

— ОБОВ'ЯЗКОВО ПРОЧИТАЙТЕ ВСТУПНЕ СЛОВО! —

Чи може одна чудова презентація змінити все для вашого бізнесу, зробити вас багатим, впливовим і могутнім?

(Ден Кеннеді)

Як там кажуть? Жінки його хочуть, а чоловіки бажають бути схожим на нього.

Потужна презентація, вихід на сцену чи відеозйомка, а також ефективне проведення презентації можуть багато чого змінити як для людини, так і для її бізнесу. Або навіть зробити щось більше...

Приклад — 45-й президент США.

Якщо об'єктивно розглянути цей феномен, то можна дійти висновку, що ми маємо справу з безпрецедентним політичним / маркетинговим дивом. Його успіхові сприяли багато конвергентних чинників, зокрема фігура опонентки, але головним у руйнуванні практично всіх норм і вимог передвиборчої кампанії була притаманна йому майстерність у проведенні потужних презентацій. Мітинги прибічників Трампа було блискуче організовано та зрежисовано навколо його виступів. Якби не ефективність презентацій, він не став би 45-м президентом Сполучених Штатів. Можете бути певні: його презентації суттєво відрізнялися від звичайних передвиборчих промов кількома важливими аспектами. Аналіз його презентацій нехай здійснюють інші, хоча, можливо, я колись і сам це зроблю, але в іншому місці й іншим часом. Зараз я згадую про це лише з метою підготувати підґрунтя для цієї книжки як демонстрації того, що можна зробити і що здобути завдяки здатності проводити справді потужну презентацію. А досягти можна майже всього: змінити сталий порядок, перевернути цілу галузь догори дригом, навіть зробити господарем Білого дому того, хто за всіма ознаками не міг перемогти на виборах. Безумовно, вам до снаги створити й провести потужну презентацію, здатну досягти будь-якої мети, яку ви ставите перед собою.

Порівняно небагато власників крамниць на головних торгових вулицях у багатьох куточках світу — м'ясників, пекарів, свічників тощо — здатні це усвідомити. Більшість підприєм-

ців не переймаються створенням потужних презентацій про те, у чому полягає їхня діяльність, не намагаються привабити нових клієнтів. Але ті, хто цим не нехтує, часто здобувають значну конкурентну перевагу й досягають дивовижних успіхів. Наприклад, Том і Нік Карадза зробилися власниками надзвичайно прибуткового брокерського бізнесу з нерухомості в Торонто, що спеціалізується на продажу будинків як інвестиції для початківців і професійних інвесторів. Ці двоє продавали свій бізнес завдяки потужним презентаціям, які проводили у своєму офісі для потенційної аудиторії, в інтернеті та на великих семінарах, наповнених власною рекламою. Це зовсім не схоже на поведінку переважної більшості фахівців, які мають приватну практику. Мануальні терапевти, стоматологи, дитячі психологи, юристи, бухгалтери й інвестиційні консультанти зазвичай не усвідомлюють, наскільки важливо створювати потужні презентації своєї діяльності та використовувати їх для залучення нових пацієнтів або клієнтів, але ті, хто цим не нехтують, часто отримують значну конкурентну перевагу і досягають дивовижних успіхів. Метт Загула, який разом зі мною написав книжку «Без дурниць. Посібник з маркетингу, заснованого на довірі» (*No B.S. Guide to Trust-Based Marketing*), має семизначний дохід із надзвичайно обмеженого ринку, який підживлюється заходами на зразок «Вечір з автором», де відбуваються потужні презентації Метта. У подібний спосіб мій приватний клієнт у тій самій галузі, Джеймс Ланге, використовує семінари на різноманітні фінансові теми

для розширення своєї практики. Доктор Вестермаєр навчився проводити семінари в офісі на тему «Краще життя із зубними імплантами», пропонуючи такі виступи своїм пацієнтам, а також членам їхніх родин і друзям. Ця презентація є такою доброю — а система маркетингу його офісних семінарів такою ефективною,— що він відкрив другий бізнес, надаючи ліцензії на проведення аналогічних семінарів іншим стоматологам по всій країні. Люди практично в кожній галузі професійної діяльності отримують надприбутки, імунітет від комерціалізації цін, кращих клієнтів і суттєву конкурентну перевагу завдяки володінню та використанню власних ефективних презентацій для груп потенційних клієнтів й одночасного продажу свого товару багатьом — замість почергово звертатися до когось одного. У кожній галузі, на кожному ринку таких підприємців відносно небагато, але вони процвітають, і ви теж можете повторити їхній успіх.

Чи не заради цього ви взяли до рук цю книжку? Тоді ви звернулися за правильною адресою.

Я влив ракетне паливо у власні бізнес і статки завдяки одній потужній презентації, яку провів понад 400 разів протягом дев'яти років перед аудиторією, що загалом перевищила три мільйони осіб. Вона створила прямий дохід у понад мільйон доларів на рік і стала фундаментом для розвитку компанії, яку я згодом продав за десятки мільйонів доларів. Це також призвело до виникнення медіаплатформи та залучення багатьох підписників, що дуже добре підтримувало мене понад 25 років

і певною мірою підтримує досі. У рамках цього бізнесу було створено й продовжує створюватися багато потужних презентацій, які приносять мільйонні прибутки, транслюються в прямому ефірі для аудиторії, в інтернеті у формі вебтрансляцій і рекламних відеолістів, що призводять до прямих вебтрансляцій, а також продаються на CD та DVD. Ви можете ознайомитись із сьогоdnішнім станом цього бізнесу на сайті <http://GKIC.com>. І все це стало можливим завдяки одній потужній презентації та моїй здатності донести її до інших.

Чи може одна чудова презентація зробити вас багатим? Безумовно.

Це сталося зі мною. Я також допомагав розробляти, створювати та писати потужні презентації, які транслювалися в тридцятихвилинних телевізійних рекламних роликах і загалом принесли мільярдні доходи та створили бренди вартістю в мільярди доларів. Я допомагав окремим людям об'єднувати потужні презентації й опановувати вміння їх проводити, щоби зрештою підвищити популярність — свою чи свого бізнесу, — просувати цей бізнес або благодійну діяльність, а також прославитись як автор або експерт. Якщо ви збираєтесь зарекомендувати себе за допомогою трикутника влади (авторитет, довіра і відомість), який я використовую під час викладання своїх ідей, то найважливішою складовою успіху є книжка, а другою за важливістю — презентація.

Чи може одна чудова презентація запустити, підживити та розбудувати цілу компанію? Безумовно.

У бізнесі для бізнесу (B2B) створення та проведення потужних презентацій може мати величезне значення. *Infusionsoft* (www.infusionsoft.com) — провідна компанія в галузі програмного забезпечення для управління маркетингом у різноманітних малих і середніх компаніях, інвестором-засновником якої я є,— була заснована й розвивалася завдяки кільком різним презентаціям, проведеним спочатку її генеральним директором і його партнером, а потім іншими доповідачами, які представляли компанію. Інша пов'язана зі мною компанія, *3DMailResults* (<http://3DMailResults.com>), є провідним постачальником спеціалізованої реклами, рекламної продукції, об'ємних поштових відправлень і повноцінних поштових кампаній із використанням таких відправлень. Її процвітання великою мірою сприяє динамічна презентація Тревіса Лі, яка навчає та демонструє, «чому» і «як» використовувати цей різновид прямого поштового розсилання. Мій клієнт Джей Гаєр заснував одну з найбільших тренінгових і консалтингових компаній у галузі стоматології — *Scheduling Institute* — завдяки одній чудовій презентації про правильне й неправильне оброблення вхідних дзвінків у стоматологічних кабінетах. На сьогодні компанія має два офіси, в Атланті та Фініксі, щороку проводить понад тисячу тренінгів у стоматологічних кабінетах і є надзвичайно успішним підприємством. Волт Дісней часто любив повторювати, що «все почалося з мишеняти». У нашому ж випадку початком стала презентація, проведена для стоматологів.

Чи може одна презентація надати звичайному бізнесу надзвичайну перевагу? Безумовно.

На місцевому рівні, серед крамниць і офісів на головній торговій вулиці, одна запальна промова може виділити лікаря, юриста, фінансового консультанта, директора школи, власника ресторану, агента з нерухомості тощо з-поміж усіх конкурентів і колег, зробити його провідним експертом і відомою постаттю на своєму ринку. Багато років тому мій клієнт Девід Ептс створив вельми прибуткові клініки, що спеціалізувалися на фізичній реабілітації, завдяки власній презентації «Безпека спини», яку він регулярно проводив для працівників фабрик, підприємств вугільної галузі та інших промислових компаній у своєму регіоні просто на робочих місцях. Це надало йому величезну перевагу над усіма іншими закладами, що здійснювали реабілітацію робочих після нещасних випадків на виробництві, які підлягають компенсації. Історія успіху Девіда Ептса дещо нагадує систему, як ми з партнерами винайшли для продажу великих партій брелоків із хімічним відлякуванням на кшталт тих, що випускає *Mace*, та інших засобів самозахисту, відряджаючи доповідачів у всілякі компанії й офіси для проведення безоплатних уроків із безпеки та запобігання злочинам. Навіть магазини на зразок *Home Depot* стимулюють зростання обсягів продажу, проводячи заняття для покупців безпосередньо у своїх торгових залах. Це вимагає певної творчої уяви, але підґрунтя для таких дій існує: якщо у вашого бізнесу є клієнти, це означає, що презентації стосовно того, як люди застосовують