY	BYĆ CIERPLIWYM ZA NIEGO OKAZYWAĆ MU CIERPLIWOŚĆ
MA CORAZ WIĘKSZE OCZEKIWANIA, CO DO JAKOŚCI OBSŁUGI I PRODUKTÓW	DAWAĆ MU NAJWYŻSZĄ JAKOŚĆ PYTAĆ JAK MU TO DAĆ, CO TO ZNACZY DLA NIEGO NAJWYŻSZĄ JAKOŚĆ OBSŁUGI, NAJWYŻSZĄ JAKOŚĆ PRODUKTÓW, PYTAĆ, CO ZNACZY DLA NIEGO DOBRE, ON TO WIE DOSKONALE, MY MOŻEMY SIĘ TYLKO DOMYŚLAĆ
SPOTYKA SIĘ Z WIELOMA OFERTAMI	WYRÓŻNIAĆ SVOJE PROPOZYCJE, WZMACNIAĆ MOCNE STRONY, PRZYPOMINAĆ SIĘ, ZAPEWNIAC MU OPIEKĘ, DORADZAĆ PRZY WYBORZE NAJLEPSZEJ, OKAZYWAĆ RADOŚĆ, ŻE BĘDZIE DOKONYWAŁ NAJLEPSZEGO WYBORU
CZUJE SIĘ WAŻNY W SWOJEJ ROLI	WZMACNIAĆ W NIM TĘ WAŻNOŚĆ, SZCZEGÓLNIIE KLIENTOWI Z PROGRAMEM "JA", KTÓRY CHCE USŁYSZEĆ, JAKI JEST WAŻNY I JAK WAŻNE JEST TO, CO ON MÓWI





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

JAKI JEST WSPÓŁCZESNY KLIENT?

OFERTĘ I WARUNKI REALIZACJI OCENIA SUBIEKTYWNIE	INDYWIDUALIZOWAĆ OBSŁUGĘ I PRODUKTY
KONCENTRUJE SIĘ NA SWOICH POTRZEBACH I PRAGNIENIACH	BEZ TEJ PERSPEKTYWY NIE ZROZUMIEMY POTRZEB NASZYCH KLIENTÓW
OCZEKUJE FACHOWEJ PORADY	W MORZU SZCZEGÓŁOWYCH I WYSPECJALIZOWANYCH INFORMACJI OCZEKUJE ROZWIĄZANIA JEGO PROBLEMÓW, WIEDZY O PRODUKCIE, WSPARCIA, OPIEKI I MIŁEJ OBSŁUGI
NIE TOLERUJE NIEDOTRZYMYWANIA OBIETNIC	KTO JE TOLERUJE, JEŚLI CI SIĘ TO PRZYDARZY ZADZWOŃ, PRZEPROŚ, POWIEDZ OSTATNI RAZ, KIEDY, DLACZEGO, CO ZROBISZ I TO FAKTYCZNIE ZRÓB, ZADZWOŃ UPEWNIJ SIĘ, ŻE DOTARŁO, JEST ZADOWOLONY, KLIENT WRÓCI
LUBI STAWIAĆ WARUNKI, CHOCIAŻ NIE ZAWSZE SAM JE SPEŁNIA	POZNAJ JEGO WARUNKI, CO MOŻESZ ZROBIĆ, CO JEST W TWOJEJ OFERCIE, JEŚLI NIE MA, BĄDŹ, ASERTYWNY, ASERTYWNIE ODMÓW, POWIEDZ, DLACZEGO, ZAPYTAJ, CO JESZCZE
CZEKA NA KORZYSTNE OFERTY	WYCHODŹ Z PROPOZYCJĄ, BĄDŹ AKTYWNY



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

VI. DOPRACOWANIE SZCZEGÓŁÓW ORGANIZACYJNYCH

- Miejsce prezentacji
- Rozmieszczenie słuchaczy
- Pomoce audiowizualne



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Co należy sprawdzić przed prezentacją?

- Sprawdzenie pomieszczenia- wielkość pomieszczenia, akustyka, wyciszenie, telefon, widoczność, rozmieszczenie audytorium
- Światło- włączniki, przedłużacze, zaciemnienie (jeżeli jest jasne pomieszczenie prezentacja musi mieć wyraźne kolory)
- Sprzęt komputerowy
- Internet
- Rzutniki





Ostatnie detale

- W trakcie przygotowania do prezentacji należy pamiętać o takich detalach, jak miejsce prezentacji, ubiór osoby prowadzącej prezentację, mikrofony, zakłócenia, wielkość sali.





4 REGUŁY

1. Zawsze sprawdź czy urządzenia, z których będziesz korzystał działają
2. Przeprowadź co najmniej dwie próby przed prezentacją - próby muszą odbywać się na głos
3. Nigdy nie dawaj materiałów prezentacyjnych przed wystąpieniem
4. Śledź reakcje. reaguj na nie i prowokuj do nich





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

VII. STRUKTURA PREZENTACJI

- Efektowne rozpoczęcie, rola wstępu
- Rozwinięcie
- Efektowne zakończenie



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

1. Wstęp

2. Rozwinięcie

3. Zakończenie



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Wstęp

- Określ w zarysie temat swojej prezentacji
- Przekonaj słuchaczy o swojej wiarygodności.
- Uświadom swoim słuchaczom:
 - Czego mogą oczekiwać
 - Ile zajmiesz im czasu
 - Kiedy mogą zadawać pytania
 - Kim jesteś
 - Jaki jest plan spotkania





Rozwinięcie

- Ta część prezentacji przeznaczona jest do posługiwania się argumentami.
- Każdy z argumentów musisz poprzeć przykładem
- Nie podawaj nadmiernej ilość szczegółów.
- Najważniejsze tezy powinny być ilustrowane wykresami grafikami lub rysunkami





Zakończenie

- Zamknięcie prezentacji powinno być przejrzystym, celnym podsumowaniem najważniejszych faktów i podkreśleniem głównych cech
- Upewnij się, że słuchacze dokładnie wiedzą, w jaki sposób można się z tobą skontaktować, a także jakie jest brzmienie twojego nazwiska i nazwy firmy
- Silne zakończenie ma uświadomić słuchaczom potrzeby i korzyści jakie odniosą z zastosowania prezentowanych rozwiązań





Czas potrzebny na przygotowanie

- Przemysł temat, który dotyczy prezentacji
- Jeżeli to możliwe, zagwarantuj sobie 4-5 dni na przygotowanie
- Przygotowanie prezentacji powinno odbywać się regularnie
- Im krótsza prezentacja tym dłuższy czas na jest przygotowanie
 - Jeżeli mam mówić 10 minut, to na przygotowanie potrzebuję tygodnia
 - Jeżeli mam mówić godzinę, to na przygotowanie potrzebuję 2 dni.
 - Jeżeli mam nieograniczony czas- to mogą mówić od razu





PAMIĘTAJ!

Przygotuj siebie i sprzęt do prezentacji

- Równie starannie przygotuj się do prezentacji dla jednej osoby, jak i większego grona słuchaczy.
- Sprawdź wielkość pomieszczenia – zbyt małe będzie krepować, zbyt duże rozproszy uwagę.
- Zwróć uwagę na układ miejsc – każdy uczestnik musi widzieć to co które prezentujesz.
- Sprawdź i wyeliminuj potencjalne zakłócenia
– nie umawiaj się z klientem w kawiarni, w której jest głośna muzyka.
- Sprawdź sprzęt z którego będziesz korzystał – docień istotność zapasowej żarówki do laptopa, przedłużacza
– mogą okazać się niezbędne





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

PAMIĘTAJ!

Opracuj formę wstępną – nawiąż kontakt emocjonalny z klientem

- Przeznacz czas na luźną rozmowę – o pogodzie, ostatnich wydarzeniach
- Wyraź życzliwą opinię na temat firmy, którą reprezentuje Twój klient.
- Unikaj tematów kontrowersyjnych.
- Zamiast: „ Chciałbym pokazać, przedstawić ...itp”
- Powiedz: „ Powodem naszego spotkania, jest to, że mam pomysł, który pozwoli zaoszczędzić Państwu 10% wydatków na dystrybucję Państwa oferty...”.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




**REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

PAMIĘTAJ!

Zadawaj pytania

- 55% czasu trwania Twojej prezentacji słuchaj, co klient ma Ci do powiedzenia.
- Pytaj – kto pyta prowadzi rozmowę.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




RIzG
REGIONALNA IZBA GOSPODARCZA
w KATOWICACH

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





**Śląskie
Manufaktury
Przemysłów
Kultury**

KONIEC

Dziękuję za uwagę



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

