

---

Дэн Кеннеди

Дастин Мэтьюс

---

**ЖЕСТКИЕ**

**ПРЕЗЕНТАЦИИ**

— **КАК** —

**ПРОДАТЬ**

**ЧТО УГОДНО  
КОМУ УГОДНО**

---

- СЕМИНАРЫ
- ВЕБИНАРЫ
- СОЦСЕТИ

 **альпина**  
ПАБЛИШЕР

бизнес

От автора бестселлера  
«Жесткий  
менеджмент»

Дэн Кеннеди

**Жесткие презентации. Как  
продать что угодно кому угодно**

«Альпина Диджитал»

2017

## **Кеннеди Д.**

Жесткие презентации. Как продать что угодно кому угодно /  
Д. Кеннеди — «Альпина Диджитал», 2017

Провести презентацию, после которой у вас купят все, что вы предлагаете. Захотят быть похожим на вас. Отдадут все деньги за вашу идею. Думаете, так мог только Джобс? Дэн Кеннеди, предприниматель-мультимиллионер и автор бестселлера «Жесткий менеджмент», научит вас составлять презентации, которые не оставят никого равнодушным. Времена PowerPoint остались в прошлом: сейчас вам на помощь придут вебинары и социальные сети. В своей привычной бескомпромиссной манере Кеннеди расскажет, как понять, что нужно конкретной аудитории, как выступать без страха и быть убедительным. Даже если вы не собираетесь покорять мир новой бизнес-идеей, умение эффективно доносить свои мысли всегда вам пригодится.

© Кеннеди Д., 2017

© Альпина Диджитал, 2017

# Содержание

Вступление, которое нельзя пропускать	6
Раздел I	10
Глава 1	10
Конец ознакомительного фрагмента.	12

# **Дэн Кеннеди, Дастин Мэтьюс**

## **Жесткие презентации: Как продать что угодно кому угодно**

Переводчик *П. Миронов*

Редактор *Д. Сальникова*

Главный редактор *С. Турко*

Руководитель проекта *М. Шалунова*

Корректоры *О. Улантимова, Н. Витько*

Компьютерная верстка *К. Свищёв*

Арт-директор *Ю. Буга*

© Entrepreneur Media, Inc., 2017

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2019

*Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.*

*Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.*

\* \* \*

## **Вступление, которое нельзя пропускать** **Способна ли одна отличная** **презентация изменить весь ваш бизнес?**

**Помочь вам разбогатеть? Стать влиятельным? Обрести власть?**

**Дэн Кеннеди**

Возможно, вы слышали выражение «Женщины хотят его, а мужчины хотят быть такими, как он».

Если у вас есть мощная презентация и вы способны эффективно донести ее до аудитории со сцены или через Сеть, это может многое изменить и для вас, и для вашего бизнеса. Но не только...

К примеру, *президент* Дональд Дж. Трамп.

Если вы посмотрите на историю этого человека с должной объективностью, то поймете, что стали свидетелем беспрецедентного чуда в мире политики и маркетинга. Понятно, что в этой истории свою роль сыграло множество факторов и причинно-следственных связей, в том числе и личность его оппонента в президентской гонке. Однако основным фактором, позволившим Трампу весьма успешно разрушить практически все принятые для избирательной кампании нормы, стало его мастерство в проведении мощных презентаций. Кампания Трампа представляла собой набор отлично организованных и срежиссированных мероприятий, в центре которых постоянно находились его презентации. И если бы он не работал над постоянным повышением эффективности своих презентаций, он не стал бы 45-м президентом США. Важно понимать, что его презентации значительно отличались от обычных выступлений в ходе таких кампаний. Их тщательным анализом сейчас занимаются другие люди. Возможно, и я когда-нибудь этим займусь, но точно не здесь и не сейчас. Я рассказываю об этой истории только для того, чтобы донести до вас главную мысль этой книги: способность создать и представить аудитории по-настоящему мощную презентацию помогает достигать невероятно высоких результатов. Вы можете изменить ход работы целой отрасли или даже помочь кандидату, любимому далеко не всеми избирателями, стать президентом и попасть в Белый дом. И я не сомневаюсь, что у каждого из вас есть потенциальная возможность создать и донести до слушателей мощную презентацию, помогающую достичь вашей главной цели.

Мало кто из людей, занимающихся традиционным бизнесом, – условных мясников, пекарей и производителей подсвечников во всем мире – задумывается об этом, создает мощные презентации о своей работе и использует их для привлечения клиентов. Однако тем, кто это делает, зачастую удается обрести значительное конкурентное преимущество и добиться удивительных результатов. К примеру, Том и Ник Карадза из Торонто смогли создать очень прибыльную компанию, оказывающую брокерские услуги при продаже инвестиционной недвижимости для новичков и опытных инвесторов. Весь этот бизнес был выстроен на силе мощных презентаций, которые они делали для потенциальных клиентов в своих офисах, в Сети и на публичных семинарах. Аналогичным образом, мало кто из профессионалов, занимающихся частной практикой, – мануальных терапевтов, стоматологов, детских психологов, адвокатов, бухгалтеров и инвестиционных консультантов – задумывается над тем, чтобы создать мощную презентацию о своей работе, а затем использовать ее для привлечения пациентов или клиентов.

Но те из них, кто это делает, также выигрывают у конкурентов и добиваются намного большего. У Мэтта Загулы, моего соавтора по книге «No B. S. Guide to Trust-Based Marketing», имеется бизнес с оборотом, который выражается семизначной цифрой, причем на очень маленьком финансовом рынке. Один из основных факторов его успеха – встречи в формате «вечер с автором книги» и мощная презентация, которую он там делает. Другой мой клиент, работающий в той же области, Джеймс Ланж, использует для подпитки своего бизнеса семинары по различным финансовым вопросам. Доктор Вестермайер отлично освоил искусство проведения семинаров на тему «Как улучшить свою жизнь с помощью зубных имплантов». Он проводит эти семинары для своих пациентов, а через них воздействует на их друзей и родственников. Его презентации работают так хорошо, а его система для маркетингового продвижения таких семинаров настолько эффективна, что в итоге он даже создал вторую компанию, которая выдает стоматологам по всей стране лицензию на проведение таких семинаров на их площадках. Представители практически *любой области* могут получить значительный доход, иммунитет от конкуренции по цене, лучших из имеющихся клиентов и сильное конкурентное преимущество. Почему? У них есть мощные презентации, и они могут предлагать их многим клиентам одновременно, а не каждому по очереди. Их сравнительно мало в каждой области и на каждом рынке. Однако они вполне преуспевают – на это способны и вы.

Вы же для этого и читаете эту книгу, правда? Что ж, вы сделали правильный выбор.

Мой бизнес и мое состояние смогли значительно вырасти благодаря одной мощной презентации, которую за девять лет я провел 400 с лишним раз перед аудиторией, насчитывающей в совокупности более 3 млн человек. Все это позволило мне получить прямой доход на сумму более 1 млн долл. в год и заложить основу компании, которую я позже продал за несколько десятков миллионов. Кроме того, этот бизнес помог мне создать медиаплатформу с членством по подписке, которая отлично поддерживала меня в течение 25 лет (и в каком-то смысле поддерживает до сих пор). В рамках этого бизнеса я создал и создаю множество мощных презентаций, приносящих миллионы долларов. И я доношу эти презентации до аудиторий через Сеть в формате вебкастов и видеописем со ссылками на вебкасты, а также с помощью аудио-CD и DVD.

Может ли *одна-единственная* презентация сделать вас богатым? Да.

Именно так произошло в моем случае. Кроме этого, я помог многим другим людям создать мощные презентации, которые легли в основу получасовых информационно-рекламных роликов на телевидении, принесли их авторам миллиарды долларов дохода и позволили создать бренды, также стоящие миллиарды. Благодаря мне множество людей улучшили свои навыки донесения мыслей до аудитории. Это помогло им развить бизнес, рассказать о своих благотворительных или некоммерческих проектах и даже прославиться в качестве писателей или экспертов. И если вам нравится идея развить свои навыки или компанию с помощью «треугольника силы» – авторитет, убедительность и известность, – то эта книга будет первым важнейшим инструментом, а презентация – вторым.

Способна ли *одна-единственная* презентация запустить, подпитать и помочь выстроить целую компанию? Разумеется.

В области B2B создание и донесение до аудитории мощных презентаций способны многое изменить. В свое время я стал одним из основателей и первых инвесторов компании Infusionsoft, лидера по производству компьютерных программ, управляющих маркетингом на малых предприятиях. Эта компания была запущена и развита благодаря нескольким разным презентациям, которые сначала делали генеральный директор и его партнер, а затем и другие спикеры, представлявшие компанию. Другая компания из «планеты Дэна», 3DMailResults – ведущий поставщик рекламных продуктов, организатор нестандартных почтовых рассылок и программ директ-мейла под ключ. Топливом для ее изначального развития послужила динамичная презентация Трэвиса Ли, позволявшая получать все ответы на вопросы «почему» и

«как» при использовании такого типа рекламы. Мой клиент Джей Гейер открыл одну из крупнейших (если не самую крупную) компанию в области тренингов и консалтинга для стоматологов – Scheduling Institute. С самого начала в основе этой компании лежала одна-единственная отличная презентация на тему правильной и неправильной обработки звонков, поступающих в кабинеты дантистов. Теперь же у компании имеется два офиса – в Атланте и Финиксе. Ежегодно она проводит свыше 1000 тренингов в офисах стоматологов и зарабатывает огромные суммы. Мультипликатор Уолт Дисней всегда напоминал своим коллегам, что «все началось с мыши», а в данном случае все началось с презентации, сделанной перед несколькими стоматологами.

Способна ли *одна-единственная* презентация обеспечить обычному бизнесу значительные конкурентные преимущества? Вне всякого сомнения.

В любом, даже самом традиционном бизнесе единственная по-настоящему великая речь может не только выделить врача, адвоката, финансового консультанта, владельца ресторана, агента по недвижимости и т. п. среди всех конкурентов и других игроков на рынке, но и превратить его в знаменитого эксперта в соответствующей сфере. Много лет назад мой клиент Дэвид Аптс предлагал клиникам физиотерапии (кстати, очень прибыльное занятие!) учебные занятия на тему защиты спины. Эти занятия регулярно проводились для работников фабрик, угольных шахт и других промышленных предприятий прямо на рабочих местах. Через несколько лет подобной практикой занялись и другие терапевты. В каком-то смысле это имитировало систему, которую мы с партнером изобрели для массовой продажи средств индивидуальной защиты типа газовых баллончиков Mace<sup>®</sup>, – мы отправляли людей в компании и офисы для проведения бесплатных занятий по защите от преступников. Занятия для покупателей на своей территории проводят даже магазины типа Home Depot<sup>®</sup>. Да, для этого требуется некоторое творческое воображение. Однако суть моей истории такова: если у вашей компании есть клиенты, это значит, что для любой презентации, связанной с тем, что делают люди, и тем, что они у вас покупают, обязательно найдется аудитория. И можете быть уверены – если вы поймете это и двинетесь в нужном направлении, то даже ваши ближайшие конкуренты вряд ли поспеют за вами.

На национальном уровне одна отличная и полностью автоматизированная презентация, которую вы доносите до аудитории в формате онлайн-видео, может оказаться намного более эффективной, чем обычные каналы распространения информации. Она способна продавать ваши продукты и услуги напрямую и, по сути, превратиться в автономную машину по извлечению прибыли. Одна из таких машин, которую я создал для своего клиента девять лет назад, позволила ему ежедневно, вплоть до сегодняшнего дня, пополнять свой банковский счет. При этом он не прикладывает к работе никаких новых усилий и проводит жизнь в путешествиях на яхте. Просто представьте себе, насколько счастлив этот человек. Каждый месяц он звонит в компанию, занимающуюся почтовыми рассылками, и отдает распоряжение расслать 10 000, 25 000 или 50 000 писем с приглашениями на его автоматизированный вебинар. И каждый день он получает по электронной почте подтверждения о продажах и данные о состоянии своего банковского счета. В этом нет ничего странного или фантастического. Нечто подобное можете сделать и вы – с помощью приемов, которые найдете в этой книге, а также рекомендуемых в ней ресурсов.

Если вы хотите увидеть сразу несколько презентаций, позволяющих изобретателям, производителям и предпринимателям обходить традиционные каналы и барьеры в каналах продаж и дистрибуции, найдите телеканалы, работающие в формате «магазин на диване», и посмотрите их хотя бы несколько часов. Там продаются выпечка, стейки, сладости, различные приспособления для дома и бизнеса, одежда, ювелирные украшения, садовый инвентарь и многое другое. Все это сопровождается мощными презентациями, которые делают конкретные люди: пекари, фермеры, изготовители сладостей, изобретатели, дизайнеры или создатели бренда.



Моя подруга и клиент, покойная Джоан Риверс, многие годы работала главным ведущим на канале QVC и рекламировала широкий ассортимент продуктов, носивших ее имя. Она очень много трудилась над тем, чтобы презентация каждого ее продукта была максимально мощной.

Эта книга рассказывает о тонкой и искусной работе.

Чтобы написать ее, я заручился поддержкой своего друга Дастина Мэтьюса, возглавляющего замечательное агентство с отличной командой. Это агентство чем-то напоминает фабрику с конвейером, на котором ежегодно создаются сотни мощных презентаций для бизнесменов из всех отраслей. Дейв начинает с «сырья» – он выясняет как можно больше о жизни клиента, его интересах, природе его бизнеса или профессии и о каких-то интересных историях, случившихся с ним. А в итоге с конвейера сходит сверкающая новая мощная презентация – со сценарием, слайдами в формате MS PowerPoint®, другими визуальными подсказками, видеомедиа и всем остальным, что может оказаться необходимым для влияния, продвижения или получения прибыли. Если говорить короче, он превратил искусство в систему. Подобно тому как Генри Форд создал конвейер, сделавший автомобили доступными для широких масс, Дастин создал мощные презентации, доступные для всех: предпринимателей, специалистов, писателей или экспертов. Благодаря тому что Дейв практически каждый день проводит через созданный им процесс множество людей, он смог сформулировать определенные заключения, принципы, стратегии, структуры, типы повествования и коммерческие тактики. Их можно считать надежными методическими рекомендациями при создании собственными силами мощных презентаций для любой цели – от еженедельных собраний сотрудников до докладов на совете директоров. Вы можете делать столько презентаций, сколько вам нужно, и так часто, как вам понадобится.

А теперь давайте ненадолго вернемся к президенту Трампу...

Он смог создать то, что Дейв Вангуз называет в этой книге неподражаемой или «стадионной» презентацией. Он собрал качественную аудиторию для своего рассказа, а затем многократно расширил ее с помощью медиаохвата, не ограничиваясь личными встречами. Его презентацию можно разложить на составные части с помощью формул Дастина Мэтьюса. И если все, о чем мы пишем, способно привести не самого ожидаемого человека в Белый дом, только подумайте, что оно может сделать лично для вас.

Давайте это выясним...

#### Приглашение для читателей

Чтобы связаться с авторами книги и получить доступ к дополнительным бесплатным ресурсам, информации и многому другому, совсем не обязательно ждать, пока вы дочитаете ее до конца.

Дастин Мэтьюс и Дейва Вангуза можно найти на сайте [www.SpeakingEmpire.com](http://www.SpeakingEmpire.com), а дополнительные материалы к этой книге расположены на сайте <http://NoBSPresentations.com>.

Новостную рассылку Дэна Кеннеди и ассоциации маркетинг-ориентированных предпринимателей, а также множество ресурсов, основанных на его методах, можно найти на сайте <http://GKIC.com>.

## Раздел I

### Как составить мощную презентацию

#### Глава 1

#### Кем вы хотите быть – любителем или профессионалом?

Дэн Кеннеди

«Весь мир – театр», писал Шекспир, который зарабатывал себе на жизнь тем, что создавал тексты для актеров, произносивших их перед публикой.

Все мы живем, постоянно создавая свои презентации и донося их до аудитории.

Вы думаете, как именно пригласить девушку на свидание, как сделать ей предложение, как правильно побеседовать с сыном или как попросить у отца ключи от его машины, – а затем делаете эти презентации перед аудиторией. Вы представляете, как будете делать презентации для начальника, коллеги, совета директоров или для клиентов. Большинство людей этим и ограничиваются – формулируют и высказывают свои мысли. Мало кто воспринимает это как сложный и многоэтапный процесс: задумку, подготовку, уточнение, репетицию и, наконец, рассказ. Для таких людей мы используем особый термин: *профессионалы*. Вы сами должны решить, кем – любителем или профессионалом – вы видите себя в этой деятельности, контролирующей значительную часть вашей жизни.

Стоит отметить, что любители получают не так уж много денег.

К счастью, я довольно быстро познакомился с *концепцией презентации* в своей профессиональной жизни. Почти все, что мы делаем и чего достигаем, представляет собой результат эффективного донесения до аудитории качественной презентации. Я понял, что большинство людей либо не думают об этом, либо не предпринимают в этом отношении стратегических и осознанных шагов. Напротив, они действуют довольно хаотично. Поняв это, я увидел возможность завоевать определенное конкурентное преимущество. В то время это было очень важно, поскольку у меня имелась куча недостатков. Так что я начал серьезно изучать архитектуру, инженерию, строительство успешных презентаций и искусство написания текста для них.

И я никогда не переставал этому учиться. Одна из первых книг по этой теме, которую я нашел, была озаглавлена *Dynamic Selling* («Динамические продажи»), ее автором был С. Роберт Трэлинс. Издание, которое я нашел в букинистическом магазине в 1971 г., было опубликовано в 1961-м. В то время я еще учился в школе и продавал всякие мелочи домовладельцам и мелким бизнесменам, фактически работая коммивояжером. Последовав инструкциям и примерам из этой книги, я сел за стол и впервые в жизни создал свою презентацию на нескольких карточках. Я менял карточки местами, переписывал их и в итоге получил почти идеальный продукт. Мои результаты тут же улучшились. Сведения из этой книги были крайне примитивными и упрощенными в сравнении с тем, о чем пишем мы. Однако и та книга, и наша фокусируются на структуре. Одного этого уже было достаточно для того, чтобы у меня произошли значительные изменения, и я задался вопросом, насколько более качественные результаты я мог бы получить от презентаций и насколько лучше стать как оратор – или, точнее, исполнитель презентаций, – если бы смог выявить и улучшить каждую их деталь.

Структура очень важна. Я рекомендую вам прочитать отличную современную книгу на эту тему – *The Architecture of Persuasion: How to Write Well-Constructed Sales Letters* («Архитек-

тура убеждения: Как писать хорошо сконструированные коммерческие предложения») Майкла Мастерсона. Но, как и в случае с практически любым видом успеха, решение не ограничивается чем-то одним. Более того, поиск чего-то *единственного* – волшебной таблетки, секретного ингредиента – приводит к разочарованиям и постоянным неудачам во всем, чем люди пытаются заниматься: борьбе с лишним весом и сохранении хорошей формы, игре в гольф, создании и донесении до аудитории эффективной презентации, распространении своих идей, влиянии и лидерстве или даже простой попытке продать товары или услуги. Поэтому я изучил огромное количество источников и разработал комплексный подход к созданию эффективной презентации и ее донесению до аудитории. Я черпаю информацию из разных, порой эклектичных, источников. Но что важнее всего, я делаю это вполне намеренно и в книге многим с вами поделюсь.

Теперь позвольте мне суммировать результаты всего этого для меня самого. Я стал профессиональным спикером и начал зарабатывать больше 1 млн долл. в год за свои выступления и семинары. В течение девяти лет подряд я был одним из двух постоянных игроков в сфере массовых выступлений в Америке и делал свои презентации на спортивных аренах для аудиторий от 10 000 до 35 000 человек. Благодаря своим выступлениям я смог развить компанию, многократно увеличить ее доходы и запустить целый ряд побочных проектов. Все это сделало меня богатым. Я создал себе репутацию и личный бренд, и они помогают мне оставаться в хорошей форме в течение уже четырех десятилетий, а также заниматься проектами на моих собственных условиях и с огромной долей автономии. Я стал востребованным и высокооплачиваемым писателем. Я создал множество коммерческих презентаций и сценариев для ораторов, для рекламно-информационных роликов на ТВ, для видео- и веб-подкастов в области продаж в Сети и для продвижения в других медиа. Мои гонорары и суммы роялти за каждый из этих проектов варьировались от 100 000 до 250 000 долл.

И всего этого я добился с помощью самообразования, без каких-либо курсов, инструкторов и наставников. Если бы я мог в свое время найти хоть что-то, сопоставимое с системой создания презентаций моего соавтора и его «инкубатора», где люди делают презентации в крайне сжатые сроки вместе с его командой, то я наверняка достиг бы своих лучших результатов намного быстрее и потратил куда меньше времени на размышления. Я напоминал себе знаменитых путешественников Льюиса и Кларка, пробивавшихся через заросли и шаг за шагом торивших собственный путь. А у моего соавтора уже есть дорожные карты, шаблоны, готовые структуры и опыт. Благодаря всему этому ему удалось привлечь сотни клиентов и тысячи учеников.

Даже если у вас нет соковыжималки, вы наверняка знаете, как она работает. Вы кладете в нее кусочки дыни, немного салата-латука, морковку и яблоко и получаете в итоге густой и питательный сок. Именно это сделали Дастин Мэтьюс и его партнер Дейв Вангуз со всеми ингредиентами эффективных презентаций. Дастин – прирожденный соковыжимальщик. Более того, он смог создать целое сообщество людей, посвятивших себя карьере оратора. Он назвал это сообщество *Speaking Empire* («Империя выступающих»). Дастин предлагает читателям заглянуть в этот мир, и надеюсь, что вы воспользуетесь его предложением.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.