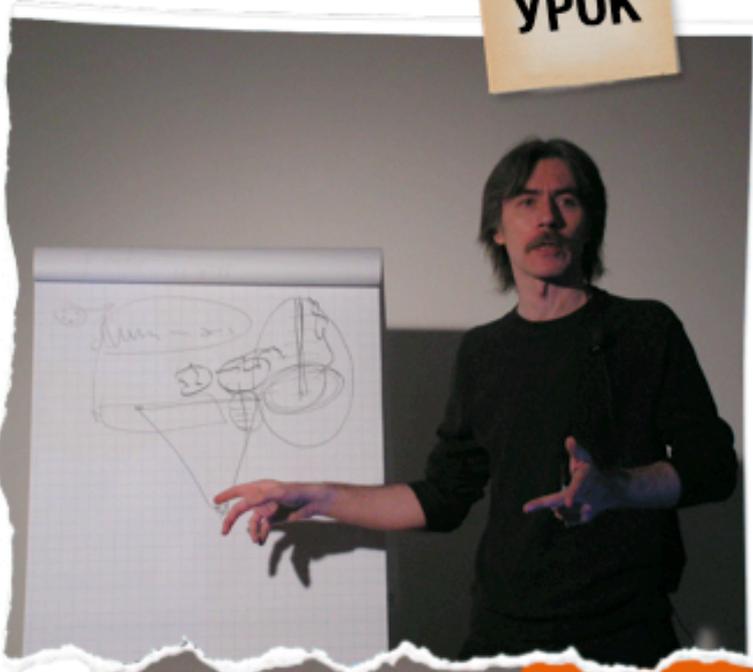


2

УРОК



## “ХАРИЗМАТИЧНАЯ РЕЧЬ”

ТЕКСТОВАЯ ВЕРСИЯ ВЕБИНАРА

АВТОРЫ МАТЕРИАЛА:  
ВИКТОР ОРЛОВ  
АЗАМАТ УШАНОВ

ВЕБ-САЙТЫ;  
[WWW.SMARTINFOMARKETING.RU](http://WWW.SMARTINFOMARKETING.RU)  
[WWW.INTERNETTIKA.COM](http://WWW.INTERNETTIKA.COM)

**Виктор Орлов:** Добрый день, дамы и господа, с вами Виктор Орлов и у нас сегодня пропущенная, форс-мажорная, кастовая вариация нашего вебинара на тему применение голоса для того, чтобы усилить вашу харизму он-лайн. В том, что мы сейчас вещаем не в прямом эфире, а в записи есть свои и положительные черты, и свои, конечно, минусы.

Минусы в том, что вы напрямую мне не можете задать какой-то вопрос, и я бы на него ответил, а плюсы в том, что можно выложить ту информацию, которая, в противном случае, осталась бы за кадром. Потому что в одном часовом, полуторачасовом вебинаре очень сложно объяснить, описать все, все те тонкости, которые важно знать, чтоб полноценно пользоваться этим материалом.

Поэтому будем считать, что сорванный вебинар будет компенсирован этой лекцией и дополнительным материалом к ней, и я в ходе этой лекции отвечу сначала на те вопросы, что вы задали после первого нашего вебинара на тему того, как применять отдельные техники раскачки ваших способностей, вашего харизматического брэнда, что ли, в процессе вашего копирайтинга.

Но сразу хочу сказать, что голос, о котором мы сегодня будем говорить, об особенностях голоса, это намного важнее, чем ваше умение хорошо писать, потому что, если вы даже написали что-то не очень правильно, не очень, может быть, гладко, то все равно никто не скажет, дурак вы или нет, потому что написать можно по-разному.

Можно по-разному оформить дизайн, можно по-разному, спрятаться за какими-то банальными стандартами. И тут сказать о человеке что он "дурачок" или не профессионал по одному только его тексту, не так то просто, потому что человек сам по себе оказывается спрятанным за этой вереницей букв, вереницей слов, и тут все намного-намного дипломатичнее.

А вот, если мы возьмем ваш голос, ваши касты, ваше видео, (о видео - вообще отдельный разговор, мы о нем еще будем говорить в дальнейшем) ваше звучание, ваши слова, интонации, темы, паузы и так далее, то здесь, если вы покажите себя не с лучшей стороны, то очень просто будет ваш брэнд вообще разрушить, потому что голос - одна из самых важных в он-лайне, и не только в он-лайне, но и в обычной жизни, компонент личностного успеха. Вот об этом мы с сегодня вами и будем говорить.

Но в начале пара ответов на вопросы, которые я получил после нашего предыдущего вебинара.

Прежде всего, это просьба уточнить, что же такое кошерный копирайтинг, поскольку один или два человека не уловили его идею.

Кошерный копирайтинг - это ироничное такое название для тех мини-сайтов, для тех книг, для тех продающихся текстов, которые опираются исключительно на классические методы, то есть, на банальные схемы, в которых нет особого огонька, нет особого творчества, нет особой индивидуальности, а есть тупо подобранные блоки, в каждый из которого пихается по заданному закону определенная группа слов, определенная группа идей.

Эти все блоки, конечно, доказали свою эффективность на определенном проценте людей. Кошерный копирайтинг может применяться теми людьми, которые особо думать не хотят.

Действительно, зачем думать, - взял молоток в руки и колоти гвоздь в нужную стену. Но по сути, если вы хотите не просто получить стандартный, банальный, гарантированный процент покупающих у вас людей, скажем, пять процентов из ста, у вас будет гарантировано при таком кошерном копирайтинге покупать.

Но вы хотите, скажем, повысить этот процент до 25-30%, пусть даже за счет того, что общая аудитория людей, которая вас читает или слушает, будет меньше, поскольку не все вы такие яркие личности.

За счет такого показа вашей индивидуальности, вы применяете не кошерный копирайтинг, а как его еще называют копирайтинг художественный или самурайский, когда вы каждую вашу новую текстовку, пишете так, как будто вы пишете новую маленькую оперу.

Можно, конечно, наладить тупо попсы, взяв одну песню и растиражировать ее на десятки песен, чуть-чуть изменив аккорды, чуть-чуть изменив мелодию, это будет кошерный подход к сочинению песен.

А можно делать так, как делают ведущие композиторы мировые, те же Beatles, например, когда каждая песня пишется так, как будто это совершенно новая песня, как будто ничего до этого не было написано.

Если вы можете позволить себе такой подход в вашем копирайтинге, это означает, что вы – очень творческая и талантливая личность. Вам не жалко потратить свое время, чтобы придумать что-то интересное не только вашей аудитории, но и вам самим.

Наверное, этот критерий, отличающий кошерный копирайтинг от не кошерного, будет самым главным. То есть, в кошерном копирайтинге нет искры, нет творчества, нет Божьего дара что ли, а есть просто яичница, есть тупо два яйца, которые нужно разбить на сковородку и сделать то, что тупо можно пожрать.

Но я - не сторонник такой кухни, хотя тоже, если делается какой-либо заказ фрилансевой или, если делается уж больно быстрый текст, для не очень значимого релиза, то я тоже могу предпочесть элементы кошерного копирайтинга, копирайтингу не кошерному, однако все-таки я считаю что особенность не кошерного копирайтинга, то, что он позволяет вам развиваться как личности.

В общем, как и в любом случае, если вы применяете какие-то методы работы над своей харизмой, они вас развивают как личность, потому что серые мышки они безлики, от них не ждешь ничего: ни хорошего, ни плохого, - это просто мыши.

В он-лайне можно быть серой мышкой, при этом зарабатывать, если вы работаете, зарабатываете на каких-то там технических аспектах: на наклейках, на рекламе и прочее-прочее.

А можно быть действительно персоной известной, персоной творческой, персоной харизматичной и это будет вам сильно экономить на рекламе, потому что ваш брэнд будет идти впереди вас, ваша харизма будет привлекать людей лучше, чем любая рекламная кампания, которую вы могли бы себе позволить, на которую могли бы потратить какие-то деньги.

Поэтому я все-таки сторонник не кошерного подхода к брэнду в он-лайне, потому что, по крайней мере, вы не будете себя чувствовать какой-то продажной шлюхой, которая идет на панель ради того, чтоб пожрать, вы будете чувствовать себя творцом, который может в какие-то моменты чувствовать застой, заторы, сложности творческие, но, по крайней мере, знает, что себя он не продает.

Поэтому я считаю, что кошерный копирайтинг это хорошо для тех, кто начинает только или очень торопится работать в он-лайне, потому что это страховочная ваша веревочка.

Кошерный копирайтинг нужно, естественно, знать, и его законы применять хотя бы в элементаре в различных своих работах.

Не кошерный копирайтинг - это та метода построения вашего брэнда, вашей харизмы, которая вас действительно развивает, и благодаря чему вы действительно становитесь творческой личностью, проживаете эту жизнь лучше, чем проживали бы следующую, или проживали предыдущие жизни. И я сторонник того, чтобы вы поняли эти отличия и склонялись со временем в сторону не кошерного копирайтинга и общения: не стандартного, творческого, броского, яркого и личностно окрашенного и так далее и так далее.

Вот это ответ на вопрос: «В чем отличие кошерного копирайтинга от не кошерного?»

Еще один интересный вопрос был задан одним из моих слушателей, он написал, что у него процент чтения рассылок небольшой, около 20%, те люди, которые читают и слушают его, которые частично только кликают по всяким ссылкам и в итоге небольшая группа подписчиков конвертируется в какие-либо продажи, в какие-то продвинутые этапы маркетинговой воронки.

Что можно с этим делать?

Во-первых, я вам скажу так, если у вас там 1000 человек и 20%, то есть 200 человек, которые регулярно читают ваши рассылки. Это высокий процент, потому что вам нужно знать, что помимо всяких там личностных заморочек, есть еще и технические проблемы: письма до людей доходят, какие-то письма попадают в спам, какие-то, по вообще не ведомой причине, уходят не известно куда, некоторые адреса бывают неправильно указаны.

То есть это довольно-таки не плохой процент, 20% постоянно читают ваши темы. Я думаю, не стоит переживать на эту тему. А что касается статистики, вам нужно следить за тем, чтобы этот процент стабильно читающих вас людей не уменьшался. Даже если он сразу у вас не станет увеличиваться, там, на 40-60%, а 100% он у вас никогда не станет, этого не бывает в природе, то вам надо стараться делать ваши рассылки интереснее.

Во-первых, я уже не говорю о технической стороне, чтобы использовать в ваших рассылщиках там смарт-респондер или дятел или еще какие-нибудь рассылщики, это вопрос технический, обращайтесь к экспертам, которые могут вас проконсультировать и я вас уверяю, что вы получите столько же отзывов, сколько и эксперты, одни скажут использовать дятла, другие - применять смарт-респондера, я сам пользуюсь дятлом, потому что по ряду причин мне эта программа симпатичнее, я знаю, как им пользоваться.

Дело в том, чтобы вы делали ваши продукты, ваши рассылки не кошерным способом. То есть, такие моменты в работе с вашими подписчиками, которые называются нёрчеринг.

Нёрчеринг - это ухаживание за вашей подписной базой. Не секрет, что многие люди, которые начинают вести свои рассылки, после того как переманили людей в свои подписные листы, не знают, что с ними делать, то есть рассылки бывают или очень скучны, или общие какие-то, непознавательные.

А когда вы подписываете людей в свою подписную базу, вы им дает негласное обещание, в обмен на их согласие, что они вас будут читать, что вы будете

предоставлять интересную качественную информацию, полезную информацию о той или иной сфере их деятельности.

Естественно, информация, по возможности, должна быть уникальной, потому что найти данные в Интернете не так уж сложно, но есть и темы, которые ищутся в Интернете с трудом, очень долго и не всегда возможно их найти.

Так вот, когда вы людей приманили к себе в базу, вы должны по какому-то плану с ними работать, потому что толку нет от того, что у вас большая подписная база, а вы не знаете что с ней делать.

Вы не знаете, например, в каком порядке давать информационные листки, в каком порядке давать какие-то релизы. Большинство даже и не знает, большинство ведет с людьми общение, периодически втыкает какую-то рекламу туда, и у таких людей рассылки похожи одна на другую, что, в общем-то, огорчает, потому что я, например, не хочу подписываться на рассылку и получать в ней тоже самое, что и две недели назад от другого человека, у которого я тоже подписан.

То есть может это и разное содержание, но одна и та же форма.

Я хочу, что бы со мной общались персонально, чтобы за всеми этими рассылками я видел какого-то человека, который не только эксперт, но и духовное существо какое-то.

Я хочу с ним общаться, я хочу иметь возможность обратиться к нему с вопросом, я хочу испытывать к этому человеку доверие, что я не зря потратил свое время, и он реально может мне чем-то помочь.

Вот с этим уже у многих проблема у тех, кто начинает свой бизнес в Интернете, потому что в основном к бизнесу в Интернете тяготеют "технари"-люди с техническим образованием, которые привыкли к логике, к гарантированным техническим результатам.

Прикол в том, что эти люди не дружат с правым полушарием, то есть они могут написать прекрасный скрипт, но они не могут установить дружеские отношения с кем-то из своей аудитории. Технари это люди достаточно замкнутые, не скажу, что все они ботаники, но, тем не менее, многие люди, сидящие за своими компами, пишущие программы или просто привыкшие поугадывать кроссворды, чисто механически играть в квесты - это люди достаточно изолированные от реального социума и это люди, которые общаться с окружающим миром и людьми умеют не очень хорошо, естественно, что поэтому и страдают их рассылки.

Организовывая какую-либо рассылку или подписную базу, многие кто испорчен высшим образованием, те кто тяготеет больше к техническим наукам, естественно не представляют себе, что это такое методики нёрчринга, цель которых установить неформальные дружеские отношения с вашей аудиторией за пределами логики и прагматизма.

Потому что, когда я на прошлом вебинаре рассказывал о представлении вашей персоны в он-лайне, я говорил что многие не опираются на чистую логику, а опираются на умение генерировать правополушарный подход к вашей аудитории.

Харизма всегда опирается на несколько базовых вещей.

Одна из них – это полное соответствие формы вашему содержанию. То есть, возьмем, например, понятие флирт. Тот, кто флиртует, не может быть харизматичным одновременно.

Второе, это то, что ваша харизма должна опираться на эмоциональную компаненту. То есть та же самая милашка, симпатяга, стиль которых мы в прошлый раз рассматривали, это один из наиболее харизматичных стилей, потому что он предполагает понимание вашей аудитории, предполагает взаимообмен с ней и предполагает ваше умение общаться этой аудиторией, что для харизмы очень важно.

Технари, как правило, этим умением не обладают, с другой стороны, люди, которые воспитаны на гуманитарном образовании: философы, поэты, музыканты не очень разбираются в технических основах Интернета и они чаще всего не рискуют начать какой-то свой бизнес в Интернете, потому что им кажется, что это слишком сложно, это за пределами, это не возможно.

Проще дать пару концертов, написать пару картин, написать книгу, статью в журнал, чем попасть в эту совершенно не понятную среду, в которой ты зарабатываешь деньги, сидя дома, тупо пялясь в экран ноутбука или компьютера.

Поэтому эти два потока, технари и гуманитарии, как правило, в сети не пересекаются. Поэтому истинный брэнд, истинная харизма появляются тогда, когда вы проявляете в себе и элементы технического ментала, и ментала гуманитарного.

Технический ментал позволяет вам грамотно организовать ваше присутствие в он-лайне, например, сделать сайт, закачать его на хостинг, освоить платежные системы. То есть тот минимум, который имеет отношение к техническим аспектам, к левому полушарию, техническому образованию. Ну и, наконец, если вы хорошо дружите с гуманитарными аспектами, с философией, с

литературой, с психологией, то вам всего лишь нужно будет наполнить эту форму ценным контентом.

Многие люди предпочитают такую нишевость, то есть либо я буду водить бульдозер, либо я буду писать стихи и выступать на сцене. На самом деле это немножко не так, преуспевающий в он-лайне человек - это тот бульдозерист, который днем пашет колхозное поле, а ночью идет на сцену и читает стихи, которые написал прямо за рулем этого бульдозера.

Это не значит, что он будет плохо водить бульдозер или читать стихи. Это означает, что он настолько развил себя, так как с этим не рождаются, а все это развивается, то он может позволить себе пересечение левого полушария и правого полушария, тогда он будет по-настоящему харизматичен.

Я вас к этому и подталкиваю, чтобы вы перестали думать о себе только как о технарях, о людях с техническим образованием, или как о людях с гуманитарным образованием. Это условное деление.

На самом деле в любой физике всегда есть лирика, и в любой лирике всегда есть физика. Я бы хотел, чтобы в результате этих семинарских циклов мы с вами пришли к этим методам и к тому результату, что каждый из вас возьмется за себя и в какое-то время позволит себе стать большим физиком, чем он был, если он был лириком, и стать большим лириком, если он был физиком.

Тогда вы будете по-настоящему харизматичным.

Пока ситуация такая, люди приходят в Интернет, будучи технарями - они плохо умеют наполнять содержание хорошим, качественным, интересным контентом, потому что они не в ладах ни с риторикой, ни с какими-либо художественными методами, приемами, композициями.

А люди, которые могут давать контент, как правило, выступают на вторых ролях, пишут какие-нибудь фрилансовые статьи. Но не могут сами начать свое дело в Интернет, потому что им кажется, что закачать сайт на хостинг, а тем более его самому сделать, освоить два-три тэга, или язык - это выше их сил, это не возможно, по определению, потому что они - гуманитарии.

На самом деле, нет ничего более далекого от этого суждения, потому что каждый человек, который себе даст время и силы освоить что-то, не только в интернете, но и в жизни, легко сможет достичь высот и в гуманитарной части и в технической части просто потому, что он это захотел.

Вот такое небольшое вступление к нашей основной теме по голосу. И напоследок, перед тем как приступить к изложению темы нашего вебинара, темы связанной с голосовой харизмой, хочу вам дать небольшой совет: каждый

раз, как вы добавляете в вашу рассылку, что-то себе, о жизни, свои изложения, о своих конкурентах - это придает вашему тексту определенную индивидуальную окраску, и вы становитесь харизматичным.

Потому что, повторяю, если вы будете тыкать людей мордой в то, что Волга впадает в Каспийское море, что лошадь кушает овес и сено, вряд ли это будет играть на руку вашей харизме.

Ваша харизма - это ваш внутренний мир, это ваша личность, это ваша персона, которая может быть и хорошей и плохой, это не важно, главное, что она есть и она не похожа на какую-нибудь еще, если вы сделаете эту вашу внутреннюю личность способной чем-либо управлять, то вы станете тем самым харизматом.

Повторяю - внутри вы можете быть очень богатым духовно человеком, но для того, чтобы вы стали харизматичным, необходимо, чтобы ваш внутренний мир мог управлять чем-то внешним, то есть вы должны поставить свою внутреннюю силу на благо контролю окружающей вас среды, и управлению другими людьми. Вот тогда вы полностью тот феномен, который мы назовем - харизматическая личность.

Ну, а теперь я перейду к самой теме, теме приложения голоса к тому, чтобы ваша харизма наконец-то засверкала всеми яркими красками.

Так ли, на самом деле, важна роль голоса, чтобы превратиться из какой-то серенькой мышки в харизматичную личность.

Может я преувеличил, и не обязательно париться, отработывая различные техники, подходы, практикуясь, участвуя в различных вебинарах, семинарах по отработке актерского мастерства, риторических навыков.

Может достаточно сделать приличный копирайтинг, приличный дизайн и все будет идти своим чередом. То есть будут сваливаться, откуда-то деньги, любовь и уважение людей, а все остальное это так, придуманное мастером консельери, чтобы вызвать интерес к своему вебинару.

Но, к сожалению, а может быть и к счастью, дела обстоят именно так, как я и сказал: если вы владеете голосом, если вы владеете различными риторическими приемами, фигурами риторическими, если вы умеете, подать себя со сцены, то это намного быстрее привлечет к вам симпатии людей и намного быстрее разовьет, стабилизирует вашу харизму, нежели вы будете просто уметь хорошо писать какие-то тексты.

В общем, я думаю, многие люди этого недооценивают, и поэтому у вас довольно мало конкурентов в этой сфере, потому что вы можете, начав отработывать именно речевые факторы своего поведения, речевые факторы

вашего брэнда, добиться намного большего за более короткое время, чем если вы будете просто делать упор на отработке техники копирайтинга.

Голос, пожалуй, это действительно самый важный инструмент в маркетинге он-лайн. Дело в том, что не все рискнут выступить на видео, а текст, как я уже говорил, более безлик.

Поэтому остается один из самых главных инструментов воздействия на вашу аудиторию в он-лайне - это голос. Голосом можно "протроянить" любое сопротивление или наоборот создать его на ровном месте, если вы неумело им владеете, тем самым можете испоганить многообещающий релиз.

Если вы сомневаетесь в этом, то вспомните каких-нибудь визжащих людей, которых вы знали в вашей жизни, может женщина какая-нибудь визжащая, или мужик, который ведет себя как баба.

Вспомните, были ли они харизматичными, в тот момент, когда они не контролировали свой голос. Дело в том, что люди, которые не контролируют свой голос, они не харизматичны, потому что они выглядят как люди потерявшие контроль, а как вы помните, харизма - это то, что всегда связано с вашей уникальностью, и с тем, что уникальность эта может контролировать какие-то внешние факторы и, тем самым, контролировать других людей.

Может, я буду слишком категоричен, но я скажу так - если голос дерьмо, то и все остальное тоже дерьмо. То есть, если голос ваш вызывает раздражение, вызывает ощущение скуки, то, я вас уверяю, любой хороший или даже прекрасный контент будет теряться.

Я, например, очень часто сталкиваюсь с ситуацией, когда внешне хороший курс теряет 90-95% своей привлекательности только потому, что ведущий этот курс, человек, который потратил массу времени на то, чтобы этот курс скомпоновать, изложить материал, заснять все это на камеру, он собственноручно похабит эту работу тем, что абсолютно не следит за своим голосом.

Масса слов-паразитов, паузы не нужные, тормоза какие-то включаются. Это очень раздражает, это все равно, что очень красивый мужчина подойдет к очень красивой женщине, с которой он имеет дело, и они вдруг начинают каждые три секунды ковырять в носу или их начинает каждые пять минут тошнить, то есть независимо от их красоты вы рано или поздно потеряете к ним всякую симпатию, вас будет мучить только одна проблема - как бы побыстрее смыться от этого красавцев или этой красавицы.

Поэтому ваш голос, если он действительно не отработан, он сырой, а это, кстати, проблема очень многих людей, он будет вызывать тошнотворные

ощущения, через какое-то время после того, как другие люди начнут вас слушать.

Поэтому я считаю, что надо особое внимание уделить хотя бы базовым принципам, которые влияют на привлекательность вашего голоса, с тем, чтобы эти принципы были отработаны до совершенства. На самом деле их не так много, остальные продвинутые вещи вы можете узнать в дальнейшем (если будет интерес).

Начнем же мы вот с чего: есть три манеры поведения человека, которые выражаются, кроме всего прочего, в том, как он говорит.

К чему это важно знать?

Для того, чтобы произвести определенное впечатление на вашу аудиторию. Кроме того, есть четвертая контролирующая манера, о которой я скажу чуть позже, потому что вот именно она придает вашей речи определенную харизматичность, которой ей часто не хватает.

Более того, эта манера речи влияет на ваше восприятие, как на восприятие альфа личности, то есть, личности, которая способна быть харизматичной и способна контролировать что-то, то есть личность, которой хочется подчиняться.

Это очень важно, потому что как раз именно отличие этих четырех стилей, четырех манер общения характеризует отличия сильной личности от личности слабой. Личность может вести себя очень агрессивно, но она не будет харизматичной.

Почему такое происходит, мы сейчас поймем.

Так вот, какие это три вида манеры поведения человека? Это - неуверенная модель, модель агрессивная, это модель путанная. Многие люди не считают эти виды поведения, эти виды речи чем-то необычным, тем более чем-то негативным. На самом деле, это модели речи, модели поведения, которые влекут за собой различные проблемные ситуации в вашей жизни, не говоря уже о том, что они реально способны погубить вашу харизму. О чем идет речь?

Начнем с неуверенной модели. Она имеет еще такое интересное название плакатерная модель (плакатер).

В чем смысл?

Ну представьте себе, как вы бы действовали в ситуации, в которой вы не уверены, в которой вы не чувствуете себя сильным, не чувствуете себя красивым, смелым, единственным...

И вы общаетесь с человеком, который сильнее, чем вы. Как правило, с такой ситуацией сталкиваются люди, которые не очень умеют справляться с проблемами в своей жизни, вот почему на вашу харизму в он-лайне влияет то, насколько у вас в жизни много проблем.

Потому что, если вы в жизни с проблемами справляетесь достаточно хорошо, то ваше поведение в он-лайне будет более харизматичным, и вот почему я считаю что, для того, чтобы научить человека быть успешным в он-лайне, нужно учить его быть успешным и в офф-лайне, тогда у него будет меньше проблем.

Итак, не уверенная модель поведения показывает собеседнику, окружающим людям, что вы в принципе боитесь их, что вы не готовы к тому, чтобы контролировать какую-то ситуацию в жизни или к тому, чтобы полноценно общаться с этими людьми.

Люди чувствуют слабинку, то есть, даже если при этом вы будете стараться глазеть на собеседника или стараться держаться прямо, ровно, то все равно ваш голос будет дрожать, ваши глаза будут сползать куда-то в сторону, ваши руки будут описывать все возможные траектории, и это будет выдавать вашу неуверенность.

Неуверенный человек, он, как правило, пытается разжалобить другого человека, он пытается действовать как "собака снизу". Так вот, люди с неуверенной манерой поведения могут говорить достаточно громко, достаточно шустро, агрессивно, но, к сожалению, чувствуется, что они говорят от слабости, а не от силы.

То есть, эти люди будут взывать ко всяким там мотивам в вашей душе, который призваны вас разжалобить.

Например, если вы приходите к человеку, который должен вам определенную сумму денег, то, если вы не уверенный человек, то ваш голос тоже будет неуверенным, и содержание речи будет сводиться к тому, что вы будете просить его, скажем: "ну давай, отдай мне, пожалуйста, мои деньги, ты же обещал, ты же хотел мне сегодня все вернуть" - это есть вот эта неуверенная модель поведения, когда вы сами знаете, что если вам этот человек не отдаст деньги, то максимум, что вы сделаете, это пойдете в уголок и будете там тихо плакать всю оставшуюся жизнь. То есть это манера неуверенная.

Она, конечно же, не харизматична, потому что низкие эмоциональные тона, тон горя, например, тон страха, даже тон гнева - это совсем не те эмоции, которые способны быть харизматичными, и люди, которые застревают в этих эмоциях - они не харизматичны.

Они могут производить впечатление различные, конечно, могут привлекать внимания, даже могут вызывать интерес, но они сигнализируют своими эмоциями, что они не харизматичны, что они плохо управляют ситуацией.

Это вы должны в себе отслеживать и избегать этого, потому что такой голос не способствует ничему хорошему в вашей жизни, тем более вашему маркетингу он-лайн.

Вторая манера, манера агрессивная.

Агрессивная манера она противоположна манере неуверенной, но, как ни странно, она тоже проистекает от вашей внутренней неуверенности. Потому что агрессивная манера говорить, агрессивная мода, как ее еще называют, это, когда вы пытаетесь своим воплем агрессии, обесценкой какого-то человека, наездами на него, воплями, криками защитить свою внутреннюю слабость, вы пытаетесь прикрыть свою внутреннюю неуверенность.

Если вы например, требуете, опять таки, свои деньги назад, вернуть вам долг требуете, ваша агрессивная манера речи может быть такой: "эй, ты, козел, как ты мог вообще, давай немедленно отдавай мне мои деньги, я возьму большую палку и отлуплю тебя, да ты такой кретин", эта агрессивная манера тоже не харизматична, потому что она показывает, что вы зависите от другого человека, что вы показываете ему, что вами можно управлять.

Вы вышли из себя, но вышли из себя не контролируемо.

Конечно, хороший актер, он умеет выходить из себя, он умеет играть разные роли, но он делает это всегда контролируемо, он всегда может вернуться в свою изначальную позицию, он всегда может вернуться на изначальную роль и из этой роли перейти в другую абсолютно без проблем.

Вот, самое время вспомнить о том, как мастера боевых искусств наносят свои удары. Они делают это контролирующим образом, они в любой момент могут остановить бьющую конечность, независимо от того, с какой силой она наносит удар. Это и есть контроль.

Контроль это умение начать что-то, продолжить, и умение закончить это тогда, когда нужно вам. Поэтому человек, который контролирует свою эмоцию, он может начать эмоцию, он может начать орать, орать столько, сколько ему нужно и может резко остановиться, не чувствуя при этом дискомфорта.

Это очень важно понимать, когда вы собираетесь отличить на самом деле личность харизматичную, от личности не харизматичной. Даже если обе личности кричат, и одна из личностей (харизматичная) всегда может свой крик остановить и перейти на другую эмоцию, например, просто рассмеяться, а личность не харизматичная будет орать, орать и орать, пока ее не остановят либо ударом по башке, или пока она не упадет обессиленная и не уснет где-нибудь за унитазом, во сне продолжая еще немного орать.

Так вот, нужно понимать, что личность харизматичная, это личность, которая всегда что-то хорошо контролирует, имейте это ввиду.

Еще одна манера поведения, которая тоже свойственна личностям не харизматичным - это манера путаников.

Путаники - это креативная модель поведения, потому что именно эта модель поведения связана с правым полушарием. То есть мы, например, шизофреники, а они, например, будучи людьми креативными ведут путаную речь.

Речь, которая скачет с одной темы на другую, с одного предмета на другой, и это помогает им избежать тех самых писательских блогов, которыми так страдают копирайтеры и лекторы.

Путаник - человек, который скачет с одной темы на другую совершенно непредсказуемо. Он может начать говорить об очках, а потом перейти на микрофон, а потом говорить, что по телевизору видел сегодня фильм, а потом выходит на политику, говорит о погоде, говорит о том, что ему туфли жмут. Это манера поведения разболтанная, развинченная.

В тоже время она достаточно симпатичная, когда вы слышите такого человека, но не понимаете, о чем идет речь, но, тем не менее, вам нравится его слушать.

Путаник, как правило, производит такие бессистемные скачки с одной темы на другую, он может говорить и медленно и быстро, дело здесь не в темпе, а в том, что он абсолютно не предсказуемым образом меняет вектор своей беседы.

Путаники, или их еще называют отвлекатели, могут быть очень креативными людьми, то есть их манера творить, их манера быть креативными в любой сфере: это может быть и живопись, и музыка, и поэзия - она порой вызывает восхищение.

Я думаю, любой талантливый человека, любой копирайтер должен включать в себе путаника для того, чтобы разблокироваться и перейти в режимы творчества, но если вы планируете выступить перед аудиторией, то манера путаника поможет вам мало.

Она может быть только демонстрационной манерой, то есть, если вы будете говорить о чем-то требующем такой манерой поведения, то, конечно, будете разыгрывать из себя путаника.

Но, на самом деле, она не очень конструктивна для того, чтобы проявлять свою харизму, для того, чтобы управлять ситуацией. На самом деле, ведь невозможно сдвинуть предмет со стола, если вы будете двигать его в различных направлениях, то есть, нужно двигать его в каком-то одном направлении.

Либо потихонечку, как это делают неуверенные люди, либо резко и агрессивно его двинуть, как это делают агрессивные люди, а если действовать в режимы мотания его по столу влево-вправо, то ничего хорошего из этого не выйдет.

У путаника, по сути дела, траектория равна нулю, потому что он мотается во всех направлениях сразу и никуда не приходит, такие люди и по жизни редко бывают успешными, они просто хорошие креаторы. Если в вашей команде есть путаник, не надо пытаться его прикончить, или пытаться от него избавиться, он вам может пригодиться чисто в творческом плане.

Это три манеры поведения различны между собой, бывают смешанные манеры поведения, и эти манеры поведения харизматичными не являются.

Хорошо, тогда какая же манера является харизматичной?

Харизматичной является четвертая манера уравнивающая, или ее еще называют левеллинговая манера.

Уравнивающая манера исходит из того, что вы человек сильный, и что вы считаете сильным вашего собеседника, то есть, она называется уравнивающей, потому что при общении с вашей аудиторией вы показываете, что вы уважаете вашу аудиторию и требуете от нее взаимного уважения к вам.

Потому что, если мы исходим из предыдущих трех моделей, то неуверенный человек считает что: "я, ребята, такое ничтожество, а вы такие великие и замечательные и должны мне помочь", человек агрессивный считает, что он наоборот великий, он нормальный, в порядке, а остальная вся публика - она ниже плинтуса.

Путаник вообще не знает, чего он хочет, он вне этой категории. А вот уверенный человек, и голосом своим, и манерой себя вести, и своим взглядом, и движением показывает своему собеседнику, своей аудитории, что он ее уважает, и что не пытается заигрывать перед аудиторией, не пытается ее

задобрить, не просит у нее милостыни, он просто предлагает что-то, что она может счесть для себя полезным и обменять на что-то полезное для него.

То есть, вот эта левеллинговая уверенная манера общения характеризуется некоторыми голосовыми характеристиками, но главное, она характеризуется внутренней уверенностью человека, в том, что он самостоятелен, в том, что он не зависит от своего слушателя, в том, что он предлагает равноценный обмен, уверенность в том, что ты предлагаешь аудитории что-то ценное и уверенность в том, что аудитория это примет - это одна из важнейших компонент харизмы.

Если у вас нет уверенности в том, что вы делаете, нужно эту уверенность в себе развить. Нет ничего хуже для маркетолога, нет ничего хуже для человека, который пришел в Интернет делать бизнес, чем неуверенность в том продукте и результате, которым он занимается.

Главное это понять, что вы можете сделать что-то полезное для других людей. Вот это даст вам уверенность, даст вам ту внутреннюю устойчивость, тот самый стержень, без которого никакое понятие харизмы существовать не может.

Потому что когда вы уверены в чем-то, вы можете это производить и при помощи этого контролировать удовольствие и результативность других людей. Поэтому нужно обратить внимание на то, умеете ли вы делать что-то хорошо.

Если вы умеете делать хорошо, то вы, естественно, будете в себе более уверены и ваше отношение к людям будет более левеллинговое, более харизматичное.

Если вы что-то не умеете делать, то вам нужно как можно быстрее, опираясь на различные методы, на правила, на способы, как можно лучше освоить процесс изготовления этого продукта, с тем, чтобы вы точно знали, что вы можете делать это хорошо, и тогда вы спокойно сможете выйти в любую аудиторию, спокойно что-то сказать, и аудитория будет чувствовать вашу харизму.

А если вы будете действовать, как поверхностный лектор: он начитался там чего-то, он выходит на аудиторию, и он не уверен в том, что он изучил, он не уверен в том, что он сможет это применить, он не уверен в том, что он эту аудиторию сможет чему-то научить, и в итоге получается обратный эффект, харизма теряется.

От человека несет знаниями, но чувствуется, что эти знания идут не изнутри его, а из другого какого-то источника, а парень их тупо передает. Вот этого нужно избегать.

евеллинговая манера, манера человека уверенного, альфа, и в случае чего, вернемся к ситуации с деньгами, когда ваш друг занял у вас деньги, то левеллинговый подход был бы примерно таким: "чувак, ты знаешь, я считаю что мы с тобой договорились о возврате долга, мы договорились на вторник, сегодня уже среда, извини, но деньги мне нужны максимум в пятницу, я буду очень рад, когда ты мне наконец их принесешь".

Вот эта манера левеллинговая, манера общения, которая предполагает заранее, что ваша просьба будет выполнена.

Очень важно в понятии харизмы, учитывать понятие намерение, то есть намерение всегда харизматично. Если вы хотите что-то сделать, это значит, что вы готовы потратить время и силы на то, чтобы получить результат.

Это очень важно в понятии харизмы, потому что харизматичная личность, это личность своей уникальностью может что-то контролировать, и главное, она твердо, намеренно это делает, то есть она твердо намеренна своей уникальностью чем-то управлять.

Это еще один компонент харизмы, то есть, если вы можете чем-то управлять: людьми, ситуацией, погодой, кошкой, но если вы этого не делаете, вы этого избегаете, это означает, что вы не харизматичны, потому что харизма, это проявленная уникальность, это уникальность, которая реализована в каких-то действиях, если она просто есть у вас, а вы ее никак не применяете, не показываете. Значит, у вас ее нет.

Кстати одна из характерных черт этих людей: когда они говорят, они смотрят на собеседника, не пялятся ему прямо в глаза, они просто смотрят на него, не пытаются его просверлить.

Они всегда правы, но они могут признать, что и вы правы тоже. Когда говорит собеседник, вы можете смотреть на него, можете отводить глаза, пытаться воспринимать его слова лучше, но когда говорите вы сами, то должны смотреть на собеседника, потому что это значит, что вы уверены в том, что говорите.

Вы не пытаетесь его задобрить, выпросить у него согласие, вы знаете, что вы правы, и этого, как говорят в дзен-буддизме, вполне достаточно. Кроме того, когда вы уверены, вы не пытаетесь ответить на его вопросы сразу.

Есть люди, с которыми невозможно общаться, они либо перебивают вас, либо как только вы задали вопрос, сразу же начинают на него отвечать.

Уверенный человек сначала оценит ваш вопрос, вспомнит, что он знает на эту тему и попытается дать ответ, наиболее устраивающий и вас, и его!

Поэтому уверенные люди соблюдают цикл общения: когда говорите вы, они вас слушают внимательно, после ваших слов они делают небольшую паузу и начинают говорить сами.

Если вы начинаете их перебивать, они замолкают, смотрят на вас, после того как вы выговорились, они продолжают начатую реплику. Это хороший контроль, то есть человек уверенный хорошо контролирует ситуацию.

Человек, перебивающий вас, либо начавший другие действия до того как вы доскажете вашу фразу, это человек не харизматичный, потому что он не уверен в себе, он пытается взять контроль насильно, он пытается контролировать ситуацию компульсивно, не логическим путем, не путем, например, хорошего водителя, а просто дергая руль из стороны в сторону, авось машина куда-нибудь приедет.

Не нужно пытаться эти вещи копировать, потому что, если вы считаете, что в Интернете у вас не очень хорошая харизма, не очень хороший брэнд, последите за собой, когда вы общаетесь с людьми, насколько ваши движения являются невротичными, сколько вы совершаете нервных телодвижений, кусаете ногти, дергаетесь из стороны в сторону... Это все признак того, что вы не уверены.

Многие люди оказываются в таких ситуациях, когда записывают свои касты. Они не очень уверены в том, что сказали, они не уверены, что говорят, и они абсолютно не уверены в том, что скажут.

Существует прием для снижения нервозности: всегда имейте перед собой скульптурку, какую-то куклу или какого-то человека, которому вы это рассказываете.

Очень сложно вещать или записывать: во-первых, действуете без плана, если перед вашими глазами нет никакой бумажки, с которой вы можете план считывать, во-вторых, крайне сложно сделать что-то хорошее в плане изложения, если вы не поместили перед собой какой-то терминал, объект, какого-то собеседника, пусть даже искусственного, который может слушать то, что вы говорите.

Это очень важно, потому что, на самом деле, крайне сложно сгенерировать полезную идею или полезную речь, не имея слушателя. Люди с большим трудом могут обращать речь к самим себе, если вы не обращаетесь ни к кому, то ваша речь остается внутри вас, ваша харизма пропадет.

Нужно всегда стараться, особенно на ранних этапах, перед собой иметь такого слушателя.

А теперь несколько слов о такой теме, как Вокальные Трояны! Ну, во-первых, почему они вокальные, во-вторых, почему они трояны?

Ну, «вокальные» понятно, они имеют отношение к голосу, они имеют отношение к изменениям, которые вы делаете с вашим голосом, для того, чтобы ваш голос произвел какое-то впечатление, какой-то эффект вызвал, потому что все, что вы делаете в вашей жизни, вы делаете для того, чтобы получить какой-то результат, иначе смысла нет ничего делать.

Трояны они вот почему. Люди довольно хитро устроены, и если напрямую вы начнете их уговаривать что-то делать, напрямую давать им какую-то информацию, вы будете получать отлуп, люди будут выставлять между собой и вами определенные щиты.

Иногда вы сами заставляете эти щиты выставлять, когда вы, например, говорите что-то такое, что они принять не могут, либо потому что контент их не устраивает, либо потому, что как раз их не устраивает ваш голос, то есть то, о чем я говорил в самом начале нашей лекции, что вы сами роете себе могилу своим дурацким голосом, если вы за ним не следите.

Контент - хороший, дизайн - хороший, мордашка у вас тоже ничего, но если вы применяете голос похабный, то результат будет тоже весьма похабный.

Трояны это то, что позволяет пройти скрытое сопротивление ваших слушателей, другими словами, трояны применяются как способы сделать ваш голос таким, чтобы он легче доносил информацию в мозги ваших слушателей, вашей аудитории. Естественно, что это строится на определенных принципах. Сами трояны взяты из таких технологий как Эриксоновский гипноз, а частично были опробированы и использованы вириа-технологиями.

В чем, собственно, смысл этих вещей?

В том, что, если вы подаете какое-то сообщение обычным голосом, никак не пытаясь его улучшить, никак не пытаясь его протроянить, то многие ваши сообщения не дойдут до получателя.

То же самое, что спам фильтры: ваше письмо может быть абсолютно чудесным- расчудесным, нести в себе гениальную информацию. Но если спам-фильтры решат, что ваше письмо нужно слить в сартир, то ваше письмо будет туда и слито.

Чтобы этого не было, мы прибегаем к различным хитростям: мы добавляем какие-то специфические слова, убираем эти слова из текста, чтобы наше

письмо дошло до получателя, то же самое мы применяем, когда работаем с речью.

Но в речи немного другое, в речи мы не просто стараемся подогнать соответствующий контент, хотя есть и контентные трояны - те слова и те фразы, которые помогают проникнуть в сознание человека, не вызывая сопротивления со стороны его внутренних фильтров.

И есть, так называемые, аналоговые трояны, которые мы накладываем на наш голос, на то, как он звучит, для того, чтобы сделать то же самое.

Естественно, идеальное сочетание, это когда вы применяете и контентный троян и различные модификации и модуляции, что позволяет делать ваш голос более гибким, более восприимчивым, и придавать ему окраску неотразимости, харизматичности.

Существует несколько вокальных троянов, но я в курсе описывал меньше троянов, чем опишу сейчас, потому что с момента выхода курса в свет была проделана работа, и выяснилось, чтобы достичь определенной проницаемости вашего голоса, и использовать это на благо себе и людям, вы можете использовать больше способов, чтобы обойти явные и скрытые сопротивления.

Я о дополнительных троянах нигде больше не рассказываю, кроме таких закрытых лекций, но так как я обещал дать небольшой конферент, я его и дам.

Трояны которые я описываю в курсе "вокальные трояны", в общем-то вещь известная из Эриксоновского гипноза, и люди, которые знают и проходили определенное гипнотическое обучение, поймут о чем идет речь, но трояны из вериа-технологий, естественно, этим специалистам не знакомы, о них может и слышали, но на самом деле они им не знакомы.

Я упомяну о них вкратце, дам небольшую расшифровочную характеристику, потому что очень сложно описывать их полностью, они занимают довольно-таки много времени, важно просто понять что они есть, и концептуально сообразить как они работают.

Итак, трояны - это способы изменения вашего голоса, помогающие пробиться вам сквозь потенциальное, реальное, явное или скрытое сопротивление вашей аудитории.

Что это такое, какие трояны бывают и как их применять??

Во-первых, существуют альфа-трояны.

Альфа-троян - это троян, применяемый в специфических ситуациях, когда вы в своих кастах, в своём общении с аудиторией искусственно сильно замедляете свой темп речи, т. е. вы начинаете говорить намного медленнее, чем вы говорите обычно.

Это применяется, когда вы хотите подчеркнуть какую-то особую важность ваших слов или когда вы говорите с противоположным полом. Мужчина, говорящий альфа темпом, как правило, вызывает большую симпатию у женщин.

Но это не значит, что нужно говорить так всегда. Если вы переходите на альфа-троян и замедляете свою речь в два или даже в три раза, то это значит, что сейчас вы скажете что-то очень важное, очень значимое для аудитории.

Учитывайте это в ваших кастах, когда вы описываете достоинства ваших товаров или услуг и учитывайте это, говоря о возможных сферах применения ваших товаров или услуг, потому что всё время говорить таким тоном не очень полезно.

Это всё равно, что постоянно есть шоколад. Иногда он хорош и полезен, но если вы будете закармливать девушку тортиками и шоколадом каждые 5 минут, то её, я думаю, рано или поздно стошнит от шоколада, от торта и от вас самих.

Поэтому всегда нужно использовать такие сильнодействующие техники осмотрительно, чтобы её не было в избытке у вашей аудитории. Поэтому, используя альфа-троян, будьте осмотрительны и применяйте эту вещь только, когда необходимо.

Второй троян - это троян связанности.

Троян связанности крайне важен в вашей речи. Когда вы говорите что-то на аудиторию и хотите, чтобы вас слушали, открыв рот, вы обязательно должны использовать троян связанности.

Троян связанности характеризуется тем, что вы говорите свои фразы, не обрывая их резко.

Например, вы говорите вещи, вытекающие одна из другой, и излагаете это таким образом, чтобы эти вещи звучали, слушались и воспринимались людьми логично, потому что если вы в своей речи делаете резкую паузу, то вы получаете эффект, когда человек, слушая вас, натывается на препятствие и начинает вам возражать.

Вот, почему мастера копирайтинга знают, что для того, чтобы вас интересно было слушать, вы должны восприниматься, как человек, умеющий говорить непрерывно.

Только речь, которая идёт непрерывно и гладко вытекает, будет являться настоящей речью-управляющей. Прерывистая, резкая речь может управлять людьми, но это будет агрессивная манера подачи речи.

А уверенный человек может говорить медленно, с паузами, но его речь всегда будет связанной.

Для того чтобы ваша речь была связанной, вы применяете союзы, союзные слова и деепричастия.

Стандартная ошибка всех неопытных ораторов и лекторов - слишком много рывковых предложений. В момент, когда читаешь каст намного проще добиться должного эффекта, когда говоришь связанными предложениями.

Вы должны понять, что одно предложение связывается с другим с помощью союзов, союзных слов и деепричастий. Это будет действовать лучше и будет сглаживать эффект от определённых пауз в предложениях, потому что если вы будете говорить рывками, у человека будет создаваться ощущение, что он едет не с гладкой горки, а с горки, которая местами покрыта льдом, местами покрыта наждачной шкуркой, а местами в неё забиты маленькие гвоздики.

Я не думаю, что вы хотели бы по такой горке прокатиться, и я не думаю, что этого бы хотела ваша аудитория.

Ещё один троян - троян модуляции.

Что такое модуляция?

Модуляция - это циклическое изменение каких-либо параметров голоса.

Какие параметры голоса можно изменить?

Можно изменить громкость голоса. Вы можете говорить то громче, то тише. Вы можете это делать циклически, тем самым добиваться большего эффекта, потому что именно циклические голосовые компоненты позволяют обойти определённое сопротивление человека на уровне подсознания. Модуляция громкости - очень важная модуляция. Вам её нужно освоить.

Вы стараетесь, как прилив, когда ритмичность успокаивает, повышать и понижать голос. Кроме того, голос можно модулировать не только по громкости, но по скорости, если говорить то быстрее, то медленнее.

Если вы хотите добиться определенного эффекта, нужно это уметь делать. Со скоростью сложнее, потому что быстро говорить могут немногие – для этого требуется быстрое мышление.

Однако нельзя говорить слишком быстро, а потом слишком медленно. Это неправильно. Смысл в том, что если человек уже находится под влиянием вашей харизмы – то быстрая речь поможет вам усилить это влияние.

Это правило знают все гипнотизеры, занимающиеся эриксоновским гипнозом. По началу, когда человека вводят в трансное состояние, подстраиваются к его темпам речи, дыханию говорят медленно, погружая в легкий транс, а потом, когда транс начинает углубляться, к нему обращаются с более быстрой речью, потому что она способна усилить уже имеющийся транс.

Я хочу, чтобы вы это знали, когда почувствуете, что ваша аудитория, слушая вас, более-менее восприимчива к тому, что вы говорите, и не сопротивляется новым идеям.

И, наконец, модулирование по высоте, это очень важный тип модулирования, модулирование интонационного плана, оно создает эффект харизматичности максимально сильно.

Это когда вы от плоского голоса, без интонации, переходите к богатому динамическому диапазону – то выше, то ниже, люди понимают, что в ваших словах есть то, за что может зацепиться их внимание, и есть то, за что вы достойны их уважения. Это связано с харизмой.

Одним из интересных секретов харизматичной личности является то, что если она правильно применяет все методы, которым я вас учу, то, в конце концов, не важно, о чем говорит человек – его слушают. Его фразы имеют большое харизматическое значение.

Все три Трояна – альфа-, связанности, модулированности – должны применяться вами как можно чаще, их нужно тренировать, если вы хотите быть харизматичным человеком.

Есть сложность – многие люди не очень выносят свой голос в записи, у них вызывает это панический ужас. Нет голосов некрасивых, просто люди не умеют им пользоваться.

Однако не стоит пугаться – любой голос, даже самый пискливый, можно улучшить настолько, что он будет звучать отпадно. Никогда не впадайте в комплекс неполноценности по отношению к тем сокровищам, которыми вы

обладаете от природы. Тренировка голоса – мелкая проблема. Необходимо просто тренироваться.

Я скажу еще о двух дополнительных Троянов.

Остановлюсь подробнее на Трояне – Троян штрабасса – это чисто вокальная техника, которую вы слышите, слушая мой голос. Это такая хрипоца, которую вы слышите, когда голос понижается.

Это делается произвольно, а, кроме того, это отчасти еще и отработка. Я знаю, что с помощью штрабасса я могу вызвать в аудитории чувство, что я достаточно уверен в себе человек и расслаблен.

Поэтому я рекомендую, у кого голос баритональный, в среднем диапазоне, добавить технику штрабасса, когда будете голос модулировать по высоте. Вы на низких нотах можете включать эту хрипоцу.

Штрабасс очень полезен для связок, позволяет им расслабляться. Вы никогда не сорвете голос. В общении с противоположным полом – это оружие мужчин для завоевания женщин.

Это легкий аналог саксофона – штрабасса. Штрабасс позволяет очень хорошо расслабиться в любой жизненной ситуации. Если вы будете говорить с помощью штрабасса, вы будете чувствовать в себе уверенность и будете расслаблены.

Если вы неуверенны, то вы зажимаетесь, напрягаете связки, а следовательно, вы не харизматичны. Это страшное оружие против харизмы – быть зажатым.

Троян ЧЗМ – означает «человек за маской». На этом принципе строиться вся так называемая «жесткая продажа». Позволяет добиваться результативности 98% с первой-второй попытки.

ЧЗМ – это концепт. Многие люди не сталкиваются в жизни. Дело в том, что в нашей жизни мы часто носим различные маски. В одной ситуации мы можем орать, в другой чувствовать себя комфортно, в третьей – заискивать и т.д.

Все роли, которые мы исполняем, это все – наши маски.

Маска – наша должность своеобразная. Учитель, ученик, жена, муж – маски. Маски имеют очень ограниченное количество функций. Она является носителем контуров – жесткой манеры поведения, когда мы действуем в ситуации так, а не иначе.

Однако это не самая оптимальная манера поведения. Тем не менее, есть что-то, что носит все эти маски. Допустим, актер Шварцнегер, который может играть различные роли – Терминатор, в комедийных ролях. Это будут его маски.

Для того чтобы добиться успеха в общении, в продажах, чтобы быть харизматичной личностью, надо уметь общаться не с маской, а с человеком под ней. Договориться с маской трудно. Она – носитель сплошных возражений.

Например, если ваша аудитория состоит из масок, вы мало, что продадите. Если вы придете продавать свой продукт или рекламировать свой сервис директору завода, вы не сможете ничего продать, с маской договориться тяжело, она направлена на то, чтобы отказать вам.

Маска – это своего рода такой злобный секретарь, который сидит в приемной вашего начальника. Вы должны договариваться не с секретарем, а с начальником. Но чтобы договориться с начальником, надо сначала убедить секретаря пустить вас к нему.

Вот это вот концепт «человек за маской». Троян ЧЗМ – это такая манера говорить, которая использует именно контентные приемы, не как говорить, а то, ЧТО именно говорить. Чтобы обойти секретаря, довольно хамоватого, и достучаться до самого начальника, до человека за маской.

Я не смогу сейчас объяснить глубоко, как это делается на практике, когда вы обращаетесь не к маске, а к ЧЗМ. Для этого нужно, чтобы вы меня видели.

Но для того, чтобы понять суть этого, я назову три характеристики, характерные для ЧЗМ:

1. Любая ЧЗМ – она любопытна. Человек за маской любопытен. Маске ничего нового не нужно, вы ей ничего не докажете. Вот если вы сможете построить свой каст, текст, рекламу так, чтобы обратиться к ЧЗМ, то ЧЗМ всегда на него отреагирует. Новинка для него всегда является интересной, особенно если она находится в сфере решения его личных проблем.
2. ЧЗМ всегда дружелюбна. Маска может ругаться, орать, материться, делать гадости и прочее. ЧЗМ же, если вы сумели до него достучаться, всегда дружелюбен. ЧЗМ всегда исходит из тех положений, что и вы правы, и он прав. Просто каждый прав со своей точки зрения.

Манера выстраивать вашу речь, ваш копирайтинг, как тексты, обращенные к ЧЗМ, это то, что отличает настоящих копирайтеров профессиональных от тупых кошерных копирайтеров, которые пытаются просто тупо натывать в

текст или речь каких-то случайных фраз, изучив жесткие структуры и следовать им. Не кошерный копирайтер всегда старается адресоваться к человеку за маской, это натура творческая и цепляет человека за маской.

3. Человек за маской всегда знает, что у него есть проблемы, и он готов их решить. Если вы пишете текст, обращаясь к маске, то маска скажет: «Нет, это не обо мне».

Хороший оратор, хороший копирайтер умеет цеплять компонент этой человеческой личности, человека за маской. Они строят свой текст, чтобы сыграть на дружелюбии, показать, что они тоже ЧЗМ, стараются зацепить любопытство ЧЗМ, вызвать интерес к тому, что они описывают и пытаются объяснить аудитории, что у них есть действительно проблема, что эту проблему можно решить, и она должна быть решена.

Для того, чтобы применить Троян ЧЗМ, есть целый пласт приемов и методов, которые надо знать. Я хочу, чтобы вы понимали главное - обращаясь в ваших текстах к аудитории, исходите из того, что вы обращаетесь не к маскам, не к пиджакам, не к королям социальным, не к тому, что учит нас кошерный копирайтинг, а к самим людям, которые находятся под этими масками, а эти люди любопытны, дружелюбны, они знают, что у них есть проблемы, и хотят их решить.

Если эти характеристики будут включаться вами в ваших текстах и устных сообщениях, вы всегда добьетесь результата, того, что другой человек среагирует на ваши сообщения.

Я хочу, чтобы вы это знали, и учитывали в работе и повседневной жизни. Иначе вам сложно будет договариваться с другими людьми. Более того, если вы до сих пор не преуспели в договоренности, значит, просто вы недоучитывали тот момент, что другие люди – это не маски, на самом деле, а ЧЗМ.

Я хочу, чтобы с этого момента вы начали внимательно над этим задумываться.