

Các "Tiết Lộ" Giúp Bạn Trở Thành Người Trình Bày Thuyết Phục
Và Gặt Hái Thành Công



BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY **TỪ CÁC CHUYÊN GIA**

QUÁCH TUẤN KHANH

HỒNG PHƯƠNG LAN
VŨ HOÀNG QUỐC TUẤN
LƯU TÙNG THANH
LƯU NGỌC LÂM
NGUYỄN ANH TUẤN
TRẦN ĐỨC HƯNG
TRẦN THIÊN LÝ

NGUYỄN ĐỨC NHẬT
PHAN CỬ NHÂN
HOÀNG MINH VIỆT
NGUYỄN HOÀI NAM
HUỲNH NGỌC MINH
TRẦN HỮU LỄ

NXB
DÂN TRÍ

alpha
books

Table of Contents

GIỚI THIỆU

CHƯƠNG 1 Thùng rỗng kêu to... nhưng không vang

CHƯƠNG 2 Khi bạn nói, tôi biết bạn là ai

CHƯƠNG 3 Để không bao giờ phải hỏi: “làm sao để hết run sợ?”

CHƯƠNG 4 Để thấu hiểu người nghe

CHƯƠNG 5 Những sai lầm “không nói ra thì không ai biết”

CHƯƠNG 6 Soạn sẵn nội dung trình bày để chinh phục khối óc và trái tim người nghe

CHƯƠNG 7 Vui chơi không quên nhiệm vụ: đạt mục tiêu

CHƯƠNG 8 Khởi đầu ấn tượng – đầu xuôi, đuôi lọt

CHƯƠNG 9 Dùng ngôn ngữ chuẩn

CHƯƠNG 10 Phần kết luận tạo nhiều dư âm

CHƯƠNG 12 Ngôn ngữ cơ thể dẫn dắt người nghe

CHƯƠNG 13 Làm chủ giọng nói

CHƯƠNG 14 Tuyệt chiêu từ các bậc thầy diễn thuyết

CHƯƠNG 15 Sử dụng công cụ đa phương tiện

CHƯƠNG 16 Kể chuyện – nghệ thuật chinh phục từ xa xưa

GIỚI THIỆU

D diễn giả Quách Tuấn Khanh

Anh là một Doanh nhân thành công, Diễn giả chuyên nghiệp và là Chuyên gia về lĩnh vực Phát triển con người & Phát triển doanh nghiệp. Hiện anh là Chủ tịch Power UP Group tiên phong trong lĩnh vực phát triển con người tại Việt Nam. Ngoài bằng MBA của Trường Quản trị Maastricht, Hà Lan, anh còn thu gặt được nhiều kinh nghiệm đa ngành sau gần 20 năm làm việc trong các lĩnh vực báo chí, quản lý

PR & Marketing, Sale, điều hành doanh nghiệp và giảng dạy Đại học.

Anh đã giúp đánh thức và truyền cảm hứng cho hàng trăm ngàn người, bao gồm bạn trẻ, quản lý, người hành nghề chuyên nghiệp, giám đốc, chủ doanh nghiệp... phát huy tiềm năng để có thể đạt những thành quả xuất sắc trong nhiều lĩnh vực.

Các hội thảo và khóa học thương hiệu Quách Tuấn Khanh được tổ chức thường xuyên và thu hút sự tham gia của những ai muốn thay đổi cuộc đời và nâng cao chất lượng cuộc sống như Bí quyết trình bày từ diễn giả số 1, Bậc thầy thuyết trình, 99 diễn giả chuyên nghiệp, Tuyệt chiêu sale, Người bán hàng nam châm, Giải mã gen khởi nghiệp, 24 tuần khởi nghiệp cùng chuyên gia, Rèn con những phẩm chất thành công, Phát huy tài năng của con.

Trung bình, anh huấn luyện và diễn thuyết gần 15 ngày trong tháng. Một số doanh nghiệp lớn là khách hàng của anh bao gồm: Mercedes-Benz, Unilever, Danone Dumex, Prudential, AIA, BP, Samsung Vina, LG Vina, Coca-Cola, Bảo Minh, MSD, Sanofi-Aventis, Bayer, Bio, Mobifone, Vinamilk, Viettel, Nguyễn Kim, NH SCB, NH Đông Á, NH An Bình, NH Quân đội, Imexpharm, Masan, Vietnam Airlines, Anh văn Hội Việt-Mỹ, Dược phẩm Eco, Vietnamworks, FPT, Canon, Phú Mỹ Hưng, HD

Bank, Agribank, Nam Long, DKSH, Perfetti, Tân Hiệp Phát, Tôn Hoa Sen, L'oreal, Clarins, C.P, Ford, Mitsubishi, Toyota, American Standard, Electrolux, Monsanto, Hanwha Life...

Hiện được xem là Diễn giả hàng đầu Việt Nam, anh đã được nhiều báo chí và truyền hình đề cập đến như Thanh Niên, Người Lao Động, Phụ Nữ Thành Phố, Thế Giới Phụ Nữ, Tuổi Trẻ, Doanh nhân Sài Gòn, Sài Gòn Giải Phóng, Hà Nội Mới, VietNam News, đài BBC, HTV, VTV, VTC, VCTV... Nhiều Talk show truyền hình mời anh tham gia thường xuyên như Người xây tổ ấm, Chuyện đêm cuối tuần, Thế giới đàn ông, Chuyện đàn ông, Sức sống mới, Chào ngày mới, Hiểu về trái tim, Trà chanh, Không thể không đẹp, Nói ra đừng sợ, Diễn đàn CEO, CEO Talk...

Anh hiện là tác giả của E-newsletter ePower thu hút gần 100.000 đăng ký. Các website của anh gồm: quachtuankhanh.net, chuyengiadinhh.net, dienthuyet.vn, tuyetchieusale.com

Anh là tác giả của 5 quyển sách đã được xuất bản tại Việt Nam, được đông đảo độc giả quan tâm và yêu mến: Tôi vận dụng Luật Hấp Dẫn như thế nào?, 52 tuần đưa Luật Hấp Dẫn vào cuộc sống, Vitamin cho Tinh thần, Vitamin cho Thành công, Bí quyết trình bày từ các chuyên gia (Quách Tuấn Khanh & các Chuyên gia)

Thực hiện Ebook: huynhduy - xoideo

Trang chủ: TVE-4U.ORG

CHƯƠNG 1

THÙNG RỒNG KÊU TO... NHƯNG KHÔNG VANG

TÁC GIẢ: QUÁCH TUẤN KHANH

Thực tế cho thấy, khả năng nói chuyện và trình bày của nhiều người Việt Nam không được tốt. Nguyên nhân lớn thuộc về đặc điểm văn hóa nói chung, mà cụ thể là do giáo dục. Người Việt chúng ta ngay từ nhỏ đã được dạy rằng: phải biết “kính trên nhường dưới,” “im lặng là vàng,” phải “nghe nhiều hơn nói,”... Tôi nhớ hồi bé đã được học: con người chỉ có một cái miệng nhưng có đến hai cái tai, vì vậy, chúng ta phải lắng nghe nhiều hơn nói. Trong gia đình thì con cái phải nghe theo lời dạy bảo của ông bà cha mẹ “con cãi cha mẹ trăm đường con hư.” Trên lớp thì phải nghe lời thầy cô, nói hay làm điều gì khác thường thì bị liệt vào dạng cá biệt.

Nói là một cách để thể hiện bản thân, suy nghĩ, quan điểm, tư tưởng, khao khát, mong muốn của mình nhưng ngay từ nhỏ, chúng ta không có cơ hội để rèn luyện, thực hành thì làm cách nào để nói tốt được (đó là chưa kể sự thui chột đi ít nhiều về mặt tư duy, nhất là tư duy phản biện, tư duy sáng tạo...).

Khi đã trưởng thành, có nhiều mối quan hệ xã hội và công việc, hầu hết chúng ta đều nhận ra rằng, những ai có lợi thế trong trình bày sẽ có nhiều cơ hội thành công hơn trong mọi vấn đề. Nhưng rồi chúng ta lại phải đối diện với một vấn đề mới: “Thùng rồng kêu to!”

Không thể nói hay... không có gì để nói

Khi bạn nói lên ước mơ của mình, nhất là những ước mơ lớn, ngay lập tức, thiên hạ sẽ ném cho bạn những cái nhìn đầy hoài nghi, thậm chí bạn bị

dán cho cái mác “hoang tưởng”. Bạn sẽ nhận được những cái nguýt mắt, trề môi: “Để xem làm được tới đâu mà hót dữ quá!” Dần dần, chẳng ai dám nói ra, tuyên bố hay chia sẻ bất cứ điều gì nữa.

Tất nhiên, cũng có không ít người nói được nhưng không làm được. Và họ trở thành “tấm gương” để nhiều người khác soi vào và không dám mở miệng cất lời bởi e sợ sự đông rui “Nói trước bước không qua.” Vì thế, nhiều người khẳng định: “Tôi nói không hay nhưng tôi làm được nhiều điều”, thực ra, đó là cách ngụy biện **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** cho sự kém cỏi và không chịu rèn luyện kỹ năng nói.

Cần phải hiểu rằng, dù bạn là ai, làm nghề gì, chọn một cuộc sống như thế nào thì bạn cũng không thể nào tránh khỏi việc trình bày! Bạn dạy con, thuyết phục chồng, trả giá khi mua sắm, bán hàng, phỏng vấn xin việc, trình bày ý tưởng với sếp, giao việc cho nhân viên,... bạn đều cần đến kỹ năng trình bày. Trừ khi bạn thu mình lại, cắt đứt tất cả các mối quan hệ, ném đi hết mọi khát khao,... và chọn thất bại trong đời làm lẽ sống, thì may ra bạn trốn được chuyện nói năng, trình bày.

Nếu bạn là người giữ vai trò quan trọng trong công việc, như quản lý hoặc lãnh đạo công ty, thì với tất cả các phương tiện hiện đại như hiện nay, những gì bạn nói, bạn phát biểu có thể được ghi lại ngàn đời. Tất cả mọi yếu kém từ giọng nói, ngôn ngữ cơ thể, nội dung nông cạn, từ ngữ thiếu chuẩn xác, câu cú què cụt, lời nói thiếu lửa, thiếu nhiệt tình hay giả tạo,... đều được phơi bày và lưu giữ. Không hiếm đoạn video diễn thuyết của nhiều người, nhất là những nhân vật quan trọng, đã trở thành trò cười cho thiên hạ và được phát tán nhanh đến chóng mặt trong giới nhân viên văn phòng và giới trẻ vì nội dung ngây ngô, hoặc cách nói kém thuyết phục.

Dù thế nào thì bạn cũng không thoát được việc phát ngôn, trình bày, phát biểu,... thế nên để không biến mình thành “thùng rỗng kêu to,” bạn phải “kêu” sao cho thật “vang”!

Nếu chỉ lên gân, sao chép, cóp nhặt hay lặp lại lời của người khác một cách vô hồn thì lời nói của bạn chẳng thể “vang” được!

Có thể những gì bạn nói không phải là điều hoàn toàn mới mẻ, nhưng đó phải là những gì bạn đã trải nghiệm trong cuộc sống. Đó là những chất liệu

vô cùng tuyệt vời để bạn tạo nên một bài nói chuyện đi vào lòng người. Những kinh nghiệm dù thành công hay thậm chí là thất bại, miễn chúng mang lại cho bạn những bài học quý giá thì chắc chắn chúng cũng sẽ cần thiết và hữu ích cho người khác. Vì vậy, muốn nói hay, trước hết bạn phải sống cho có “chất” trước đã!

Tuy nhiên, những gì bạn nói không nhất thiết phải là những gì bạn đã trải qua, nhưng chí ít đó phải là những gì bạn đã suy ngẫm, đạt tới sự thấu hiểu sâu sắc và chín muồi. Cho dù chỉ là kể lại câu chuyện của người khác thì bạn cũng phải có khả năng phân tích, đúc kết. Điều này đòi hỏi bạn phải có được những cảm nghiệm thật sự từ việc trải lòng vào câu chuyện.

Lợi thế khi có kỹ năng trình bày tốt

Đã đến lúc bạn không thể tìm cách tránh né việc phát triển kỹ năng trình bày sao cho tạo được hiệu quả tốt nhất. Việc thuyết trình trước đám đông là một trong những công cụ tiếp thị mạnh mẽ nhất trong thời đại này. Các doanh nghiệp đều nhận thấy rằng, trong một thị trường mà tính chất cạnh tranh đang trở nên quyết liệt như hiện nay, ai giỏi kỹ năng trình bày, thì người đó sẽ nổi bật giữa đám đông. Và trên đà phát triển của công nghệ, khả năng truyền tải ý tưởng, dữ kiện theo cách đơn giản nhất, rõ ràng nhất cũng đang trở thành một kỹ năng giúp mang lại những ích lợi vô kể.

Dưới đây là những lý do tại sao bạn cần phải trau dồi và phát triển kỹ năng trình bày của mình. Qua đó, bạn sẽ thấy kỹ năng trình bày tốt mang lại cho bạn những lợi thế ưu trội nào.

Có được việc làm tốt

Một công việc tốt không phải là thứ dễ kiếm, và không phải muốn là có được. Trong tình hình hiện nay, nhiều doanh nghiệp, tổ chức đang ngày càng thu nhỏ quy mô hoạt động, làm tinh giản bộ máy nhân sự; và như thế, giữa lúc “người khôn của khó”, chẳng thấy đâu một việc làm ưng ý. Đã qua rồi cái thời bạn ung dung bước vào một văn phòng làm việc nào đó, điền

vào tờ đơn, rồi có ngay việc làm.

Ngày nay, bạn phải biến mình thành một người tiếp thị năng nổ để “lãng-xê” chính bản thân mình.

Các nghiên cứu đã cho thấy rằng 60% quyết định tuyển dụng là dựa vào khả năng tạo thiện cảm và 40% là các kỹ năng khác. Nói cách khác, các nhà tuyển dụng, quản lý thường muốn tuyển và thăng chức những người họ thấy yêu quý và tin tưởng. Bạn tạo được thiện cảm với một người qua việc bạn thể hiện và trình bày về bản thân mình. Nhiều người đi xin **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** việc có giấy tờ, lý lịch trông rất “hoành tráng” nhưng lại không đủ sức thuyết phục nhà tuyển dụng thuê mình vào làm việc.

Nếu bạn có các kỹ năng trình bày tốt, bạn sẽ dễ dàng có được những công việc tốt hơn – bởi vì bạn sẽ đủ sức “tiếp thị” hay “bán” các kỹ năng mình có qua khả năng trình bày chính xác, khúc chiết và tràn đầy nhiệt tình, cảm xúc.

Thăng tiến trong công việc

Càng leo cao trên chiếc thang thành công, dù muốn hay không, bạn cũng phải... nói nhiều hơn. Bạn sẽ phải thuyết phục cấp trên về các ý tưởng, kế hoạch của bạn. Bạn sẽ phải truyền cảm hứng thúc đẩy tinh thần cho nhân viên của mình. Và có thể bạn phải trình bày về bộ phận, về tổ chức, doanh nghiệp hoặc lĩnh vực chuyên môn của mình trước nhiều người khác.

Ký được nhiều hợp đồng hơn

Rõ ràng là nếu bạn có các kỹ năng trình bày và biết lắng nghe, bạn sẽ gặt hái được nhiều thành công hơn trong nghề bán hàng. Ngày nay, để trở thành người bán hàng giỏi, bạn phải là một nhà sư phạm có khả năng đặt câu hỏi, hiểu rõ các nhu cầu nguyện vọng, biết cách tổ chức sắp xếp thông tin và trình bày để khách hàng tiềm năng có thể hiểu được.

Những người bán hàng tốt nhất luôn biết cách trình bày hiệu quả về các

ích lợi của sản phẩm hay dịch vụ cho người nghe. Họ cũng biết rằng công việc bán hàng không còn là chuyện làm ăn theo kiểu một đổi một nữa. Người bán hàng ngày nay phải tổ chức các buổi thuyết trình, hội thảo trước đông đảo khách hàng tiềm năng. Và như thế, tất nhiên họ phải giỏi các kỹ năng trình bày để thuyết phục.

Tổ chức các cuộc họp chất lượng

Nhiều cuộc họp chỉ làm lãng phí thì giờ quý giá của những người tham dự. Và các cuộc họp không gì khác hơn là những buổi trình bày. Để tổ chức một cuộc họp hiệu quả, bạn phải lập rõ một chương trình có ý nghĩa, thu hút sự quan tâm, trả lời các câu hỏi, và đề ra được các bước hành động cụ thể. Đây là những kỹ năng mà những người thuyết trình giỏi đều dùng đến. Bạn có thể trau dồi để áp dụng các kỹ năng này.

Xua tan chán nản và căng thẳng

Khi thông hiểu và bắt đầu sử dụng thành thạo các kỹ năng thuyết trình hiệu quả, bạn sẽ thừa sức xua tan đi tâm trạng chán nản, mệt mỏi của chính mình và của thính giả. Những người thuyết trình giỏi đều biết cách nói chuyện làm cho người khác muốn nghe và dễ dàng hiểu được. Trong bán hàng, khách hàng tiềm năng sẽ tiếp nhận thông điệp được trình bày một cách thuyết phục.

Tạo dựng diện mạo bản thân mạnh mẽ hơn

Diện mạo bản thân rất quan trọng. Nhiều người có triển vọng thành công nhưng lại bị mất việc hay không được thăng chức cũng chỉ vì họ thể hiện ra một diện mạo kém cỏi trong lúc trình bày.

Những người thành công thường có phong thái đầy tự tin. Có nhiều doanh nghiệp đề nghị tôi hướng dẫn cách cải thiện hình ảnh cá nhân lúc trình bày của đội ngũ nhân viên của họ. Họ có các nhân viên chuyên môn

giỏi, tận tụy với công việc, nhưng khả năng trình bày kém và luôn thể hiện thái độ thiếu tự tin vào bản thân. Qua các khóa học, tôi đã giúp họ cải thiện đáng kể không chỉ các kỹ năng liên quan đến trình bày mà còn giúp gia tăng lòng tự tin vào bản thân.

Tạo dựng các mối quan hệ

Nếu bạn có thể trình bày các ý tưởng và thể hiện những cảm xúc của mình theo cách nào đó không khiến người khác cảm thấy khó chịu, thì bạn có rất nhiều cơ hội thiết lập nên những mối quan hệ hữu hảo, tốt đẹp. Việc trình bày vấn đề từ góc độ người đối diện, hay là nói bằng ngôn ngữ của người nghe, là một kỹ năng cốt yếu để trình bày thuyết phục.

Gia tăng quyền lực

Quyền lực bạn có được thông qua sự công nhận từ người khác. Quyền lực có thể đến từ vị trí, kiến thức, sức hút, tầm quan trọng của bản thân; và trình bày là dịp để tăng sức hút, thể hiện kiến thức và trải nghiệm, hay cho thấy khả năng ảnh hưởng tới người khác của bạn. Khi nói trước công chúng tốt, bạn đã củng cố và gia tăng quyền lực của mình lên gấp nhiều lần. Nhưng nó là con dao hai lưỡi nên có thể hại bạn bất cứ lúc nào, đó là khi bạn nói tệ, nói kém, nói không thuyết phục, khi ấy bạn đánh mất tất cả những quyền lực và sức mạnh đã có của mình.

Trau dồi sự tự tin

Nhiều người rèn luyện sự tự tin bằng cách tập nói trước công chúng. Bởi không có kỹ năng nào giúp bạn gia tăng sự tự tin bằng việc trình bày trước người khác. Khi nói, bạn thể hiện mình từ trong ra ngoài, từ kiến thức đến kinh nghiệm, từ thói quen đến tính cách, từ mục đích sống cho tới gu thẩm mỹ và cả xuất thân của bạn nữa. Tất cả sẽ lộ diện qua ngôn ngữ nói, ngôn ngữ cơ thể, giọng điệu, tư thế, nội dung, hình thức,... bạn trình bày. Một khi

bạn trình bày tốt, tác động tích cực đến người nghe, chắc chắn lòng tự tin của bạn gia tăng lên rất nhiều.

Kiểm tiền từ lời nói

Từ công việc huấn luyện, đào tạo, diễn thuyết

Ai cũng cần được học hỏi kiến thức, trau dồi kinh nghiệm; ai cũng cần được giúp định hướng, xác định hoài bão, ước mơ; ai cũng cần được hướng dẫn, huấn luyện để theo đuổi và chinh phục các mục tiêu trong đời; ai cũng mong sống một cuộc đời thành công, hạnh phúc... Nếu bạn làm tốt một trong những điều đó, bạn có thể kiếm được tiền từ những gì bạn trình bày, chia sẻ.

Từ việc giúp người khác thay đổi hoặc khiến người khác hành động

Trong cuộc đời, ai cũng muốn thành công nhưng họ thiếu năng lượng, cảm hứng, kiến thức, động lực, sự kiên nhẫn để có thể thay đổi. Nếu bạn giúp họ điều đó thông qua kỹ năng nói truyền cảm hứng và chia sẻ kiến thức của mình thì đương nhiên bạn sẽ được đền xứng đáng.

Khi là người quản lý, bạn cần phải tạo ra sự thay đổi cho đội ngũ nhân viên để họ cùng hướng về mục đích chung. Nhưng người khác chỉ thay đổi khi bản thân họ thật sự mong muốn và khao khát. Nếu bạn có khả năng tạo động lực, truyền cảm hứng, khơi dậy tiềm năng,... thì bạn sẽ thành công xuất sắc trong vai trò quản lý của mình!

Từ việc bán hàng

Chẳng có giao dịch nào xảy ra nếu bạn không thuyết phục được người khác mua sản phẩm của bạn. Chắc chắn không phải bàn cãi thêm về việc người bán hàng xuất sắc là người có kỹ năng trình bày tốt. Họ trình bày các ích lợi mà khách hàng nhận được từ sản phẩm và dịch vụ của mình một

cách đầy cảm xúc và tích cực; họ giải quyết các thắc mắc của khách hàng một cách khéo léo và hợp lý; họ đưa ra những đề nghị khiến khách hàng không thể chối từ,... và họ chinh phục khách hàng ngay từ lúc xuất hiện cùng phong thái lúc trình bày. Người sale có kỹ năng trình bày tốt là người hái ra tiền từ bất cứ sản phẩm hay dịch vụ nào họ rao bán!

Bài phỏng vấn Diễn giả Quách Tuấn Khanh về Kinh doanh Tri thức

Biến cuộc đời và kinh nghiệm của bạn thành một sản phẩm độc đáo!

Nghe anh chia sẻ rằng Diễn thuyết chỉ là một mảng nhỏ trong ngành Kinh doanh Tri thức. Vậy anh có thể giải thích rõ hơn Kinh doanh Tri thức là gì được không?

Một cách dễ hiểu thế này: Nếu bạn thật sự có đam mê, giàu kiến thức và nhiều trải nghiệm trong một lĩnh vực bất kỳ; thậm chí, bạn mê một thú vui nào đó đủ sâu thì bạn vẫn có thể **hái ra tiền** từ niềm đam mê này của mình bằng cách chia sẻ lại cho người khác thông qua nói (diễn thuyết), viết (sách) hoặc sản phẩm do bạn tạo ra hay tổng hợp lại. Những người có cùng mối quan tâm và đam mê sẽ phải trả tiền để được nghe bạn chia sẻ kinh nghiệm, đọc những gì bạn viết, sử dụng sản phẩm của bạn,...

Khi làm như vậy tức là bạn đang kinh doanh tri thức!

Làm sao để biết được liệu mình có phù hợp với ngành kinh doanh này?

Nếu bạn có niềm đam mê và không ngừng tìm hiểu... Nếu bạn gặt hái được một thành tựu nhất định trong đời... Nếu bạn đã từng vượt qua nghịch cảnh... Nếu bạn đã từng chinh phục một đỉnh cao... Nếu bạn có nhiều kinh nghiệm trong một lĩnh vực nào đó... Nếu bạn có những đúc kết sâu sắc về cuộc đời... Nếu bạn từng đưa một công ty, một thương hiệu kinh doanh thành công... Và bạn mong muốn chia sẻ lại những điều bạn đã trải nghiệm với người khác thì bạn hoàn toàn có thể tham gia ngành này.

Nhưng ai thêm quan tâm đến những chuyện của tôi?

Những gì bạn đam mê và trải nghiệm thì thế nào cũng có những người khác có cùng sự thích thú, quan tâm và muốn đào sâu, tìm hiểu. Đặc biệt,

họ muốn nhanh chóng và ít phải trả giá, ít phải mò mẫm để có thể đạt được kết quả mong muốn.

Khi bạn theo đuổi đam mê, thì một trong những niềm hạnh phúc lớn lao là được chia sẻ đam mê của mình với mọi người. Điều mà bạn chia sẻ ấy chắc chắn sẽ mang lại ích lợi cho người khác, và bạn mặc nhiên nhận được sự đền đáp tương xứng.

Cung và Cầu đều đã có sẵn, phần còn lại là biết cách đóng gói và biến nó thành một công cuộc kinh doanh!

Vậy anh có thể cho biết về tiềm năng của ngành kinh doanh tri thức này?

Hiện trên thế giới, ngành kinh doanh thông tin và tri thức đang phát triển rất mạnh mẽ và có rất nhiều người dùng chuyên môn, hiểu biết, kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng hay những câu chuyện cuộc đời của họ như một sản phẩm để tham gia vào ngành kinh doanh tri thức này.

Dù ở bất kỳ giai đoạn nào của cuộc đời, chúng ta cũng cần học. Nhu cầu học của mỗi người cũng rất đa dạng và phong phú, gắn liền với nhiều vai trò trong cuộc đời: cha mẹ, con cái, nhân viên, lãnh đạo, học sinh, chủ doanh nghiệp, người bán hàng,... đồng thời bao quát ở nhiều mặt của cuộc sống: sức khỏe, làm giàu tài chính, sự nghiệp, công việc, giải trí, quan hệ gia đình,... Như thế, với bất cứ ngóc ngách nào của đam mê hay chuyên môn bạn theo đuổi thì bạn vẫn có thể chia sẻ với người khác và luôn có người quan tâm đến những thông tin - kiến thức - kinh nghiệm của bạn.

Vậy bạn đã thấy được tiềm năng lớn lao của ngành kinh doanh này chưa?

Đầu tư cho ngành này như thế nào và yếu tố quyết định thành công là gì?

Đây là một ngành kinh doanh không lệ thuộc vào vốn, nhưng tỷ suất lợi nhuận lại cao.

Bởi vì sản phẩm của bạn chính là kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng,... nên bạn chẳng cần quá nhiều vốn.

Đầu tư cho ngành này chỉ cần thời gian dành cho việc nghiên cứu, học tập và đúc kết những trải nghiệm của **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** chính mình.

Tuy nhiên, điều quyết định cho thành công của bạn chính là khả năng tạo

ra sản phẩm, “đóng gói” sản phẩm, bán hàng và tăng quy mô phân phối.

Cụ thể là bạn phải làm được các bước như sau:

Xác định thị trường;

Tạo ra các loại sản phẩm; Xây dựng thương hiệu;

Tạo dựng công cuộc kinh doanh; Xây dựng các kênh bán hàng;

Cách tăng trưởng quy mô kinh doanh.

Ai có thể tham gia vào ngành này?

Giảng viên, giáo viên, chuyên viên, nhà tư vấn; Người đi làm, có nhiều kinh nghiệm, đạt tới vị trí quản lý/chuyên gia; người có chuyên môn, hoặc hiểu biết sâu sắc về một lĩnh vực nào đó; người đã gặt hái được thành tựu trong đời; người thích chia sẻ; người chiến thắng số phận, vượt qua nghịch cảnh.

Và bất cứ ai, miễn người ấy đang thật sự sống nghiêm túc với cuộc đời và đam mê của mình, và dĩ nhiên là muốn tham gia vào ngành kinh doanh này!

Vì sao anh cho rằng đây là một ngành kinh doanh “hot” hiện nay?

Đây là thời đại lên ngôi của tri thức, thông tin; và trong khi kinh tế khó khăn, loại hình kinh doanh nào ít vốn đầu tư luôn là một chọn lựa tốt.

Nghe có vẻ ngành kinh doanh này hấp dẫn quá nhỉ?

Đúng vậy! Đây là những ích lợi mà bạn khó có thể tìm thấy trong nhiều ngành nghề khác:

Vốn cực ít;

Thù lao cao;

Thu nhập thụ động tuyệt vời;

Thỏa sức sống với đam mê;

Rủi ro rất thấp;

Đóng góp nhiều giá trị cho cuộc sống;

Hạnh phúc trong lúc làm việc.

Thuyết trình xuất sắc do rèn luyện

Trong lịch sử, có nhiều nhà hùng biện đại tài không phải vì họ có năng

khiếu bẩm sinh, mà nhờ quá trình rèn luyện đầy quyết tâm. Thời Hy Lạp cổ đại, Demosthenes nổi tiếng vì khả năng hùng biện. Ông thường ở ẩn dưới lòng đất từ hai đến ba tháng liên tục để luyện giọng và tập hùng biện. Để không bị cảm đồ rời khỏi hang, ông cạo nửa đầu nhằm buộc mình phải luyện tập tiếp. Sau đó, ông còn ngâm sỏi và phát âm thật to tranh với tiếng sóng thét gào để luyện phát âm rõ ràng.

Abraham Lincoln cũng hồi hộp đến mức không kiểm soát được đôi bàn tay của mình trong những lần đầu tiên nói trước công chúng. Giọng ông hơi the thé và chói tai. Ông đã nghiên cứu và tập luyện theo những nhà hùng biện giỏi nhất, đọc đi đọc lại các bài diễn văn trước bạn bè và đồng nghiệp. Nhờ đó mà ông đã trở thành một nhà diễn thuyết xuất sắc.

Bill Clinton, vị tổng thống Mỹ có tài ăn nói, bị ám ảnh bởi việc soạn thảo và chuẩn bị trước mỗi bài diễn văn của mình. Sau khi nhận được bản nháp từ người soạn bài phát biểu, ông sửa đi sửa lại nhiều lần: phiên bản 6 giờ 30, 7 giờ 30, rồi 8 giờ 30 trước khi bài diễn văn chính thức được cất lời lúc 9 giờ tối!

Trong giới kinh doanh, cựu giám đốc Apple, Steve Jobs không được xem là nhà hùng biện “bẩm sinh”, dù ông vô cùng xuất sắc trong công việc này. Ông rèn luyện và cải thiện dần qua thời gian. Từ thời điểm giới thiệu máy Macintosh năm 1984, đến những cuộc trình bày tuyệt diệu về Macworld năm 2007, Steve Jobs đã cho thấy rõ sự tiến bộ của mình. Chính việc cam kết rèn luyện đã tạo ra sự khác biệt!

Nếu bạn muốn trình bày tốt thì cũng giống như mọi kỹ năng khác, hãy thực hành nhiều và điều chỉnh sau mỗi lần thực hành. Hãy xem mọi cuộc nói chuyện trong ngày dù với một hay nhiều người, dù ít quan trọng hay quan trọng, dù có chuẩn bị kỹ hay không chuẩn bị đều là một cơ hội để rèn luyện kỹ năng thuyết trình. Lý tưởng nhất là tìm cho mình một chuyên gia để đánh giá giúp bạn và chỉ ra những điểm cần điều chỉnh và hướng dẫn cách điều chỉnh.

Tuy nhiên, nếu chưa tìm được người kèm cặp thì bạn hãy tự rèn luyện và theo dõi sự tiến bộ của mình dựa trên mẫu đánh giá kỹ năng thuyết trình sau đây để bạn có thể biết được mình đang ở đâu và hướng đến nơi bạn muốn

trong từng kỹ năng nhỏ.

MẪU ĐÁNH GIÁ KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH TOÀN DIỆN

1. Các lỗi thường mắc phải trong thuyết trình a. Mục đích bài nói chuyện có rõ ràng không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Cấu trúc bài nói chuyện có chặt chẽ và rõ ràng không?

.... Có Cần cải thiện Không c. Bài nói chuyện có quá nhiều thông tin hay không?

.... Có Cần cải thiện Không d. Các thông tin có được chứng minh không?

.... Có Cần cải thiện Không

(Các thông tin được chứng minh bằng các ví dụ, câu chuyện, so sánh, ẩn dụ...) e. Giọng nói có rõ ràng, linh hoạt và hấp dẫn không ?

.... Có Cần cải thiện Không f. Bài thuyết trình có giúp giải quyết vấn đề và thỏa mãn nhu cầu của thính giả không?

.... Có Cần cải thiện Không

2. Những phần dễ trực trặc

A. Phần mở đầu a. Phần xuất hiện của tôi có tự tin và phục vụ mục tiêu trước khi bắt đầu bài nói chuyện không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Tôi có thu hút được sự chú ý của thính giả không?

.... Có Cần cải thiện Không c. Tôi có dẫn dắt được người nghe không?

.... Có Cần cải thiện Không

B. Chuyển đoạn a. Các ý chuyển đoạn có rõ ràng không?

.... Có Cần cải thiện Không

C. Kết luận a. Tôi có hệ thống lại các điểm chính không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Phần kết luận có ấn tượng và dễ nhớ không?

.... Có Cần cải thiện Không

D. Xử lý các câu hỏi a. Tôi có trả lời được các câu hỏi không?

.... Có Cần cải thiện Không

E. Công cụ trực quan và tài liệu?

a. Tôi có làm tốt việc sử dụng công cụ trực quan, bảng ghi chú, và việc bố trí phòng ốc không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Các tài liệu có được chuẩn bị tốt không?

.... Có Cần cải thiện Không c. Hình ảnh minh họa có đẹp và rõ ràng không?

.... Có Cần cải thiện Không

3. Những điểm quan trọng

A. Ngôn ngữ thuyết phục a. Các ví dụ tôi sử dụng có phong phú không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Tôi có dùng ngôn ngữ tiêu cực không?

.... Có Cần cải thiện Không c. Tôi có dùng cảm xúc để thuyết phục người nghe không?

.... Có Cần cải thiện Không

B. Ngôn ngữ cơ thể a. Cử chỉ, phong thái và tư thế của tôi có tự tin không?

.... Có Cần cải thiện Không b. Tôi có mỉm cười và sử dụng giao tiếp bằng mắt với thính giả không?

.... Có Cần cải thiện Không

4. Đánh giá chung

A. Tôi có đạt được mục tiêu bài thuyết trình không?

.... Có Cần cải thiện Không

B. Theo thang điểm 1 – 10, bài diễn thuyết của tôi đạt mấy điểm?

1 2 3 4 5 6 7 8

9 10

C. Bài diễn thuyết có hữu ích, thú vị và thuyết phục không?

....CóKhông Trung bình

5. Đề nghị cải thiện

A. Tôi có hài lòng với bài thuyết trình của mình không?

...Rất hài lòng.....Hài lòngKhông hài lòng

B. Những điểm nào tôi có thể cải thiện?

.....

.....

.....

CHƯƠNG 2

KHI BẠN NÓI, TÔI BIẾT BẠN LÀ AI

TÁC GIẢ: QUÁCH TUẤN KHANH

Khi bắt đầu nói là bạn đã tự tố giác bản thân! Chưa cần biết bạn nói gì, chỉ cần nhìn thấy bạn thể hiện như thế nào và cất giọng ra sao là đã có thể nhận định nhiều điều về bạn. Bởi khi nói, nhân cách, suy nghĩ và thái độ, những phẩm chất và giá trị sống của một người được thể hiện. Bề dày trải nghiệm, chiều cao trình độ, chiều sâu tri thức của con người cũng bộc lộ theo. Nào, cùng tìm hiểu thử xem nhé!

Hình ảnh bản thân qua giọng nói

Giọng nói cũng có sức tạo hình. Những gì bạn thể hiện trong giọng nói của mình thậm chí còn quan trọng hơn hình dáng bề ngoài của bạn nữa. Nếu dáng vóc cơ thể bạn hấp dẫn, quyến rũ nhưng giọng nói rất tẻ, thì khán giả cũng đánh giá thấp cái đẹp cơ thể vốn có của bạn. Cũng thế, có những người tuy hình dáng bề ngoài không có gì cuốn hút nhưng được coi là có sức hấp dẫn vì giọng nói của họ được đánh giá là quyến rũ.

Giọng nói (đương nhiên là giọng nói hay) cũng ảnh hưởng đến số tiền bạn kiếm được. Các ngôi sao

Thế vận hội năm 1984 giỏi giao tiếp với giới báo chí đều nhận được hàng triệu đô-la từ việc được mời quảng bá các sản phẩm hay dịch vụ thương mại, điển hình như vận động viên thể dục dụng cụ Mary

Lou Retton chẳng hạn. Ngược lại, các vận động viên khác dù có huy chương vàng nhưng không giao tiếp với giới báo chí thì đều lỡ mất cơ hội kiếm được hàng triệu đôla từ các chiến dịch quảng cáo thương mại.

Nhiều cuộc nghiên cứu đã cho thấy, những người nói giỏi thì được coi là thân thiện, thành công hơn trong kinh doanh, có sức thuyết phục hơn và đáng tin nhiệm hơn. Ví dụ như các chính trị gia, những nhân vật của công chúng, phần nhiều thì mức độ tin cậy của họ dựa vào cách nói chuyện. Mỗi lần cố tổng thống John F. Kennedy phát biểu đều được công chúng hào hứng đón nhận. Có lẽ ông là vị tổng thống năng động, sôi nổi và thú vị nhất trong các tổng thống Mỹ, phần lớn là nhờ khả năng xuất chúng của ông trong việc giao tiếp bằng giọng nói.

Giọng nói có sức ảnh hưởng mạnh mẽ và lan truyền cảm hứng có thể làm thay đổi những suy nghĩ và niềm tin của người nghe, thậm chí có thể thay đổi cuộc sống của họ nữa. Chẳng hạn, mỗi khi phát biểu, một số diễn giả như Leo Buscaglia hay Robert Schuller, ngay lập tức thu hút đám đông khán giả nhờ bản hòa âm phát ra từ giọng nói của họ. Giọng nói của các diễn giả này như thứ nhạc cụ đang được trình diễn một cách điêu luyện, làm hưng phấn tai nghe và khơi trào cảm xúc.

Tính cách thể hiện qua cách nói

Galen, triết gia Hy Lạp, đã từng nói rằng “giọng nói là tấm gương phản chiếu tâm hồn.” Âm điệu của giọng nói cho biết những cảm giác thực sự trong lòng bạn. Bạn đang suy nghĩ gì, đang có cảm xúc gì, thường được thể hiện rõ ràng qua giọng nói.

Thường thì các nhà tâm lý học có thể lần dò ra được những diễn biến bất thường trong tính cách của một người qua âm thanh phát ra từ giọng của người đó. Trên thực tế, chúng suy sụp tinh thần hay chứng tâm thần phân liệt có thể chẩn đoán được dựa vào cách nói chuyện của một người. Bạn có thể biết được **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** nhiều điều về người khác qua việc để ý lắng nghe giọng nói cùng nội dung họ nói ra.

Dưới đây là một vài đặc điểm giọng nói phản ánh các nét đặc trưng về tính cách:

Kiểu lỗ mãng: Những người có giọng nói thô ráp, đứt quãng như thế

muốn ăn tươi nuốt sống người khác, thì thuộc vào những người đang gặp nhiều trắc trở, xung đột và mâu thuẫn trong đời sống cá nhân, gặp nhiều khó khăn trong việc sống hòa hợp với người khác. Dùng nhiều âm thanh gần trong giọng nói, những người này làm tổn thương các dây thanh và làm giọng nói bị tổn hại. Và trong đời sống, họ thường khó lòng thiết lập được những mối quan hệ tốt đẹp với những tông giọng rất khó nghe ấy. Cả khi họ không cảm thấy buồn, nhưng giọng nói lúc nào cũng có vẻ nặng nề, buồn chán. Họ dễ làm người đối diện cảm thấy giống như mình đang bị chửi rủa do những âm thanh phát ra đầy vẻ nặng nề, bộp chộp, rất khó lọt tai.

Kiểu “Bé lớn”: Giọng nói với âm điệu “cao vút trên trời” (trường hợp một bà 42 tuổi có giọng nói như của trẻ 12 tuổi) có thể tiết lộ cho thấy người nói có tính cách còn non nớt, ấu trĩ, có lối cư xử và hành động hệt như trẻ con vậy. Tôi thấy có nhiều phụ nữ có lối cư xử theo kiểu “bé gái” chẳng hấp dẫn chút nào. Giọng nói họ yếu ớt, nghe rõ cả tiếng thở, kèm với rất nhiều động tác di chuyển đầu, những cử chỉ, dáng điệu rất kiểu cách. Có thể họ nghĩ như thế mới là nữ tính và yêu kiều, mới có sức quyến rũ, nhưng thật ra trông họ rất lố bịch, buồn cười. Những thứ phù hợp với họ khi mới lên mười xem ra đã “lỗi thời” khi họ đã bước vào tuổi bốn mươi.

Kiểu “À ời ru ngủ”: Với giọng nói cứ đều đều không lên không xuống, nghe chẳng có sắc thái gì hay, người nói cho thấy mình đang gặp những trục trặc tâm lý trong việc thể hiện cảm xúc và khó gần gũi được với người khác về mặt cảm xúc. Những người như thế thường sống với thái độ thờ ơ, hờ hững, lạnh nhạt. Họ thường không nói nhiều. Nhiều khi, cạy miệng họ còn khó hơn lấy móng tay đào hai tấc đất. Họ là kiểu người rất kiệm lời, cảm thấy rằng nếu mình ít nói, người ta sẽ ít có cơ hội đánh giá mình. Sợ bị người khác đánh giá, nhưng họ lại không biết rằng chính lúc họ thể hiện cái kiểu “cạy miệng không nói” đó, người ta lại thường có cái nhìn và đánh giá tiêu cực về họ hơn lúc nào hết.

Kiểu “Tiếng còi tàu xuyên màn sương sớm”: Những người nói với âm lượng quá to, thì trừ trường hợp họ bị lãng tai ra, có thể họ đang gặp vấn đề trục trặc với cái tôi của mình. Họ rất cần mọi người chú ý đến mình. Những người này, có lẽ bạn đã gặp nhiều, nhất là ở những nơi công cộng, trên tàu

xe, thậm chí trong những quán xá yên tĩnh,... Cụm từ “ăn to nói lớn” có thể vì đó mà xuất hiện phổ biến chăng?

Kiểu thờ ơ cuộn mình. Một giọng nói nhỏ nhẹ đến mức éo lá, nghe âm thanh ra chiều “thốn thức,” chữ này nuốt lấy chữ kia, hoặc dường như có thể hết hơi bất kỳ lúc nào, có thể là dấu hiệu cho thấy người nói có lòng tự trọng rất thấp và cảm thấy nhiều nỗi bất an trong lòng. Kiểu người này có vẻ rất ít tự tin và luôn cảm thấy rụt rè, nhút nhát trong việc thể hiện bản thân mình. Có thể những người này cảm thấy những gì mình nói chẳng có gì hay ho, quan trọng, nên thôi, họ quyết định thì thào cho chắc ăn.

Kiểu đua xe bằng miệng. Kiểu nói với tốc độ nhanh quá mức có thể cho thấy người nói đang cảm thấy lo lắng, bất an trong lòng, hoặc hấp tấp, nông nổi, thiếu kiên trì. Việc nói nhanh như thế đã đánh mất đi tầm quan trọng của những gì được nói ra. Và thường thì có lắng nghe cách mấy, bạn cũng khó lòng hiểu được những gì người này đang nói. Lúc bạn đề nghị họ lặp lại điều họ đã nói, họ thường có xu hướng muốn nổi khùng với bạn; và khi đó, họ lại càng nói nhanh hơn, làm cho bạn phải bảo họ nhắc lại tiếp, rồi cuối cùng đôi bên đều cảm thấy nản lòng mà sự việc chẳng đi đến đâu.

Hãy nghĩ về những người bạn biết có những nét tính cách ở trên, rồi thử nghe lại giọng nói của họ, bạn sẽ thấy, phần lớn những mô tả ở trên phù hợp chính xác với đặc điểm tính cách của họ.

Bạn cũng đừng quên lắng nghe giọng nói của chính mình, vì chính giọng nói của bạn sẽ tạo ra một hình ảnh tương ứng trong mắt người khác bất kể bề ngoài của bạn thế nào. Hãy đảm bảo rằng bạn không rơi vào bất kỳ kiểu nào trong những kiểu được kể trên. Nhưng nếu chẳng may giọng của bạn vốn chưa hay như mong muốn thì cũng không có gì phải lo lắng quá nhiều, vì bạn hoàn toàn có thể rèn luyện và thay đổi tích cực hơn.

Hình ảnh bản thân qua ngôn ngữ cơ thể

Cơ thể mở

Đầu hơi ngẩng lên, cánh tay mở ra – động tác mời gọi khán giả lắng

nghe, thể hiện bạn đang kiểm soát cuộc thuyết trình.

Trước khi bắt đầu nói, bạn phải thể hiện cho khán giả thấy một hình ảnh mạnh mẽ, sống động. Thực hiện một số động tác tay để nhấn mạnh những điểm nổi bật lúc mở màn, thể hiện thái độ tự tin với những gì mình nói.

Lo lắng

Nếu bạn đứng yên và nói với một cung giọng bình thường thì đồng nghĩa với việc bạn phát đi thông điệp: “Tôi đang lo lắng.” Dù bạn có đôi chút lúng túng nào đó thì cũng đừng bao giờ cho hai tay vào túi quần, bởi đó là biểu thị một thái độ thiếu nhiệt tình.

Đứng đưa người

Khi đang nói, bạn đừng tỏ ra năng động bằng cách đứng đưa người qua lại hoặc theo hướng trước – sau. Đây là động tác mà một khi đã bắt đầu thì rất khó dừng lại. Đối với người nghe, đó là hành động thể hiện thái độ quanh co, không ngay thẳng. Để tránh mắc phải điều này, bạn nên bước tới bước lui và nhấn mạnh những điểm quan trọng cần nói.

Đọc bài

Thuyết trình không phải là đọc cho mọi người nghe các ghi chép mình đã soạn. Tốt hơn, bạn phát biểu phải “biến mất” đối với bạn. Cách tốt nhất để tránh tình huống không hay này là nên học thuộc lòng những ý chính cần nói, để khi trình bày, bạn biết rõ mình sẽ nói gì tiếp theo đó. Như thế, bạn sẽ thoải mái tập trung hoàn toàn vào bài thuyết trình.

Tìm điểm tựa

Đôi khi trong lúc trình bày bạn cố tạo ra một tư thế đứng thư giãn hơn bằng cách dựa người vào bục phát biểu. Tuy nhiên, tư thế này không giúp

bạn thư giãn và đem lại cảm giác kiểm soát mà sẽ làm cho bạn trông chẳng bình thường chút nào, thậm chí là nhếch nhác. Và tai họa nào sẽ xảy ra nếu bực yếu, không đỡ nổi cơ thể của bạn?

Mất kiểm soát

Nếu bạn nhận thấy khán giả ít hưởng ứng, hãy lôi kéo họ trở lại bằng một hoạt động tương tác nào đó. Đừng mất bình tĩnh rồi cứ nhìn chăm chú vào màn hình chiếu, đọc nhanh hoặc lướt qua các slide cho xong; làm như thế khán giả sẽ ngay lập tức nhận ra sự mất kiểm soát của bạn.

Không đáng tin

Các cử chỉ như đưa tay lên sờ tai, sờ cằm, che mũi cho thấy rằng bạn đang cố giấu đi sự thật là bạn không thực sự tin vào những gì mình đang nói. Hãy đừng “sờ soạng” lung tung khi đang nói!

Giao tiếp bằng ánh mắt

Hãy luôn nhìn bao quát toàn bộ thính giả để không ai nghĩ rằng bạn bỏ sót họ. Có thể bạn không lôi cuốn được sự chú ý và tập trung của 100% khán giả, nhưng sẽ có một nhóm người tỏ ra hoàn toàn đồng ý, nhiệt tình ủng hộ, mong muốn bạn hoàn thành tốt bài trình bày. Vì thế, bạn nên lấy nhóm người này làm cảm hứng mà trình bày như thể chỉ cho họ nghe, tạm quên đi các khán giả khác. Nếu những người này tỏ thái độ hay hành động ủng hộ – và thường thì họ làm thế – thì đây sẽ là cơ hội tuyệt vời để bạn thừa thắng xông lên, lấy lại tự tin để thể hiện mình trước tất cả khán giả đang nghe.

Tuy nhiên, hãy thực tế hơn!

Bạn đừng bao giờ quên rằng nhiều dấu hiệu ngôn ngữ cơ thể của bạn đôi

lúc lại chẳng hề mang lại ý nghĩa nào hết. Đừng lo ngại khán giả sẽ đọc thấy những thông điệp tiêu cực hoặc trái ngược với nội dung bạn đang trình bày. Nói cách khác, bạn phải luôn tỏ ra thực tế, bởi nhiều khi, đang trình bày mà bạn bị ngứa mũi, phải làm gì khác ngoài việc đưa tay lên gãi cánh mũi? Chẳng ai nghĩ đó là hành động khiếm nhã hay thiếu thành thật vì một dấu hiệu riêng lẻ nào đó thì không đủ để đưa ra bất cứ kết luận nào.

Ngôn ngữ cơ thể Có thể ám chỉ Thường có nghĩa
Gãi cánh mũi Đang nói dối, nghi ngờ
Đang ngứa mũi
Tựa lưng vào ghế
Thái độ kẻ cả, kiêu căng
Thấy mỏi lưng, muốn thư giãn
Đặt hai tay trong túi quần
Giữ kẽ, thờ ơ, hoặc có lẽ đang thất vọng, buồn phiền
Hai tay đang lạnh; hoặc có thể đang lục tìm thứ gì đó
Khoanh tay Tự vệ, ngờ vực, đang cần cảm giác yên tâm
Đang thấy thoải mái; hoặc trời đang lạnh
Vắt chéo chân Tự vệ, muộn phiền, có thể đang chống đối, thù ghét
Sự thoải mái (nam giới)
Dáng vẻ nữ tính (nữ giới)
Ngáp Buồn chán, gặp hoàn cảnh khó khăn
Buồn ngủ, mỏi mệt; hoặc thiếu không khí.

Cách lấy lòng tin

Quan sát người nghe

Khi bạn đặt câu hỏi cho khán giả, hãy để ý quan sát cách trả lời của họ qua giọng điệu, ngữ điệu, âm lượng, tốc độ. Điều này có thể giúp bạn đọc ra được những gì họ thực sự đang nghĩ trong đầu.

Người ta thường thích những người có cùng cách suy nghĩ với họ.

Không xen ngang

Đôi khi bạn thiếu kiên nhẫn hoặc bị “cắm đố” cắt ngang câu trả lời hoặc những chia sẻ của khán giả khi họ phát biểu ý kiến dài dòng, lồi thoi và làm mất thời gian. Ai cũng cảm thấy khó chịu khi đang nói mà bị xen ngang – do đó, bạn đừng bao giờ làm chuyện này với khán giả khi bạn đang muốn thuyết phục họ.

Đôi bàn tay

Thường chúng ta có xu hướng chuyển động hai bàn tay theo kiểu vô thức nhằm nhấn mạnh điều mình đang nói hay để tỏ ra những gì mình nói là thành thật. Lúc nào có ý thêm thắt, giấu giếm hay dối gạt thì chúng ta thường ít chuyển động tay hơn và đôi khi giấu tay vào túi, khoanh tay trước ngực, hoặc chấp tay ra sau lưng. Để chiếm được lòng tin, bạn đừng tìm cách giấu đôi bàn tay mình cho khuất mắt người đối diện, cứ để chúng tự nhiên chuyển động.

Giao tiếp bằng ánh mắt

Nói chuyện với ai đó, bạn nên giữ ánh mắt của mình tại điểm giữa hai mắt và trên sống mũi họ. Đây thường được coi là kiểu nhìn thân mật, dễ đón nhận người khác. Đừng bao giờ liên tục di chuyển mắt, nhìn hết chỗ này đến chỗ khác trong lúc nói chuyện, vì đó là dấu hiệu của thái độ thiếu thành thực, thậm chí dối trá, hoặc là biểu hiện của thái độ thiếu tự tin, thoái thác, không quan tâm đến những gì đang trao đổi. Tốt nhất, bạn nên nhìn vào phần xương gò má của người đang tiếp xúc. Còn khi trình bày trước đám đông, bạn cần đưa mắt liên tục để nhìn tất cả mọi người, nhưng hãy đảm bảo là ánh nhìn của bạn dừng lại từng người vừa đủ để mắt bạn kịp giao tiếp với họ.

Thuyết trình hay là... trốn

Nhiều người viện cớ: tôi làm chứ không nói, tôi ngại nổi danh, tôi ngại ra mặt,... để không phải thuyết trình. Tuy nhiên, như bạn đã biết, trong cuộc sống hiện đại, bất kể bạn là ai, giữ vị trí gì, bạn thử nghĩ xem trong một ngày 24 tiếng đồng hồ, có bao nhiêu dịp bạn phải truyền thông, cụ thể hơn là trình bày với người khác như: nói với con, “giải trình” với vợ, trò chuyện với bạn bè, tham gia phỏng vấn, trình bày với khách hàng, thuyết trình về kế hoạch kinh doanh, trả lời báo chí, xuất hiện trên truyền hình,... Đã sống trong đời thì “chạy trời không khỏi nắng”, trốn đi đâu cho khỏi phải thuyết trình?

Bạn đừng tưởng “im lặng là vàng”. Bởi đôi khi dù bạn không nói gì thì người khác vẫn “đọc thấy” rất nhiều điều về bạn. Tư thế bạn ngồi trong cuộc họp, cách bạn đối xử với con cái, kiểu đi - đứng - ăn

- uống của bạn, bạn cười ra sao, gương mặt bạn như thế nào... đều thể hiện điều gì đó. Một khi bạn để ý và rèn được các kỹ năng liên quan đến trình bày thì toàn bộ kỹ năng truyền thông của bạn nhất định sẽ tiến bộ theo. Và không chỉ quan trọng trong thuyết trình, những kỹ năng truyền thông đó còn là những thói quen rất tốt giúp bạn thành công trong đời.

Chủ quan và chưa chuẩn bị kỹ: Nhiều người thiếu trách nhiệm với bài trình bày của mình cộng thêm sự chủ quan nên họ không chịu dành thời gian đầu tư chuẩn bị. Họ nghĩ rằng vấn đề đó mình đã nắm chắc, nắm kỹ và nhuần nhuyễn lắm rồi, tất cả đều có sẵn trong đầu mình. Như thế họ đã lầm! Đúng là có thể họ thông suốt, thông thạo về chủ đề nào đó bởi nó thuộc chuyên môn của họ, nhưng để trình bày sao cho thuyết phục, thu hút và dễ hiểu lại là một kỹ năng mà ai nấy đều phải rèn luyện mới có được.

Nhiều người đã rất tự tin trước khi lên bục, nhưng rồi mọi thứ lại không suôn sẻ như họ đã nghĩ.

Nhiều điều hay ho, thú vị đã “không cánh mà bay”, những thứ tưởng chừng ăn sâu vào máu nhưng đến khi cần nói ra thì quên bống đi mất. Không ít người thể hiện sự lúng túng thấy rõ, quên đầu quên cuối, lúc này thì họ “vơ vét” bất cứ thứ gì nảy sinh trong đầu để nói. Cuối cùng, sản phẩm của họ là một bài trình bày hỗn loạn. Và kể từ đó, họ “cách” với trình bày.

Không có kỹ năng soạn bài trình bày: Nhiều người không biết cần phải bắt đầu từ đâu và chuẩn bị những gì, thiếu kỹ năng tìm kiếm tư liệu, lại không chịu nghiên cứu hoặc đúc kết vốn sống, thậm chí họ lười nhớ lại những chuyện trong quá khứ mà chính họ đã trải qua để có ý tưởng, chất liệu và cảm xúc cho bài trình bày của mình. Cuộc đời mỗi người đều là một câu chuyện thú vị, nếu ai đó bảo rằng tôi chẳng có gì để nói chính là vì họ không biết đúc kết và lựa chọn từ vô vàn chất liệu trong cuộc sống, công việc và chuyên môn của mình.

Một khi chưa soạn được một bài trình bày kỹ càng, đương nhiên họ sợ phải bước lên và cất tiếng trước đám đông. Nhiều người đã... trốn; phần còn lại thì “can đảm” hơn và họ làm cho khán giả phải nhủ thầm trong bụng: “Chịu đựng hết lần này thôi nhé!” Vậy là có thêm những người quyết tâm “xa lánh” trình bày.

Không sắp xếp được ý tưởng: Có kẻ chẳng nghĩ ra nổi một ý tưởng nào cho bài trình bày thì cũng có người lăm ý lăm chuyện, mà chuyện nào, ý nào cũng muốn đưa vào bài phát biểu. Nỗi khổ của những người quá nhiều ý tưởng là họ thấy tiếc nếu phải cắt bỏ bất cứ nội dung nào, mà nếu đưa hết vào thì lại quá dài dòng. Họ lúng túng trong việc sắp xếp các ý tưởng theo logic để truyền tải thông điệp rõ ràng, họ không biết trình bày cách nào thể hiện mục tiêu họ muốn truyền đạt. Như thế, ngay lúc soạn bài thuyết trình họ đã gặp khó khăn và mang nhiều trăn trở, vậy thì làm sao có thể tự tin và thông dong bước lên **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** trước đám đông để trình bày. Đó cũng là nguyên nhân khiến nhiều người trốn!

Trình bày khô khan: Nhiều người không biết làm mềm mại bài nói chuyện của mình. Có khi họ chia sẻ một câu chuyện hoặc trình bày một đề tài về tâm lý – cảm xúc mà như đang đọc một nghị quyết vậy.

Họ đưa ra những con số khô khan, các câu khẩu hiệu, lời kêu gọi mà không hề có cảm xúc hoặc minh họa bằng những câu chuyện thú vị. Và đương nhiên, chẳng ai đủ hào hứng và kiên nhẫn để lắng nghe, có người sẽ tìm cách “chuồn” đi, người tể nhị hơn thì có thể tiếp tục ngồi lại nhưng sẽ không tập trung và lắng nghe bài trình bày nữa.

Dùng tài liệu thay thuyết trình: Thật ra, khi thuyết trình trực tiếp, bạn không chỉ chia sẻ nội dung mà còn truyền cả cảm xúc và năng lượng cho người nghe nữa. Trong khi trình bày, bạn quan sát người nghe để biết họ hiểu tới đâu, chưa bắt kịp chỗ nào, có những phản ứng gì, đón nhận hay chối từ... Bạn luôn luôn phải đọc

– hiểu người nghe để điều chỉnh nội dung sao cho phù hợp. Vì vậy, đừng bỏ qua những nội dung quan trọng dù chúng đã được trình bày trong tài liệu rồi. Nhiều người lấy lý do mọi thứ đã có trong tài liệu để tránh phải chia sẻ, trình bày.

Sợ hãi: Sợ sai, sợ xấu hổ, sợ bị bắt bẻ, sợ không ai nghe, sợ mọi người đặt câu hỏi mà không trả lời được, sợ quên hết nội dung rồi đứng như “trời trồng” trên sân khấu, sợ người khác cười vào mặt mình... Hàng trăm hàng ngàn nỗi sợ xuất hiện khi nghĩ đến chuyện thuyết trình đã ngăn cản nhiều người bước lên trình bày trước người khác. Bất cứ ai sợ phơi bày con người của mình thì đương nhiên là họ sợ việc phải trình bày. Đừng quên rằng: khi hành động thì mọi nỗi sợ sẽ bị đẩy lùi. Chẳng ai chết vì đã thuyết trình một vài lần dở tệ, nhưng những ai từ chối rèn luyện để phát triển và hoàn thiện kỹ năng này thì đồng nghĩa với việc cự tuyệt nhiều cơ hội thành công đến trong đời mình.

HỒNG PHƯƠNG LAN

Hồng Phương Lan là chuyên gia huấn luyện kỹ năng mềm với hơn 6 năm kinh nghiệm đào tạo cho doanh nghiệp và 12 năm kinh nghiệm làm việc cho các doanh nghiệp đa quốc gia trong những lĩnh vực khác nhau từ sản xuất, thương mại đến dịch vụ.

Những doanh nghiệp cô đã tham gia huấn luyện như Mobifone, Vinaphone, Trung tâm Nghiên cứu Thực phẩm và dinh dưỡng, Trường Cao đẳng Nghề iSPACE,...

Là một trong ba người Việt Nam đầu tiên được chọn vào đội ngũ Life Coach toàn cầu của T.Harv Eker, cô được đào tạo bài bản những phương pháp Life Coaching mới nhất trên thế giới nhằm giúp mỗi cá nhân tạo

thói quen hành động và lập kế hoạch để từng bước đạt những mục tiêu quan trọng trong cuộc đời.

Ngoài ra, cô còn hợp tác với CTCP Babylons và tham gia phiên dịch các hội thảo và khóa học quốc tế về chủ đề Kinh doanh, Tài chính và Làm giàu tại Việt Nam như Internet Marketing, Be Rich, Evolution of Wealth, Phong thủy...

Hiện tại cô là giám đốc Công ty TNHH Phát triển Cộng đồng CL chuyên về Phát triển con người và Tư vấn trị liệu các vấn đề tâm và thân ứng dụng các công cụ NLP, Thôi miên và Lược đồ thời gian.

CHƯƠNG 3

ĐỂ KHÔNG BAO GIỜ PHẢI HỎI: “LÀM SAO ĐỂ HẾT RUN SỢ?”

TÁC GIẢ: HỒNG PHƯƠNG LAN

Ai vỗ ngực nói rằng mình chưa bao giờ cảm thấy bồn chồn hay lo lắng khi đứng nói chuyện trước đám đông, ấy là người ít đáng tin cậy. Phần bạn, cứ thành thực mà thổ lộ đi: rằng việc đứng trước một đám đông xa lạ – thậm chí trước đông đảo bạn bè thân quen – là một thử thách trải nghiệm ít nhiều đem lại cảm giác hoảng sợ.

Nỗi sợ ấy là chuyện hết sức tự nhiên, xuất phát từ những nguyên nhân cũng rất đời thường tình. Và việc xử lý nỗi sợ ấy cũng không quá khó nếu bạn biết cách.

Truy lùng căn nguyên nỗi sợ

Theo cuốn *The Book of Lists*, nói trước đám đông là nỗi sợ hãi đứng ở vị trí đầu tiên chứ không phải là côn trùng, độ cao, hay cái chết.

Có nhiều nguyên nhân khiến ta sợ hãi khi nói. Nỗi sợ đó có thể xuất phát từ một kinh nghiệm tiêu cực bản thân ta hoặc ai đó đã trải qua; từ những kết cục tệ hại ta suy đoán hay vẽ ra trong tưởng tượng; từ những suy nghĩ tiêu cực về bản thân...

Kinh nghiệm tiêu cực đã trải qua

Một người bạn của tôi đã trải qua một kinh nghiệm khủng khiếp khi làm hôn lễ tại nhà thờ. Từ dưới hàng ghế ngồi đi lên và trong lúc làm lễ, cô vẫn

bình thường và thấy hạnh phúc, xúc động. Nhưng rồi mọi chuyện thay đổi khi cô quay mặt lại và nhìn xuống khách mời đang ngồi trong nhà thờ. Lúc ấy, cô có cảm giác choáng váng vì thấy có quá nhiều người đang nhìn mình. Cô không nghĩ là có nhiều người đến thế. Cô có cảm giác mấy trăm cặp mắt đang đổ dồn vào mình. Người cô gần như bị tê liệt và không còn nhận biết gì cả. Thậm chí cô cũng không thể cười được và chồng cô phải nhắc cô cười liên tục. Từ đó về sau, cô không bao giờ dám đứng trước đám đông nữa. Bởi chỉ cần nghĩ đến chuyện đó là cô cảm thấy người run lên, hồi hộp và tim đập mạnh.

Nhìn thấy kinh nghiệm tiêu cực của người khác

Việc từng chứng kiến ai đó rơi vào tình huống tồi tệ cũng là một nguyên do làm cho bạn có những suy nghĩ và niềm tin tiêu cực. Chẳng hạn, có thể trước đây bạn từng tham dự một buổi thuyết trình nào đó và chứng kiến cảnh người trình bày bị lúng túng, luống cuống, mất bình tĩnh khi bị đám đông dồn dập đặt câu hỏi hay phản đối một điều gì đó. Khi ấy, có thể bạn thấy diễn giả giống như một con rối. Và từ đó, bạn sợ hãi khi nghĩ rằng có thể mình sẽ rơi vào tình trạng tương tự như thế nếu phải đứng trước đám đông mà nói chuyện hay trình bày.

Đối diện với rất nhiều ánh mắt

Người ta thường cảm thấy thoải mái khi đứng lẫn trong đám đông hơn là đứng trước mặt và dẫn dắt đám đông đó; vì khi đứng lẫn với nhau như thế, chẳng có ai là trung tâm, và nếu bạn cạn ý, sẽ có những người khác đỡ lời thay.

Tuy nhiên, nếu là một diễn giả, bạn phải đứng tách biệt và giữ vị thế khác biệt với mọi người. Khi đó, bạn là người duy nhất có những điều đáng nói, và khán giả phải tập trung lắng nghe. Một số người thấy hứng thú với việc được người khác chăm chú nhìn mình; ngược lại có người lại thấy hoảng hốt, run sợ khi phải đối diện với rất nhiều ánh mắt.

Không biết người nghe nghĩ gì

Có thể nhìn thấy đôi mắt họ, nhưng bạn không biết họ đang nghĩ gì. Giả sử có một khán giả đứng lên rời khỏi phòng, bạn sẽ lập tức cảm thấy hụt hẫng, dù thực ra có thể người này ra ngoài để đi vệ sinh. Hoặc cũng có thể có những thính giả tỏ vẻ lơ đãng khiến bạn cảm thấy không biết những gì mình nói có làm cho họ phật ý và phản đối hay không. Trong những trường hợp như thế, bạn sẽ cảm thấy lo lắng, thậm chí run sợ, và trở nên mất tự tin.

Tôi không có năng khiếu nói

Khả năng nói trước đám đông là một thứ năng khiếu bẩm sinh? Hoàn toàn không phải như thế! Đương nhiên, có một số rất ít người “sinh ra để làm diễn giả,” nhưng phần lớn diễn giả đều nhờ quá trình trau dồi mài giũa mà trở nên tài ba, xuất chúng.

Có thể nói ngay rằng, khả năng nói trước công chúng phụ thuộc phần lớn vào công khổ luyện, không phải vào năng lực bẩm sinh, dù tất nhiên nếu bạn có khiếu nói bẩm sinh (thuộc về năng lực ngôn ngữ và lập luận trong mô hình đa dạng trí thông minh Multiple Intelligence Test của Howard

Gardner¹) thì quá trình tập luyện sẽ đỡ vất vả hơn đôi chút. Biết gia công tập luyện, ai cũng có thể nói tốt trước công chúng.

Tưởng tượng ra những điều tiêu cực

Trí tưởng tượng của bạn thường “dội bom” tiêu cực ồ ạt trong lúc bạn chuẩn bị nói trước đám đông.

Bạn thường hình dung ra những tình huống tồi tệ nhất: đứng trên sân khấu, đầu gối bạn như muốn quy xuống, hơi thở gấp gáp, giọng nói run rẩy, chữ được chữ mất, cách đi đứng lóng ngóng vụng về, hết như anh hề trên sân khấu.

Tám bí quyết gia tăng sự tự tin

Đại thi hào Shakespeare từng nói đại ý rằng: không có điều gì tốt hay xấu, nhưng chính cách suy nghĩ làm cho điều này xấu, điều kia tốt. Muốn thất bại, hãy nghĩ như kẻ thất bại. Tương tự, muốn thành công, hãy suy nghĩ như người thành công.

Có lẽ đây lời khuyên tốt nhất dành cho những ai muốn thuyết trình giỏi: hãy nghĩ như nhà vô địch

Trước mọi buổi nói chuyện, bạn hãy hình dung về hình ảnh chiến thắng sẽ diễn ra. Hãy tưởng tượng ra mọi khoảnh khắc thành công: những tràng pháo tay không ngớt từ phía khán giả cho từng câu nói, vẻ mặt phấn khích và đồng tình ủng hộ của họ, còn bạn thì đầy tự tin và lời cuốn trên sân khấu, những câu nói mạch lạc, hùng hồn phát ra từ miệng bạn,... Tập tưởng tượng càng chi tiết càng tốt, như thế bạn đang chứng kiến những thành công ấy ngay lúc này.

Các diễn viên, vận động viên, ca sĩ, chính khách, doanh nhân, cùng nhiều người thành công khác đều dùng đến kỹ thuật hình dung này khi xuất hiện trước đám đông. Kỹ thuật này giúp họ thêm tự tin, sẵn sàng đón nhận chiến thắng. Dưới đây là tám kỹ thuật giúp bạn xây dựng niềm tin tích cực, tăng cường sự tự tin:

1. Tận dụng mọi cơ hội

Kỹ năng nói là một trong nhiều kỹ năng nhờ rèn luyện mà thành. Để nói chuyện tự tin hơn, bạn cần thường xuyên tận dụng mọi cơ hội để thực hành. Chủ động khơi gợi vấn đề, và nói ra quan điểm của bạn. Tích tiểu thành đại, nhờ các cuộc nói chuyện này, dần dần bạn sẽ có một bộ sưu tập phong phú các kinh nghiệm, giúp bạn xây dựng và tăng cường khả năng tự tin trình bày ý tưởng của mình trước người khác.

2. Chuẩn bị sớm và kỹ lưỡng

Nếu biết rằng không thể đầu tư thì giờ để soạn sửa bài nói, thì tốt hơn hết bạn đừng nhận lời mời nói chuyện. Cả khi được yêu cầu “nói vài lời ngắn

gọn thôi” mà thấy không có thì giờ chuẩn bị cho tốt, bạn cũng nên từ chối. “Vài lời ngắn gọn” ấy sẽ để lại ấn tượng xấu nếu bạn nói dài dòng, thiếu mạch lạc, rời rạc, không có ý gì cả. Đối với nhiều người, việc đứng trước đám đông, dù chỉ nói vài lời ngắn gọn, cũng có thể gây cảm giác lo lắng và run sợ không khác gì việc đứng nói cả buổi với một bài thuyết trình đã soạn sẵn.

Việc chuẩn bị trước có thực sự là điều quan trọng cần để ý đến hay không? Chắc chắn rồi. Theo một số nghiên cứu, việc chuẩn bị kỹ lưỡng sẽ giúp làm giảm đến 75% cảm giác run sợ khi đứng trên sân khấu. Vì thế, việc đầu tư thì giờ và công sức để chuẩn bị bài thuyết trình là cách khá hữu hiệu để giảm thiểu lo lắng và nâng cao sự tự tin.

3. Dùng tự thoại tích cực

Hầu hết các nhà tâm lý đều cho rằng hành động tự thoại tích cực sẽ giúp gia tăng đáng kể sự tự tin của mỗi con người. Bạn phải xác tín và liên tục tự nhủ rằng bạn sẽ nói chuyện thành công, rằng người nghe sẽ tích cực hưởng ứng bạn. Hãy tự nói với mình rằng: “Tôi là người tự tin, bởi hơn ai hết, tôi hiểu rõ những gì mình sẽ trình bày. Tôi là chuyên gia, và khán giả sẽ chăm chú nuốt lấy từng lời của tôi.”

4. Thả lỏng cơ thể

Có thể nhận thấy ngay nỗi lo lắng, run sợ của nhiều diễn giả qua ngôn ngữ cơ thể của họ trên sân khấu. Không có khán giả nào nghĩ bạn tự tin khi nhìn thấy cơ thể bạn căng cứng với cử chỉ, động tác hết như một chú robot. Để giải quyết điều này, khi bước ra sân khấu, bạn hãy hít thở sâu, buông lỏng cơ thể. Hãy tiến ra sân khấu với bước đi khoan thai nhưng dứt khoát; hãy tỏ ra hào hứng với cuộc nói chuyện này. Hãy đứng thẳng người, hai chân vững vàng trên đất; giao tiếp bằng mắt với khán giả, và thường xuyên mỉm cười. Điều này giúp bạn vừa cảm thấy tự tin, vừa thể hiện ra trước mắt mọi người hình ảnh tự tin đó.

5. Không có buổi thuyết trình nào hoàn hảo trăm phần trăm

Ta thường đặt ra cho mình những kỳ vọng thiếu thực tế (“Đứng trên sân khấu, mình phải hoàn hảo trăm phần trăm, nếu không sự nghiệp ăn nói của mình sẽ tan thành mây khói”). Bạn cần dẹp tan thứ ảo tưởng đó đi, đừng quá cầu toàn.

Hãy thử hỏi các diễn giả chuyên nghiệp lâu năm trong nghề mà xem, và họ sẽ cho bạn biết rằng không có lúc nào họ ngừng mài giũa, trau dồi kỹ năng ăn nói của mình, rằng không có lúc nào họ cho rằng mọi buổi diễn thuyết của họ đều hoàn hảo từ đầu đến cuối, thành công một trăm phần trăm.

Vì thế, phải thừa nhận rằng cho dù có nỗ lực hết mình, bạn cũng không thể hái được trăm phần trăm quả chín trong mọi buổi thuyết trình.

6. Tập thư giãn

Bạn nên dành chút ít thì giờ để thư giãn, nhằm cảm thấy thoải mái và tự tin trước giờ nói chuyện.

Dưới đây là một vài thủ thuật giúp bạn thư giãn:

Hít thở: Hít thở sâu bằng mũi, đưa không khí vào đầy buồng phổi. Nín thở vài giây, rồi chậm rãi thở ra bằng miệng.

Duỗi cơ: Trước giờ nói chuyện, hãy tìm một chỗ vắng vẻ để làm giãn cơ thể. Để các nhóm cơ bớt căng, bạn hãy nhẹ nhàng liên tục xoay đầu và vai theo chiều kim đồng hồ và ngược lại; rồi duỗi cơ mặt bằng cách há miệng càng to càng tốt và xoay tròn hàm dưới.

Đi tản bộ. Hãy giảm thiểu căng thẳng bằng cách đi dạo bộ một chút. Hoạt động này vừa giúp làm nóng các cơ, vừa để bạn ôn lại một lượt những chủ điểm sắp trình bày.

7. Ăn uống hợp lý

Việc ăn uống thì có can hệ gì tới chuyện gia tăng tự tin? Đương nhiên là

có. Thử nghĩ xem sẽ thế nào nếu bao tử bạn đang “biểu tình” hay “nổi loạn”?

Vào ngày nói chuyện, bạn hãy tránh dùng các món có bơ sữa (thường tạo nhầy trong cổ họng), nước giải khát có nhiều ga (dễ gây ợ), và chất caffeine. Chỉ nên ăn nhẹ trước lúc nói chuyện. Nên chuẩn bị chai nước trên bàn để thỉnh thoảng uống vì nước có tác dụng bôi trơn cổ họng khi nói.

8. Chuẩn bị tâm lý trước những tình huống không ngờ

Thỉnh thoảng, trong buổi nói chuyện, bạn sẽ rơi vào những tình huống “khó đỡ” vốn không lường trước được. Dù tình huống đó là gì, thì trước buổi nói chuyện, bạn cần chuẩn bị tâm lý để khi chẳng may gặp các sự cố ngoài ý muốn, bạn cũng giữ được bình tĩnh để có cách giải quyết thích hợp mà không phải bấn loạn hay cảm thấy rối tung cả lên.

Các chiến thuật “sai khiến” sự sợ hãi

Sợ hãi là một phản ứng tự nhiên có tính cách tự vệ của cơ thể. Gặp các hoàn cảnh lạ lẫm hay nguy hiểm, cơ thể sẽ tự kích hoạt hai loại phản ứng: “chiến đấu hay chạy trốn” hay “chiến hay biến.” Khi đó, nhịp tim bạn tăng nhanh, các cơ căng lên, và chất adrenaline trong cơ thể dâng lên ào ạt càng đẩy nhanh các phản ứng hồi hộp.

Các diễn giả có kinh nghiệm thường biết cách tận dụng chất adrenaline trong cơ thể làm nguồn năng lượng tích cực phục vụ cho mình: đầu óc họ tỉnh táo hơn; các ý tưởng, dữ kiện, con số hiện rõ trong đầu.

Nỗi lo lắng hay sợ hãi có thể làm cho bài nói của bạn sắc sảo hơn, có cảm xúc hơn, và nhờ đó có tính thuyết phục cao hơn. 2000 năm trước, nhà hùng biện đại tài Cicero đã cho rằng nỗi sợ là yếu tố định hình mọi cuộc diễn thuyết xuất sắc trước công chúng.

Sợ “lòi” cái sợ của mình ra

Bạn nên biết rằng cả những diễn giả chuyên nghiệp thường xuyên nói trước công chúng cũng phải vật lộn với những căng thẳng nhất định; và đó là một dấu hiệu cho thấy bạn là diễn giả đích thực.

Có câu chuyện vui kể rằng tại một cuộc hội thảo nọ, một phụ nữ bước vào phòng và thấy diễn giả đang đi tới đi lui với dáng vẻ thể hiện trạng thái bồn chồn, sốt ruột. Chị bèn hỏi diễn giả xem tại sao ông lại tỏ ra lo lắng như thế. “Ý chị là gì? Ai lo lắng chứ?” - diễn giả đáp lại. “Nếu không lo lắng,” chị này nói tiếp, “thế ông đang làm gì trong căn phòng dành riêng cho nữ này?”

+ Sức mạnh của bí mật: Việc đứng nói trước đám đông có thể là hành động công khai nhất; tuy nhiên, bạn vẫn có thể giữ được một chút riêng tư cho mình. Bạn không phải thể hiện ra nỗi lo lắng, bồn chồn; bạn có thể giữ nó yên trong lòng.

Sẽ chẳng lợi gì khi cho người khác thấy bạn đang lo lắng; nếu cố tỏ ra tự tin bằng hành động, tự khắc bạn cũng sẽ bắt đầu có cảm giác tự tin trong lòng. Hiếm khi nào diễn giả chuyên nghiệp tỏ ra vẻ bồn chồn lo lắng, dù trong lòng họ có đang hốt hoảng, hãi hùng.

Bạn đừng quá quan tâm đến sự lo lắng của mình khi đứng trước đám đông; hãy biết rằng đó là cảm giác thường tình, và khán giả sẽ không biết bạn đang lo lắng đến độ nào và cũng sẽ chẳng để ý nhiều đến điều đó.

+ Hãy hình dung: Nếu bạn nghĩ rằng mình sẽ thể hiện không tốt trên sân khấu, cũng như sẽ bị người nghe chống đối, thì chắc ngay từ đầu bạn sẽ mang tâm thế tự vệ, và nhận thấy trạng thái tự vệ nơi bạn, khán giả sẽ khó lòng đón nhận bạn.

Ngược lại, hãy hình dung trước trong đầu những hình ảnh tích cực về việc bạn sẽ thể hiện tốt nhất bài thuyết trình của mình, thì dần dần bạn sẽ tự tin và sẽ đạt được điều mình muốn. Hãy nhắm mắt lại, tưởng tượng ra hình ảnh những khán giả thân thiện, tích cực và hào hứng đón nhận bạn cùng với những gì bạn nói.

Trong kỹ thuật hình dung, yếu tố cốt lõi là việc kiểm soát hình ảnh bạn có trong đầu về bản thân; đừng để những suy diễn tiêu cực về thái độ và hành động của người nghe làm méo mó đi hình ảnh đó.

Có nhiều người lại cho rằng: tôi không thực sự tự tin mà bây giờ ráng nghĩ và vẽ ra một hình ảnh tự tin về bản thân, có phải là giả tạo, tự lừa dối mình không? Thưa không! Bởi có thể lúc này sự tự tin không phải là tính cách chủ đạo của bạn, nhưng nó vẫn có đó; và bạn dùng kỹ thuật hình dung để khai thông và làm cho nó lớn dần lên. Dần dần, nhờ thực hành nhiều, bạn sẽ biến sự tự tin vốn rất yếu ớt ban đầu đó trở thành một điều hết sức tự nhiên.

Sợ khán giả “ăn thịt”

Bạn phải biết rằng không phải khán giả đang ngồi đó để rình tấn công bạn. Thực ra, đến buổi nói chuyện của bạn, họ muốn đặt mình trong tay bạn, họ muốn lắng nghe và học hỏi những gì tốt đẹp từ bạn. Và họ sẽ lắng nghe với thái độ chăm chú và tích cực nhất khi bạn thể hiện ra được phong thái tự tin và khả năng làm chủ trên bục nói.

Các diễn giả nổi danh dù có lo lắng trong lòng nhưng luôn thể hiện để khán giả thấy rõ rằng họ hoàn toàn làm chủ mọi chuyện. Nếu diễn giả xuất hiện với thái độ lúng túng, thiếu tự tin, khán giả sẽ khó lòng cảm thấy thoải mái để tập trung lắng nghe và đón nhận.

Vì thế, dù trong lòng có thấy lo sợ đến đâu, bạn cũng nên làm ngược lại, cố thể hiện một phong thái tự tin để chiếm được cảm tình ban đầu của thính giả.

+ Đứng về phía người nghe: Bạn hãy nghĩ về người nghe nhiều hơn về bản thân mình. Biết rõ người nghe, coi họ như bạn bè, như thế, bạn sẽ bớt căng thẳng hơn. Người nghe thuộc lớp đối tượng nào, trình độ ra sao, nhu cầu thế nào, quan tâm đến điều gì? Họ sẽ nhận được ích lợi gì khi đến đây nghe bạn nói? Họ muốn thưởng thức bài nói của bạn, và bạn có thể làm gì để họ thỏa mãn ý nguyện mình?

+ Hãy đam mê: Càng say mê các ý tưởng mình sẽ trình bày, bạn càng có sức mạnh và dễ đưa cảm xúc vào bài nói của mình, và khi đó, cảm giác sợ hãi hay lo lắng sẽ cháy rụi dưới ngọn lửa đam mê của bạn.

+ Thể hiện sự hưng phấn: Hãy tập trung vào ước muốn chia sẻ cho người

nghe điều gì đó – điều mà bạn cảm thấy thực sự có giá trị, xứng đáng với công sức cũng như thì giờ của bạn và của mọi người.

Ước muốn hay hưng phấn rất dễ lan truyền. Tập trung vào những vấn đề quan trọng muốn truyền đạt đến người nghe sẽ giúp bạn bớt nghĩ về bản thân, và đây là một cách khá hữu hiệu để đẩy lùi nỗi sợ.

+ Nhớ rõ rằng bạn là chuyên gia: Bạn được mời đến nói chuyện. Người ta xem bạn như một chuyên gia, bạn là người nắm rõ đề tài này hơn ai hết. Bạn hãy tin điều đó để không còn cảm thấy sợ hãi, lo lắng nữa.

Sợ làm trò cười

Nhiều người sợ đứng lên và phát biểu bởi vì họ nghĩ rằng mình sẽ làm điều gì đó ngu ngốc, lỗ bịch, buồn cười

– chẳng hạn, nói vấp lên vấp xuống, quên chữ này sót ý kia,... Tuy nhiên, chuyện đáng mừng là người nghe bao giờ cũng thông cảm được với bạn về điều đó. Họ không đòi hỏi bạn đừng bao giờ mắc lỗi.

Điều họ muốn thấy là việc bạn xử lý những lỗi đó thế nào cho tốt, cho hay.

Sợ nội dung bài nói không đủ hấp dẫn

Đây là nỗi sợ dễ vượt qua nhất bởi vì bạn hoàn toàn nắm thế chủ động trong việc chuẩn bị nội dung.

Sẽ chẳng còn gì đáng sợ nếu bạn nắm chắc những gì mình sẽ trình bày.

+ Chuẩn bị thật kỹ: Bạn phải đầu tư thì giờ, công sức để nghiên cứu, chuẩn bị mọi thứ cần thiết cho nội dung bài nói của mình. Càng chuẩn bị kỹ lưỡng bạn càng yên tâm.

Nên sửa đi sửa lại nội dung bài nói cho đến lúc nào bạn thấy nó hay, hữu ích và có ý nghĩa đối với người nghe. Bạn đừng ngại sửa sang, biên tập lại những gì mình đã soạn.

+ Tập nhiều sẽ nhuễn: Arthur Rubinstein, nhạc công dương cầm trứ danh, thường nói rằng, “Nếu tôi bỏ tập một ngày, chỉ có tôi biết; nếu tôi bỏ

tập hai ngày, những người phê bình tôi sẽ biết; còn nếu tôi bỏ tập ba ngày, khán giả biết hết.”

Hãy tập luyện cho đến lúc nào bạn thấy tự tin 100%. Có nhiều diễn giả bỏ ra một giờ để tập cho thành thục một đoạn sẽ nói trong một phút. Bạn cũng nên làm như thế. Hãy tập dượt nhiều lần những gì sẽ nói, tập trong các hoàn cảnh khác nhau, thời gian khác nhau, thử dùng các kỹ thuật trình bày khác nhau. Có thể đứng trước gương mà tập nói, hoặc thu âm để nghe lại mà sửa, hoặc thử đứng nói trước một nhóm bạn để họ góp ý,...

Và tất nhiên, hiệu quả nhất là nên tập nói trước đám đông; càng nói chuyện nhiều lần trước đám đông, bạn càng thêm nhuần nhuyễn về khả năng trình bày. Nói trước công chúng là một thứ nghệ thuật phải trải qua thời gian mới trở nên hoàn thiện và thành công.

Hãy tiếp tục phấn đấu. Có thể lúc này bạn vẫn thấy lo lắng, nhưng đừng sợ. Cứ nói, rồi bạn sẽ nói giỏi và chẳng còn sợ điều gì.

Kích hoạt tâm thế tự tin trước khi nói

1. Lo lắng là chuyện bình thường.

Nếu cảm thấy lo lắng, hoặc chưa nói đã thấy lo, thì tức là bạn thuộc số đông.

Như bạn thấy, nỗi sợ nói trước đám đông thường “làm khó” cả những diễn giả, diễn viên chuyên nghiệp. Có cả ngàn giờ đứng nói trên sân khấu, gặp cả ngàn cả triệu khán giả, và sống bằng nghề ăn nói, diễn xuất, mà dân chuyện nghiệp còn có lúc bối rối, lo âu, thì chuyện những người ít nói trước đám đông thấy lúng túng, sợ hãi cũng là lẽ thường tình.

Cho nên, không quá tập trung vào nỗi lo lắng, không cho rằng đó là thứ gì kinh khủng lắm, bạn sẽ thấy thoải mái hơn và lấy lại được sự tự tin để “trình diễn.”

2. Những gì bạn sợ nhất thường hiếm khi xảy ra.

Nhiều khi, trí tưởng tượng của bạn “bay” hơi quá đà, nhất là trước giờ ra sân khấu. Có thể đầu óc bạn sẽ vẽ ra những cảnh tượng tệ hại nhất: hai gối bạn quy xuống sàn, trái tim như muốn nhào ra khỏi lồng ngực, nói năng lắp bắp chữ được chữ không, đầu óc quay cuồng, da mặt tái lại, và bạn trở thành một con rối trên sân khấu tấu hài...

3. Người nói bao giờ cũng nghiêm trọng hóa vấn đề hơn người nghe.

Nhiều người nói rằng ngay sau khi nói xong một bài thuyết trình, họ có cảm tưởng như thể từ thuở cha sinh mẹ đẻ đến giờ, họ chưa bao giờ run sợ đến thế, rằng hai đầu gối họ chưa bao giờ muốn quy xuống như lúc ấy.

Tuy nhiên, cũng những người ấy, khi xem các đoạn phim quay cảnh họ thuyết trình, họ lại ngạc nhiên khi thấy rằng những gì họ thể hiện ra lại có vẻ “ngon lành” hơn nhiều so với những gì họ đã cảm giác.

Khi bạn nói, trước hàng trăm con mắt, bạn thường cảm thấy mình bị đe dọa, và nổi lo lắng, run sợ, sẽ tự nhiên nảy sinh. Tuy nhiên, như đã thấy, dù bạn có thể thấy sợ chết khiếp, nhưng khán giả đôi khi lại chẳng nhận thấy gì. Bởi thế, bạn cứ yên tâm bước lên sân khấu mà trình bày.

4. Người nghe luôn cảm thông với bạn.

Thính giả ai cũng đã từng cảm thấy lo lắng khi phải phát biểu trước đám đông. Cho nên, thường thì họ sẽ nhìn bạn với cặp mắt ngưỡng mộ, thán phục, vì bạn có đủ can đảm để đứng đó thuyết trình. Còn **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** không, khi thấy bạn lo lắng, bối rối, họ sẽ hiểu được cảm giác của bạn và thông cảm với bạn vì chính họ cũng đã có lúc trải qua cảm giác này.

5. Người nghe muốn bạn thành công.

Khán giả đến nghe bạn nói vì nhiều lý do. Nhưng dù vì lý do gì đi nữa, thì một khi quyết định đến nghe, họ đã coi bạn như chuyên gia rồi, và họ

muốn những gì họ mong đợi sẽ được đáp ứng.

Thành thử, họ muốn bạn thành công, đơn giản bởi vì nếu bạn thành công thì họ cũng nhận được ích lợi cho mình. Đó là một nỗ lực phối hợp của đôi bên: bạn muốn nói cho ngon lành, còn họ thì muốn nghe một bài nói ngon lành. Bạn hãy gạt bỏ thứ suy nghĩ tiêu cực cho rằng khán giả ngồi sẵn dưới đó là để chờ dịp bắt lỗi mà “ném đá.”

6. Người nghe chưa bao giờ nghe bài nói của bạn.

Nhiều diễn giả thường hay lấy làm khó chịu và trách móc bản thân khi họ quên một chữ, một dòng, hay một ý tưởng nào đó. Bạn phải nhớ rằng: trước đó, khán giả chưa bao giờ nghe bài nói của bạn.

Không ai ngồi nghe lại theo dõi từng chữ từng dòng bạn nói để rồi la toáng lên rằng, “Này ông diễn giả, ông quên nói cái ý kia rồi!” Khán giả làm sao biết được bạn tính nói câu gì, chữ gì, ý gì? Họ chỉ biết điều bạn đã nói mà thôi. Do đó, bạn cứ yên tâm, đừng sợ rằng mình sẽ nói thiếu câu này, ý kia.

PHAN CỬ NHÂN

Phan Cử Nhân có hai bằng MBA của Asian Institute of Technology và CFVG. Anh là thành viên lâu năm của Nhóm Công tác Tài chính Vi mô Việt Nam và là thành viên Ủy ban Điều hành Hiệp hội Các ngân hàng phục vụ người nghèo khu vực Châu Á - Thái Bình Dương (Banking with the Poor Network - BWTP) với hơn

60 tổ chức thành viên đến từ 13 nước.

Phan Cử Nhân còn là diễn giả của nhiều hội nghị, diễn đàn quốc tế và khu vực về Tài chính vi mô như: Hội nghị Tài chính vi mô toàn cầu năm 2006 tại Halifax-Canada với hơn 2000 thành viên tham dự,

Hội nghị Tài chính vi mô châu Á năm 2006 tại Bắc Kinh với hơn 600 thành viên tham dự, Hội nghị Hiệp hội Ngân hàng Nông nghiệp Châu Á - Thái Bình Dương tại Hà Nội - 2008 và tại Teheran - Iran 2010 với hơn

500 thành viên tham dự.

Nhiều năm qua, anh là chuyên gia Tư vấn, đào tạo dự án cho ADB, SAVECHILDREN, ACTIONAID, VMFWG,... về kỹ năng quản lý, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng đào tạo, quản lý tài chính, kế toán...

Ngoài ra, anh còn là diễn giả trong chuyên mục Tư vấn về Giáo dục Quản lý Tài chính cho thanh niên trên Đài tiếng nói Việt Nam trong năm 2009.

CHƯƠNG 4

ĐỂ THẤU HIỂU NGƯỜI NGHE

TÁC GIẢ: PHAN CỬ NHÂN

Trong nghệ thuật thuyết trình hay nói trước công chúng, một trong các yếu tố quan trọng nhất để thu hút người nghe chính là việc phải hiểu rõ người nghe, nắm được các nhu cầu, mong muốn thực sự của họ. Thiếu đi yếu tố ấy, tức là không đáp ứng được những gì người nghe đang mong đợi, thì dù khả năng trình bày của bạn có siêu hạng đến mức nào, nội dung trình bày có hấp dẫn đến đâu đi nữa, bạn cũng sẽ chẳng chinh phục được người nghe.

1. Biết người biết ta

Cổ nhân có nói: “Tri kỷ tri bỉ, bách chiến bách thắng” (Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng).

Có lần tôi nghe một cô sinh viên phát biểu tại một cuộc họp về việc thành lập một câu lạc bộ kỹ năng sống và làm việc dành cho sinh viên. Đứng trước đám đông sinh viên, cô ấy tỏ ra khá bối rối và thiếu tự tin, lối trình bày cũng chưa được “ngon nghẽ” cho lắm. Tuy nhiên, cuối cùng, có rất nhiều sinh viên hăng hái đăng ký tham gia câu lạc bộ ấy, và điều này có nghĩa là cô đã thành công với bài phát biểu của mình. Tại sao? Vì cô sinh viên đó đã hướng đến các vấn đề mà các sinh viên đang thực sự quan tâm. Nói ra được những điều đám đông sinh viên muốn nghe, cô đã chinh phục họ và nhận được thái độ và hành động hưởng ứng nhiệt.

Bạn đứng trước khán giả với mục đích chính là truyền đạt ý tưởng, thông tin hữu ích cho họ, nhằm thuyết phục, chinh phục họ. Bạn không đứng

trước khán giả chỉ để thỏa mãn “cơn nói” của chính mình.

Những gì bạn trình bày phải thực sự là những điều người nghe mong muốn và thấy có ích lợi cho họ, thỏa mãn được nhu cầu của họ.

Nhiều diễn giả có khả năng trình bày rất hùng hồn, siêu tuyệt, nhưng rốt cuộc lại chẳng thuyết phục được người nghe có hành động hưởng ứng. Bởi vì **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** những diễn giả này không thực sự hiểu rõ đâu là những điều thính giả muốn nghe, đâu là những đòi hỏi họ cần được đáp ứng. Không cần biết người nghe quan tâm đến điều gì, họ chỉ biết thao thao bất tuyệt về điều mình muốn nói, và tưởng rằng người nghe cũng cảm thấy thích thú, hứng khởi như mình.

Ngược lại, như trường hợp cô sinh viên vừa kể, dù khả năng ăn nói có hạn, nhưng vẫn thành công nhờ việc hiểu rõ thính giả của mình, nắm rõ những nhu cầu và mong muốn của họ.

2. Bạn cần biết gì về khán giả?

+ Số lượng khán giả nhiều hay ít? Tùy vào số lượng người nghe để có cách chuẩn bị, tổ chức và trình bày phù hợp. Buổi thuyết trình trước một nhóm ít người trong phòng họp nhỏ chắc chắn sẽ khác với buổi thuyết trình trong một hội trường lớn với cả trăm khán giả tham dự.

+ Thực trạng tài chính của khán giả? Khán giả của bạn đang sống trong cảnh đói nghèo, vừa đủ sống, hay giàu có? Người nghe sẽ dễ dàng hưởng ứng và đón nhận một thông điệp trình bày phù hợp và gần gũi với các điều kiện kinh tế của họ. Sinh viên nghèo vượt khó sẽ khó lòng đón nhận ý tưởng về những thú vui xa hoa của những sinh viên giàu có.

+ Khán giả tự nguyện tham gia, quan tâm đến chủ đề này, hay họ tham dự vì bị ép buộc? Đây cũng là điều rất quan trọng bạn cần lưu ý tìm hiểu.

+ Người nghe thuộc nhóm đối tượng cụ thể nào? Thuộc tôn giáo nào? Tham gia câu lạc bộ nào? Làm nghề gì?... Dựa vào những điều này, bạn sẽ có cách soạn nội dung và trình bày thích hợp, khai thác những vấn đề mà người nghe thích thú, quan tâm, và sẽ tránh được tình trạng “lỗi nhịp” khi nói chuyện kinh doanh cho một nhóm người chuyên làm công tác thiện

nguyện.

+ Thông điệp bạn sẽ trình bày có phù hợp với niềm tin của người nghe không? Nếu không, những gì bạn nói ra sẽ đe dọa và thách thức niềm tin của họ.

+ Người nghe có thái độ gì với bạn và với chủ đề bạn nói? Đón nhận hay chống đối? Dửng dưng hay thích thú quan tâm? Người nghe có những thành kiến hay quan điểm cứng nhắc nào khiến họ khó lòng cởi mở để lắng nghe những gì bạn nói?

+ Đã có diễn giả nào nói về chủ đề bạn sắp trình bày hay chưa? Nếu có, những ý tưởng của bạn sẽ ủng hộ hay xóa bỏ quan điểm của họ? Hoặc bài trình bày của bạn sẽ đưa ra được một quan điểm, cái nhìn mới mẻ, khác lạ?

+ Người nghe mong được nghe điều gì? Họ muốn nghe gì? Họ cần nghe gì?

+ Độ tuổi trung bình của người nghe? Có thể bạn thấy câu hỏi này vô ích, nhưng đôi lúc việc tìm hiểu điều này lại quan trọng. Tại sao? Bởi vì nếu thông điệp của bạn hướng đến một sự kiện lịch sử xảy ra trước khi khán giả chào đời, thì bạn sẽ cần phải giải **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** thích thật rõ về sự kiện ấy. Bên cạnh đó, con người ở các độ tuổi khác nhau thường có những mong muốn khác nhau, nên việc xác định được nhóm tuổi trung bình của người nghe sẽ giúp ích cho bạn rất nhiều.

+ Người nghe đã nắm rõ các vấn đề bạn sẽ trình bày? Bạn đừng phí thời gian bàn rõ những vấn đề ai cũng biết; và ngược lại, cũng đừng bao giờ nói về những điều quá đỗi huyền bí, khó hiểu với số đông khán giả.

+ Liệu người nghe sẽ hiểu các thuật ngữ chuyên ngành khoa học, công nghệ, kỹ thuật bạn sẽ dùng trong bài trình bày hay không? Đừng bao giờ dùng các thuật ngữ quá chuyên biệt, cao siêu. Nếu thực sự cần phải đưa ra một số thuật ngữ như thế, thì bạn phải tìm cách giải thích thật đơn giản, rõ nghĩa để mọi người đều hiểu.

Tám công cụ giúp hiểu tường tận khán giả

Gửi câu hỏi khảo sát

Muốn biết đâu là điều quan trọng đối với người nghe, thì cách tốt nhất là hỏi ý kiến họ. Chẳng hạn, khoảng một tháng trước buổi thuyết trình, bạn hãy gửi bản câu hỏi khảo sát – tiện nhất là qua email

– đến những người đăng ký tham dự chương trình của bạn. Hãy soạn các câu hỏi đó dựa theo chủ đề bạn sẽ trình bày. Đề nghị họ dành chút ít thì giờ trả lời rồi gửi email phản hồi cho bạn.

Khảo sát website

Hầu hết các tổ chức, doanh nghiệp, đều có website riêng và đó là một “khu mỏ thông tin” để bạn đào xới. Các website thường có phần giới thiệu về tầm nhìn, sứ mạng, tình hình hoạt động, các tin tức liên quan,... và bạn có thể nghiên cứu, dùng các thông tin có giá trị để đưa vào bài thuyết trình của mình.

Tra cứu trên Internet

Nhờ tiện ích của công nghệ Internet như báo mạng, các mạng thông tin xã hội, bạn có thể dễ dàng tìm thấy các thông tin quý giá về đối tượng người nghe.

Nghiên cứu tài liệu của tổ chức, doanh nghiệp

Trước khi đến nói chuyện tại một tổ chức nào đó, bạn có thể nghiên cứu sơ qua các tờ bướm, catalogue, các bản tin định kỳ của tổ chức đó để chọn lựa các thông tin hữu ích, thích hợp, đánh trúng vào mối quan tâm của người nghe và làm cho bài thuyết trình của bạn thuyết phục hơn.

Phân tích các bản báo cáo thường niên

Hãy dành thì giờ phân tích các bản báo cáo thường niên của những tổ chức bạn sẽ đến nói chuyện.

Các bản báo cáo này thường chứa các thông tin có giá trị về tình hình hoạt động của tổ chức, phản ánh triết lý và văn hóa của tổ chức đó. Tuy nhiên, vì các báo cáo thường viết theo lối hoa mỹ, vẽ ra một bức tranh tươi sáng, màu hồng, nên khi tìm kiếm thông tin bạn cần phải tỉnh táo mà suy luận, đừng vội vàng tin tất cả mọi điều được viết trong đó.

Xem xét các thành tích được công bố

Bạn có thể tra trên mạng Internet thành tích của các cá nhân hay tổ chức. Đưa các thành tích ấy vào bài nói chuyện, chắc chắn bạn sẽ làm cho người nghe cảm thấy tự hào, khiến họ thấy hứng thú và dễ đón nhận những gì bạn nói.

Phỏng vấn người tổ chức

Bạn có thể hỏi những người này mọi thông tin cần biết về đối tượng người nghe. Có thể không thể giải đáp hết mọi câu hỏi bạn nêu ra, nhưng các “chủ xị” này cũng là một kênh hiệu quả giúp bạn nắm các thông tin cơ bản về người nghe.

Phỏng vấn khán giả

Nếu có thể, bạn hãy trò chuyện trước với một số thành viên có ảnh hưởng trong số những người nghe

(chủ tịch, giám đốc, thành viên ban quản lý...). Hãy phỏng vấn họ với các câu hỏi đã gợi ý ở phần

“Bạn cần biết gì về người nghe” ở trên. Đề nghị họ cho biết về các vấn đề quan trọng mà tổ chức họ đang gặp phải, cung cách làm việc của nhân viên, những nét độc đáo khác hẳn với các tổ chức khác.

Các thông tin này sẽ không những giúp bạn biết cách tinh chỉnh bài nói

của mình cho phù hợp, mà còn làm cho người nghe có cảm tưởng rằng bạn là một thành viên đích thực trong số họ.

Tâm lý chung của người nghe

Là diễn giả, bạn phải có kỹ năng lôi kéo người nghe vào câu chuyện của mình. Thậm chí khi người nghe đang tập trung chú ý lắng nghe, thì điều đó cũng không có nghĩa là họ sẽ hiểu nội dung đúng như bạn muốn họ hiểu. Tuy đến để nghe bạn nói, nhưng họ nghe bằng bộ lọc của riêng họ, họ tự ý lựa chọn nội dung phù hợp để nghe. Thực tế là con người thường nghe và tiếp nhận các ý tưởng trong một bài nói chuyện dựa trên sự chủ quan, tức là chỉ thích thú đón nhận những gì có ý nghĩa và có can hệ đến giá trị, niềm tin của mình mà thôi.

Chẳng hạn, trong buổi hội thảo du học do một Trung tâm Du học nọ tổ chức, một đại diện của trường đại học nước ngoài đứng lên trình bày trước các học sinh trung học và phụ huynh về những tiện ích khi theo học tại trường của anh ta. Như thường lệ, anh ta thao thao trình bày rằng trường mình có đầy đủ trang thiết bị học tập thuộc hàng đẳng cấp thế giới, các giáo sư danh tiếng tham gia giảng dạy, hệ thống thư viện khổng lồ. Tuy nhiên, các phụ huynh đang tham dự lại không mấy quan tâm đến điều này. Đến phần hỏi đáp, có một phụ huynh đứng lên nêu câu hỏi: “Trường của anh thật hiện đại và chất lượng, nhưng các anh làm gì để con cái chúng tôi được an toàn, yên tâm học tập?”

Sở dĩ phụ huynh này nêu câu hỏi ấy là vì mới tháng trước đó thôi, báo chí đưa tin rầm rộ về chuyện một sinh viên ngoại quốc đang theo học tại đó bị sát hại. Rút kinh nghiệm, ở cuộc hội thảo một tuần sau đó, ngoài việc giới thiệu về những tiện ích, anh ta còn dành một khoảng thời gian đáng kể để trình bày về những biện pháp an ninh, những công tác cụ thể nhằm đảm bảo an toàn tối đa cho mọi sinh viên ngoại quốc theo học tại đó. Và chỉ trong chốc lát, anh đã có được sự tập trung lắng nghe của các vị phụ huynh và học sinh tham gia hội thảo, khác với thái độ thờ ơ anh nhận được ở lần hội thảo trước.

Nhà tâm lý học Abraham Maslow phát hiện rằng tất cả mọi người đều có những nấc thang nhu cầu được xếp từ mức độ cơ bản đến mức độ cao: Nhu cầu sinh lý (bản năng sinh tồn), nhu cầu an toàn, nhu cầu giao tiếp xã hội, nhu cầu tự trọng, nhu cầu tự thể hiện. Để truyền tải ý tưởng đến người nghe, bạn phải triệt để khai thác các bậc thang nhu cầu đó, bởi chúng là yếu tố quyết định việc họ sẽ có thái độ hưởng ứng và thích thú với những gì bạn trình bày.

Khi bài nói chuyện của bạn thỏa mãn được tâm lý người nghe, tức là giải quyết được những mong muốn, nhu cầu của họ, thì tự khắc họ sẽ cảm thấy hứng thú, chăm chú lắng nghe và tích cực hưởng ứng. Tuy nhiên, theo tâm lý chung, tuy đến để nghe bạn nói, nhưng họ không muốn thụ động ngồi yên một chỗ, họ muốn tham gia vào bài nói của bạn, họ **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** muốn thể hiện những ý kiến suy nghĩ của mình, và dưới đây là bảy bước giúp bạn kích thích sự tham gia của người nghe và tăng khả năng thuyết phục của bài nói:

Chuẩn bị bài nói thật chu đáo để người nghe biết bạn quan tâm đến họ và nhu cầu của họ.

Để người nghe chú ý lắng nghe, bạn phải tạo những cách mở đầu ấn tượng, những điểm nhấn cho bài nói và phù hợp với người nghe.

Trình bày những luận điểm của bạn qua những câu chuyện kịch tính, kinh nghiệm và sự kiện thực tế, hình ảnh sống động, để giúp họ ghi nhớ những gì bạn nói.

Cho người nghe thấy những ý tưởng bạn trình bày có sức ảnh hưởng quan trọng thế nào đối với họ.

Sử dụng từ ngữ giàu hình ảnh, để vẽ nên những bức tranh bằng lời trong đầu người nghe, nhằm tạo cảm xúc tích cực và thái độ thích thú đón nhận.

Lôi kéo người nghe vào câu chuyện; nhắc người nghe suy ngẫm về những ý tưởng bạn trình bày. Cho họ thấy những ý tưởng của bạn phù hợp với bối cảnh như thế nào.

Kêu gọi người nghe hành động, thay đổi lối tư duy và cách làm cũ, để suy nghĩ và hành động theo cách mới.

NGUYỄN ANH TUẤN

Từ nhỏ đến lớp 12 học ở Diên Khánh, sau đó học Cao đẳng nghề Khánh Hòa. Nguyễn Anh Tuấn từng sống không ước mơ, thiếu mục tiêu, suy nghĩ, thái độ cực kỳ tiêu cực và không bao giờ đọc sách.

Anh đã tham gia vào các lĩnh vực Du lịch, Khách sạn, Kinh doanh theo mạng (đạt cấp bậc International Manager).

Tháng 11 năm 2006 khi tình cờ xem DVD của một Chuyên gia Huấn luyện Phát triển cá nhân tại Việt Nam, anh bỗng thấy chấn động, thao thức về bản thân, về ý nghĩa cuộc sống. Kể từ đó tập thói quen đọc sách, sống có mục tiêu và kế hoạch.

Năm 2007 quyết tâm vào Sài Gòn để được học trực tiếp từ diễn giả Quách Tuấn Khanh. Trong năm 2010, anh đã theo học các khóa: Bí quyết truyền lửa, Hành trình triệu đô, Bí quyết trình bày, và Bán hàng - khi kỹ năng trở thành tuyệt chiêu của Blair Singer.

Tháng 11 năm 2011, anh đã học Tuyệt kỹ diễn thuyết (của diễn giả Quách Tuấn Khanh), sau đó càng thấy rõ ước mơ của cuộc đời mình: Trở thành diễn giả chuyên nghiệp. Từ đây, anh bắt đầu hành trình rèn luyện và tập trung thực hiện ước mơ của mình.

Tháng 11 năm 2011, anh tập hợp những người có cùng đam mê và mục đích sống thành lập Công ty Đào tạo Khai Tuệ.

Hiện anh đang là Giám đốc điều hành Công ty Đào tạo Khai Tuệ.

CHƯƠNG 5

NHỮNG SAI LẦM “KHÔNG NÓI RA THÌ KHÔNG AI BIẾT”

TÁC GIẢ: NGUYỄN ANH TUẤN

Khi thuyết trình, bạn khó lòng tránh khỏi một số sai lầm nhất định. Đôi khi, những sai lầm bạn mắc phải khi nói trước công chúng là kết quả của những niềm tin hay cách suy nghĩ sai lạc bạn lưu giữ trong tâm trí mình. Nhưng đôi khi, những sai lầm ấy có thể xuất phát từ việc bạn thiếu kiến thức hay kinh nghiệm thuyết trình.

Tôi đã từng phạm phải ít nhất một trong những sai lầm dưới đây và có những lần đánh mất khán giả.

Không một ai trong chúng ta sinh ra đã là một diễn giả thuyết phục, mà nên hiểu về những sai lầm để rèn luyện.

Những sai lầm căn bản

Thiếu mục đích hay mục đích không rõ ràng

Việc đầu tiên khi soạn văn bản thuyết trình là phải xác định được mục đích của bạn, và mục đích đó cần tập trung hướng đến ích lợi cho người nghe. Nói cách khác, bạn muốn mang đến điều gì cho người nghe qua bài thuyết trình? Thông điệp cốt lõi bạn muốn họ nắm vững là gì? Bạn muốn kêu gọi họ thực hiện hành động cụ thể nào?

Bên cạnh đó, để chắc chắn mục đích bạn nhắm tới có thể đáp ứng được nhu cầu, mong muốn của người nghe, bạn cần phải dành thì giờ nghiên cứu đối tượng người nghe của mình. Nếu bạn không hiểu khán giả, không đáp

ứng được nguyện vọng của họ, thì mục đích bài thuyết trình của bạn có cũng như không.

Vì thế, hãy bắt đầu bằng cách tự hỏi mình: “Tôi muốn người nghe biết gì và làm gì?” “Tôi muốn họ suy nghĩ hay cảm giác thế nào sau khi tôi kết thúc bài nói của mình?”

Một khi đã nắm rõ mục đích bài thuyết trình, thì việc soạn nội dung, cấu trúc, chọn lọc những ý tưởng, dữ kiện, con số, hình ảnh, câu chuyện,... để đưa vào bài thuyết trình sẽ dễ dàng hơn rất nhiều.

Không đặt mình vào vị trí người nghe

Khi thuyết trình cần nhớ rằng người nghe thường không biết về kiến thức uyên bác của bạn về một chủ đề nào đó. Rõ ràng là họ không ở vị trí giống như bạn

– họ không có hàng năm trời học tập nghiên cứu trong lĩnh vực này. Những kiến thức bác học mà bạn đưa ra hoàn toàn xa lạ với họ. Vì vậy bạn cần biết được người nghe muốn gì và tìm ra cách thu hút họ. Hãy từng bước đưa họ khám phá chân trời kiến thức thú vị, có như vậy họ mới hiểu và ngấm được những ý quan trọng mà bạn đem đến.

Mỗi khán giả đều có một khả năng đón nhận và mong muốn khác nhau. Và nếu phải nói cùng một chủ đề cho các nhóm người nghe khác nhau, bạn phải tìm cách biến đổi và thích ứng sao đó cho thích hợp.

Bên cạnh đó, đừng nói những lời cầu kỳ khiến người nghe phải đau đầu mới hiểu được vì như thế họ sẽ khó lòng đón nhận những gì bạn nói, nhưng bạn cũng không nên nói ra những lời quá đơn giản khiến họ có cảm giác quá bình thường, thấy rằng bạn không có gì nổi trội, đặc sắc.

Không thể hiện sự tôn trọng người nghe

Tôi đã từng chứng kiến nhiều vị diễn giả nhận được ánh nhìn thiếu thiện cảm từ người nghe bởi họ đưa ra quan điểm khinh thị và chỉ trích một số thái độ và suy nghĩ thông thường. Chẳng hạn như, nếu bạn đang thuyết

trình cho những người mới bước chân vào lĩnh vực truyền thông xã hội về những điều họ cần có để phát triển trong lĩnh vực này, bạn cần phải hiểu rằng rất nhiều người cảm thấy lo lắng khi dấn sâu vào mảng này, và việc cần làm là bạn phải nhẹ nhàng phân tích chứ không phải đánh giá hay chỉ trích họ.

Hãy luôn nhớ rằng, nếu bạn ghét hoặc thiếu tôn trọng người nghe của mình bởi vì sự thiếu hiểu biết chuyên môn, họ sẽ không ưa bạn. Và trong trường hợp bạn làm khán giả của mình cảm thấy họ như là những kẻ thua cuộc, thất bại hoặc không đáng để bạn tôn trọng, thì bạn sẽ gây ảnh hưởng tiêu cực, tạo nên rào cản giữa bạn và người nghe. Kết cục là bạn sẽ đánh mất khán giả của mình mãi mãi.

Không truyền được cảm hứng, suy nghĩ và khích lệ hành động mới

Sẽ là thiếu sót khi đưa ra các thông tin mà không truyền cảm hứng cho mọi người hướng theo cách hành động hay suy nghĩ mới. Những gì mà bạn vừa chia sẻ và truyền đạt sẽ không lưu giữ được trong đầu của những thính giả nếu bạn không thúc đẩy người nghe làm một việc gì đó khác biệt. Hãy suy nghĩ để làm thế nào mà bạn có thể tương tác với người nghe sau khi kết thúc buổi thuyết trình, và giúp họ có được suy nghĩ và hành động khác, sử dụng kiến thức bạn đưa lại để giúp cuộc sống của họ tốt đẹp hơn. Nếu bạn không làm được điều này, bạn đã mất chiếc chìa khóa thành công quan trọng – truyền cảm hứng cho những hành động tích cực.

Không đưa ra được thông điệp cuối cùng ấn tượng

Hiện nay, với hàng triệu chương trình hội nghị, hội thảo luôn sẵn có cho chúng ta – cả trực tiếp và trên Internet – bài thuyết trình của bạn sẽ không tạo được sự nổi bật nếu thiếu một thông điệp rõ ràng, có ý nghĩa và có sức ảnh hưởng mạnh mẽ. Nếu bạn chỉ đơn giản đưa ra một thông điệp khô khan, nhưng không chạm tới được vấn đề cốt lõi, bạn sẽ thất bại.

Thiếu sự chuẩn bị

Nếu bạn đang đứng trước đám đông để thuyết trình mà trước đó lại thiếu sự chuẩn bị kỹ lưỡng, khán giả sẽ lập tức nhận ra điều đó.

Thiếu chuẩn bị, thì dù có giỏi xoay sở hay lợi khẩu đến đâu, bạn cũng không tài nào làm cho người nghe nhận thấy sự liền mạch, tuần tự hợp lý của các ý tưởng hay thông điệp bạn muốn trình bày.

Thiếu chuẩn bị, bạn sẽ làm cho người nghe cảm thấy bạn không thực sự nghiêm túc và hứng thú với đề tài mình nói, rằng bạn không phải là người chuyên nghiệp; ấy là chưa nói đến việc họ sẽ có cảm tưởng bạn đang xem thường họ. Thiếu chuẩn bị, xem như buổi nói chuyện hay thuyết trình của bạn đã thất bại ngay từ đầu.

Để tránh sai lầm này, bạn cần phải nghiêm túc đầu tư thì giờ và công sức để tra cứu, tìm hiểu, nhằm nắm rõ đề tài cùng những gì mình sẽ trình bày. Bên cạnh đó, bạn cũng cần tập dượt nhiều lần cho đến khi thấy tự tin và thoải mái tung hứng các ý tưởng của mình. Chưa hết, bạn còn phải đoán trước những câu hỏi người nghe sẽ đặt ra liên quan đến các ý tưởng trong nội dung bạn thuyết trình.

Muộn giờ

Khởi đầu hay kết thúc bài thuyết trình muộn giờ đã định, tức là bạn đang tỏ cho người nghe thấy rằng bạn có thái độ thiếu tôn trọng họ. Đến nghe bạn nói, không phải người ta có dư dả thì giờ, bởi hầu như ai cũng bận rộn, cũng có thời khóa biểu riêng. Nếu buổi thuyết trình của bạn bắt đầu hay kết thúc trễ, bạn phải bảo đảm rằng việc này là sự cố ngoài ý muốn chứ không phải do bạn gây ra. Bạn cần để ý đến chuyện bắt đầu buổi nói đúng giờ, và biết cách cắt bỏ hay tóm tắt lại bài thuyết trình cho kịp với thời gian kết thúc, tránh cảnh bắt đầu muộn và kết thúc trễ.

Thể hiện hình ảnh bản thân không thích hợp

Đây là một sai lầm có khả năng làm hủy hoại tức khắc hình ảnh tốt đẹp của bạn trong lòng khán giả.

Sai lầm này gắn liền với sai lầm vừa nêu ở trên: không hiểu rõ đối tượng khán giả của mình. Hình ảnh bản thân bạn thể hiện trước hết là qua cách ăn mặc. Bạn không thể xuất hiện với kiểu ăn mặc quá chưng diện khi đứng trước đối tượng người nghe là dân trí thức. Bạn cũng không nên ăn mặc quá sang trọng cầu kỳ khi đứng trước những người nông dân. Vì thế, trước khi nói chuyện hay thuyết trình, bạn phải nghiên cứu tìm hiểu đối tượng khán giả của mình để có cách ăn mặc, nói năng cho phù hợp.

Sử dụng thiếu hiệu quả các công cụ hỗ trợ nghe nhìn

Nếu bạn tỏ ra vụng về, sử dụng lóng ngóng các phương tiện hình ảnh để phục vụ nghe nhìn nhằm minh họa nội dung, bạn sẽ đánh mất sự chuyên nghiệp và đáng tin cậy trong mắt người nghe. Các công cụ hình ảnh minh họa phải được vận dụng linh hoạt và vừa phải để bổ trợ và làm tăng sức thuyết phục cho các ý tưởng trình bày; vì các công cụ này, dùng thiếu cũng không được mà lạm dụng quá cũng không xong.

Đưa quá nhiều nội dung vào bài thuyết trình

Không phải cứ cái gì nhiều hơn cũng tốt hơn. Đưa quá nhiều nội dung, ý tưởng, dữ kiện, số liệu vào bài thuyết trình, bạn sẽ gây ra hiện tượng quá tải cho người nghe. Người nghe không thể nào trong một lúc mà có thể “tiêu hóa” được một khối lượng thông tin khổng lồ bạn trao cho họ.

Thành thử, nên chọn lọc các thông tin cần thiết để cung cấp, và hãy trình bày chúng sao cho thật ngắn gọn, cô đọng, giúp người nghe dễ dàng nắm bắt ngay và ghi nhớ lâu hơn.

Dùng óc hài hước sai chỗ

Thường thì sai lầm này cũng gắn liền với sai lầm thứ ba ở trên (không hiểu khán giả). Các thứ quy ước liên quan đến óc hài hước đã thay đổi. Bạn đừng bao giờ nói ra những câu đùa lạc điệu, kéo dài khi người nghe

tưởng rằng bạn đang công kích họ. Bạn cần lựa chọn những câu chuyện vui phù hợp, vô hại, không động chạm đến ai, và phải hết sức cẩn trọng với những câu đùa trong lúc thuyết trình.

Giọng nói đơn điệu, gây buồn ngủ

Người nghe sẽ trở nên chán nản, thậm chí buồn ngủ, nếu từ đầu đến cuối buổi nói chuyện, bạn dùng một cung giọng đều đều, không thay đổi hay nhấn nhá. Nhiều bài thuyết trình chứa đựng những thông tin hữu ích, giá trị cũng như những ý tưởng hay ho, đột phá, nhưng rốt cuộc chúng không đi vào lòng người nghe chỉ vì diễn giả không biết cách thể hiện chúng qua giọng nói của mình.

Không thiết được mối dây liên hệ với người nghe

Người có tài năng, ảnh hưởng lớn không có nghĩa là “tự động” có kỹ năng giao cảm và giao tiếp tốt.

Tôi nhận thấy nhiều người thất bại trong việc thu hút người nghe về mặt cảm xúc và thiếu sự chân thành – họ không có mối liên hệ lẫn không thể hiện sự quan tâm tới người nghe. Cuối cùng, họ thiếu khả năng kết nối với người nghe vì thế bài thuyết trình trở nên chán ngấy và khó hiểu – họ để người nghe chìm trong đồng hồ, sự kiện và con số, không hề có sự tương tác nào.

Để trở thành người thuyết trình giỏi, bạn phải có sự kết nối với người nghe. Còn nếu chỉ biết lên sân khấu và “độc diễn” một mình, mặc sức ngân nga ngâm tụng bài thuyết trình mà chẳng để ý gì đến khán giả, thì ắt người nghe sẽ chẳng còn muốn để ý nghe bạn nói gì nữa. Họ sẽ thấy mình chẳng có gì liên quan đến bạn, đến những gì bạn đang huyên thuyên trên sân khấu.

Không đi vào trọng tâm

Lời nói nào cũng phải có chủ đích. Nội dung hay ý tưởng thuyết trình

nào cũng cần phải có trọng tâm. Bằng không, bạn sẽ chỉ biết nói tràng giang đại hải, không phục vụ cho một ý tưởng trọng tâm nào, và người nghe sẽ bối rối không biết bạn đang dẫn họ đi đâu. Cho nên, nói ra ý tưởng nào, bạn cần phải có một mục đích, một trọng tâm để hướng tới.

Triển khai chi tiết ngay từ đầu

Bạn cần thận trọng đừng vội đi vào các vấn đề chi tiết ngay từ lúc mới bắt đầu buổi thuyết trình.

Làm thế, bạn sẽ khiến người nghe bối rối. Người ta cần thấy một bố cục có trình tự lớp lang, đi theo từng bước cụ thể, có mở đầu, nội dung và kết thúc. Vì thế, trong phần mở đầu, bạn chỉ nên giới thiệu bao quát những ý tưởng chủ đạo sẽ trình bày triển khai trong nội dung buổi thuyết trình, cho người nghe thấy trước toàn bộ bức tranh bạn sẽ vẽ; còn phần chi tiết, bạn nên đưa nó vào phần nội dung chính.

Chỉ tập trung vào bản thân

Nhiều diễn giả khi lên sân khấu chỉ nhắm mắt mà diễn, mà nói, làm như thể chẳng có ai khác ngoài mình, để rồi cuối cùng phải thắc mắc tự hỏi vì sao người nghe không có thái độ hưởng ứng, không có hành động đúng theo những gì mình đã mong muốn. Bạn cứ việc say mê chủ đề mình đang nói, cứ việc đắm mình vào nó, nhưng cũng đừng quên khán giả đang ngồi phía dưới.

Những gì bạn trình bày phải nhắm đến việc đáp ứng nhu cầu và mong đợi của người nghe. Khởi đầu buổi thuyết trình, bạn hãy đặt mình vào vị trí người nghe, đứng vào góc nhìn của họ nhằm biết cách triển khai những gì thích hợp mang lại ích lợi cho họ. Những gì bạn nói dù có hay ho đến đâu cũng sẽ không còn quan trọng nếu chúng không phải là những gì người nghe quan tâm.

Đưa ra các thí dụ minh họa yếu ớt

Một số diễn giả chỉ nói lý thuyết mà không tìm cách minh họa chúng với các dữ kiện hay bằng chứng thực tế. Họ giả thiết rằng người nghe sẽ đón nhận những gì họ nói bằng niềm tin mà không cần đến những minh họa cụ thể. Nói ra ý tưởng nào, bạn phải lập tức cho thí dụ, tìm cách minh họa với những hình ảnh, số liệu hay dữ kiện, những câu chuyện có thực, những lời chứng nhận... để củng cố lập luận của mình và để thuyết phục người nghe.

Bảy giả định sai lầm của nhiều diễn giả

Nhiều diễn giả chủ quan đưa ra những giả định sai lầm về người nghe, về cách trình bày của mình.

Đôi khi, cả những chuyên gia thuyết trình cũng rơi vào **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** những giả định sai lầm này. Đó là điều rất nguy hiểm, bạn cần lưu ý né tránh.

Sai lầm thứ nhất: Chỉ cần có kiến thức sâu về một đề tài là tôi có thể trình bày được các ý tưởng của mình.

Việc nắm vững kiến thức về một đề tài nào đó bạn sắp nói là điều rất quan trọng, nhưng đó mới chỉ là bước đầu để tạo ấn tượng với khán giả mà thôi. Bởi bạn còn cần phải xác định:

Bạn muốn đạt được điều gì qua thông điệp mình trình bày?

Bạn đang nói chuyện với ai? Những ý tưởng nào cần lưu tâm?

Sai lầm thứ hai: Khán giả của tôi có thể đọc được những gì tôi đang suy nghĩ trong đầu

Sự thực lại không như bạn nghĩ. Khán giả không bao giờ biết họ cần phải rút ra và nắm được điều gì từ bài thuyết trình của bạn, trừ khi bạn lặp lại nhiều lần để họ biết.

Thành thử, muốn khán giả nắm rõ điều gì, hoặc biết điều gì phải làm, bạn cần phải nói rõ cho họ.

Đừng để họ ngồi đó mà đoán già đoán non.

Sai lầm thứ ba: Tôi có thể trình bày trong vòng

20 phút các thông tin/ý tưởng mà tôi đã mất ba tháng để học hỏi và nghiên cứu

Thường thì diễn giả bao giờ cũng muốn tỏ ra mình là chuyên gia dày dạn kinh nghiệm – hoặc muốn thể hiện cho người nghe thấy là mình đã dày công tìm tòi nghiên cứu – nên họ tìm cách “dội bom” khán giả với hàng đống thông tin, dữ kiện. Họ quên mất rằng người nghe không thể ngay tức khắc tiêu hóa được mọi thông tin. Vì thế, bạn cần phải suy nghĩ kỹ lưỡng và chọn lọc những gì thực sự cần thiết bạn muốn người nghe phải nắm vững. Còn những thông tin phụ khác, bạn có thể đưa vào phần hỏi đáp.

Sai lầm thứ tư: Tôi không cần phải thực hành bài nói bằng cách nói to lên

Việc suy nghĩ trong đầu về bài thuyết trình khác hẳn với việc nói ra trong một môi trường thực hành với các ghi chép và slide.

Việc thực hành sẽ tạo ra sự nhuần nhuyễn, đồng thời giúp bạn biết được những chỗ nào trúc trắc cần cải thiện. Mỗi lần tập, hãy tìm các cách trình bày khác nhau để tạo sự phong phú cho bài nói, tránh việc cứng nhắc lặp lại như vẹt.

Sai lầm thứ năm: Tôi sẽ có nhiều thì giờ để đi đến địa điểm thuyết trình

Vì không tài nào biết trước được hết mọi tình huống bất ngờ, không mong muốn sẽ xảy ra, nên các diễn giả không nên chủ quan và cần phải đến nơi mình sẽ thuyết trình thật sớm.

Nếu có những diễn giả nào nói trước bạn, bạn cũng nên đến sớm ngồi nghe để ít nhất cũng theo dõi khán giả và biết phản ứng của họ thế nào để có những điều chỉnh kịp thời cho phiên thuyết trình của mình.

Khi đến sớm, bạn cũng có thì giờ rảnh rỗi để bắt chuyện với người nghe, và xem xét lại mọi khâu chuẩn bị để tránh những rắc rối đáng tiếc trong buổi thuyết trình. Bạn cũng cần thì giờ để chỉnh sửa lại áo quần, thực hiện vài động tác hay bài tập hít thở để buổi thuyết trình của bạn được trơn tru, đạt được kết quả như mong muốn.

Sai lầm thứ sáu: Nếu tôi rời sân khấu/bục thuyết trình, tôi sẽ ở gần khán giả hơn

Nhiều diễn giả nghĩ rằng việc rời sân khấu hay bục giảng trong khi nói để đi xuống dưới sẽ giúp họ tạo được mối liên kết với khán giả. Tuy nhiên, trong thực tế, khi bạn làm như vậy, phần lớn khán giả sẽ không theo dõi

được bạn.

Việc xuống đứng giữa khán giả chỉ thích hợp khi: Số lượng người tham dự ít.

Khán phòng nhỏ, được bố trí thuận lợi để bạn làm điều này.

Bạn có chiều cao đủ để mọi người có thể nhìn thấy bạn.

Còn lại thì việc đứng giữa khán giả để nói sẽ là yếu tố khiến khán giả khó chịu vì nhiều người sẽ không biết phải nhìn vào đâu để thấy bạn.

Sai lầm thứ bảy: Nếu tôi nói ở tốc độ trung bình, mọi người sẽ hiểu được những gì tôi nói

Theo các cuộc khảo sát, thì tốc độ nói trung bình, vừa phải của một diễn giả là ở mức 120-160 âm tiết/phút. Tuy nhiên, đó không phải là tốc độ chuẩn có thể áp dụng rập khuôn cho bất kỳ bài thuyết trình hay nội dung thông tin nào. Chẳng hạn, đối với những thông tin phức tạp, liên quan đến những ý niệm trừu tượng hay các con số kỹ thuật, bạn nên trình bày ở tốc độ chậm hơn để khán giả có thể tiếp thu được.

Thêm rất nhiều sai lầm...

Không luyện tập: Bạn đừng nghĩ rằng chỉ cần soạn kỹ bài thuyết trình, đã nắm rõ những nội dung cần nói và cách trình bày, thì cứ yên tâm ngồi đó đợi đến ngày thuyết trình, ung dung bước ra sân khấu và bắt đầu nói.

Xin lỗi khán giả: Nhiều diễn giả trong lời mở đầu buổi thuyết trình thường nói mấy lời xin lỗi khán giả, mong khán giả thông cảm cho những gì sai sót hay những gì mình chưa kịp chuẩn bị kỹ cho bài nói. Đây là điều cấm kỵ, vì nó đánh mất hình ảnh uy tín và tốt đẹp của bạn trước khán giả.

Gào thét cả buổi: Nhiều người lên sân khấu thuyết trình là mở hết âm lượng giọng nói, “oang oang” từ đầu đến cuối buổi. Càng gào thét kiểu ấy, bạn càng làm cho người nghe điếc tai và thông điệp bạn trình bày sẽ bay qua cửa sổ mà tan nhanh vào không khí.

Thích gì mặc nấy: Nhiều diễn giả không để ý đến cách ăn mặc của mình. Họ tùy ý muốn mặc gì thì mặc, không cần biết đối tượng người nghe là ai.

Nói nhanh cho nhanh hết: Sai lầm này xuất phát ở chỗ bài nói của bạn

thiếu mục đích rõ ràng. Bạn không biết mình cần trình bày những điểm chính nào, cần làm rõ thông điệp cốt lõi nào, và như thế, bạn đưa tất cả thông tin vào trong bài nói.

Trả bài trước khán giả: Muốn buổi thuyết trình thất bại ê chề, bạn chỉ việc soạn kỹ những gì mình cần nói ra, đưa cả vào trong các slide, rồi đến buổi thuyết trình, bạn cứ việc chiếu các slide lên rồi đọc từng chữ cho khán giả nghe, mắt dán vào màn hình trình chiếu, quay lưng về phía khán giả.

“Dội bom” thuật ngữ: Vì muốn tỏ ra thông thái, tạo một thế đứng cách biệt giữa mình với khán giả, và trên hết, không cần khán giả phải hiểu những gì mình nói, chỉ cần họ thấy “nể” mình là được, thế là trong bài nói, bạn cố dùng thật nhiều biệt ngữ, thuật ngữ chuyên môn cùng những lời lẽ đao to búa lớn để dội bom họ.

Các trích dẫn “mồ côi”: Đôi khi, trong bài nói của mình, bạn đưa ra rất nhiều câu trích dẫn, hay các số liệu thống kê để minh họa nhưng lại không xác định được nguồn gốc hoặc độ đáng tin cậy của chúng.

Nhìn đồng hồ liên tục: Có nhiều diễn giả có hội chứng thích nhìn đồng hồ trong lúc nói. Cứ nói được dăm ba câu là họ nhìn đồng hồ, làm cho khán giả ngồi dưới cảm thấy tò mò không biết các diễn giả này sẽ đi đâu sau buổi nói chuyện này.

Giọng điệu “trước sau như một”: Muốn ru ngủ khán giả, tốt nhất là bạn nên dùng một cung giọng đều đều từ đầu đến cuối, không cần thay đổi âm lượng, tông giọng, không cần ngữ điệu gì hết.

Lạm dụng ngôn ngữ cơ thể: Bạn nghe nói rằng ngôn ngữ cơ thể chiếm 55% phần thành công cho thông điệp bạn trình bày, nên bạn tối đa và triệt để tận dụng ngôn ngữ cơ thể của mình khi thuyết trình.

Trách móc người nghe: Đôi khi, thấy khán giả có vẻ lạnh lùng, dừng dừng đối với những gì mình cố gắng trình bày, nên một số diễn giả cảm thấy bức bối và thốt ra những lời lẽ không hay, xúc phạm người nghe.

LƯU NGỌC LÂM

Lưu Ngọc Lâm tốt nghiệp thủ khoa chương trình MBA - Đại học

Griggs, Hoa Kỳ, niên khóa 2008-2009.

Anh là Chủ tịch HĐQT Công ty CP Đào tạo Khai Tuệ.

Anh là chuyên gia trong lĩnh vực Phát triển cá nhân và Phát triển doanh nghiệp, anh đã cùng Khai Tuệ và Diễn giả Quách Tuấn Khanh thực hiện huấn luyện và đào tạo thành công cho hàng nghìn lượt doanh nhân, giảng viên, sinh viên và phụ huynh qua hàng chục khóa học và hội thảo về các chuyên đề:

Nghệ thuật Lãnh đạo, Chiến lược Kinh doanh, Bí quyết Bán hàng, Lộ trình Lập nghiệp, Nghệ thuật

Thuyết trình, Giao tiếp và Đọc vị, Nghệ thuật Làm cha mẹ, Thuyết đa Thông minh... tại Nha Trang trong năm 2012.

Anh còn là diễn giả trong một số chuyên mục Tư vấn về Giáo dục trên Đài Phát thanh và Truyền hình

Khánh Hòa.

CHƯƠNG 6

SOẠN SẴN NỘI DUNG TRÌNH BÀY ĐỂ CHINH PHỤC KHỐI ÓC VÀ TRÁI TIM NGƯỜI NGHE

TÁC GIẢ: LƯU NGỌC LÂM

Với tôi, Diễn giả = Học giả + Hành giả + Diễn viên. Nghĩa là để thành diễn giả, hay người thuyết trình giỏi, bạn phải kết hợp kỹ năng của những người vừa nêu: phải học tập từ sách vở và từ nhiều người khác, phải thực hành những gì đã học, và dùng đến kỹ năng diễn xuất để diễn đạt các vấn đề bạn muốn trình bày nhằm mang lại ích lợi cho người khác.

Với những gì đúc kết được qua nhiều năm học tập, quan sát, thực hành và trải nghiệm, và với tinh thần “không lập kế hoạch chính là lập kế hoạch cho thất bại,” tôi xin mạnh dạn chia sẻ một vài kinh nghiệm cụ thể về cách chuẩn bị và trình bày nội dung bài thuyết trình để chinh phục khối óc và trái tim người nghe.

1. Cấu trúc một bài thuyết trình từ 1 từ đến 1.000 từ

Một bài thuyết trình tốt – bất kể ngắn hay dài, từ 5 phút tới 5 giờ đồng hồ, từ bài nói chào bán sản phẩm, bài tham luận trong một hội nghị, đến báo cáo thuyết trình một nghiên cứu khoa học – đều cần có cấu trúc rõ ràng, giống như một cuốn sách hay cần có một bố cục chặt chẽ, hoặc một bộ phim hay cần có một kịch bản tốt vậy.

Về cơ bản, một bài thuyết trình tốt cần có ba phần, tương tự như ba phần của một cơ thể hoàn chỉnh, mà tôi nói một cách ngắn gọn và hài hước cho dễ nhớ như sau:

Đầu bài: Giới thiệu những gì mình sẽ nói.

Thân bài: Nói những gì mình đã hứa nói. Kết luận: Tóm lại những gì mình đã nói.

Tôi khá thích thú với cách ví von đầy hình ảnh của TS. Phan Quốc Việt, một diễn giả chuyên nghiệp, khi xem cấu trúc của một bài thuyết trình như một “cái đình” cứng cáp và sắc nhọn:

Mở đầu : Mũi đình Nội dung : Thân đình

Kết luận : Mũ đình

Như vậy, cấu trúc một bài thuyết trình được thực hiện ở ba công đoạn khác nhau trong một chuỗi quy trình liên tục: công đoạn thứ nhất là Xây dựng kịch bản, công đoạn thứ hai là Tập dượt và công đoạn thứ ba là việc thể hiện nội dung kịch bản khi Diễn xuất.

Công đoạn 1 - Xây dựng kịch bản

Khi chuẩn bị một kịch bản, chúng ta đều có những câu hỏi trong đầu như: Mở đầu như thế nào để lôi cuốn người nghe? Thân bài sẽ trình bày những gì, có chặt chẽ và phù hợp giúp người nghe hiểu được vấn đề mà ta muốn nói? Kết luận như thế nào để đi vào lòng người và thúc giục hành động?

Như vậy, rất cần soạn ra một kịch bản, càng chi tiết càng tốt, xem xét, rà soát và chỉnh sửa liên tục cho đến ngày thuyết trình chính thức. Trong đó, bạn cần phân tích người nghe (xem chương 4) để soạn nội dung thích hợp. Tính toán tổng thời gian trình bày, rồi chia nhỏ thời lượng cho từng phần và từng đoạn theo đơn vị phút hoặc giờ, kể cả những đoạn nghỉ giải lao. Giống như xây dựng một căn nhà, bạn cần thiết kế bản vẽ, dự toán chi phí, phương án thi công, chuẩn bị vật liệu và nhân lực trước khi khởi công.

Trong kịch bản, cũng cần sắp xếp việc chuẩn bị các đạo cụ, video clip minh họa, Slide, các trò chơi và bài tập thực hành, nhằm mang lại trải nghiệm thực tế cho người nghe.

+ Phần Mở đầu giống như Mũi đình. Mũi đình phải sắc nhọn thì mới xuyên được qua lớp gỗ đầu tiên, do đó phần này phải sắc sảo để đạt được hai mục tiêu chính:

Tạo bầu không khí ban đầu, thu hút sự chú ý, giúp người nghe chuyển từ trạng thái thiếu tập trung sang trạng thái chăm chú lắng nghe bằng cách làm quen, giới thiệu bản thân, khen ngợi khán giả.

Giúp người nghe chuẩn bị sẵn sàng đón nhận các nội dung chính bằng cách nêu tổng quát các ý tưởng sẽ trình bày.

Phần Nội dung chính giống như Thân đình. Thân đình cần chắc chắn, có độ dài vừa đủ, mức độ to nhỏ phù hợp với vật cần đóng đinh. Phần này phải giúp được người nghe hiểu rõ nội dung trình bày bằng cách kết hợp chặt chẽ và thể hiện được:

Vấn đề và tính cần thiết; Giải pháp và ý tưởng;

Các bằng chứng thuyết phục; Những lợi ích cho người nghe;

Định hướng hành động và việc làm cụ thể.

Phần nội dung chính có thể được phân chia thành các đoạn nhỏ để người nghe dễ tiếp thu; và chúng phải được liên kết chặt chẽ với nhau cũng như cần được phân bổ thời gian cho hợp lý.

Phần Kết luận giống như Mũ đình. Hai mảnh gỗ không thể kết dính chặt chẽ vào nhau nếu như chiếc đình không có mũ. Người nghe cũng không thể nhớ hết được nội dung chính của bài thuyết trình nếu như không có kết luận. Giống như cú đóng búa cuối cùng đưa cây đình đi sâu vào miếng gỗ, phần này giúp người nghe nắm rõ các điểm chính, cũng như có ấn tượng tốt đẹp về diễn giả và bài thuyết trình. Như vậy, cú chốt hạ này bao gồm các yếu tố sau:

Tóm tắt những nội dung chính đã trình bày; Đưa ra kết luận cuối cùng;

Thúc giục hành động.

Công đoạn 2 - Tập luyện

Xây dựng xong kịch bản chi tiết, bạn cần tập dượt vài lần. Có thể tự tập một mình trước gương, nhìn trang phục, đầu tóc, nét mặt, ánh mắt, nụ cười, phong thái, ngôn ngữ cơ thể và hình ảnh của chính bản thân mình; lắng nghe ngôn từ, giọng điệu của chính bản thân mình xem thử mình có sẵn sàng, có vui vẻ, có thích thú nghe con người trong gương kia nói hay

không. Tập cách mở đầu, trình bày nội dung chính và kết thúc. Tập cả cách hít thở, lấy hơi. Rồi tiến hành điều chỉnh lại kịch bản chi tiết cho hoàn chỉnh hơn.

Một cách khác cũng khá hay, đó là việc diễn thử cho một vài người thân quen xem để họ có nhận xét, bình luận, góp ý giúp mình chỉnh sửa cả về nội dung lẫn phong cách trình bày.

Trong buổi báo cáo tốt nghiệp khóa MBA, cuối năm 2009, tôi phải trình bày chuyên đề tốt nghiệp về chiến lược kinh doanh, có nội dung dày 140 trang, chỉ trong vòng 20 phút, bằng tiếng Anh; nếu nói quá giờ, tôi sẽ bị trừ điểm. Trước buổi báo cáo ấy, tôi đã rất lo lắng, hồi hộp, không biết phải nói gì và nói sao cho đủ vì có quá nhiều thứ để nói. Và tôi đã quyết định soạn kỹ một kịch bản trình bày dựa theo cấu trúc vừa nói ở trên, cô đọng và tập trung vào các điểm quan trọng nhất; tiếp đến, tôi dành thì giờ tập dượt tất cả 6 lần trong trang phục veston và cà-vạt trước gương; bên cạnh đó, tôi cũng nhờ các bạn trong nhóm làm giám khảo phản biện cho đến khi tôi thuộc lòng kịch bản và cảm thấy cực kỳ tự tin để bước vào buổi báo cáo chính thức. Trong lúc trình bày, tôi đầy cảm hứng và hoàn toàn làm chủ bài thuyết trình. Và kết quả thật ấn tượng: với điểm số cho phần báo cáo trên giấy là 92/100, và với điểm số cho phần trình bày là 95/100, tổng điểm bình quân của tôi đạt

93,5/100, tôi trở thành người có điểm số cao nhất toàn khóa.

Một thủ pháp cực kỳ hữu ích khác có thể sử dụng cho phần tập dượt, đó là việc tự hình dung một cách rõ nét hình ảnh, lời nói, giọng điệu, khung cảnh, khán giả... như thật trong đầu vài ngày để có một năng lượng tích cực thấm nhuần trong não bộ trước khi thuyết trình.

Dùng thủ pháp này, bạn hãy vẽ ra trong tâm trí mình, càng rõ càng tốt, tất tần tật mọi thứ liên quan đến buổi thuyết trình sắp đến. Bạn đang nghe gì? Nhìn thấy gì? Người thấy gì? Cảm giác ra sao?

Hình dung rằng lúc này bạn đang thực sự thuyết trình, thấy rõ trong trí rằng mình đang hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ đặt ra; bạn đang nghe thấy những tràng vỗ tay chúc mừng của khán giả; bạn đang nhìn thấy ánh mắt nhiệt tình đón nhận của người nghe; bạn cảm nhận được sự ấm áp khi bắt

tay với họ; bạn ngồi được hương thơm dịu nhẹ trong khán phòng; bạn cảm nhận được đầu lưỡi mình vị ngọt của thứ nước uống bạn dùng khi đó...

Liên tục trong hai hoặc ba buổi tối trước ngày trình bày, trước khi ngủ, bạn hãy nằm xuống, nhắm mắt lại và tưởng tượng về việc bạn sẽ nói gì và nói như thế nào, hình dung ra khung cảnh đầy đủ của khán phòng mà bạn sẽ thuyết trình. Bài thuyết trình của bạn có trung thực và đi thẳng vào vấn đề, có dạt dào cảm xúc và sống động không? Rồi bạn hình dung mình đang mặc bộ đồ đẹp dễ như thế nào, tay bạn cầm micro ra sao, cách đi đứng, ngôn ngữ cơ thể thế nào. Cũng tưởng tượng ra việc bạn cảm thấy hạnh **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** phúc, tự hào thế nào, vui vẻ ra sao khi hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ.

Càng cất công khổ luyện hai công đoạn 1 và 2 đã nêu, bạn càng dễ tự tin, hứng khởi, thăng hoa khi bước vào công đoạn 3 – lúc bạn thực sự xuất hiện và diễn xuất trên sân khấu.

Công đoạn 3 - Diễn xuất

Bạn cần dành chút ít thì giờ rà soát lại những gì cần làm, những gì cần ứng phó nhanh để giải quyết cho êm xuôi, suôn sẻ, trước giờ diễn. Bởi có thể có rất nhiều sự cố bất ngờ không dự kiến được trước khi diễn: kẹt xe, trễ giờ, hội trường có vấn đề về âm thanh, ánh sáng, máy tính, đèn chiếu, đạo cụ, bảng và bút viết, tài liệu, người phối hợp... Bạn cần đến sớm hơn một chút, kiểm tra và có cách khắc phục kịp thời. Cũng cần vào nhà vệ sinh, nhìn ngắm lại gương mặt và trang phục của mình, cẩn thận chú ý khuy áo, dây kéo quần...

Diễn xuất là công đoạn cuối cùng, cũng là công đoạn khó nhất nhưng lại thú vị nhất trong chuỗi quy trình chuẩn bị – tập dượt – thực hiện. Đã đến lúc món ăn của bạn cần bày ra bàn và mời thực khách cùng thưởng thức.

Phần Mở đầu

Thu hút sự chú ý ngay từ đầu: “Đầu xuôi thì đuôi lọt”

Khi bước ra sân khấu, để xua tan cảm giác hồi hộp, bạn hãy hít vào thật sâu, thở ra từ từ, mắt tập trung vào điểm chính giữa sân khấu, rồi khoan thai bước ra. Lưng bạn cần giữ thẳng, đầu hơi ngẩng lên nhưng mắt nhìn xuống. Đó là kiểu động tác đi đứng mà những người mẫu thường áp dụng: không tỏ ra kiêu ngạo mà cũng không quy lụy, mang phong thái đỉnh đạc, tự tin.

Các nghiên cứu xã hội học đã cho thấy diễn giả chỉ có 20 giây đầu tiên để gây ấn tượng ban đầu trước khán giả bằng các hành vi phi ngôn, và 4 phút đầu tiên bằng lời nói. Khoảng thời gian ban đầu này tuy ngắn ngủi nhưng lại mang tính quyết định, và nếu tận dụng không tốt, bạn sẽ thất bại bởi không có cơ hội thứ hai. Việc khán giả có hứng thú nghe bạn nói hay không phụ thuộc rất lớn vào khoảng thời gian 4 phút rưỡi đầu tiên này. Đầu có xuôi, đuôi mới lọt.

Có nhiều cách khác nhau để tạo ấn tượng ban đầu:

Tạo sự đồng cảm bằng cách tỏ thái độ hân hoan khi được gặp khán giả, chào hỏi, chúc mừng hoặc khen ngợi họ;

Gây tò mò bằng cách kể một câu chuyện vừa mới xảy ra với chính bản thân mình có liên quan đến chủ đề sẽ trình bày;

Gây sốc bằng cách đặt một vấn đề đi ngược lại với vấn đề mà khán giả đang quan tâm;

Nêu ra một số liệu thống kê hoặc trích dẫn gây ngạc nhiên, tò mò;

Gây cười bằng cách kể một câu chuyện hài hước liên quan đến chủ đề;

Sử dụng một đạo cụ làm ví dụ minh họa để khởi đầu;

Và rất nhiều cách khác mà chúng ta có thể sáng tạo ra hoặc đơn giản bằng cách kết hợp những cách trên.

Giới thiệu khái quát mục tiêu và nội dung chính:

Sau khi có được sự chú ý của thính giả, điều cần làm tiếp theo là cho họ biết mục đích của bài thuyết trình là gì và họ sẽ nhận được gì từ đó. Mục tiêu thuyết trình cần được nêu rõ ràng để thu hút sự tập trung.

Tiếp đến, giới thiệu khái quát những nội dung chính và thứ tự trình bày. Điều này giúp người nghe có định hướng để nắm bắt được từng nội dung của bài thuyết trình.

Phần Nội dung chính

Bám sát kịch bản chính đã tập dượt. Quan sát các biểu hiện, trạng thái của khán giả để điều chỉnh cách trình diễn cho phù hợp với bối cảnh thực. Có thể ngẫu hứng sáng tạo, nhưng đừng quá sa đà vào việc trình diễn mà làm “cháy giáo án.”

Nên dùng các hình ảnh so sánh, đối chiếu, ẩn dụ, nhân cách hóa, nhằm gợi sự liên tưởng, làm nội dung thêm sống động hơn. Chẳng hạn, “Quý vị hãy tưởng tượng rằng hành trình một tinh trùng gặp được trứng cũng giống như cuộc đua của hàng triệu người bơi qua một dòng sông đầy acid, dài khoảng

1.800 cây số, bằng từ TP. Hồ Chí Minh ra Hà Nội, trong thời gian 72 giờ đồng hồ với bao sóng to, gió lớn và hiểm nguy. Và chỉ có một tinh trùng đủ sức tồn tại và gặp được trứng, rồi từ đó bạn ra đời. Tất cả đã hy sinh để bạn được sống...”

Tận dụng ngữ điệu (giọng nói) và ngôn ngữ cơ thể (ánh mắt, nét mặt, đôi tay, cách di chuyển...) để minh họa cho nội dung thuyết trình.

Đừng chỉ trình bày suông, mà phải tìm cách minh họa các ý trình bày bằng những hình ảnh, câu chuyện, đoạn phim, trò chơi... để đưa người nghe vào cuộc trải nghiệm thực sự nhằm thấu hiểu và ghi nhớ các ý tưởng được trình bày.

Phần Kết luận

Phần kết luận đóng vai trò giúp người nghe sắp xếp lại và ghi nhớ trong đầu các ý chính đã được trình bày.

Thông báo trước khi kết thúc: Việc thông báo có thể thể hiện bằng những cụm từ như: “Tóm lại...”; “Để kết thúc, tôi xin tóm tắt lại như sau...”; “Trước khi chia tay, tôi xin tóm tắt lại những gì đã trình bày...” Việc thông báo này còn giúp người nghe chuẩn bị tinh thần để tiếp thu những thông tin cốt lõi nhất.

Tóm tắt điểm chính: Theo các nghiên cứu về thính giả thì thời gian bắt

đầu thuyết trình và thời gian sắp kết thúc là hai khoảng thời gian mà người nghe tập trung chú ý cao nhất. Vì vậy, việc tóm tắt lại những điểm chính sẽ giúp thính giả nhớ khái quát và lâu hơn về nội dung đã thuyết trình.

Việc tóm tắt có thể là nêu lại những đề mục kèm những ý cần nhấn mạnh.

Thách thức và kêu gọi hành động: Mục đích cuối cùng của thuyết trình là thuyết phục người khác làm theo các ý tưởng mình đã trình bày. Vì vậy thành công của bài thuyết trình nằm ở điểm chốt hạ này.

Sau khi đã đưa người nghe lên cao trào, bạn cần đưa ra lời kêu gọi, thúc đẩy để tiến đến hành động.

Trong phần này, bạn có thể dùng một số câu hỏi để người nghe biểu thị sự đồng ý như: “Các bạn có đồng ý không?” “Các bạn có sẵn lòng không? Có quyết tâm không?” hoặc có thể kêu gọi sự cam kết bằng hành động cụ thể như vỗ tay, giơ tay biểu quyết hoặc làm ngay một việc gì đó chẳng hạn như đóng góp từ thiện, mua sản phẩm, đăng ký, viết cam kết.

Tất nhiên, không nhất thiết phải tuân thủ cấu trúc trình bày như trên thì buổi thuyết trình của bạn mới thành công. Bạn hoàn toàn không cần đến cấu trúc ấy, bạn có thể tự do tung hứng, sáng tạo như kiểu Steve Jobs. Tuy nhiên, đó là khi bạn đã là một người thuyết trình tài ba, còn nếu đang đi những bước khởi sự trên con đường trở thành diễn giả, bạn cần phải đi qua các công đoạn cơ bản ấy, vẫn phải học hỏi đào sâu kiến thức, gia công tập dượt, tiếp thu mọi ý kiến đóng góp và liên tục trau dồi để cải thiện kỹ năng nói.

2. Ba yếu tố chinh phục người nghe

Điều gì khiến một người có sức thuyết phục với người khác? Điều gì khiến bạn thích chơi với anh láng giềng này mà lại không thích kết thân với anh láng giềng kia? Theo nhiều nhà tâm lý học, tính cách dễ mến là yếu tố hàng đầu – trên cả ngoại hình, sự giàu có và địa vị – giúp một người được người khác yêu mến và đón nhận. Nói đơn giản, chúng ta thường có xu hướng muốn kết thân với ai đó thú vị, thân thiện, dễ gần, đem lại cảm giác

tin tưởng, khiến chúng ta cảm nhận được một mối dây kết nối vô hình nào đó với người ấy. Những người có tính cách dễ mến thường thành công hơn trong cuộc đời và sự nghiệp.

Tuy nhiên, tính cách dễ mến không phải là yếu tố duy nhất chúng ta cần đến. Trong thiên khảo luận bàn về thuật hùng biện, triết gia Hy Lạp Aristotle đã **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** diễn giải rất rộng về nghệ thuật tạo ảnh hưởng và đúc kết ra ba yếu tố giúp chinh phục mà diễn giả có thể dùng. Ba yếu tố Aristotle nêu ra đã trở nên phổ biến, gọi là Tam giác Hùng biện: Ethos,

Pathos, và Logos. Và triết gia này lý luận rằng mỗi một yếu tố đều giữ vai trò quyết định sự thành bại cho việc truyền đạt, giao tiếp của một người.

Ethos diễn tả sự chân thành và đáng tin tưởng của người nói. Liệu chính trị gia này có trung thực hay không? Đối tác kinh doanh tiềm năng của tôi có phải là người tốt không? Cô bạn gái tôi có thực sự quan tâm đến những gì tôi đang nói? Người nghe cần cảm thấy diễn giả thực sự có những ý định tốt đẹp và thành thực trong mỗi lời nói. Do đó, để lôi cuốn và thuyết phục người nghe, diễn giả trước hết phải tạo được một hình ảnh trung thực và đáng tin cậy trong mắt người nghe.

Pathos là phương tiện khơi gợi cảm xúc và tình cảm của người nghe. Người thiết kế hình ảnh có hài lòng với mẫu thiết kế trên bàn? Ứng viên bạn đang phỏng vấn có phấn khởi và hào hứng với khả năng sẽ được nhận vào làm việc ở công ty? Cô y tá ấy có vui vẻ khi giúp tôi không? Aristotle cho rằng những cảm xúc có một sức mạnh góp phần vào những gì mang tính lý luận, phán đoán, và tác động đến hành vi ứng xử; và để thuyết phục, diễn giả phải khơi gợi được những cảm xúc tích cực của người nghe (chẳng hạn yêu thương, thèm khát, hy vọng, hay xúc động) cũng như những cảm xúc tiêu cực của họ (như oán giận, **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** bức tức). Ronald Reagan² đã nói, “Khi bạn không thể giúp họ thấy ánh đèn, thì hãy cho họ cảm nhận sức nóng của ánh đèn ấy.” Bạn có thể làm điều đó bằng cách dùng các hình ảnh so sánh, ẩn dụ. Càng khơi gợi cảm xúc của thính giả, diễn giả càng có nhiều cơ hội để thuyết phục họ. Con người thường dễ bị thu hút vào những người tỏ ra đầy cảm xúc và nhiệt

tình về những điều họ đang nói.

Logos là phương tiện liên quan đến óc lý luận, suy xét. Khi trình bày, bạn cần dùng từ ngữ, lời lẽ sao cho thật thích hợp và chuẩn xác. Phải được khán thính giả coi là đáng tin cậy, thì diễn giả mới có thể thuyết phục họ, và diễn giả cần phải đưa ra các bằng chứng, dữ liệu, các tuyên bố có lý lẽ, lập luận chặt chẽ và chuẩn xác.

Kết hợp ba yếu tố trên, bạn tạo ra được một môi trường lý tưởng để thuyết phục người nghe với thông điệp của mình. Tác giả Stanislavski³ đã mô tả việc truyền thông thuyết phục như là việc “năng lượng được đốt lên nhờ cảm xúc, được nạp thêm nhờ ý chí, được định hướng nhờ trí tuệ, và tất cả được thể hiện ra bằng hành động, đầy cảm xúc, nội dung và mục đích.”

3. Sắp xếp các ý logic và lập luận chặt chẽ

Nội dung chính của bài trình bày nên chia thành 3 phần lớn như đã nói ở trên để người nghe dễ dàng theo dõi. Trong Phần Nội dung chính, có thể chia thành nhiều đoạn nhỏ hơn nhưng phải có liên kết trong toàn thể.

Theo trật tự thời gian: “Chương trình của chúng tôi được tiến hành từ năm 2000..... Hai năm sau đó... Và đến năm 2007...” Nhấn mạnh bằng cách mô tả khoảng thời gian, hoặc nêu ra một sự kiện lớn mà nhiều người biết để ghi nhớ thời điểm đó.

Tương phản: “Các nông dân cho rằng họ có thể tự lo được việc kiểm tra hóa chất tồn dư trong sản phẩm của họ, nhưng chúng tôi cho rằng việc này phải được tiến hành bởi các tổ chức thẩm định độc lập...”

Vấn đề - Nguyên nhân – Giải pháp:

I. Vấn đề là...

II. Nguyên nhân của vấn đề là...

III. Một số giải pháp cho vấn đề là...

Phép loại suy: Tức là việc so sánh đối chiếu một ý tưởng hay sự vật này với một ý tưởng hay sự vật khác. Với phép loại suy, ta giả thiết là nếu các sự vật giống nhau ở một số khía cạnh nào đó, thì chúng cũng giống nhau ở các khía cạnh khác; và sự giống nhau ấy đưa đến những tác động và hệ quả

cũng giống nhau. Chẳng hạn, nếu một cái cây phát triển tốt nhờ các nguyên lý ấy, thì bạn có thể dùng chúng để phát triển tốt một bài trình bày.

Song đề: Tức là việc đưa ra một bằng chứng logic để chứng minh quan điểm của người khác là sai.

Chẳng hạn, để chứng minh thế giới tròn, thì có thể lập luận bằng cách cho thấy rằng khi tàu thuyền biến mất ở đường chân trời, rõ ràng là chúng đang đi qua một bề mặt tròn.

Diễn dịch: Tam đoạn luận của Aristotle đã đưa ra hai phát biểu tiền đề – một tiền đề chính và một tiền đề phụ – có chứa một yếu tố chung cho cả hai và tất yếu dẫn đến một phát biểu thứ ba – kết luận.

Quy nạp: Tức là việc lập luận đi từ cái cụ thể đến khái quát. Chẳng hạn: chim sẻ có cánh, chim hồng tước có cánh, chim chào mào có cánh; do đó, mọi loài chim đều có cánh.

4. Hãy thể hiện cảm xúc thích hợp

Một diễn viên giỏi luôn biết cách hoá thân vào nhân vật mình thể hiện. Một diễn giả luôn biết thể hiện mọi cung bậc cảm xúc qua từng phần nội dung trình bày. Để có được cảm xúc thật sự trong buổi thuyết trình chính thức, bạn cần chuẩn bị năng lượng tích cực trước buổi trình bày vài ngày.

Tôi đã áp dụng kỹ thuật này khi thuyết trình một đề tài nghiên cứu khoa học về việc ứng dụng

Phương pháp Thẻ điểm Cân bằng (Balanced Scorecard) của TS. Robert Kaplan, Trường Kinh doanh

Harvard, vào quản trị doanh nghiệp của Tổng Công ty Truyền tải điện Quốc gia.

Tại buổi thuyết trình cấp cơ sở trước khi trình bày tại cấp tổng công ty, tâm trạng của tôi không được tốt khi biết rằng không có nhiều người mặn mà với đề tài của mình vì chủ đề mới và khá sâu về chuyên môn, mặt khác tôi cũng tự tin vì mình cũng đã có ít nhiều kinh nghiệm trong thuyết trình nên tôi khá thờ ơ, nghĩ rằng không quan trọng, sao cũng được. Buổi trình bày đó gần như chủ yếu là tôi nói, chứ không phải là diễn, giọng nói đều

đều, ít cảm xúc, cố làm cho xong việc. Kết quả bỏ phiếu không cao: 1 xuất sắc, 4 giỏi và 3 khá; chung cuộc nghiệm thu cấp cơ sở đạt loại Giỏi, đạt yêu cầu để báo cáo lên cấp cao hơn.

Chừng một tháng sau, vài ngày trước khi báo cáo nghiệm thu tại Tổng Công ty, tôi đã áp dụng kỹ thuật tưởng tượng và hình dung. Vào ngày trình bày chính thức, với năng lượng tích cực và sự tự tin có được, tôi đã diễn bằng tất cả cảm xúc thực của mình trước một hội đồng khoa học gồm 3 tiến sĩ, 2 thạc sĩ và một số cán bộ lãnh đạo khác của Tổng Công ty. Trong buổi thuyết trình đó, không chỉ nói theo các nội dung đã chuẩn bị sẵn, nhưng nhờ năng lượng tích cực và tràn đầy cảm hứng, tôi còn mở rộng thêm nhiều vấn đề khác có liên quan chặt chẽ đến đề tài. Kết quả vượt trên mong đợi: 5 phiếu Xuất sắc và 3 phiếu Giỏi, chung cuộc đạt loại Xuất sắc. Và những gì đạt được trong thực tế gần giống những gì mà tôi đã tự tưởng tượng trong vài ngày trước đó.

Như vậy, với năng lượng tích cực được chuẩn bị, bạn sẽ tự tin và dễ dàng làm chủ bản thân để có thể thể hiện các trạng thái tình cảm khác nhau, hay các cung bậc cảm xúc khác nhau phù hợp với từng nội dung của bài thuyết trình:

Một nội dung gây hứng thú: Hãy thể hiện sự nhiệt tình, hào hứng.

Một tin buồn: Hãy thể hiện sự nghiêm trang, nghiêm túc, sự cảm thông.

Một nội dung tạo tình cảm: Hãy thể hiện lòng yêu thương

Một nội dung cần sự chia sẻ: Hãy thể hiện sự quan tâm.

Một đoạn đối thoại: Hãy nhập vai, đóng giả giọng điệu và cảm xúc của từng nhân vật trong đoạn đối thoại.

Sự tín nhiệm = Thể hiện cảm xúc thích hợp

Thái độ chân thành khi thể hiện bài điều văn sẽ đáng tin hơn nếu người nói hay đọc thể hiện các dấu hiệu diễn tả niềm đau buồn thương tiếc, chẳng hạn như cung giọng không đều, mắt ứa lệ, điệu bộ biểu hiện một niềm tiếc thương sâu sắc.

Cũng như thế, một chính trị gia sẽ được tín nhiệm hay không phụ thuộc

vào việc người này có chuyển tải được thái độ xác tín, lòng tự tin và quyết tâm trước khán thính giả. Nếu người này mở miệng nói rằng “Tôi tin vào điều này!” nhưng cảm xúc người đó thể hiện ra lại có vẻ như nói rằng “Đừng nói ở đây chán thật!” thì bạn nghĩ người nghe có tin nổi không? Cảm xúc chuyên chở lời nói, làm cho lời nói ý nghĩa. Nếu cảm xúc thể hiện ra không phù hợp với thông điệp, người nghe sẽ không tin vào thông điệp.

Biến lo lắng thành năng lượng tiếp sức cho cảm xúc

Có một diễn giả chuyên nghiệp nọ đã khuyến khích chúng ta không nên kìm nén lại hay tìm cách loại bỏ đi cảm giác bồn chồn lo lắng của mình. Thay vào đó, hãy chuyển hóa, tận dụng nó làm nguồn năng lượng để cung cấp cho cảm xúc của bạn khi nói. Đại ý, diễn giả này nói như sau: Các diễn giả thành công đặt niềm tin sâu xa vào thông điệp. Họ truyền đạt thông điệp bằng cảm xúc. Đừng kìm nén các cảm xúc của bạn. Hãy tận dụng nó, biến nó thành năng lượng để chinh phục người nghe.

Như vậy, vấn đề ở đây là biết cách thể hiện thái độ phù hợp với nội dung của bài thuyết trình, biết cách điều chỉnh cảm xúc phù hợp với từng phần của nội dung thuyết trình. Và để có khả năng này, bạn cần chuẩn bị để có một năng lượng tích cực và có một thái độ tự tin.

Cũng cần lưu ý việc này không phải là đeo mặt nạ, không phải cố tình đóng kịch, không phải gượng ép. Điều cần thiết là có năng lượng tích cực để chuyển hóa các vấn đề tiêu cực thành tích cực, để chuyển hóa lo **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** lắng và đau khổ thành bình an, để chuyển hóa giận dữ thành yêu thương.

Hitler là một nhà hùng biện đại tài, nhưng tư duy lại tiêu cực, năng lượng cảm xúc của ông ta cũng tiêu cực, ông ta đã dẫn dắt người Đức đi đâu và thay đổi thế giới như thế nào thì ai cũng biết.

Đức Phật với lòng bao dung, độ lượng, hỉ xả, từ bi đã tạo nên một tôn giáo hiền hòa, nhân ái, trường tồn qua hơn 2.500 năm nay. Các triết lý của Đức Phật ngày càng được thế giới đón nhận, Phật giáo ngày càng được mở rộng hơn.

5. Từ trái tim đến trái tim

Người Việt có câu: “Một bồ cái lý không bằng một tí cái tình.” Cái lý thường dẫn đến tranh luận, cố chứng tỏ đúng sai, được mất và thắng thua; cái tình là chỗ dựa cho người khác và dẫn dắt họ theo ý muốn của bạn.

Bạn chỉ có thể tạo được niềm tin lâu dài từ người khác khi bạn thể hiện thái độ thành tâm muốn giúp đỡ, muốn chia sẻ, muốn mang lại lợi ích cho họ.

Tôi đã dự một khóa học về quản trị nhân sự mà vị tiến sĩ giảng dạy tỏ một thái độ rằng học viên là một bọn chẳng hiểu biết gì, chỉ có ông ta là siêu đẳng, thái độ rất trịch thượng và khó chịu, đôi lúc xúc phạm học viên, trái ngược hẳn với môn học mà ông ấy đang giảng về quan hệ và giao tiếp giữa con người với con người. Ông ấy cao siêu thật nhưng chỉ toàn những phương pháp và công thức cứng nhắc, những luận cứ khô khan. Chúng tôi phải học vì nhà trường đã sắp xếp như thế, sau đó chúng tôi không hề muốn gặp lại ông ấy nữa. Bạn thấy đấy, đúng như

Nguyễn Du từng đúc kết “Chữ tâm kia mới bằng ba chữ tài.”

Bạn sẽ nói dối khi trong lòng đầy tức giận và chỉ muốn thu lợi cá nhân, dần dần khi họ biết sự thật họ sẽ không tin bạn nữa. Bạn sẽ nói dối chính bạn khi điều bạn nói ra không phải là những điều bạn làm, sự mâu thuẫn trong nội tâm sẽ khiến bạn đau khổ.

Có một câu chuyện kể rằng Đức Phật đã dùng trái tim yêu thương, bao dung, độ lượng để chuyển hóa vấn đề. Một lần Đức Phật cùng với các đệ tử của Ngài đi ngang qua một ngôi làng, người dân sống ở đó là những người đối địch với các Phật tử. Họ chạy lại, bao quanh Đức Phật và các đệ tử, bắt đầu thóa mạ và nhiếc móc. Đức Phật đứng lặng thinh trong khi các đệ tử bắt đầu nóng giận lên và chuẩn bị đáp trả.

Lúc này, Ngài mới quay lại các đệ tử: “Các con làm ta thất vọng. Những người này làm những việc của họ. Họ đã nóng giận. Họ tưởng rằng ta là kẻ thù tôn giáo của họ, của giá trị đạo đức của họ. Những người này thóa mạ ta, đó là lẽ tự nhiên. Nhưng tại sao các con lại nóng giận? Tại sao các con lại để cho người khác điều khiển mình? Các con phụ thuộc vào họ. Chẳng

phải các con không còn tự do nữa sao?”

Những người dân trong làng không chờ đợi phản ứng như vậy. Họ đã bối rối và im lặng. Đức Phật quay về phía họ: “Cám ơn các bạn đã đến gặp ta. Các bạn nói xong chưa? Bây giờ ta phải tiếp tục lên đường bởi vì mọi người ở làng kế bên đang đợi. Nhưng khi ta trở lại ngày mai, ta sẽ có nhiều thời gian hơn. Nếu các bạn có nhiều thứ hơn để nói, xin đến lần nữa.”

Những người này không thể tin vào tai mình nữa. Chuyện gì xảy ra với người này thế nhỉ? Người trong làng hết sức băn khoăn, họ hỏi: “Nhưng mà chúng tôi đã thóa mạ ông, tại sao ông lại không nổi giận với chúng tôi?”

Đức Phật nói: “Người dân làng mà ta vừa đi qua đã đón chào ta, họ mang đến cho ta hoa quả, trái cây và những lời tốt đẹp. Ta nói với họ rằng: “Cám ơn, nhưng chúng tôi đã ăn rồi. Hãy mang trái cây về cùng với lời chúc phúc lành của ta dành cho các bạn. Chúng tôi không thể mang chúng theo mình, chúng tôi không mang thức ăn theo mình.” Bây giờ ta hỏi các bạn: “Họ phải làm gì với những thứ mà ta không nhận và trả lại cho họ?””

Một người từ trong đám đông nói: “Có lẽ là, họ mang chúng về nhà, và phân phát trái cây và sự ngọt ngào đó cho những đứa trẻ, cho gia đình của mình.”

Đức Phật từ tốn nói: “Đúng vậy, họ đã đem quà về chia lại cho ông bà của họ, cho cha mẹ và con cái họ.

Nếu món quà mà các bạn vừa trao cho tôi mà tôi không nhận, các bạn cũng sẽ như vậy, các bạn sẽ giữ lại tất cả những sự giận dữ, những lời thóa mạ, sỉ vả, nhiếc móc, những thứ dơ bẩn này mang về chia lại cho những người thân của các bạn, đúng không?”

Dân làng này chợt thấu hiểu và vội vàng quỳ sụp xuống.

Trong hành trình thuyết trình của mình, tôi đã học được rất nhiều điều, không chỉ việc học tập các kỹ thuật soạn bài, chuẩn bị kịch bản và đạo cụ, tập luyện giọng nói và ứng dụng ngôn ngữ cơ thể, phát hành vé và phối hợp tổ chức thực hiện chương trình; quan trọng nhất đó là việc phát triển chính bản thân mình và những tương tác với xã hội bên ngoài. Tôi hiểu rằng phải học tập cũng như trải nghiệm rất nhiều thì mới có thể thuyết trình được.

Bạn cũng có thể làm được tốt hơn tôi rất nhiều bằng cách: tập luyện,

thực hiện, rút kinh nghiệm, rồi tiếp tục thực hiện.

NGUYỄN HOÀI NAM

Nguyễn Hoài Nam là một nhà quản lý xuất sắc, là tác giả và diễn giả trong lĩnh vực Phát triển con người và Hoàn thiện bản thân. Anh đã làm việc 8 năm tại Tập đoàn Kinh Đô với nhiều vị trí: đào tạo, quản lý bán hàng, hỗ trợ bán hàng. Với niềm đam mê, tâm huyết và tài năng, anh đã gặt hái được nhiều thành công lớn:

- Giúp tăng doanh thu gấp 3 lần sau 4 năm.
- Tạo được đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, vững mạnh.
- Được đánh giá là “Nhà Quản lý xuất sắc” từ đối tác, cấp trên, đồng nghiệp và nhân viên.

Hơn 10 năm qua, với khát khao lĩnh hội những tinh hoa, tìm kiếm những giá trị đột phá, anh đã tham gia hàng trăm buổi đào tạo của những diễn giả hàng đầu Việt Nam và thế giới. Điều đó đã mang đến cho anh những bài học tuyệt vời và sâu sắc, giúp anh có được nền tảng vững chắc trên con đường hướng đến hạnh phúc trọn vẹn và thành công bền vững.

“Điều diệu kỳ từ sách”, đó là thông điệp anh muốn gửi đến mọi người. Chính tình yêu dành cho sách luôn thôi thúc anh phải mang đến hạnh phúc và thành công bền vững cho mọi người. Anh đã cho ra đời cuốn sách Sống cuộc đời bạn mơ ước được nhiều người đón nhận và nhanh chóng tái bản sau lần in đầu tiên.

CHƯƠNG 7

VUI CHƠI KHÔNG QUÊN NHIỆM VỤ: ĐẠT MỤC TIÊU

TÁC GIẢ: NGUYỄN HOÀI NAM

Dù nói về đề tài nào đi nữa, những diễn giả có khả năng thuyết phục luôn biết cách dẫn dắt người nghe đến với các vấn đề của bài trình bày. Bởi có khả năng thu hút sự quan tâm của người nghe, nên họ cũng đủ sức dẫn dắt cảm xúc của người nghe cũng như làm thay đổi cách nhìn và lối suy nghĩ của họ.

Tuy nhiên, các diễn giả ấy đã làm bằng cách nào? Điều gì có thể giúp bạn trở thành một diễn giả có sức thuyết phục người nghe?

Câu chuyện dưới đây, về một trong các diễn giả nổi danh nhất trong lịch sử, sẽ giúp bạn hiểu được một số điều cần thiết về nội dung chương sách này.

Thời Hy Lạp cổ đại, việc nói chuyện trước công chúng là một công việc quan trọng trong cuộc sống hằng ngày; và các nhà hùng biện luôn được coi trọng.

Demosthenes là một trong số các nhà hùng biện đại tài của Hy Lạp cổ đại. Tuy nhiên, ban đầu, khi làm nghề thầy cãi, Demosthenes không có phong cách gì nổi bật, cách ăn nói thì dài dòng, giọng nói thì yếu ớt, thều thào và mỗi lần ông phát biểu, người ta đều bỏ đi, vì họ ghét phải nghe ông nói.

Rồi một ngày nọ, khi người ta cấm không cho ông nói trước hội đồng tòa án, khi tình cờ gặp được một người quen, ông than phiền rằng việc đó chẳng công bằng cho lắm. Ông chuẩn bị bài nói rất kỹ, hơn rất nhiều diễn giả khác, thế mà không hiểu sao ông nói ra điều gì người ta cũng phản bác mà chẳng thèm nghe lấy một lời.

Nghe ông than thở, người bạn kia, vốn là diễn viên chuyên nghiệp, hiểu ra lý do ngay: vấn đề không nằm ở thông điệp Demosthenes muốn truyền tải, mà là ở cách ông truyền tải thông điệp quá vụng về.

Sở dĩ không đưa được thông điệp đến với người nghe là bởi vì ông thiếu chủ ý.

Và để minh họa cho vấn đề Demosthenes đang gặp phải, người bạn kia bảo ông đọc một đoạn văn cổ; rồi người bạn ấy cũng đọc lại đoạn văn ấy cho ông nghe, thể hiện bằng mọi kỹ năng liên quan đến giọng nói và ngôn ngữ cơ thể. Demosthenes lấy làm kinh ngạc: cũng đoạn văn đó, nhưng dưới giọng đọc của bạn ông, dường như nó mang một sắc thái khác hẳn, rung cảm hơn, dễ lọt tai hơn. Và từ đó về sau, ông bắt đầu hiểu rằng chủ ý của người diễn thuyết – nghĩa là ý thức về cách nói năng, thể hiện – là điều bắt buộc và là yếu tố cần thiết phục vụ cho mục tiêu thuyết phục người nghe!

Rồi ông bỏ công tập luyện, cố đặt chủ ý vào cũng như có ý thức hướng về mục tiêu các bài thuyết trình. Đề tài của ông vẫn có chừng ấy chuyện, khán giả của ông vẫn là những gương mặt quen thuộc hay đến nghe ông nói, và mục tiêu của ông (thuyết phục người nghe hành động) cũng vẫn không thay đổi, nhưng trong mỗi lần nói chuyện, ông trình bày với một chủ ý rõ ràng, mạnh mẽ. Lúc này, kết quả đã khác trước: ai cũng muốn đến nghe ông nói và ông đã trở thành nhà hùng biện đại tài của mọi thời.

Tôi muốn người nghe làm gì khi nghe xong?

Qua câu chuyện trên, chủ ý và mục tiêu là hai yếu tố tiền đề, làm nền tảng thành công cho mọi hình thức giao tiếp, trình bày.

Diễn tả theo cách đơn giản, mục tiêu ở đây là thứ gì đó bạn muốn hay cần từ người nghe – hôm nay là việc bạn muốn người nghe làm gì sau khi nghe xong. Còn chủ ý là định hướng, liên quan đến việc bạn sẽ làm cách nào để đạt được mục tiêu kia.

Muốn chào bán một sản phẩm nào đó, nếu không biết khéo léo kết hợp chủ ý và mục tiêu với nhau, thì chắc chắn bạn sẽ chẳng tài nào thuyết phục được ai mua hàng, và khi đó, mọi nỗ lực truyền thông của bạn đều thất bại,

bạn không có được điều mình muốn.

Như thế, nếu kết hợp chặt chẽ và nhịp nhàng, chủ ý và mục tiêu sẽ giúp bạn thuyết trình thành công, có sức làm cho người nghe thay đổi cái nhìn, thái độ hay hành động liên quan đến đề tài hay vấn đề bạn đưa ra thảo luận hay trình bày.

Nếu muốn tạo ảnh hưởng đến người nghe, bạn cần phải giữ trong đầu mình một mục tiêu cụ thể – tức là, một điều cụ thể nào đó bạn muốn đạt được. Bên cạnh đó, có mục tiêu, nhưng không có chủ ý, thì thông điệp bạn trình bày khó lòng khơi gợi được cảm xúc tích cực và được người nghe đón nhận.

Các phần dưới đây sẽ giúp bạn biết rõ cách xác định rõ ràng một mục tiêu cụ thể cho phần thuyết trình của mình, tức là hiểu ra chính xác điều mình muốn nhận được từ người nghe sau khi phát đi thông điệp. Bạn cũng sẽ biết cách xác định và lựa chọn chủ ý thích hợp nhất để hỗ trợ cho việc hoàn thành mục tiêu của bài thuyết trình.

Xác lập mục tiêu truyền thông

Truyền thông hiệu quả không chỉ dựa vào từ ngữ hay câu chữ. Cần phải có một mục tiêu sau những từ ngữ câu chữ ấy, nhằm kêu gọi người nghe hành động. Lý tưởng nhất là người nghe hành động đúng như những gì ta dự định nhắm đến lúc đầu. Mục tiêu trong truyền thông chính là tiêu đích, là đích nhắm bạn muốn đạt đến qua việc truyền tải thông điệp.

Trước khi trình bày bất kỳ thông điệp nào, bạn cũng cần hiểu điều cuối cùng bạn muốn đạt khi buổi thuyết trình kết thúc. Mục tiêu của bạn là gì? Là muốn người nghe đóng góp từ thiện, nỗ lực làm việc, nói thật hay ý thức trách nhiệm?

Cho dù mục tiêu bạn nhắm đến qua việc truyền thông là gì đi nữa, thì bản thân bạn cũng cần phải hiểu rõ mục tiêu bạn đặt ra ấy. Nếu không, bạn sẽ giống như một người chạy marathon chỉ biết chạy và chạy mà không biết đâu là vạch đích. Hãy ghi mục tiêu ra, dùng từ ngữ câu chữ sao cho ngắn gọn, súc tích, dễ hiểu. Nếu có nhiều mục tiêu lớn nhỏ khác nhau, bạn phải

ghi đầy đủ, ghi rõ và ghi cụ thể.

Một khi đã nắm rõ mục tiêu, xem như bạn đã đạt được một nửa điều mình cần làm để truyền thông hiệu quả. Nửa còn lại là thứ vũ khí bí mật và là công cụ vô giá mà một người truyền thông hay thuyết trình giỏi luôn dùng đến: chủ ý.

Đừng nhầm lẫn mục tiêu với chủ đề

Khi mục tiêu quá rộng, nó sẽ bị lẫn lộn với chủ đề. Đừng nhầm lẫn xem hai thứ đó là một. Bạn có thể nói về “Nghệ thuật lãnh đạo trong thế kỷ XXI,” nhưng nó là một đề tài, hoặc chủ đề, chứ không phải là mục tiêu của buổi trình bày. Mục tiêu của bạn phải là việc truyền thông cho người nghe nắm vững những ý tưởng cụ thể và kỹ năng quan trọng liên quan đến nghệ thuật lãnh đạo trong doanh nghiệp chẳng hạn, hoặc mục tiêu bạn nhắm đến có thể là việc thuyết **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN**

GIA phục để người nghe bắt đầu chuẩn bị ngay từ bây giờ để đương đầu và thích nghi với những thay đổi về vai trò lãnh đạo trong thế kỷ XXI.

Một chủ đề hay đề tài thường rất rộng, bao hàm nhiều phương diện, khía cạnh khác nhau, nên bạn phải làm rõ ràng và cụ thể về mục tiêu của mình trong bài trình bày.

Bài nói chuyện của bạn càng chi tiết và cụ thể bao nhiêu, bạn càng giúp người nghe lĩnh hội các ý tưởng quan trọng bạn trình bày bấy nhiêu. Khi bạn trình bày cụ thể và chi tiết về đường hướng lãnh đạo của một nhân vật thành công nào đó, chắc chắn người nghe sẽ tự khắc khái quát được những đường nét chính yếu của nghệ thuật lãnh đạo.

Lựa chọn chủ ý

Trong lúc triển khai nội dung một thông điệp, ta thường tập trung vào lời lẽ, câu chữ và nội dung mình sẽ nói. Tất nhiên, ta cũng thường có một mục tiêu trong đầu ngay cả khi ta chưa xác định nó cho rõ ràng và chính xác. Điều mà ta thường bỏ qua là lý do tại sao thông điệp tôi muốn truyền tải

phải là điều quan trọng khán giả muốn nghe. Tại sao người nghe phải quan tâm đến thông điệp này?

Điều gì khiến họ phải quan tâm để ý?

Chúng ta thường lơ là không gắn chủ ý với mục tiêu. Đây là thứ sai lầm mà người thuyết trình cần phải tránh xa nếu muốn truyền thông hiệu quả.

Trước khi truyền tải thông điệp đến người nghe, người trình bày phải hiểu rõ về việc mình muốn người nghe phải phản ứng như thế nào với những gì mình nói. Bạn phải biết rõ mình muốn người nghe phải cảm nhận thế nào về những gì mình trình bày. Làm sáng tỏ điều này, tức là bạn đã đưa ra được một chủ ý tốt, như từ điển định nghĩa, chủ ý tức là ý định hay định hướng soi dẫn hành động.

Hiểu tầm quan trọng của chủ ý và triển khai áp dụng nó một cách có hiệu quả trong giao tiếp hay trình bày chính là hòn đá tảng cho việc thể hiện xuất sắc của bạn và là yếu tố nền tảng giúp phân biệt một diễn giả tầm thường nhạt nhẽo với một diễn giả có khả năng diễn thuyết tuyệt vời.

Để trình bày hay truyền thông hiệu quả, bạn phải coi chủ ý như thứ vũ khí lợi hại nhất. Nó không chỉ giúp thổi bùng ngọn lửa nhiệt tình và mục tiêu cho thông điệp của bạn, mà còn là phần hợp thành cốt yếu nhất trong bước đường bạn theo đuổi mục tiêu.

Trong cuốn Tell to Win, ông Peter Guber – nhà sản xuất và nguyên chủ tịch hãng Sony Pictures – cho biết việc thu hút sự quan tâm của người nghe “liên quan tới việc bạn phải tập trung dồn cả con người mình vào chủ ý đạt đến mục tiêu của bạn... Chủ ý của bạn thực sự là thứ dấu hiệu làm cho người nghe phải chăm chú quan tâm.” Nói cách khác, nếu bạn không có một chủ ý mạnh mẽ phụ trợ cho phần trình bày của mình, người nghe chắc chắn sẽ hướng về những chuyện khác mà bỏ qua những gì bạn nói.

Đó chỉ là ích lợi đầu tiên mà một chủ ý mạnh mẽ sẽ hỗ trợ cho nỗ lực trình bày của bạn. Nó còn giúp bạn giữ được sự chăm chú quan tâm của người nghe, để kết nối họ với thông điệp cả về mặt cảm xúc lẫn lý trí.

Nhà khoa học về thần kinh Dan Siegel đã khám phá ra rằng các tế bào thần kinh “bắt chước” của người nghe chỉ bật lên khi họ cảm nhận người khác đang hành động có mục tiêu và nhiệt huyết. Mọi thứ người ta thể hiện

ra trong giọng nói hay cơ thể đều truyền thông điệp không lời đến người nghe. Vì lẽ đó, là người thuyết trình, bạn cần phải tập cho có ý thức về chủ ý trong các bài nói chuyện của mình nhằm thổi lửa vào đó, kích thích người nghe quan tâm và hứng thú với những gì bạn trình bày.

Biểu hiện trên khuôn mặt, trong giọng nói, cơ thể bạn đều truyền đi những tín hiệu rất mạnh khiến người nghe sẽ để ý đến chúng trước mọi thứ khác. Bởi thế, một chủ ý lạc nhịp với nội dung thông điệp hay khập khiễng không ăn khớp với mục tiêu sẽ phá vỡ tan tành mọi nỗ lực truyền thông hay trình bày của bạn.

Khi xác định chủ ý của mình, bạn hãy diễn tả nó bằng một động từ - một từ chỉ hành động mạnh mẽ có thể kích hoạt sức mạnh cho bài thuyết trình của bạn. Chẳng hạn, chủ ý của bạn có thể là truyền cảm hứng, là thách thức, là thúc giục, là động viên, là đòi hỏi, là khai sáng...

Vận dụng Chủ ý và Mục tiêu vào thực tế

Trong cuốn sách có tựa Respect for Acting, Uta Hagen – một giáo viên dạy diễn xuất rất nổi danh – đã viết như sau: “Sức tác động của từ ngữ, câu chữ, cách tôi nói, với ai, vì mục tiêu gì và trong hoàn cảnh nào, chỉ duy nhất xoay quanh điều tôi muốn hay cần vào lúc nói.” Bà đang nói đến sự kết hợp giữa chủ ý và mục tiêu. Khi xác định chủ ý và mục tiêu, bạn phải mô tả rõ mục tiêu thông điệp bạn nhắm đến trong một câu duy nhất như sau:

Mục đích truyền thông

Tôi muốn.....(chủ ý) người nghe để họ sẽ.....(mục tiêu)

Trong bất kỳ buổi trình bày hay giao tiếp nào, bạn phải chắc chắn ý định của mình được kết nối với cảm xúc của người nghe. Hãy tưởng tượng việc bạn muốn người nghe cảm thấy thế nào sau khi nghe những lời bạn sẽ nói. Trong khi nói, nội dung và thông điệp của bạn phải luôn hướng đến khán giả, đến cảm giác của họ, những mong muốn của họ, chứ không nhằm đến những gì bạn muốn cũng như cảm giác riêng của bạn.

Bạn cần chọn một chủ ý khiến người nghe hưởng ứng theo cách bạn muốn thấy. Chẳng hạn, nếu bạn muốn các nhân viên mới cảm thấy họ được hoan nghênh đón nhận, thì bạn phải mỉm cười khi giới thiệu họ cho các thành viên cũ của công ty, cũng như thể hiện qua sự nhiệt tình trong giọng nói và mong muốn đón nhận họ.

Đôi lúc có nhiều đề tài bạn không cảm thấy hứng thú, chỉ thấy đơn điệu khô khan, chẳng có gì thú vị. Và đó là lúc bạn cần dùng đến hai thứ công cụ hữu hiệu là mục tiêu và chủ ý để giải quyết vấn đề. Cả khi cá nhân bạn không thấy đề tài hay nội dung thuyết trình có gì gây hứng thú, bạn cũng cần phải hiểu rõ lý do tại sao chúng lại quan trọng với người nghe và bạn vẫn phải truyền đạt thông tin ấy sao cho thật ý nghĩa.

Chẳng hạn, việc trình bày các con số tài chính hay các dữ liệu kỹ thuật khô khan không phải là chuyện hấp dẫn với bạn và với cả người nghe. Tuy nhiên, đây chính là lúc bạn cần phải hiểu rõ nguyên do vì sao thông tin bạn đang cung cấp lại quan trọng đối với người nghe và đâu là điều bạn mong muốn đạt được sau khi truyền đạt.

Dù thông điệp của bạn chứa đựng nội dung nào đi nữa, thì bao giờ bạn cũng muốn khơi dậy cảm xúc tích cực của người nghe, để họ có thái độ và hành động hưởng ứng, đón nhận. Có thể đôi khi cá nhân bạn không thấy hứng thú với đề tài, nhưng điều đó không quan trọng nếu bạn biết khôn ngoan chọn lựa những chủ ý cụ thể.

Đón nhận phản hồi về việc đạt mục tiêu trình bày

Bạn hãy tập thói quen hỏi thính giả để đánh giá thử mục tiêu bạn nhắm đến qua các bài nói có thực sự rõ ràng không. Trước khi bạn thuyết trình hay diễn thuyết, hãy ghi ra một câu mô tả cụ thể về mục tiêu của bạn. Sau khi thuyết trình xong, bạn hãy hỏi những người tham dự xem mục tiêu của bạn là gì, và họ sẽ cho bạn biết. Cần phải có phản hồi từ phía người nghe, bạn mới thực sự biết rõ mục tiêu mình đặt ra có rõ ràng hay không.

Bạn thích nghe những diễn giả nói năng đầy nhiệt huyết và hùng hồn, mạch lạc đâu ra đó? Bạn hoàn toàn có thể trở thành một diễn giả như thế, và

bước đầu tiên bạn phải làm là nắm rõ mục tiêu của mình. Khi truyền đạt được mục tiêu, người nghe sẽ xem bạn như một nhà lãnh đạo tài ba có tầm nhìn sâu rộng và điều này sẽ góp phần làm cho các buổi thuyết trình của bạn thêm sức mạnh và thành công.

Đặt mục tiêu phù hợp tình huống

1. Để thông tin

Khi cho chúng ta xem các bức ảnh về một ngôi sao chổi đang đâm vào sao Mộc, cũng như giải thích về hậu quả của vụ đâm đó, các nhà khoa học NASA không muốn chúng ta phải có hành động cụ thể nào. Mục tiêu chính của họ là thông tin cho biết.

Và trong cuộc sống, có nhiều cuộc nói chuyện chỉ xoay quanh mục tiêu thông báo cho ai về điều gì đó mà thôi. Kiểu nói chuyện này thường khá ngắn gọn, đi vào ý chính và tập trung quanh các dữ kiện của sự việc cần thông báo.

Hầu hết các bài nói chuyện trong lĩnh vực kinh doanh đều thuộc loại này. Nếu có buổi nói chuyện một giờ đồng hồ về đề tài làm cách nào để trở thành diễn giả được công chúng yêu thích hơn, có lẽ bạn sẽ chọn hình thức cung cấp thông tin. Nhưng nếu phải trình bày đề tài ấy trong một khóa học hai ngày với nhóm tham dự từ sáu đến tám người, thì có lẽ mục tiêu của bạn sẽ rơi vào dạng tiếp theo sẽ trình bày dưới đây.

2. Để chỉ dẫn

Thử nghĩ rằng bạn được yêu cầu thuyết trình về chính sách bảo hiểm mới của công ty. Lần này, thay vì được yêu cầu đưa ra một thông báo ngắn gọn về một chính sách bảo hiểm mới, bạn được đề nghị phải nói làm sao cho đội ngũ nhân viên biết chính xác về cách thức hoạt động của chính sách mới này.

Lúc này, mục tiêu thuyết trình của bạn nhằm vào việc đưa ra chỉ dẫn.

Loại thuyết trình này thường dài hơn một bài cung cấp thông tin và nó phải được triển khai chi tiết, kỹ càng, để người nghe nắm vững những gì bạn hướng dẫn và biết cách vận dụng để hình thành nên một kỹ năng mới.

3. Để giải trí

Thuyết trình mang tính giải trí rất khó thực hiện. Tuy thế, nó lại khiến người nghe bị hấp dẫn, lôi cuốn và cảm thấy thư giãn và thoải mái.

Vì thế, nếu đang trình bày một đề tài về cách giải quyết căng thẳng ở nơi làm việc, thì bạn có thể lái nội dung theo hướng giải trí một chút, chẳng hạn đặt ra một tựa đề vui vui cho buổi nói chuyện như “Gãi đúng chỗ ngứa để sống vui sống thọ.” Một đề tài hấp dẫn sẽ kéo theo những câu chuyện, hình ảnh hài hước, vui tươi. Cả khi trình bày một đề tài nghiêm túc và quan trọng, chẳng hạn như việc giữ an toàn trong lao động, thì những hình ảnh minh họa vui cũng sẽ hỗ trợ cho nội dung thuyết trình rất nhiều.

4. Để khơi dậy cảm hứng

Có nhiều cách để tạo hứng khởi tinh thần, động viên và thúc giục người nghe. Một số diễn giả truyền cảm hứng cho người nghe bằng cách nói về những kinh nghiệm thành công qua những chông gai trên đường đời của họ. Những câu chuyện này sẽ giúp người nghe hiểu rằng cho dù con người có gặp phải bất kỳ nghịch cảnh hay thảm kịch nào trong cuộc đời đi nữa, nhưng nếu có ý chí và tinh thần mạnh mẽ, họ sẽ vượt qua tất cả để vươn đến đỉnh cao thành công.

Các bài thuyết trình này không nhất thiết tập trung vào những chuyện vượt khó của các cá nhân.

Susan B. Anthony đã truyền cảm hứng và thúc giục nhiều người hăng hái đứng lên để giành quyền bầu cử cho phụ nữ ở nước Mỹ. Martin Luther King Jr. đã chia sẻ những ước mơ của ông về một tương lai tươi sáng và đã tạo được cảm hứng tinh thần cho rất nhiều người để họ tích cực tham gia phong trào nhân quyền.

5. Để thúc giục/mời gọi hành động

Có lẽ bạn không chỉ muốn khơi gợi cảm hứng tinh thần cho người nghe, mà còn muốn thúc giục họ hành động nữa. Một bài thuyết trình hướng đến mục tiêu này thường đưa ra các ý tưởng, gợi ý, lập luận, theo cách nào đó để người nghe cảm thấy tin tưởng và thực hiện những gì bạn gợi ý, đề nghị. Chẳng hạn, buổi thuyết trình gây quỹ là một thí dụ rõ nét nhất: mục tiêu của bạn là làm sao để người tham dự bằng lòng mở hầu bao để tích cực đóng góp.

6. Để thuyết phục

Dạng thuyết trình với mục tiêu này là nhằm làm cho người nghe sẵn lòng chấp thuận những gì bạn đề nghị qua những lập luận chặt chẽ, bằng cứ thuyết phục và cảm xúc mạnh mẽ của bạn. Một bài trình bày thuyết phục sẽ đưa ra được giải pháp cho một vấn đề gây tranh cãi và khơi dậy sự hưởng ứng đón nhận từ phía người nghe.

Khi đã biết rõ mục tiêu tổng quát của mình, bạn cần xác định những mục tiêu cụ thể. Mục tiêu càng cụ thể bao nhiêu, bài nói chuyện của bạn càng thêm thuyết phục và thành công bấy nhiêu.

Bạn xác định mục tiêu bằng cách nào? Bước đầu tiên là phải chỉ ra loại mục tiêu nào bạn muốn hướng đến (dựa theo sáu loại mục tiêu vừa nêu ở trên) trong buổi trình bày của mình. Có khi bạn muốn lồng hai ba mục tiêu vào buổi nói chuyện, nhưng khi có nhiều mục tiêu, bạn cần phải xác định một mục tiêu quan trọng và có ý nghĩa nhất.

Thuyết phục, chứ đừng chỉ truyền đạt thông tin

Trong sáu mục tiêu quan trọng trong việc truyền thông, mục tiêu thuyết phục dường như là quan trọng nhất!

Thường thì nhiệm vụ của diễn giả không đơn giản chỉ xoay quanh việc truyền đạt thông tin đến người nghe dù đương nhiên đây là một phần trọng

tâm của công việc diễn thuyết. Bạn có thể chọn lựa nhiều mục tiêu khác nhau cho các buổi thuyết trình của mình, nhưng việc thuyết phục người nghe là kết quả cuối cùng mà diễn giả hay người thuyết trình nào cũng tìm cách để đạt được.

Hai thứ mục tiêu vừa nêu – truyền đạt thông tin và thuyết phục – thường đồng hành với nhau trong mọi buổi thuyết trình về kinh doanh và kỹ thuật. Chẳng hạn, có ông hiệu trưởng kia nói chuyện với các phụ huynh học sinh về chuyện lái xe khi say rượu; ông say sưa kể ra những câu chuyện, nêu ra các con số, liên quan đến các vụ tai nạn thảm khốc khi lái xe khi đang say rượu. Cho đến gần cuối buổi nói chuyện, các phụ huynh vẫn thắc mắc không biết ông hiệu trưởng kia muốn trình bày điều gì.

Thực ra, ông hiệu trưởng muốn người nghe viết thư kêu gọi các nhà lập pháp nên ra luật cứng rắn

BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA hơn để xử phạt nghiêm minh hành vi lái xe khi say rượu. Tuy nhiên, khi sắp kết thúc ông mới đưa ra lời kêu gọi – thay vì đưa nó làm ý tưởng chủ đạo xuyên suốt buổi nói chuyện – nên người nghe cảm thấy chẳng có gì thuyết phục.

Như thế, sai lầm của ông hiệu trưởng là ở chỗ ông ta nghĩ rằng việc trình bày thông tin cũng đồng nghĩa với việc thuyết phục. Đương nhiên, trình bày thông tin là bước đầu tiên trong quá trình kêu gọi người nghe hành động, nhưng chỉ dừng lại ở đó thôi thì chưa đủ, vì các dữ kiện thông tin cần phải được minh họa, giải thích theo một tuần tự có kết cấu, lớp lang và nêu bật được những ích lợi cho người nghe thì mới mong nhận được những kết quả tốt đẹp từ phía họ.

Năm cấp độ chinh phục người nghe

Cấp độ một: Làm cho khán giả phải lắng nghe

Tại sao họ không nghe?

Bạn làm cách nào để biết chắc là khán giả sẽ thực sự lắng nghe những gì bạn trình bày? Trước tiên, hãy xem thử các lý do khiến họ không lắng nghe

bạn nói. Dưới đây là 9 lý do:

Quá tải thông tin. Khi khán giả ngồi nghe cả ngày trong khán phòng, nghe và nghe, thì lượng thông tin nhồi nhét vào đầu sẽ trở nên quá tải và họ sẽ chẳng ghi nhớ được gì.

Những bận tâm trong đầu. Có thể họ đang cãi nhau với vợ/chồng mình, có thể đang đói hoặc đang có công việc cấp bách cần giải quyết sớm.

Suy nghĩ nhanh. Chúng ta suy nghĩ với tốc độ khoảng 600 từ một phút và nói trung bình với tốc độ

140 từ. Như thế, trong lúc bạn nói được một vài chữ, thì tâm trí người nghe đã “đua” trước bạn để hướng về một suy nghĩ nào đó khác.

Quá sức. Lắng nghe với thái độ chủ động và tích cực, là điều rất khó khăn. Khi bạn đang chăm chú lắng nghe, nhịp thở của bạn tăng dần lên. Tim bắt đầu đập nhanh hơn. Bạn không thể duy trì việc lắng nghe chăm chú như thế trong một thời gian dài vì nó làm bạn mất sức.

Tiếng động bên ngoài. Tiếng động, tiếng ồn là những âm thanh gây phân tán sự chú ý.

Vấn đề về thính giác. Cứ 10 người thì trung bình có đến 5 người có vấn đề về thính giác, không nhiều thì ít.

Những giả thiết sai lạc. Đôi lúc, bạn không nói điều gì đó nhưng người nghe lại cứ tưởng bạn đã nói ra điều đó.

Không nhấn mạnh đến ích lợi cụ thể. Người nghe không thấy điều gì có lợi cho họ thì họ sẽ chẳng muốn nghe bạn làm gì.

Thiếu huấn luyện. Bạn đã từng học về “Cách lắng nghe” chưa? Có lẽ là chưa. Tuy nhiên, các số liệu thống kê cho thấy rằng chúng ta dành khoảng 32% thời gian cho việc lắng nghe chung chung các kiểu,

21% cho việc lắng nghe khi nói chuyện với ai đó. Như thế, chúng ta dành 53% thời gian của mình cho việc lắng nghe, nhưng chưa bao giờ được huấn luyện về cách nghe.

Hãy thu hút sự chú ý của khán giả

Hãy nhiệt tình. Một nghiên cứu về việc bán hàng thành công do Đại học

Stanford thực hiện đã cho thấy chỉ có 15% thành công nhờ khả năng hiểu biết, trong khi đó 85% còn lại là xuất phát từ lòng nhiệt tình của người bán hàng. Thuyết trình cũng như thế, nếu bạn thiếu ngọn lửa nhiệt tình, khán giả sẽ thấy bạn có vẻ không hứng thú với những gì bạn nói và họ thấy chẳng cần phải quan tâm để ý làm gì.

Dùng ngôn ngữ khán giả hiểu được. Tránh dùng các biệt ngữ, thuật ngữ quá chuyên môn. Hãy tìm những cách nói, cách diễn tả đơn giản, thông dụng.

Bắt họ phải suy nghĩ hay hành động trong vài phút đầu tiên của buổi trình bày. Hãy tìm những cách thức khiến họ cảm thấy ngạc nhiên ngay từ đầu. Có thể đặt ra một câu hỏi thú vị nào đó khiến họ phải suy nghĩ hoặc cho họ tập một bài khởi động nào đó hoặc phát biểu một câu gây sốc, một con số thống kê kinh ngạc... bất cứ điều gì tạo ngạc nhiên và thu hút khán giả ngay từ đầu.

Cấp độ hai: Giúp khán giả Hiểu rõ

Điều gì xảy ra nếu người nghe không hiểu những gì bạn nói? Họ sẽ quay trở lại cấp độ một. Họ không lắng nghe và thế là bạn phải bắt đầu lại. Do đó, bạn cần dùng vài kỹ thuật để đảm bảo là người nghe sẽ hiểu rõ những gì bạn đang nói.

Người nghe chắc chắn sẽ hiểu thông điệp của bạn nếu nội dung bài nói của bạn được soạn kỹ, có cấu trúc rõ ràng, mạch lạc, có mục tiêu cụ thể. Nội dung bài nói phải được trình bày theo một kết cấu phân bố giúp cho người nghe dễ “tiêu hóa”. Các nghiên cứu cho thấy khán giả ngồi nghe trong 90 phút, nhưng họ chỉ thực sự lắng nghe trong 20 phút thôi. Do đó, bạn phải nói ngắn gọn, càng đơn giản càng tốt và dùng các công cụ hình ảnh hỗ trợ để giúp người nghe dễ tiếp thu và ghi nhớ nhiều hơn, lâu hơn.

Cấp độ ba: Chấp nhận hay Tin tưởng

Một khi bạn đã làm cho người nghe tập trung lắng nghe và hiểu những gì

bạn nói, thì bạn cần đưa họ đến cấp độ thứ ba – chấp nhận và tin tưởng. Tất nhiên, khán giả có thể hiểu bạn nhưng lại không đồng ý với bạn. Có thể lý luận bạn đưa ra còn thiếu chặt chẽ, không đúng lúc khiến người nghe không đồng tình.

Người nghe sẽ dễ dàng chấp nhận và tin tưởng nếu bạn vận dụng ba yếu tố mà Aristotle đã nêu ra:

Ethos: là tư cách đạo đức, tính cách dễ mến dễ gần, là lòng can đảm của bạn.

Pathos: là cảm xúc, là những gì làm rung động trái tim người nghe. Hãy kể những câu chuyện làm cho người nghe phải cười hoặc phải khóc.

Logos: là yếu tố logic, lý luận. Bạn cần trình bày bằng những lập luận chặt chẽ, hợp lý và các bằng chứng thuyết phục.

Cấp độ bốn: Ghi nhớ

Nếu người nghe chấp nhận và tin tưởng bạn, bạn cần giúp họ ghi nhớ những gì bạn trình bày. Người nghe sẽ dễ ghi nhớ thông tin khi bạn dùng các công cụ hình ảnh trực quan. Bên cạnh đó, việc bạn lặp đi lặp lại những gì quan trọng sẽ khiến người nghe dễ nhớ hơn. Các nghiên cứu đã cho thấy rằng nếu bạn chỉ lặp lại một lần ý tưởng mình trình bày, thì khả năng ghi nhớ của người nghe chỉ ở mức dưới

10%, còn nếu lặp lại ý tưởng đó sáu lần, thì khả năng ghi nhớ là trên 90%.

Bạn cũng có thể dùng các trò chơi, câu đố, bài tập hoặc tổ chức các phiên thảo luận nhóm như một cách để lặp lại thông tin, giúp người nghe ghi nhớ lâu hơn.

Một cách khác để giúp người nghe ghi nhớ để khán giả có thời gian tiêu hóa những gì bạn nói. Sau khi trình bày xong một ý tưởng nào đó, bạn ngưng lại, để khán giả suy nghĩ. Cũng có thể đặt vài câu hỏi gợi ý để họ suy nghĩ về những gì bạn đã nói. Hãy đưa họ nhập cuộc vào bài nói của bạn.

Cấp độ năm: Khiến họ phải hành động

Nếu bạn muốn kêu gọi người nghe giải quyết nạn đói trên thế giới, chắc

chắn họ sẽ không làm và có muốn làm cũng không biết phải làm thế nào. Nhưng nếu bạn đưa ra một gợi ý nhỏ mà họ có thể làm, chẳng hạn như “Xin các bạn đóng góp cho quỹ cứu đói bằng cách bỏ 20 ngàn đồng vào thùng tiền ở ngoài cửa ra vào,” thì chắc chắn bạn sẽ có cơ hội thành công hơn.

Nếu bạn lồng ghép các ý tưởng của người nghe vào bài trình bày của mình thì họ sẽ hứng thú tham gia và hưởng ứng. Bên cạnh đó, bạn sẽ giảm thiểu được những ý kiến trái chiều, tranh luận của họ. Bởi vì người ta phản đối người khác chứ không ai phản đối chính mình.

HOÀNG MINH VIỆT

Sau khi tốt nghiệp Đại học Sư phạm Ngoại ngữ, Hoàng Minh Việt đã phiên dịch cho hàng trăm hội thảo, hàng ngàn giờ dịch cabin và phiên dịch cho rất nhiều đoàn chuyên gia quốc tế. Qua đó, anh nhận thức vô cùng sâu sắc tầm quan trọng của kỹ năng thuyết trình trong thành công của bất kỳ nghề nghiệp nào.

Anh đã tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh Quốc tế tại United Business Institutes, Vương quốc

Bi. Anh là đồng sáng lập và điều hành cộng đồng Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh Việt Nam

(www.topmba.vn) và Công ty Tư vấn Quản lý và Đào tạo Quốc tế Prompt International (www.prompt.vn).

Hiện nay với cương vị là Giám đốc Bán hàng Khu vực cho Tập đoàn FLSmidth của Đan Mạch, cùng với việc điều hành dự án kinh doanh riêng, anh cam kết sống với sứ mệnh giúp nâng cao Kỹ năng Thuyết trình cho hàng ngàn người và đóng góp vào việc thúc đẩy sự thấu hiểu trong xã hội qua việc đưa nghệ thuật thuyết trình đẳng cấp quốc tế đến với nhiều người hơn.

CHƯƠNG 8

KHỞI ĐẦU ẤN TƯỢNG – ĐẦU XUÔI, ĐUÔI LỘT

TÁC GIẢ: HOÀNG MINH VIỆT

Các diễn giả tài giỏi thường có cách mở đầu ấn tượng, nhằm lôi kéo người nghe nhập cuộc. Bạn phải làm cách nào đó để thu hút được người nghe ngay từ khoảnh khắc đầu tiên bạn bước ra sân khấu thuyết trình.

Là người làm công tác thuyết trình, bạn chỉ có khoảng 30 giây đầu tiên để thu hút khán giả. Sau khoảng thời gian ấy, mọi thứ bạn nói, người ta sẽ nghe dựa vào thứ ấn tượng ban đầu bạn để lại.

Tận dụng thời khắc được mong đợi nhất này

Ở phần mở đầu buổi nói chuyện, bạn có cơ hội rất lớn để tạo được ấn tượng tốt và sức hút mạnh mẽ. Ở khoảnh khắc đầu tiên nhìn thấy bạn bước ra sân khấu thuyết trình, khán giả mong muốn bạn sẽ tạo ra được điều gì đó thú vị, lôi cuốn. Bạn phải tận dụng khoảnh khắc này cho tốt để kéo họ đứng về phía mình.

Hãy thử so sánh hai cách nói lời mở đầu buổi thuyết trình sau:

“À... ừm, xin chào quý vị, tôi là X, diễn giả buổi thuyết trình hôm nay và tôi ở đây để chỉ cho quý vị biết cách chọn thức ăn thích hợp để tránh bệnh tật và sống lâu.”

“Kính thưa quý vị, chắc hẳn trong quý vị, ai cũng muốn sống thêm 20 năm nữa. Vậy thì quý vị hãy

SUY NGHĨ trước khi chạm tay vào lọ muối của mình. Tôi là X, và tôi đến đây để chia sẻ đôi điều về 10 bước dễ dàng và hiệu quả để quý vị có thêm 20 năm sống chất lượng cho cuộc đời mình.”

Chứng minh cho người nghe thấy bạn không phải diễn giả tồi

Trong buổi thuyết trình, không phải lúc nào bạn cũng là nhân vật đầu tiên khán giả sẽ nhìn thấy. Vì thường thì có ai đó xuất hiện, nói vài lời giới thiệu về bạn trước khi bạn bước ra. Và nếu người giới thiệu đó cũng là diễn giả giỏi, làm cho người nghe có ngay ấn tượng về bạn, thì bạn không cần phải lo lắng để thu hút khán giả.

Đoạn giới thiệu chính là những lời lẽ đầu tiên khán giả sẽ nghe và đây là cơ hội để bạn gây ấn tượng. Các diễn giả đẳng cấp thường không bao giờ để cho người khác soạn hoặc nói giúp mình những lời đầu tiên này.

Nếu có nhờ ai đó nói lời giới thiệu, bạn nên tự soạn đoạn mở đầu, vì bạn nắm rõ những thông tin mình cần nói. Không ít diễn giả, sau khi được người dẫn chương trình giới thiệu, đã phải xin lỗi khán giả và đính chính ngay một số thông tin đã bị sai lạc.

Bạn nên gửi trước các điểm cần nói cho người dẫn chương trình và ghi chú rõ những đoạn quan trọng.

Một bài giới thiệu bản thân đúng quy chuẩn gồm đủ ba điểm chính sau đây: Họ tên và chức danh;

Trình độ chuyên môn/thành tích cá nhân;

Lý do bạn được mời đến buổi nói chuyện.

Về trình độ chuyên môn và thành tích cá nhân: bạn chỉ nên nêu ba hoặc bốn ý minh họa, hoặc những ý nào có liên hệ trực tiếp đến người nghe.

Dưới đây là một thí dụ về đoạn giới thiệu tự soạn (người khác đọc) của Joel Weldon, một diễn giả trứ danh.

Diễn giả trong buổi nói chuyện sáng nay là Joel Weldon và chủ đề ông sẽ trình bày có tên “Voi không cần, chính những thứ nhỏ nhoi mới cần bạn mà thôi.” Joel đến từ Scottsdale, Arizona, nơi ông đã thành lập một công ty chuyên về phát triển con người. Trong vòng sáu năm qua, ông đã tổ chức hơn

1.000 cuộc hội thảo và diễn thuyết cho các tổ chức hàng đầu của Mỹ.

Sở dĩ chúng tôi mời ông đến đây hầu chuyện quý vị, là bởi ông có thể giúp các diễn giả tài ba thành công hơn nữa. Ông là người có bộ óc sáng tạo

và cách trò chuyện tuyệt vời. Tấm danh thiếp độc đáo của ông có dòng chữ viết: “Thành công đến với người biết làm, không đến với những kẻ chơi không.”

Chúng ta hãy cùng chào đón Joel Weldon!

Đây là phần giới thiệu vừa ngắn gọn, đơn giản, lại vừa sinh động.

Mười điều “không được bỏ qua” trong phần mở đầu

Phần mở đầu buổi thuyết trình giữ vai trò quan trọng hơn bất kỳ phần nào khác. Dưới đây là danh sách các gợi ý giúp bạn có một phần mở đầu lôi cuốn khán giả.

Thu hút sự quan tâm của khán giả.

Có sự liên kết chặt chẽ giữa các phần. Đó là lý do tại sao các diễn giả thường cảm ơn người giới thiệu hoặc nhắc đến diễn giả đã nói trước đó.

Nói rõ mục đích và các mục tiêu của bạn.

Lôi kéo khán giả vào chủ đề và chủ ý của mình.

Gây tò mò và hứng khởi cho khán giả, họ sẽ mong chờ những phần sau của bạn.

Tạo mối dây kết nối với khán giả. Hãy “làm nóng” khán giả, giúp họ thư giãn để có thể hứng thú lắng nghe bạn nói.

Phải làm cho người nghe tin tưởng bạn, bằng cách chỉ cho họ thấy họ sẽ được ích lợi gì khi lắng nghe những gì bạn sắp nói.

Phải làm cho người nghe biết rằng bạn đang làm chủ buổi thuyết trình. Hãy đưa ra bất kỳ chỉ dẫn nào cần thiết, chẳng hạn như việc lúc nào bạn sẽ trả lời các câu hỏi từ phía người nghe. Hãy giải thích rõ ràng trước mọi điều sẽ xuất hiện trong buổi thuyết trình.

Hãy tỏ ra khiêm tốn với người nghe.

Hãy chứng tỏ bạn thật sự hứng khởi được khi được hầu chuyện họ.

Để hấp dẫn người nghe ngay từ đầu

Lời mở đầu của bạn có sức cuốn hút người nghe ngay lập tức hay

không? Nếu không, bạn phải làm cách nào để hấp dẫn người nghe?

Dưới đây là các kỹ thuật bạn nên tham khảo để đưa vào phần mở đầu buổi thuyết trình.

Đặt câu hỏi trực tiếp: Đây là một kỹ thuật các diễn giả chuyên nghiệp thường áp dụng. Đặt câu hỏi là một cách mở đầu hiệu quả, làm cho người nghe phải suy nghĩ để tìm cách trả lời, như thế họ sẽ nhập cuộc ngay.

Tuy nhiên, để áp dụng kỹ thuật này cho hiệu quả, bạn phải làm cho người nghe trả lời; nếu không, bạn sẽ thấy “quê độ”, khán giả sẽ không coi trọng lời của bạn. Thành thử, khi đặt câu hỏi, bạn phải dùng giọng điệu nhấn mạnh. Nếu cần có thể đưa thêm các gợi ý để giúp họ trả lời câu hỏi bạn đặt ra.

Tuy vậy, bạn cũng phải có phương án dự phòng, để nếu chẳng may người nghe không trả lời, thì tự bạn sẽ **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** trả lời câu hỏi của mình, để không làm mất thời gian còn khán giả thì thấy rằng bạn không phiền lòng về chuyện họ không có câu trả lời.

Tốt nhất, bạn nên đặt những câu hỏi thú vị, nhưng đừng quá khó. Chẳng hạn: “Có bao nhiêu người trong số các bạn muốn thành công/ giàu có/ hạnh phúc/ sống thọ hơn?”

Khảo sát người nghe. Đây cũng là một kỹ thuật vừa giúp bạn điều tra một chút những gì cần biết về người nghe để có thêm thông tin, vừa khiến khán giả tham gia nhập cuộc ngay từ đầu.

Chẳng hạn, nếu đối tượng tham dự là các bác sĩ, bạn có thể hỏi như sau: “Những ai trong số quý vị đây đã từng điều trị các bệnh nhân tiểu đường?” “Ai trong số quý vị nghĩ rằng chúng ta nên xử lý mạnh tay hơn chứng bệnh tiểu đường?”

Các câu hỏi tu từ. Đặt ra các câu hỏi tu từ (loại câu hỏi không cần câu trả lời), các ý tưởng của bạn sẽ sinh động và hùng hồn hơn. Chẳng hạn, nói về sức mạnh và tính hiệu quả của việc kinh doanh trên Internet, bạn có thể đặt câu hỏi tu từ như sau: “Nếu không ai phủ nhận sức mạnh của Internet, thì tại sao chúng ta không xem thử việc kinh doanh trực tuyến mang lại hiệu quả khổng lồ đến đâu?”

Các câu hỏi loại này sẽ làm cho người nghe suy nghĩ về câu trả lời đã có sẵn trong đầu họ.

Các câu khẳng định gây ngạc nhiên. “Mẹ tôi là người già nhất trong số những người còn sống trên Bí

QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA mặt đất này.” Dùng câu phát biểu này để mở màn buổi thuyết trình về đề tài chăm sóc sức khỏe cho người già, bạn sẽ lập tức thu hút được sự quan tâm của người nghe. Sau câu vừa rồi, bạn có thể nói tiếp như sau: “Ít nhất thì đó là cách nghĩ của mẹ tôi xưa nay.”

Bạn nên đưa ra lời khẳng định khiến khán giả nghe xong phải há miệng kinh ngạc và họ sẽ chăm chú nghe tiếp từng lời bạn nói cho đến khi hiểu được tại sao bạn đưa ra phát biểu ấy.

Các số liệu thống kê gây kinh ngạc. Trong lời mở đầu, đưa ra số liệu thống kê đầy kinh ngạc, bạn sẽ làm cho khán giả phải tròn mắt lắng nghe. Chẳng hạn, nếu trình bày về thực trạng chi phí đắt đỏ trong việc chăm sóc sức khỏe, bạn có thể nói câu mở đầu như sau: “Bạn có biết rằng chỉ riêng chứng đau lưng cũng đã làm tiêu tốn của xã hội ta mỗi năm 200 tỷ đồng không?”

Nhưng bạn cũng nên thận trọng, đừng đưa ra quá nhiều con số thống kê một lúc, bởi vì người ta chỉ nhớ được một hay hai con số mà thôi.

Các câu nói đùa/ câu chuyện cười. Các chuyện cười hay câu nói vui cũng là một cách bạn có thể dùng để có đoạn mở đầu thu hút.

Chẳng hạn, có diễn giả thuyết trình về bí quyết để các sale vượt qua nỗi sợ. Ông bắt đầu bằng cách kể một câu chuyện vui về hai chú đà điểu đang bị hai chú đà điểu khác rượt đuổi; thấy không thể chạy kịp, **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** hai chú bị đuổi bèn quyết định trốn. Diễn giả đưa mắt nhìn khán giả một lượt rồi nói: “Các anh chị có biết đà điểu trốn bằng cách nào không? Bằng cách đào đất rồi rúc đầu xuống đó! Vậy anh chị có biết mình sẽ như thế nào nếu chạy trốn nỗi sợ bằng cách làm giống hai con đà điểu đó không?”

Tất nhiên, bạn nên thận trọng, đừng để những câu chuyện cười động chạm đến bất kỳ người nào đang ngồi dưới.

Hình ảnh hỗ trợ. Các hình ảnh có thể giúp bạn thu hút rất nhanh sự chú ý của người nghe. Có lần, mở đầu một buổi thuyết trình bàn về những thuận lợi của điện hạt nhân, diễn giả chiếu bức hình một người Ảập đang mỉm cười xách thùng dầu và cả đồng đôla trong tay. Sau đó, ông trình bày ý tưởng về việc dùng điện hạt nhân sẽ giúp người Mỹ thoát khỏi chi phí do việc nhập khẩu dầu từ Ảập.

Kinh nghiệm cá nhân. Bạn có thể mở màn bằng cách kể một câu chuyện về bản thân, có liên quan đến chủ đề sắp nói. Điều này vừa tạo được sự đồng cảm với khán giả, kéo họ về phía bạn và vừa khẳng định khả năng chuyên môn của bạn trong lĩnh vực sắp trình bày.

Các trích dẫn. Nhiều diễn giả thường thích dùng các trích dẫn trong phần mở đầu của mình, vì những lời minh triết khôn ngoan của những nhân vật nổi danh thường mang tính cô đọng, súc tích, dí dỏm và dễ nhớ. Một câu danh ngôn hoặc trích dẫn có thể thu hút sự tập trung của khán giả nhanh hơn những lời giải thích nôm na, dài dòng.

Thách đố khán giả. Đừng sợ chuyện phải thách thức khán giả. Xung đột thường là tâm điểm của mọi vở kịch thành công. Trong thuyết trình cũng thế, bạn lôi kéo người nghe nhập cuộc cả khi họ không đồng ý với bạn. Có điều, những gì bạn thách đố khán giả phải có liên hệ đến chủ đề của buổi thuyết trình, nếu không chúng sẽ trở thành những lời khiêu khích có hại.

Kể chuyện. Bạn có thể làm cho phần mở đầu trở nên sống động bằng cách kể một câu chuyện, vì các câu chuyện thường dễ đi vào lòng người nghe. Chẳng hạn, trong một buổi nói chuyện trước công chúng,

John F. Kennedy mở đầu bằng cách kể câu chuyện về cuộc taxi ông đi trước kỳ tranh cử tổng thống.

Lúc ra khỏi taxi, ông tính sẽ boa hậu hĩnh cho anh tài xế rồi bảo anh ta bỏ phiếu cho đảng Dân chủ của ông. Nhưng chợt nhớ lại lời cha mình dạy, ông ra khỏi taxi, chẳng thèm boa cho anh tài xế đồng nào và bảo anh hãy bỏ phiếu cho đảng Cộng hòa.

Dùng những định nghĩa vui, lạ tai. Bạn có thể tìm thấy những định nghĩa này trong các sách danh ngôn. Chẳng hạn: “Đàn ông giống như kỹ sư: nắm chắc mọi lý thuyết nhưng khi ống nước hư thì phải gọi thợ sửa”...

Dùng các câu đố, trò chơi. Đôi khi bạn chẳng cần phải nói lời nào hay ho để có phần mở đầu thu hút.

Bạn có thể đưa ra các câu đố hay trò chơi có liên quan đến đề tài bạn sắp nói và mời khán giả tham gia.

Những cách mở đầu cần tránh

Nếu có những kỹ thuật hiệu quả có thể dùng để tạo ra phần mở đầu thú vị, thu hút người nghe, thì cũng có những chiếc bẫy mà ngay cả những diễn giả chuyên nghiệp cũng rơi vào, lập tức làm què quặt mọi nỗ lực tạo ra một buổi thuyết trình hoàn hảo.

Những cách mở đầu cần tránh:

Đừng đọc lại tựa đề bài thuyết trình. Đừng xin lỗi khi mở đầu buổi thuyết trình.

Đừng nói lời chào hỏi các nhân vật “quan trọng” trong nhóm người nghe diễn thuyết.

Đừng giải thích lý do tại sao bạn ở đây. Đừng nói về cái khó của đề tài này.

Các bước thực hành để tạo khởi đầu ấn tượng

Bạn có thể tuân tự làm theo các bước cụ thể và khá dễ dàng dưới đây để tạo ấn tượng tốt ngay từ phần mở đầu buổi thuyết trình của mình.

Hít thở thật chậm và sâu.

Bước ra sân khấu với sải chân vừa phải, dáng đi khoan thai, thẳng người. Ra sân khấu, bạn đừng cúi đầu và lê bước, cũng đừng cảm cố chạy ào ra.

Nói lời cảm ơn người giới thiệu hoặc người dẫn chương trình (nếu có).

Có thể đi một vòng để nhìn bao quát khán giả (và cũng tạo cơ hội để họ nhìn rõ bạn).

Mỉm cười.

Nói lời chào khán giả.

Tự giới thiệu (nếu trước đó chưa có ai giới thiệu bạn).

Nói cho khán giả biết mục đích của bạn.

Trình bày sơ qua nội dung buổi thuyết trình; nói sơ quát về những gì bạn

sắp trình bày.

Thể hiện cho khán giả thấy bạn đang điều khiển buổi thuyết trình – nêu ra cho họ mọi chỉ dẫn cần thiết, các việc họ cần làm trong buổi thuyết trình.

Chuyển tiếp sang phần nội dung chính.

HUỲNH NGỌC MINH

Diễn giả, doanh nhân Huỳnh Ngọc Minh là một chuyên gia đào tạo hàng đầu trong lĩnh vực Phát triển con người và là Huấn luyện viên cuộc sống (Life Coach) được chứng nhận và cấp thẻ hành nghề bởi

Liên đoàn Huấn luyện viên Quốc tế (International Coach Federation) có uy tín trên toàn thế giới. Là người thực hành các phương pháp huấn luyện thay đổi hành vi được đào tạo bởi các tổ chức quốc tế uy tín như AIT (Viện Công nghệ Châu Á), IFC (Tổ chức Tài chính Quốc tế) và được đào tạo Nghề diễn giả bởi các diễn giả hàng đầu tại Việt Nam.

Anh từng là chuyên gia triển khai các dự án Phát triển bản thân và tăng cường năng lực các doanh nghiệp cho các tổ chức quốc tế như: Cơ quan Phát triển Quốc tế Đan Mạch, Ủy ban châu Âu và CARE

International. Anh cũng sáng lập nên Công ty Tư vấn & Đào tạo Thành Công (SUCCESS Training) chuyên huấn luyện Phát triển cá nhân và Phát triển doanh nghiệp và là Giám đốc Chiến lược Công ty Quảng cáo Tài Phát Advertising - đối tác chiến lược trong việc xây dựng hình ảnh, thương hiệu của các công ty lớn như: PEPSICO, DHG Pharma, Vinamilk...

Anh đã từng thực hiện các chương trình huấn luyện cho các tổ chức quốc tế như CARE International,

PyD, Heifer International và các tổ chức trong nước như Đại học Cần Thơ, Đại học Kiến trúc, Hiệp hội Doanh nghiệp Cần Thơ, BNI Mekong, Đất Phương Nam...

CHƯƠNG 9

DÙNG NGÔN NGỮ CHUẨN

TÁC GIẢ: HUỲNH NGỌC MINH

Văn nói khác hẳn văn viết. Có nhiều nét khác biệt giữa những gì chúng ta đọc với những gì chúng ta nghe. Ít nhất có ba nét khác biệt cơ bản như sẽ thấy dưới đây.

Trước hết, người nghe chỉ có thể “tiêu hóa” một lượng thông tin có hạn. Nghe bạn nói đến một lúc nào đó, người nghe sẽ nghĩ: “Như thế là đủ rồi!” và có thể họ sẽ ngừng lắng nghe. Khi một tác giả viết ra mười ý tưởng, người đọc có thể xử lý các thông tin đó theo tốc độ đọc của họ, trong khi người nghe lại không thể làm điều đó. Họ chỉ có thể nhớ được một vài ý tưởng dễ nhớ mà bạn đưa ra.

Thứ hai, khi viết, bạn có thể nhấn mạnh những chữ mình muốn trình bày bằng cách bôi đậm, hay in nghiêng, dấu chấm câu, phân đoạn, người đọc sẽ dễ dàng nắm bắt được. Người đọc có thể quay lại để tìm hiểu sâu hơn, nếu cần thiết. Ngược lại, người nghe thì phụ thuộc hoàn toàn vào bạn. Nên bạn cần trình bày tuần tự, hợp lý để làm nổi bật những thông tin quan trọng.

Các nguyên tắc của văn nói trong thuyết trình

Dùng ngôi thứ nhất: Hãy tạo ra mối quan hệ tốt với người nghe bằng cách dùng ngôi thứ nhất (tôi hay chúng ta), nhất là ngôi thứ nhất số nhiều; bởi chữ “chúng ta” bao gồm tất cả, nó làm cho người nghe cảm thấy bạn là một người trong số họ. Liên tục nhắc đến chữ “bạn” hoặc “họ” bạn sẽ tạo nên một khoảng cách giữa họ với bạn.

Tránh dùng những từ ngữ phỏng đoán, thiếu chắc chắn, chẳng hạn

như: “có lẽ”, “có thể”, “ắt hẳn”,...

Vì người nghe sẽ có cảm giác bạn không thực sự xác tín điều mình nói, rằng những thông tin bạn nói ra thiếu cơ sở và họ sẽ đánh giá bạn là người thiếu tự tin, không đáng tin cậy, thông điệp bạn muốn trình bày sẽ không lọt vào tai người nghe.

Tránh kiểu nói “đao to búa lớn”: Để tăng sức thuyết phục cho những gì mình nói, nhiều diễn giả dùng từ rất “kêu”, “đao to búa lớn”: “nhất định”, “không còn nghi ngờ gì”, “không ai bắt bẻ nổi”, “không ai cãi tới cãi lui gì được”... Dùng những từ ngữ kiểu đó, hoặc là diễn giả đang cố thêm thắt để tạo thêm trọng lượng cho những lý lẽ hời hợt mình trình bày, hoặc có thể diễn giả đó thực sự quá say mê với những gì mình biết.

Bỏ bớt những từ không cần thiết: Để những gì bạn nói ra được sáng sủa, rõ ràng, dễ nghe, dễ hiểu và dễ nhớ, bạn cần dùng những đơn giản. Rồi cũng phải cắt bớt những từ thừa (chẳng hạn như “kết hợp vào chung với nhau”, “một con người được học hành giáo dục”, “những dự tính cho tương lai mai sau”,...)

Bên cạnh đó, khác với văn viết thường gồm nhiều mệnh đề với câu cú dài dòng, văn nói cần phải sáng sủa, rõ ràng hơn: câu cú ngắn gọn, từ ngữ dễ hiểu, cô đọng.

Lời nói phải rõ ràng, đừng mang hàm ý: Nếu bạn nói ra những câu mơ hồ, mang nhiều hàm ý, người nghe sẽ phải cố suy nghĩ để hiểu, để nắm bắt được những gì bạn muốn diễn tả. Nếu bạn thường dùng những câu như vậy, họ sẽ mau chóng cảm thấy mệt mỏi và không còn quan tâm đến những gì bạn nói nữa.

Tạo hình ảnh liên tưởng: Hãy tạo sinh khí cho từng lời bạn nói. Câu chữ bạn nói ra còn phải có đủ sức khơi gợi tâm trí độc giả. Bạn nên lựa chọn từ ngữ, câu chữ để tạo ra những hình ảnh sinh động.

Dùng lối trình bày như trò chuyện thân mật: Bạn nên trình bày như một cuộc trò chuyện thông thường, thân thiện, tin tưởng và có sức khơi gợi thái độ hưởng ứng, đồng thuận. Mỗi khi thuyết trình, bạn phải nhớ là mình đang trò chuyện với khán giả, chứ không phải đang ba hoa với ai đó vô hình.

Cách tác động người nghe một cách trực tiếp

Dùng các động từ chỉ hành động

Khi dùng các động từ chỉ hành động, bạn sẽ tạo ra động lực giúp người nghe có thể hình dung và cảm nhận được sức thôi thúc của thông điệp bạn trình bày.

Khi làm các slide Powerpoint trình chiếu, sau các gạch đầu dòng, bạn nên mở đầu bằng các động từ chỉ hành động. Bất kỳ lúc nào bạn muốn truyền đạt cho người nghe, hãy nhớ dùng nhiều động từ chỉ hành động.

Thuyết phục người nghe bằng các cụm từ mang tính nhân quả

Trong thuyết trình, chúng ta thường cố gắng thuyết phục người khác công nhận hay đồng ý với những dữ kiện hay lý lẽ chúng ta đưa ra, tin vào những gì chúng ta tuyên bố, chia sẻ những giá trị chúng ta thể hiện, chấp nhận những kết luận chúng ta rút ra, quyết định mua sản phẩm hay dịch vụ chúng ta rao bán. Có một kỹ thuật đã được chứng minh là hiệu quả mà bạn có thể dùng để thuyết phục: lý luận dựa theo mối quan hệ nhân quả.

Mối quan hệ nhân quả sẽ giúp người nghe thấy được nguyên nhân của những điều đã xảy ra hoặc sẽ xảy ra khi họ hành động. Nó thể hiện mối liên kết tất yếu giữa điều xảy ra đầu tiên với điều xảy ra tiếp theo. Kỹ thuật lập luận dựa theo mối quan hệ nhân quả

- kết quả như thế sẽ làm cho những phát biểu bạn đưa ra có tính khách quan và hợp lý, tránh được những lời lẽ thiếu cơ sở hay những phóng đại thối.

Để thể hiện mối liên hệ nhân quả bạn có thể dùng những cụm từ: theo đó, bởi vì, như vậy, thành thử, cho nên, vì lý do đó, kết quả là,...

Ví dụ cụ thể như sau:

Bạn cứ tin chắc là mình sẽ nhận được một dịch vụ chăm sóc khách hàng hoàn hảo từ công ty chúng tôi, bởi vì ABC được đánh giá là công ty số một về dịch vụ chăm sóc khách hàng trong bốn năm qua.

Đội ngũ nhân viên IT của chúng tôi đã ứng dụng thành công giải pháp này tại hơn 3000 bệnh viện. Với kinh nghiệm dày dặn như thế, chắc chắn họ sẽ giúp hệ thống của các bạn vận hành nhanh chóng, dễ dàng và tiết kiệm nhiều khoản chi phí.

Sử dụng những cụm từ chỉ ích lợi mà người nghe sẽ nhận được

Người nghe đến tham dự buổi thuyết trình của bạn với mục đích nhận được những ích lợi cho cá nhân họ. Đừng bao giờ giả thiết rằng người nghe sẽ tự hiểu ra những ích lợi mà bạn không nói rõ. Thành thử, để đảo bảm việc người nghe nhận thấy rõ là bạn đang nói về những ích lợi dành cho họ, thì bạn nên thêm vào một số từ ngữ chỉ ích lợi, ví dụ: Cái lợi dành cho các bạn là... Nhờ đó, bạn hoàn toàn đủ sức...

Điểm mấu chốt dành cho bạn là...

Kết quả là, bạn sẽ có thể...

Chẳng hạn, bạn có thể nói: “Đây là phần mềm làm phim rất tốt.” Phát biểu này đúng sự thật, nhưng nó khó lòng vượt qua được câu hỏi người ta sẽ lập tức đặt ra: “Thế thì sao? Ai quan tâm?” Do đó, bạn cần phải tạo ra mối liên kết giữa tính năng tốt của phần mềm đó với những ích lợi cụ thể mà người nghe sẽ nhận được. Bạn có thể nói thêm: “Đây là phần mềm làm phim rất tốt. Nó được thiết kế và lập trình gọn nhẹ, chạy được trên mọi loại máy tính. Dù máy tính có cấu hình yếu, bạn vẫn có thể yên tâm cài đặt và sử dụng. Tốc độ xử lý và các hiệu ứng hỗ trợ làm phim cũng không thua kém gì các phần mềm có giá bản quyền cao. Đặc biệt, nó rất dễ sử dụng và bạn có thể thoải mái tự tay mình tạo ra các đoạn phim để tặng bạn bè, gia đình.”

Lặp lại nhiều lần những cụm từ mạnh mẽ

Một cụm từ mạnh mẽ sẽ giúp khách hàng hình dung rõ ràng cảm giác họ sẽ tận hưởng khi sở hữu và dùng sản phẩm hay dịch vụ mà bạn cung cấp. Để vận dụng hiệu quả các cụm từ này, bạn hãy bắt đầu bằng cách liệt kê ra

một số ích lợi mà khách hàng sẽ nhận được khi họ mua dùng sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Khi nói ra những ích lợi, bạn hãy lồng ghép vào đó một số cụm từ có sức tạo tác động mạnh mẽ, chẳng hạn: tốt nhất, nhanh chóng, dễ dàng, miễn phí, giá thấp, bảo đảm, tiết kiệm thì giờ, không phung phí tiền bạc...

Để tăng sức thuyết phục, bạn nên dùng liên tiếp ba từ hay cụm từ dễ ghi nhớ, tạo ấn tượng mạnh và có vần có điệu, để tạo cảm giác rung vang trong tâm trí người nghe.

Bí quyết sử dụng ngôn ngữ để chinh phục người nghe

Ngôn ngữ thuyết phục tạo nên sức mạnh cho lời nói. Để dùng lời nói hiệu quả nên tránh dùng biệt ngữ, nên sử dụng ngôn từ mạnh mẽ, giàu hình ảnh, hùng hồn, dứt khoát và chính xác.

Ngắn gọn và đơn giản

Những từ đơn giản, ngắn gọn thường có sức mạnh hơn. Đừng nghĩ rằng nếu dùng những từ trịnh trọng, “đao to búa lớn” thì bạn mới gây được ấn tượng. Ngược lại chúng sẽ gây khó hiểu và tạo ra khoảng cách giữa bạn với người nghe.

Các dữ kiện quan trọng

Trình bày một vấn đề mà đi quá sâu vào chi tiết, bạn sẽ khiến người nghe thấy nhàm chán. Bạn chỉ cần cung cấp vừa đủ các thông tin, dữ kiện quan trọng để **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** người nghe nắm bắt vấn đề, chứ đừng đưa ra quá nhiều thông tin rối rắm.

Từ ngữ chính xác

Các thuật ngữ chuyên ngành hoặc mơ hồ chỉ làm hỏng buổi thuyết trình. Các nhà quản lý thường thắc mắc tại sao đội ngũ nhân viên của họ không làm đúng điều họ yêu cầu. Bởi vì họ không nói cụ thể những yêu cầu của

mình. “Chúng ta cần cải thiện doanh số” là một câu nói mơ hồ. Để cho rõ ràng, cụ thể, thì bạn có thể nói: “Chúng ta phải tăng doanh số bán hàng lên 80% trong hai năm.”

Khi cần kêu gọi ai đó hành động, bạn phải nói cho rõ ràng, cụ thể. Một câu kêu gọi như: “Tôi mong chúng ta bắt tay vào việc” sẽ thiếu sức mạnh và không thuyết phục được ai, vì không nói rõ cho người nghe biết phải bắt tay vào việc gì. Để có một lời kêu gọi hành động mạnh mẽ hơn, bạn có thể nói: “Bước kế tiếp là phải ký xong hợp đồng trước cuối tuần này.” Những lời nói chung chung, bao quát thường không có sức mạnh. Để có sức mạnh thuyết phục, lời nói phải cụ thể, chính xác, thể hiện được điều mong muốn của người nói.

Từ ngữ khẳng định tuyệt đối

Những từ ngữ khẳng định tuyệt đối sẽ làm tăng sức tác động cho câu nói. Những từ như luôn luôn, nhất định, chắc chắn... diễn tả một thái độ quả quyết, xác tín. Winston Churchill đã nói: “Đừng bao giờ, đừng bao giờ, đừng bao giờ, đừng bao giờ đầu hàng!” Nếu ông nói: “Có lẽ không nên đầu hàng,” chắc chắn sẽ mất hẳn sức mạnh thuyết phục.

Lời yêu cầu

Các diễn giả giỏi thường dùng các từ ngữ mang tính yêu cầu, chẳng hạn như: cần phải, buộc phải, phải, tôi muốn. “Các bạn phải thực hành các kỹ năng này hàng ngày” thuyết phục hơn là “Các bạn cố gắng thực hành các kỹ năng này hàng ngày.” Nhưng lưu ý là bạn đừng lạm dụng lời yêu cầu. Sử dụng quá nhiều, bạn sẽ khiến người nghe cảm thấy bạn là con người độc đoán.

Những từ ngữ gợi cảm xúc

Đây là những từ ngữ mang tính thuyết phục cao nhất. Các từ ngữ này gợi

lên những cảm xúc tích cực.

Ví dụ: khám phá, mới mẻ, khác lạ, yêu thương, an toàn, bảo đảm, tiền bạc, kết quả, giàu có, miễn phí, hài lòng,... “Bạn chắc chắn hài lòng về món tiền bạn sẽ tiết kiệm được cũng như về các kết quả lạ thường sẽ đạt được khi bạn dùng sản phẩm mới của chúng tôi” là một câu nói mang tính thuyết phục mạnh mẽ.

Một từ khác có sức mạnh khơi gợi cảm xúc là từ bạn. Con người ai cũng thích nghe âm thanh ngọt ngào của tên mình. Khi nghe từ bạn, người ta thường dễ chăm chú lắng nghe hơn. Trong một đoạn mà có hơn ba chữ tôi xuất hiện, nghĩa là bạn chỉ biết coi trọng bản thân mình. Hãy thay các chữ đó, dùng thêm nhiều chữ bạn để khi nói ra, người nghe sẽ cảm thấy bạn hướng về họ và coi trọng họ. Đưa nhiều từ ngữ gợi cảm xúc lồng vào trong bài thuyết trình, bạn sẽ có nhiều cơ hội tác động đến người nghe.

Có vần điệu

Bạn nên dùng cách nói láy âm hay láy vần để tạo vần điệu nhịp nhàng làm cho câu nói trở nên dễ nhớ, dễ đi vào lòng người nghe hơn. Chẳng hạn: “Có chí làm quan, có gan làm giàu” hay “Ăn táo thường xuyên, khỏi phiền bác sĩ”.

Sử dụng phép ẩn dụ, so sánh, tương phản

Dùng phép ẩn dụ, bạn sẽ làm cho các ý niệm trừu tượng trở nên cụ thể, dễ nắm bắt hơn. Các câu nói ẩn dụ giúp vẽ nên một bức tranh sinh động, đầy màu sắc, dùng sự vật, sự việc này để tạo liên tưởng đến sự vật sự việc kia. Các câu nói như “thương trường là chiến trường” hoặc “thế giới là sân khấu, trong đó con người chỉ là những diễn viên” là những câu nói ẩn dụ. Bạn có thể linh hoạt vận dụng phép ẩn dụ để làm cho các ý tưởng mình trình bày trở nên dễ hiểu và sống động hơn.

John F. Kennedy dùng một ẩn dụ để mô tả con người như sau: “Con người vẫn là thứ máy tính ngoại thường nhất.” Hoặc Ralph Waldo Emerson

nói: “Hãy kéo cổ xe của bạn lên đến một vì sao” để thúc giục hành động cho những người có tham vọng, ước mơ.

Việc sử dụng kỹ thuật so sánh hiệu quả sẽ giúp người nghe liên tưởng và nhanh chóng tư duy về những vấn đề được nghiên cứu. Ví dụ: “Nếu cách đây 20 năm máy vi tính là một khối to kềch sù và màn hình đen trắng thì ngày nay máy tính chỉ mỏng 15mm, nằm gọn trong lòng bàn tay và màn hình màu sắc sặc sỡ.”

Các kiểu ngôn ngữ cần tránh khi thuyết trình

Bạn nghĩ phát biểu nào dưới đây có trọng lượng hơn?

“Tôi nghĩ có lẽ các bạn sẽ thích dịch vụ mới của chúng tôi.”

“Tôi tin chắc rằng các bạn sẽ thực sự thích dịch vụ mới của chúng tôi.”

Xét về cách dùng từ, hai câu trên không có gì khác nhau đáng kể. Nhưng xét về hiệu quả tác động đến người nghe, thì chúng khác nhau một trời một vực. Câu đầu tiên chứa hai từ nghe rất yếu ớt: nghĩ và có lẽ. Nghe hai từ đó, khán giả sẽ có cảm tưởng rằng bạn thiếu sự tin tưởng và quả quyết đối với thông điệp mình nói ra, và họ sẽ đánh giá thấp bạn. Ngược lại, câu thứ hai đọc lên nghe rất mạnh mẽ, thể hiện thái độ xác tín, quả quyết của người nói.

Giảm bớt những từ ngữ yếu ớt

Ngoài từ “nghĩ” và “có lẽ” như trên, còn có những từ khác nghe rất “yếu ớt” mà bạn cần phải gạt bỏ ra khỏi kho từ vựng của mình.

Hãy thử để ý các từ ngữ yếu và mạnh trong các thí dụ dưới đây:

Tôi **tự hỏi không biết** ông có muốn tham dự cuộc họp sắp tới không? >
< Tôi **muốn biết** ông có muốn tham dự cuộc họp sắp tới không?

Tôi **hy vọng** chúng ta **có thể** làm xong việc này trước thứ Sáu tới. ><
Tôi **tin chắc** chúng ta **sẽ** làm xong việc này trước thứ Sáu tới.

Nếu anh thắng được hợp đồng này, **có lẽ** chúng ta sẽ tổ chức ăn mừng ở nhà hàng anh yêu thích. >< **Khi** anh thắng được hợp đồng này, **chắc chắn** chúng ta sẽ tổ chức ăn mừng ở nhà hàng anh yêu thích.

Tránh những câu hỏi có tính xác nhận

Tránh dùng những từ không cần thiết hoặc đặt ra những câu hỏi muốn người nghe xác nhận. Thí dụ:

Tôi nghĩ rằng đó là việc có thể chấp nhận được, có đúng thế không?

Chúng ta sẽ làm theo cách này, bạn thấy được không?

Cái này tốn kém quá, phải không nào?

Để dùng các câu trên cho hiệu quả, bạn nên bỏ đi những từ cuối câu dùng để hỏi. Cứ tự tin đưa ra phát biểu của mình, đừng sợ người nghe không đồng ý để rồi phải hỏi lại cho chắc, vì điều này sẽ làm suy yếu đi sức mạnh của những phát biểu bạn nói ra, làm cho người nghe thấy rằng bạn thiếu chắc chắn, không thực sự tin vào những gì mình nói. Bạn nên dùng các câu sau:

Đúng thế, tôi nghĩ rằng đó là việc chấp nhận được.

Chúng ta sẽ làm theo cách này.

Cái này tốn kém quá, chúng ta không có đủ ngân sách.

Còn nếu muốn biết quan điểm của người nghe, bạn có thể dùng một lời đề nghị khác, thay vì dùng cách hỏi thông thường như trên. Chẳng hạn, bạn có thể nói: “Đúng thế, tôi nghĩ rằng đó là việc chấp nhận được. Phần bạn, xin bạn cho biết ý kiến của mình.”

Đừng dùng ngôn ngữ kiểu rào đón

Bạn cần tập bỏ thói quen nói lòng vòng, kiểu rào trước đón sau, không đi thẳng vào vấn đề. Bởi thói quen dùng ngôn ngữ kiểu này đôi khi làm khán giả vừa mệt mỏi vừa nghĩ rằng bạn là người ư “màu mè” và không đáng tin.

Nếu mọi người đã thấy ổn định đâu đó, tôi thiết nghĩ có lẽ chúng ta nên bắt đầu buổi nói chuyện.

Tôi trộm nghĩ có lẽ tôi là người thích hợp có thể tham gia dự án ấy.

À, ừm... tôi có một chút vấn đề cần làm sáng tỏ liên quan đến cách giải quyết của bạn.

Thay vì nói vòng vo, dài dòng như trên, bạn hãy trực tiếp đề cập thẳng vào vấn đề, không cần thiết phải rào trước đón sau như thế. Chẳng hạn, bạn

có thể dùng các câu sau đây để thay thế:

Xin chào mọi người – đã đến lúc chúng ta bắt đầu buổi nói chuyện.

Tôi thấy mình thích hợp để làm dự án ấy. Đây là những gì tôi có thể đóng góp...

Tôi không hiểu rõ quyết định ấy của bạn. Xin giải thích thêm để tôi hiểu rõ.

Tránh những cách nói hạ thấp bản thân

Bạn hãy tránh dùng bất kỳ cụm từ mở đầu nào làm giảm đi trọng lượng hoặc phủ định hoàn toàn những gì bạn sắp nói. Thí dụ:

Có thể tôi sai, nhưng tôi nghĩ chúng ta đã vượt quá ngân sách 10%.

Tôi không chắc lắm về điều này, nhưng tôi đoán là chúng ta cần tuyển thêm một nhân viên.

Có thể đây là ý tưởng ngớ ngẩn, nhưng tại sao chúng ta không tổ chức các buổi họp hàng tháng bằng hình thức nói chuyện trực tuyến trên mạng Internet?

Để sửa lại, bạn chỉ cần bỏ những từ “nhưng” và những cụm từ mào đầu. Chẳng hạn, bạn có thể sửa lại bằng cách nói như sau:

Theo dữ liệu tôi thu thập, chúng ta đã vượt quá ngân sách 10%.

Chúng ta cần tuyển thêm một nhân viên để đáp ứng mục tiêu gia tăng sản lượng cho năm nay.

Để tiết kiệm chi phí đi lại và để tránh mất thì giờ cho mọi người, tôi đề nghị chúng ta tổ chức các buổi họp hàng tháng bằng hình thức nói chuyện trực tuyến trên mạng Internet.

Bỏ đi từ “cố gắng”

Hãy tưởng tượng sếp đang nói với bạn rằng: “Tôi cần bản kế hoạch của anh vào lúc 10 giờ sáng mai để tôi mang đi gặp khách hàng.” Bạn trả lời như sau: “Dạ được, em sẽ cố gắng hoàn thành.” Dùng từ “cố gắng” bạn muốn ám chỉ rằng có thể bạn sẽ không hoàn thành được bản kế hoạch đúng

theo yêu cầu của sếp. “Cố gắng” là chữ thường gợi ý cho biết trước khả năng thất bại có thể xảy ra. Có gì bạn không nói “Em sẽ hoàn thành” hoặc “Sáng mai, lúc 9 giờ, em sẽ giao bản kế hoạch cho anh”.

Thay “nhưng” bằng “và”

“Nhưng” có ý hủy bỏ hay phủ nhận hết những gì bạn đã nói liền ngay trước đó. Thử hình dung người yêu của bạn nói rằng: “Em yêu, anh sẽ cưới em, nhưng phải đợi đến cuối năm nay.” Lúc đó, bạn nghĩ sao? Thay vì nói như vậy, bạn nói: “Em yêu, anh sẽ cưới em và chúng ta sẽ làm đám cưới vào cuối năm nay.”

Bỏ cách nói tiêu cực

Thay vì nói những lời tiêu cực, tập trung vào những chuyện bạn không thể làm hay sẽ không làm, bạn hãy nói ra những lời tích cực, hướng về những gì bạn có thể làm và sẽ làm được.

VŨ HOÀNG QUỐC TUẤN

Vũ Hoàng Quốc Tuấn có hơn 15 năm làm việc cho các công ty thuộc ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), trong đó, 12 năm kinh nghiệm trong vai trò Quản lý Marketing.

- Giám đốc Marketing Công ty UNZA Vietnam
 - Trưởng bộ phận Kinh doanh và Tiếp thị Công ty bia San Miguel (SMB)
 - Điều phối viên Marketing Công ty Nước Giải khát Quốc tế Pepsi
- Hiện anh là Phó Tổng giám đốc phụ trách Marketing của Công ty ICP, là người có công tạo dựng và đưa nhãn hiệu X-Men luôn dẫn đầu thị trường chăm sóc cá nhân dành cho nam.

Anh từng là Giảng viên của Business Edge và nhiều đối tác của BE. Các lĩnh vực anh tham gia huấn luyện là Marketing, Phát triển cá nhân,

Tăng hiệu suất làm việc, Truyền cảm hứng, Xây dựng tinh thần đồng đội...

Hiện anh đang tham gia đội ngũ Chuyên gia Coach của diễn giả Quách Tuấn Khanh trong Khóa học chuyên sâu Bạc thầy thuyết trình.

M

CHƯƠNG 10

PHẦN KẾT LUẬN TẠO NHIỀU DƯ ÂM

TÁC GIẢ: VŨ HOÀNG QUỐC TUẤN hàn kết của mọi bài thuyết trình đều mang tính quyết định, then chốt. Đó là cơ hội cuối cùng để bạn tạo nhiều dư âm trong lòng người nghe.

Bạn thường kết thúc bài thuyết trình của mình như thế nào? Có phải là theo một trong những cách dưới đây?

Nghĩ rằng đến lúc kết thúc thì ai ai cũng nôn nóng ra về, cho nên chỉ cần nói qua loa mấy ý tổng kết cho xong; miệng vừa nói tay vừa tranh thủ thu dọn đồ đạc.

Nghĩ rằng phần kết không thực sự cần thiết vì những gì cần nói thì bạn cũng đã nói hết trong phần nội dung rồi, nên lúc đó hứng sao thì nói vậy, chẳng cần phải chuẩn bị gì trước cho mệt.

Biết rằng phần kết quan trọng và để chắc ăn là tránh được chuyện lỡ miệng nên bạn soạn trước lời kết ra tờ giấy nhỏ rồi cầm đọc nguyên văn trong đó.

Nghĩ rằng phần kết không cần phải quá rườm rà, nên để ngắn gọn, chỉ cần nói một câu thông báo đại loại “Bài thuyết trình đến đây là hết” là đã đủ rồi.

Hy vọng là bạn chưa bao giờ dùng bất kỳ cách nào vừa nêu trên để tạo hồi kết cho buổi thuyết trình của mình. Còn nếu bạn nghĩ rằng những cách làm đó là thích hợp dùng để kết thúc bài nói chuyện, thì tôi khuyên bạn nên chấm dứt ngay lối suy nghĩ ấy.

Nếu bạn vẫn còn đang thắc mắc tự hỏi không biết phần kết của bài thuyết trình đóng vai trò quan trọng thế nào, thì đây là câu trả lời chung của hầu hết các bậc thầy thuyết trình: Rất quan trọng!

Quan trọng, bởi vì trong cả buổi thuyết trình, hầu hết người nghe sẽ nhớ những lời đầu tiên bạn mở màn và những lời sau cùng bạn chốt lại. Còn chung chung thì có thể nói rằng bạn phải thực sự rất may mắn mới có thể làm cho người nghe nhớ trọn một số điều nào đó bạn trình bày ở phần nội dung chính. Lời khẳng định vừa rồi có thể làm bạn mất tinh thần, nhưng các nghiên cứu đã chứng minh rõ ràng về điều đó.

Phần kết chính là cơ hội cuối cùng để bạn tạo ra ấn tượng lâu dài đọng lại trong lòng người nghe.

Năm cách kết thúc cần tránh xa

Nếu phần kết thúc buổi thuyết trình quan trọng đến thế, tại sao lại có quá nhiều người lơ là để rồi làm hỏng cả buổi thuyết trình? Bạn nên loại trừ hết các yếu tố gây rối tệ hại nhất ra khỏi tiết mục kết thúc của mình. Dưới đây là những gì bạn cần tránh trong phần kết thúc bài thuyết trình.

Cái kết “đột ngột ra đi”

Nếu xảy ra trường hợp bạn đã rời sân khấu để đi vào bên trong, người nghe mới chợt hiểu là buổi thuyết trình đã kết thúc, tức là bạn đang để họ bay lơ lửng giữa chừng không, chưa biết tìm bãi nào để đáp. Một cái kết quá bất ngờ, không có dấu hiệu nào báo trước sẽ làm người nghe cảm thấy hụt hẫng.

Do đó, bạn phải báo trước cho người ta biết trước khi nào bạn sẽ kết thúc: “Để kết thúc,...” hoặc

“Những lời sau cùng tôi muốn nói với các bạn hôm nay là...”. Đừng bao giờ dừng lại quá đột ngột.

Hãy tạo ra phần kết rõ ràng và dứt khoát để người nghe khỏi phải ngơ ngẩn, bất ngờ theo kiểu “Sao, đã xong rồi sao? Chỉ có thể thôi sao?”

Cái kết “thỏ thẻ oanh vàng”

Trong phần kết, bạn phải đồng dục nhấn mạnh lại những thông điệp quan trọng đã trình bày. Cho dù các ý tưởng của bạn có thể gây ra tranh luận, bàn cãi, hay bị phản đối, thì bạn cũng cần phải kết lại những quan điểm ấy một cách rõ ràng và với thái độ xác quyết.

Người nghe có thể không thích những gì bạn nói, thậm chí họ trừng mắt, xì xào, giận dữ và kịch liệt phản đối kết luận của bạn, nhưng chắc chắn họ sẽ ghi nhớ rõ những gì bạn nói trong lời kết đó. Do đó, bạn đừng ngại ngần, đừng lí nhí trong miệng mấy câu kết, cốt cho qua chuyện.

Cái kết “không có bài đáp”

Trước khi kết thúc, tôi xin nói vài lời... nhưng rồi lại nói mãi... nói mãi, bắt người nghe phải đợi mà chẳng thấy và chẳng biết lúc nào bạn thực sự dừng lại.

Người nghe sẽ khó chịu và nhanh chóng chuyển thành thái độ thù ghét nếu diễn giả cứ tiếp tục “sẵn đà nói tới” dù đã báo trước là sắp sửa kết thúc. Dường như tình trạng này luôn xảy ra với những bài thuyết trình “gây đau khổ cho người nghe” (những bài nói quá dài, quá dai, quá dở, quá lộn xộn, quá

“kinh dị”...). Và thường thì đến lúc các diễn giả ấy kết thúc **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC**

CHUYÊN GIA phần nói, khán giả sẽ vỗ tay rất to, rất kêu; vỗ tay chẳng phải vì đánh giá cao bài thuyết trình, mà vì họ cảm thấy vui mừng vì cuối cùng thì nó cũng chấm dứt.

Cái kết “còn một điều quan trọng khác nữa...”

Đôi khi xảy ra trường hợp là trong khi nói lời kết, diễn giả chợt nhớ rằng mình quên trình bày một ý tưởng nào đó lẽ ra đã phải nói trong phần nội dung chính (Ồ, giờ này tôi nhớ là mình còn có điều muốn nói...); hoặc bỗng dưng lại nảy ra một số ý tưởng mới mẻ (“Và còn một điều quan trọng khác nữa đáng để nêu ra...”). Quá muộn rồi! Có thể những ý tưởng đã quên hay mới nảy ra ấy đáng để xem xét, nhưng chúng chỉ thích hợp trong phần nội dung, còn đến lúc kết thúc, nếu bạn trình bày, khán giả sẽ coi chúng như những kẻ phá bình cuộc vui.

Đừng bao giờ đưa ý tưởng hay đề tài nào mới vào trong phần kết. Bạn sẽ không có đủ thì giờ để nói cặn kẽ về chúng; ấy là chưa nói đến việc chúng sẽ làm loãng đi những nội dung chính trong thông điệp bạn đã trình bày.

Do đó, bạn phải biết mục đích mình nhắm đến, tập trung bám sát vào dàn bài đã soạn; và phần kết không phải là lúc để bạn tùy tiện thêm thắt hay

sáng kiến ra điều gì đó. Hãy để dành những ý tưởng hay ho mới mẻ mới nảy sinh này trong các buổi thuyết trình khác.

Cái kết theo kiểu đọc văn

Nhiều người nhận xét rằng giữa vô số những cái kết tệ hại, có một cái kết được xem là “dở hơi” hơn cả: diễn giả kết thúc bằng cách đọc lên nguyên văn một lời kết đã soạn sẵn. Không biết nhận xét đó có đúng hay không, nhưng cá nhân tôi nghĩ rằng nếu đã quyết định kết thúc bài thuyết trình theo cách đọc văn như thế, thì tốt hơn cả, vào lúc kết thúc, bạn nên phát cho khán giả mỗi người một tờ giấy đã soạn sẵn lời kết của bạn, rồi đứng đĩnh bước ra khỏi sân khấu, để họ tự đọc lấy thì hơn.

Cựu Đệ nhất phu nhân Mỹ Barbara Bush được mời phát biểu trong buổi trao bằng ở trường Wellesley

College. Bà đã có phần chia sẻ khá thú vị với nhiều câu chuyện lôi cuốn, những giai thoại hài hước, những trích dẫn đầy hứng khởi. Tuy nhiên, đến phần kết, bà lại lấy giấy ra và đọc nguyên văn trong đó. Nhiều người tham dự đã nhận xét là hành động ấy đã khiến họ cảm thấy có chút thất vọng về bà.

Sáu cách tạo ra phần kết thúc tạo dư âm

Kết thúc với một câu trích dẫn hoặc một đoạn thơ

Các châm ngôn hoặc những đoạn thơ hay có thể góp phần tạo ra một phần kết thúc cao trào **BÍ QUYẾT**

TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA cho bất kỳ buổi thuyết trình nào của bạn. Bạn nên tập thói quen sưu tầm các châm ngôn, danh ngôn, trích dẫn, cùng các đoạn thơ ngắn nhưng hấp dẫn, tập hợp chúng lại trong cuốn sổ ghi chép hay trong tập tin văn bản máy tính, để có thể dùng khi cần thiết.

Bạn có thể dễ dàng tìm thấy những câu này ở mọi nơi, trong các cuốn sách hoặc tài liệu, trên các website. Tuy có vẻ đơn giản, nhưng việc lồng ghép vào phần kết các câu danh ngôn hoặc các đoạn thơ phù hợp với đề tài, sẽ tạo ra ấn tượng sâu sắc trong lòng khán giả.

Kết thúc bằng một câu chuyện

Về cốt yếu, khán giả bao giờ cũng thích nghe những câu chuyện hay và bất kể bạn kể ra lúc nào, họ cũng sẵn sàng đón nghe và hưởng ứng. Tận dụng điều này, trong phần kết thúc, bạn có thể kể một câu chuyện phù hợp để làm mát lòng khán giả trước lúc ra về.

Những câu chuyện ngụ ngôn, kịch tính, hài hước, gây kinh ngạc,... bạn có thể dùng phần kết để kể nốt câu chuyện bạn đã mở màn trong phần đầu hay giữa buổi thuyết trình.

Phát thanh viên danh tiếng Paul Harvey thường dùng kỹ thuật này trong phần kết các buổi trò chuyện của mình: “Và đây là lúc các bạn cần biết phần kết câu chuyện.” Trong các buổi nói trên sóng phát thanh, ông kể những mẩu chuyện có tính khơi dậy óc tò mò rất cao, nhưng không vội để cho khán giả biết ngay phần kết câu chuyện, mà đợi đến lúc kết thúc chương trình ông mới nói ra; và như thế, phần kết thúc của ông luôn thỏa mãn được thính giả.

Tuy nhiên, bạn phải biết chọn chuyện mà kể. Câu chuyện bạn định kể trong phần kết phải có gì đó phù hợp, ăn nhập với đề tài thuyết trình. Đừng kể câu chuyện nào đó chỉ vì bạn thấy nó hay ho thú vị nhưng lại không liên quan gì đến nội dung thông điệp bạn đã trình bày; vì làm như thế, người nghe sẽ phải suy nghĩ và thắc mắc tự hỏi không biết bạn muốn nói điều gì khi kể ra câu chuyện chẳng dính líu gì đến nội dung những điều họ đã được nghe trong cả buổi thuyết trình.

Bạn cũng phải kể thật ngắn gọn (đừng quá hai phút và lý tưởng thì ít hơn hai phút), rõ ràng, có thể ứng dụng được.

Kết thúc bằng cách đưa ra một thách đố

Muốn người nghe hành động, bạn phải lên tiếng kêu gọi hay yêu cầu họ. Và phần kết buổi thuyết trình là lúc thích hợp để bạn làm điều đó.

Người nghe cần biết rõ điều bạn muốn họ làm, nên bạn đừng vòng vo, dông dài. Cứ nói thẳng ra điều bạn muốn, thậm chí thách đố họ ra tay: “Hồi những tin đồn của sôcôla, người ta đã đuổi chúng ta ra khỏi căn-tin các trường tiểu học; họ nhìn chúng ta với ánh mắt coi thường tại các hội nghị về giảm cân. Đã đến lúc chúng ta phải vùng lên để bảo vệ cộng đồng của mình. Đã đến lúc chúng ta bước ra ngoài kia và đồng dục tuyên bố rằng:

‘Đủ rồi! Đừng làm chúng tôi nổi điên.

Chúng tôi sẽ không để mình bị ức hiếp như thế nữa!’”

Chẳng lẽ những người ưa chuộng sôcôla có lòng tự trọng lại không có chút phản ứng nào trước thách đố và lời kêu gọi hành động ấy hay sao?

Kết thúc bằng cách nhấn mạnh một điểm chính đã nêu trước đó

Bạn có thể khép lại bài thuyết trình bằng cách trả lời một câu hỏi bạn đã đặt ra trước đó trong phần trình bày, hoặc bằng cách lặp lại một câu trích dẫn, một phát biểu hay nhận định bạn đã trình bày qua. Đây là một cách rất hay để củng cố thêm sức mạnh thông điệp bạn đã trình bày, bởi vì hầu hết khán giả đều cần được nhắc đi nhắc lại về một điểm nào đó thì mới có thể ghi nhớ lâu được.

Chẳng hạn, nếu bạn đã nêu ra một câu hỏi nào đó trong phần mở đầu buổi thuyết trình: “Nếu phải hỏi ông ngoại bạn một câu hỏi duy nhất, bạn sẽ hỏi câu gì?” thì trong phần kết, bạn có thể trả lời:

“Phần tôi, tôi sẽ hỏi câu sau đây: ‘Ông ngoại à, đâu là bài học quý giá nhất BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ’

CÁC CHUYÊN GIA ông đã học được trong 95 năm qua?’” Kiểu kết thúc này sẽ giúp gói ghém thông điệp của bạn vào một chiếc túi nhỏ gọn gàng để khán giả có thể mang theo.

Kết thúc với một câu hỏi

Bạn có thể kết thúc bằng cách đặt ra một câu hỏi tu từ, hay một loạt câu hỏi, làm cho khán giả lắng đọng và suy nghĩ. Chẳng hạn, bạn có thể nêu câu hỏi: “Cho phép tôi hỏi các bạn điều này: năm ngoái, Bộ giáo dục Mỹ đã chi 27 triệu đôla cho một nghiên cứu để tìm hiểu xem liệu các chương trình truyền hình thực tế – theo kiểu thách đố để đưa cả đám người chui đầu vào một chiếc lu khổng lồ lúc nhúc những giòi bọ – thực sự có tác dụng giáo dục trí tuệ cho trẻ em hay không. Đó có phải là cách sử dụng tiền thuế của người dân Mỹ khôn ngoan và hiệu quả hay không?” Nếu bài thuyết trình của bạn có độ thuyết phục cao, thì đến đây, khán giả sẽ chỉ nhắm đến duy nhất một câu trả lời: đồng tình với quan điểm mà bạn đang ủng hộ (rằng hành động điên rồ ấy phải được chấm dứt!)

Kết thúc đậm chất nghệ thuật

Đôi khi, cung giọng trình bày và nội dung thông điệp của bạn là yếu tố cần thiết để tạo ra một phần kết dồi dào cảm xúc và tràn đầy dư âm.

Để hiểu rõ về kỹ thuật nói lời kết đầy chất thi sĩ nhằm tạo cảm xúc, mời bạn xem một đoạn kết thúc bài nói chuyện của tướng Douglas McArthur trong dịp ông chào từ biệt các học viên tại Học viện

Quân sự Hoa Kỳ:

Trong các giấc mơ, tôi lại nghe thấy những tiếng súng đì đùng, những loạt hỏa mai rền rã, những tiếng thì thầm đầy điệu tang thương vang khê khắp chiến trường. Nhưng trong những ký ức còn sót lại ở buổi xế chiều cuộc đời, tôi luôn nhớ bờ Tây là tổ quốc; luôn nghe văng vẳng, vọng vang hoài bên tai những tiếng yêu thương: bốn phận, danh dự, quê hương. Hôm nay là ngày đánh dấu lần cuối cùng tôi điểm danh các bạn. Nhưng tôi muốn các bạn biết rằng khi tôi băng qua con sông này, những ý nghĩ cuối cùng của tôi sẽ hướng về Đoàn Học viên, Đoàn Học viên và Đoàn Học viên. Thân chào tạm biệt tất cả các bạn.

Phần kết buổi thuyết trình là dịp cuối cùng để bạn cô đọng lại thông điệp đã trình bày cho khán giả; do đó, bạn cần chuẩn bị kỹ lưỡng.

Đừng quên kêu gọi hành động trong phần kết

Sau khi trình bày xong tất cả những gì cần nói, bạn cần phải cho người nghe biết những gì cần làm.

Lời kêu gọi hành động hướng người nghe đến những việc rõ ràng và cụ thể họ có thể bắt tay làm ngay.

Ai cần hành động?

Chắc chắn bạn muốn đưa lời kêu gọi hành động của mình đến những người có thể và thực sự mong muốn cũng như cam kết áp dụng thông điệp của bạn vào thực tế. Lời kêu gọi hành động thường hướng đến người nghe, nhưng chỉ dẫn của bạn có thể hướng đến bản thân mình (bạn hành động cho người nghe), hoặc cũng có thể kết hợp cả hai (cả bạn lẫn người nghe đều hành động)

Lời kêu gọi hành động hướng đến người nghe, tức là việc bạn yêu cầu

người nghe hành động theo những gì bạn đã nói. Nếu bạn đang tiến hành chiến dịch vận động tranh cử, bạn có thể kêu gọi “Hãy bỏ phiếu cho tôi!” hoặc bạn có thể kêu gọi người nghe tiến hành một cuộc nghiên cứu, cải thiện ngân sách, xem lại một đề xuất, hay chấp nhận một chức vụ công việc. Cả những điều đơn giản như việc phát ra các biên bản của một cuộc họp cũng nên có lời kêu gọi hành động: “Xin vui lòng xem lại các biên bản đính kèm đây, và cho tôi biết về những điểm cần sửa đổi bổ sung trước thứ Sáu tới.”

Lời kêu gọi hành động hướng đến chính mình, tức là việc bạn đưa ra lời giải thích về những việc bạn sẽ làm dựa trên thông điệp của mình. Lời kêu gọi hành động dạng này thường được dùng khi người nói thấy khó lòng kêu gọi người nghe hành động. Chẳng hạn, một Tổng giám đốc đang nói chuyện với các cổ đông thì không thể nào nói là “Hãy mua cổ phiếu của chúng tôi,” nhưng ông ta có thể nói “Ban quản lý và tôi sẽ hành động để tiếp tục biến công ty thành một công ty đứng đầu trong ngành.”

Bạn có thể chốt một thương vụ với lời kêu gọi như sau: “Tôi rất vui được làm việc với anh để đạt được các mục tiêu chúng ta đã bàn đến,” hoặc đơn giản hơn: “Chúng ta cùng bắt tay vào công việc này nào!” Bạn có thể đề nghị mình làm một điều và đề nghị người nghe làm một điều khác. Chẳng hạn, một anh trưởng phòng kết thúc bài báo cáo trước ban giám đốc bằng lời kêu gọi hành động sau đây: “Tôi sẽ báo cáo lại cho các anh về những thị trường tiềm năng đang mở ra, nhưng tạm thời bây giờ chúng ta cần khai thác triệt để ngành thị trường hiện có.”

Lời kêu gọi hành động phải rõ ràng. Muốn người nghe làm gì, bạn cần nói rõ, đừng lòng vòng úp mở, đừng giả thiết người nghe sẽ tự đoán và hiểu được những gì bạn muốn kêu gọi. Nếu bạn muốn người nghe duyệt một khoản ngân sách, thì kêu gọi theo kiểu: “Tôi muốn các anh hỗ trợ” là rất mơ hồ. Bạn cần phải nói rõ ra, chẳng hạn thế này: “Khoản ngân sách này sẽ đảm bảo cho chúng ta và các cổ đông của doanh nghiệp có thể hoàn thành các mục tiêu đã đề ra cho năm nay – và như thế, tôi đề nghị các anh duyệt ngay khoản ngân sách này.” Nếu bạn muốn kêu gọi người nghe giải quyết nạn đói trên thế giới, chắc chắn họ sẽ không làm và có muốn làm cũng

không biết phải làm thế nào. Nhưng nếu bạn đưa ra một gợi ý hành động nho nhỏ mà họ có thể làm, chẳng hạn như “Xin các bạn mỗi người góp một ký gạo” thì chắc chắn bạn sẽ có cơ hội thành công hơn.

Lời kêu gọi hành động phải thích hợp: Thích hợp với đối tượng người nghe, bối cảnh và tình huống,...

Một giám đốc có thể nói trong dịp tổng kết một năm kinh doanh thắng lợi: “Càng ngày chúng ta càng tiến bộ. Thành công cùng với cam kết của các bạn là lý do chính khiến tôi đứng trên đây. Tôi muốn cảm ơn tất cả mọi người vì những gì các bạn đã làm và mong muốn các bạn tiếp tục phát huy để khai thông hết tiềm năng của bạn và của công ty chúng ta.” Đôi khi, lời kêu gọi hành động cũng cần phải mang tính chất cảnh cáo, thậm chí đe dọa để thúc đẩy người nghe tiến nhanh đến hành động: “Nếu các bạn không nỗ lực gấp đôi thì công ty ta sẽ mất dần khách hàng. Lúc đó, chuyện các bạn mất việc là điều đương nhiên...”

Lời kêu gọi hành động phải truyền cảm hứng. Bạn muốn mọi người thay đổi ư? Hãy cho họ cảm hứng và động lực. Những bài phát biểu vĩ đại đều chinh phục trái tim và khối óc của người nghe. Abraham

Lincoln kết thúc bài diễn văn Gettysburg nổi tiếng như sau: “Chúng ta sẽ quyết tâm cao nhất để những liệt sĩ này không hy sinh vô nghĩa. Quốc gia này, dưới sự phù hộ của

Thượng đế, sẽ sản sinh ra một nền tự do mới; và một chính phủ của dân, do dân và vì dân sẽ không lụi tàn trên trái đất này.”

Hoàng tử Harry của xứ Wales đã bày tỏ lòng thương nhớ mẹ mình, Công nương Diana, nhân dịp 10 năm ngày mất của bà bằng lời kêu gọi xúc động: “Cả hai chúng tôi [Harry và William] đều nghĩ về mẹ mỗi ngày. Chúng tôi nhắc về mẹ và cùng nhau cười vui với những kỷ niệm xưa. Nói một cách đơn giản, mẹ khiến chúng tôi và nhiều người khác hạnh phúc. Hãy tưởng nhớ về mẹ theo cách đó.” Hãy làm cho họ xúc động, họ sẽ hành động bằng cả trái tim.

(tiểu sử Trần Thiên Lý)

CHƯƠNG 11

KẾT NỐI VỚI NGƯỜI NGHE SUỐT TRONG BUỔI THUYẾT TRÌNH

TÁC GIẢ: TRẦN THIÊN LÝ

Theo kết quả của nhiều cuộc nghiên cứu, những người tham dự luôn đánh giá cao những hoạt động họ đã tham gia trong buổi thuyết trình. Hầu hết những người tham gia đều tỏ ra hứng thú và nhớ rõ những gì mình đã nói, đã làm trong buổi thuyết trình và họ cảm thấy mình học hỏi được nhiều điều qua các hoạt động ấy. Rất ít người nhớ được nội dung khi diễn giả chỉ đứng trình bày suông mà không đưa họ nhập cuộc.

Như thế, có một điều quan trọng diễn giả cần lưu ý: đó là việc phải nắm rõ cách thức và kỹ thuật cần thiết để thu hút sự quan tâm của người nghe, đưa họ vào buổi thuyết trình. Cần ý thức rằng mọi buổi thuyết trình phải là những cuộc trò chuyện, trao đổi hai chiều. Để làm được điều đó, diễn giả cần biết cách kết nối với người nghe ngay từ đầu và duy trì mối liên kết ấy suốt trong buổi thuyết trình. Chương sách này sẽ trình bày cho bạn một số ý tưởng nhấn mạnh đến tầm quan trọng của việc tạo kết nối với khán giả suốt trong buổi thuyết trình, cũng như thảo luận chi tiết về các kỹ thuật hữu hiệu cần áp dụng để tạo ra đối thoại hai chiều, truyền thông hiệu quả nhằm đưa thông điệp bạn muốn trình bày đi sâu vào lòng người. Đó là điều diễn giả nào cũng ao ước có được.

Thiếu mối dây kết nối, sẽ không có truyền thông

Để truyền tải dữ liệu từ máy tính, bạn phải kết nối thiết bị lưu dữ liệu với máy tính, qua cổng USB chẳng hạn. Cũng thế, khi muốn trình bày ý tưởng,

chuyển tải thông tin đến người nghe, bạn cần tạo ra cho được một mối liên kết. Trước khi đi vào nội dung chính của bài thuyết trình, bạn phải thu hút cho được sự tập trung chú ý của người nghe, vì lúc này, hầu như mọi người còn bị phân tâm bởi nhiều chuyện khác nhau: gia đình, công việc, con cái, âm thanh, tiếng động và những người xung quanh,... Kết nối đầu tiên là tạo được sức hút cho bản thân – làm thế nào để khi xuất hiện, dù chưa thốt lên lời nào thì mọi ánh nhìn đều đổ về bạn và chờ đợi bạn cất tiếng.

Để làm được điều này, bạn cần xây dựng cho mình một hình ảnh hay một thương hiệu uy tín – đây là việc lâu dài, cần nhiều thời gian. Với mỗi buổi hội thảo, hay thuyết trình trước đám đông, bạn cần phải có sự giới thiệu về một bản lý lịch từ trước với người nghe để họ biết người nói là ai và đã có những thành tích gì. Trước khi xuất hiện, hãy nhờ ai đó truyền thông/ giới thiệu về mình thật thuyết phục trước khi bạn bắt đầu bài thuyết trình; và một việc bạn không thể làm qua loa, đó là ăn mặc lịch sự, phù hợp và tạo cho mình một dáng vẻ bên ngoài thu hút.

Phong cách có thể khác nhau, nhưng các diễn giả nổi danh thường có một điểm chung này: họ biết cách tạo sợi dây nối kết giữa họ với người nghe và có cách duy trì mối liên kết đó suốt từ đầu đến cuối buổi nói chuyện, thuyết trình.

Biến người nghe thành đồng minh ngay từ đầu

Để tạo nhiều lợi thế hơn cho việc kết nối với người nghe, bạn hãy đến sớm một chút trước khi chương trình bắt đầu. Đơn giản, bạn chỉ cần đi một vòng để chào hỏi những khán giả đến sớm, giao tiếp với họ bằng ánh mắt, nụ cười và những cái bắt tay thân thiện. Những hành động nhỏ này có thể tạo ra những kết nối hiệu quả.

Quan trọng hơn, khi thuyết trình, bạn cần nhớ rằng kiến thức uyên bác của bạn về một chủ đề nào đó, người nghe không phải lúc nào cũng nắm được. Rõ ràng là họ không ở vị trí giống với bạn – họ không có hàng năm trời học tập nghiên cứu trong lĩnh vực này và gắn bó với nó. Những kiến thức bác học mà bạn đưa ra có thể hoàn toàn xa lạ với họ. Vì vậy bạn cần

biết được người nghe muốn gì và tìm ra cách thu hút họ. Hãy đưa họ đến với chuyến đi khám phá chân trời kiến thức thú vị với từng bước đơn giản, có như vậy họ mới hiểu và nắm được những ý quan trọng mà bạn đem đến.

Nếu giả định rằng người nghe đã biết hay quan tâm đến vấn đề nào đó hết như cách bạn biết và quan tâm, thì đó sẽ là một sai lầm tai hại. Bạn cần gây sự chú ý từ đầu, càng ấn tượng càng tốt và gợi sự hấp dẫn trong suốt bài thuyết trình của mình.

Đừng để khán giả ngồi yên rồi... ngủ gục

Có nhiều kỹ thuật bạn có thể dùng để kích thích quan tâm, khơi gợi hứng thú, lôi kéo người nghe tham gia buổi trình bày của bạn. Bạn đứng trên sân khấu hay bục giảng là để nói, nhưng nếu từ đầu đến cuối bạn chỉ biết nói và nói, bạn sẽ thất bại. Bởi người ta không chỉ nghe bằng tai, mà còn bằng tất cả các giác quan khác nữa. Muốn thuyết phục người nghe, làm cho họ đón nhận trọn vẹn những gì bạn trình bày, bạn phải dùng kỹ thuật nói đánh vào tất cả các giác quan của họ.

Dưới đây là các kỹ thuật hữu hiệu giúp bạn tạo được nhịp cầu kết nối với người nghe từ đầu đến cuối, không những giúp tránh được tình trạng làm cho khán giả cảm thấy buồn chán khi ngồi yên một chỗ chỉ để nghe và nghe, mà còn làm cho họ phấn khởi và hứng thú nhập cuộc tích cực vào bài thuyết trình của bạn.

Khảo sát trước buổi thuyết trình

Đối với những người lần đầu tiên tham dự buổi thuyết trình của bạn, thì trước buổi thuyết trình, bạn có thể tiến hành một cuộc khảo sát những người tham dự này (có thể bằng hình thức gửi bảng hỏi qua email) để nắm chính xác và rõ ràng về những mong muốn, nhu cầu, vấn đề của họ. Điều này sẽ giúp bạn có cách chuẩn bị nội dung thích hợp để đáp ứng được những gì họ mong muốn.

Bên cạnh đó, nếu thấy thích hợp, bạn có thể gửi cho họ văn bản tóm tắt nội dung tài liệu, để họ có thời gian suy nghĩ trước về những gì liên quan

đến đề tài bạn sẽ trình bày; thêm vào đó, bạn cũng có thể đề nghị họ bổ sung thêm những gì họ thấy còn thiếu, hoặc loại bỏ bớt những gì họ cảm thấy thừa. Mục đích của việc này là để nội dung bạn trình bày sẽ đi sát với những mong muốn thực sự của người nghe. Và lại, với cách làm này, bạn sẽ khiến những người sẽ tham dự buổi thuyết trình cảm thấy bạn thực sự quan tâm đến họ, coi trọng họ, muốn nghe ý kiến của họ. Họ sẽ sẵn sàng hỗ trợ bạn, cũng như sẽ nhiệt tình nhập cuộc vào ngày buổi thuyết trình chính thức diễn ra.

Mời mọi người giới thiệu bản thân

Đây là kỹ thuật kết nối phát huy tác dụng tốt nhất khi buổi thuyết trình của bạn có ít hơn 20 người tham dự và tất cả những người này đều chưa biết nhau. Bắt đầu buổi thuyết trình, bạn có thể dành ra từ năm đến mười phút để mời từng người đứng lên giới thiệu về mình cho người khác. Chẳng hạn, bạn có thể nói: “Để tất cả các bạn có dịp làm quen với nhau, tôi xin mời mỗi người dành ra khoảng mười đến mười lăm giây, giới thiệu ngắn gọn về bản thân mình. Trong phần giới thiệu này, xin mỗi người cho biết tên, chức vụ, công việc chuyên môn, cũng như bất cứ điều gì các bạn muốn mọi người trong nhóm biết thêm về mình.” Chắc chắn, việc mời khán giả giới thiệu về mình như thế sẽ giúp cho mọi người thấy mình quan trọng, và họ có cơ hội để chia sẻ đôi điều về bản thân cùng những gì họ muốn.

Tại một buổi thuyết trình nọ, có một vị sĩ quan sau khi giới thiệu về mình, đã nói thêm rằng: “Có điều tôi muốn nói thêm ở đây, là tôi đã có 30 năm phục vụ trong Không lực Hoa kỳ và đã trải qua hai cuộc chiến tranh.” Chuyện trùng hợp là buổi thuyết trình hôm ấy diễn ra vào đúng ngày lễ dành cho các Cựu Chiến binh Mỹ và mọi người trong khán phòng đều nhất loạt đứng lên và vỗ tay chúc mừng. Vào giờ nghỉ trưa, một ai đó đã đặt và tặng cho ông ấy một chiếc bánh kem nhỏ để chúc mừng.

Bạn thấy đấy, đôi khi những gì tốt đẹp nhất cho buổi thuyết trình lại đến từ phía khán giả nếu như bạn biết cách cho họ một cơ hội để chia sẻ ra những gì họ thích thú muốn mọi người khác biết đến.

Song cũng có điều cần lưu ý: nếu mọi người trong nhóm tham dự đã biết nhau rồi, thì bạn đừng mời từng người giới thiệu lại, vì như thế sẽ làm mất

thì giờ vô ích và khiến người nghe cảm thấy nhàm chán, nghĩ rằng việc giới thiệu này chẳng có ích gì.

Ghi lại danh sách những điều khán giả mong muốn

Để đảm bảo là bạn đã nắm rõ về những điều mà người nghe coi trọng và mong muốn nhất, về những nhu cầu hay vấn đề họ cần được đáp ứng và giải quyết, thì trong vài phút đầu tiên của buổi thuyết trình, bạn nên làm rõ điều này để buổi thuyết trình được diễn ra tốt đẹp, đúng mong đợi của người tham dự. Bạn có thể nói vài lời chẳng hạn như: “Những gì các bạn thực sự mong muốn chính là những điều quan trọng nhất chúng ta sẽ cùng nhau giải quyết trong buổi thuyết trình này. Như thế, ngoài các điểm tôi đã soạn ra để hầu chuyện các bạn, không biết còn có điểm nào khác các bạn muốn tôi ghi ra thêm cho đầy đủ, bổ sung vào những điều sắp trình bày hay không?” Bạn hãy ghi lại những gì khán giả bổ sung thêm và cố gắng đề cập trình bày chúng trong phần thuyết trình của mình.

Mời khán giả đóng góp thông tin

Để lôi kéo người nghe vào cuộc ngay tức khắc, bạn hãy yêu cầu họ cung cấp thêm thông tin cho đề tài thuyết trình. Thay vì cứ thao thao bất tuyệt cung cấp cho họ mọi thông tin mình đã soạn theo kiểu nói chuyện một chiều, thì bạn nên mời gọi họ suy nghĩ về một vấn đề hoặc câu hỏi bạn đặt ra, rồi nói lên ý kiến của mình để mọi người cùng nghe.

Chẳng hạn, trong một buổi thuyết trình, diễn giả là ông phó chủ tịch lo mảng chiến lược kinh doanh của một hãng dẫn đầu về lĩnh vực sản xuất phụ tùng xe hơi, đã mở đầu buổi thuyết trình bằng cách đặt câu hỏi sau đây: “Theo các anh chị, đâu là những điểm nổi cộm mà các chuyên gia trong ngành cần liệt kê vào danh sách 10 rủi ro hàng đầu trong kinh doanh đối với những Công ty đa quốc gia?” Trong vòng 15 phút tiếp đó, tất cả 15 tham dự viên trong khán phòng hôm ấy đều đưa ra các ý kiến, quan điểm của mình rất sôi nổi. Diễn giả này ghi lại tất cả các ý kiến ấy trên bảng, rồi bắt đầu phần trình bày của mình. Ông lấy cây bút đỏ, khoanh tròn một ý kiến đã ghi và nói: “Sarah, chị là người thắng cuộc, vì theo các chuyên gia, hành lang các quy định pháp lý là một trong những điều gây rủi ro hàng đầu cho công cuộc kinh doanh của các công ty đa quốc gia. Và bây giờ chúng ta cùng bắt

đầu thảo luận về hành lang các quy định vốn mang tính cách bấp bênh trong ngành công nghiệp của chúng ta.”

Sử dụng hình ảnh

Một bức hình đáng giá bằng một ngàn lời nói, đôi khi có thể còn hơn thế. Có ông chủ tịch một hãng linh kiện điện tử đã chia sẻ rằng chính bức ảnh ông sử dụng trong một cuộc thuyết trình đã giúp công ty ông tiết kiệm được hàng triệu đô-la. Ông đã làm thế nào?

Thay vì theo cách làm ở những lần trước là chiếu các biểu đồ, đồ thị hay bảng tính rồi kêu gọi, khuyến khích người quản lý trong công ty ông cắt giảm các khoản chi phí không cần thiết, thì lần này ông chiếu hai bức hình. Trước tiên, ông đưa ra bức ảnh một con tàu và hỏi người tham dự cho biết thông tin về con tàu đó. Tất cả mọi người đều đồng thanh hô to “Tàu Titanic.” Rồi ông nói:

“Titanic được thiết kế bởi các kỹ sư dày dạn kinh nghiệm, áp dụng một số công nghệ hiện đại nhất thời bấy giờ và có đầy đủ mọi tính năng đảm bảo an toàn cho hành khách. Vậy thứ gì đã nhấn chìm nó?” Một lần nữa, mọi người cùng đồng thanh trả lời: “Một tảng băng trôi.” Tiếp đến, ông trưng ra bức ảnh về một tảng băng trôi: phần đỉnh tảng băng nhô lên rõ ràng trên mặt nước, còn phần lớn tảng băng xuất hiện mờ mờ dưới mặt nước. Ông ngừng một chút rồi nói: “Điều tương tự sắp sửa xảy ra cho công ty chúng ta. Các thứ chi phí vô hình – những nguy cơ nằm bên dưới bề mặt – đang sắp sửa nhấn chìm công ty chúng ta. Và tôi cần các bạn ra tay giúp đỡ.” Hai hình ảnh ẩn dụ ấy đã khai mào một phiên thảo luận sôi nổi, đầy sáng tạo và nghiêm túc, và kết quả là những người quản lý bộ phận trong công ty bắt đầu thực sự để tâm suy nghĩ để tìm ra cái họ gọi là “các tảng băng trôi.”

Dùng các đoạn thu âm hay các đoạn phim ngắn

Hãy lồng các đoạn âm thanh hay phim ngắn vào phần trình bày để giúp người nghe có thể học hỏi thêm điều gì đó từ các khách hàng, chuyên gia, hay các nhà lãnh đạo. Một đoạn phim được chuẩn bị tốt là một công cụ tuyệt vời phục vụ hiệu quả bài thuyết trình. Nó vừa làm cho buổi nói chuyện không trở nên đơn điệu, nhàm chán, vừa cho phép người tham dự

có dịp lắng nghe những ý kiến và kinh nghiệm từ các diễn giả khác. Đoạn phim ngắn này có thể là lời của khách hàng, hoặc một thông điệp đặc biệt nào đó vị chủ tịch của công ty, hoặc một thông điệp quảng bá doanh nghiệp,...

Dùng các vật dụng hỗ trợ, làm cho phần trình bày có tính sáng tạo

Có ông giám đốc điều hành một hãng bảo hiểm lớn, cũng là người chơi tennis rất chuyên nghiệp, đã dùng một chiếc vợt tennis trong buổi họp với nhân viên, để nhấn mạnh các điểm chính yếu về chiến lược của mình. Không dùng các từ ngữ khô khan, gây buồn chán, ông đã mượn phép ẩn dụ liên quan đến môn thể thao yêu thích của mình để trình bày các ý tưởng, làm cho đội ngũ nhân viên cảm thấy phần trình bày của ông thật thú vị và sinh động; chẳng hạn, ông nói về việc “phát bóng ghi điểm trước đối thủ cạnh tranh” việc “cùng tung bóng” với các đối tác, việc “thăng thuyết phục” qua dịch vụ khách hàng tốt và các sản phẩm có chất lượng.

Tạo trải nghiệm thực tế cho người nghe

Nếu bạn đang bán một sản phẩm có thể mang được đến cuộc hội thảo hay buổi thuyết trình, thì trong buổi trình bày, bạn nên minh họa về những tính năng chủ đạo cùng những ích lợi độc đáo bằng cách tạo một trải nghiệm thực tế, mời người tham dự thử dùng sản phẩm đó. Để thuyết phục một nhóm khách hàng tiềm năng bỏ dùng máy tính xách tay và chuyển sang dùng sản phẩm máy tính mới của mình, ông phó giám đốc điều hành kinh doanh của một hãng máy tính lớn đã tìm được cách để dẹp tan thái độ hoài nghi, e ngại và phản bác của nhóm khách hàng trong vòng chưa đến 30 phút đồng hồ. Sau khi trình bày về sản phẩm, ông trao cho mỗi người trong nhóm tham dự một chiếc máy tính xách tay và hướng dẫn họ cách sử dụng, thử nghiệm ngay những gì ông đã trình bày. Những khách hàng này được dịp tự tay khám phá những tính năng dễ sử dụng, giúp tiết kiệm thì giờ cùng những tiện ích khác của sản phẩm máy tính kia. Và ông đã thành công: bán được hơn 2000 máy tính xách tay cho công ty ông đến trình bày.

Dùng các câu đố hay các trò chơi

Leslie là phó giám đốc lo mảng PR của một công ty nước giải khát. Cô đang tính lên kế hoạch tiến hành một chiến dịch tiếp thị để làm cho người

tiêu dùng biết về lịch sử ấn tượng và lâu đời của công ty, nhằm khắc sâu hình ảnh thương hiệu trong lòng người tiêu dùng. Tiến hành một số cuộc điều tra khảo sát trên từng nhóm khách hàng cụ thể, cô thấy rất nhiều người còn lẩn lộn về nhãn hiệu nước uống cũng như chưa có ý thức nghĩ ngay đến thương hiệu công ty cô mỗi khi có nhu cầu về nước giải khát. Và để tiến hành, cô cần các sếp đồng ý để xin tiền tài trợ. Khi cô tổ chức buổi trình bày cho ban lãnh đạo công ty, thì ai cũng tỏ thái độ phản đối, nghĩ rằng chiến dịch kia là không cần thiết. Và thế là cô lấy phần câu hỏi trước đó đã dùng để khảo sát người tiêu dùng, đề nghị mọi người trong ban lãnh đạo công ty tham gia trả lời. Và điều oái ăm là không ai trả lời đúng!

Thừa thắng xông lên, cô đã chứng minh quan điểm của mình liên quan đến tình trạng thiếu ý thức về thương hiệu, rồi thuyết phục họ hỗ trợ để cô tiến hành chiến dịch. Và cô đã thành công.

Không những giúp tạo thêm không khí sôi động cho buổi thuyết trình, mà các câu đố, trò chơi còn giúp người tham dự có dịp trải nghiệm để hiểu rõ những ý tưởng bạn muốn trình bày. Thành thử, bạn nên tìm hiểu và cân nhắc việc dùng đến một phần mềm trò chơi hay câu đố nào đó, soạn ra các trò chơi, câu đố liên quan đến đề tài sẽ trình bày. Các công cụ này giúp bạn thổi hồn vào buổi thuyết trình của mình, làm cho khán giả không thể không tích cực hưởng ứng và tham gia.

Trao tặng giải thưởng

Ai cũng thích mình là người chiến thắng. Vì vậy, bạn nên đưa mục “đố vui có thưởng” vào buổi thuyết trình. Các phần thưởng bạn trao tuy có thể không lớn – và không cần phải lớn – chẳng hạn như những tấm ảnh đẹp, những cuốn sách, đĩa nhạc,... nhưng chúng có khả năng kích thích người tham dự hưởng ứng tham gia mọi hoạt động bạn đề ra.

Hãy luôn đặt câu hỏi cho người nghe

Sau khi trình bày xong một điểm chính, để chắc là khán giả nắm bắt được những gì bạn vừa nói và cũng để khán giả phải tích cực tham gia nhập cuộc vào bài thuyết trình, bạn nên đặt ra các câu hỏi.

Chẳng hạn, trình bày xong một ý tưởng, bạn có thể hỏi: “Các bạn suy nghĩ gì về nội dung tôi vừa trình bày? Giải pháp tôi vừa nêu có thể áp dụng

như thế nào cho phù hợp với môi trường hiện tại của các bạn? Tổ chức của các bạn đã từng gặp phải tình huống này chưa?” Đặt ra các câu hỏi thích hợp, liên quan đến nội dung vừa trình bày, bạn sẽ đưa người nghe vào cuộc để họ suy nghĩ và tham gia thảo luận cùng chia sẻ quan điểm riêng.

Sử dụng trò chơi hay các bài tập

Terry, giám đốc điều hành một công ty trang trí nội thất, muốn làm sáng tỏ cho các nhà bán lẻ sản phẩm của mình rằng họ phải biết đầu tư thì giờ, công sức, phải có lòng kiên trì và thái độ sẵn sàng dấn thân thì mới gặt hái được những kết quả lớn lao nhất trong công cuộc kinh doanh.

Và ông đã trình bày ý tưởng này đến người tham dự qua một hoạt động nho nhỏ. Nói xong vài ba ý căn bản, ông ngưng lại một chút rồi nói: “Lúc này, tôi muốn cho ai đó ít tiền.” Nghe nói, khán giả đều ngồi thẳng lưng lên một chút và hướng người về phía trước. Ông rút trong ví ra tờ năm đô-la. “Ai muốn có năm đô-la này?” Một vài cánh tay đưa lên. Ông bước xuống phía khán giả và trao tờ tiền cho một người đưa tay sớm nhất. “Đây, dễ thế đấy, phải không các bạn?” Mọi người đều gật đầu đồng ý.

Rồi ông rút ra tờ hai mươi đô-la. “Nếu muốn có tờ này, làm ơn bước lên phía sân khấu.” Một vài người rời chỗ và chạy lên hướng sân khấu. Ông trao tờ 20 đô-la cho người lên đầu tiên. “Bây giờ, tôi sẽ cho đi tờ 100 đô-la này. Ai muốn có nó nào?” Mọi cánh tay trong phòng đều đưa lên. Rồi ông nói: “Được rồi, các bạn sẽ phải làm vài việc để có tờ tiền này. Xin các bạn vui lòng nhìn vào ví tiền của mình. Nếu ai có ba tờ tiền, bắt **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** kể mệnh giá nào, có ngày phát hành bằng hoặc trước năm 2006, người đó sẽ nhận được tờ 100 đô-la này.” Một số người tham dự trông có vẻ lúng túng; những người khác thì ngại rút ví mình ra; số khác rút ví, lôi cả xấp tiền ra và bắt đầu xem ngày phát hành, nhưng rồi lắc đầu bỏ tiền lại vào ví. Có một cánh tay đưa cao. Terry nói: “Chúng ta đã có người thắng cuộc rồi!” Anh kia tiến lên sân khấu;

Terry cầm lấy ba tờ tiền và kiểm tra ngày, rồi trao cho anh ta tờ 100 đô-la.

Sau cùng, Terry bắt đầu giải thích rằng có ba cấp độ thành công đối với những người làm công việc bán lẻ. Đối với những ai ngồi và đợi thành công

thì sẽ nhận được tiền lời ở mức tối thiểu. Những người chịu khó đứng lên, cố gắng một chút thì được số lời ở mức trung bình. Nhưng những ai sẵn sàng cam kết dành nhiều nỗ lực hơn sẽ nhận được thành công ở mức cao nhất.

Yêu cầu người tình nguyện

Khán giả thường vui lòng tiến lên sân khấu để viết thứ gì đó vào bảng, hoặc canh giúp đồng hồ, hoặc phân phát tài liệu tham khảo nào đó,... nếu được bạn yêu cầu. Nghĩa là hầu như ai tham dự cũng sẵn lòng hỗ trợ bạn điều gì đó nếu bạn đề nghị. Bạn cần tận dụng điều này để lôi kéo họ nhiệt tình tham gia vào buổi thuyết trình của bạn.

Chơi trò điền vào chỗ trống

Bạn hãy yêu cầu những người tham dự đoán một con số hay một vài chữ nào đó để điền vào một chỗ trống trong một câu bạn đã soạn sẵn ra và chiếu trên slide. Chắc chắn người tham dự sẽ hào hứng suy nghĩ và thi nhau đoán để điền đúng thứ cần điền vào chỗ trống.

Chuẩn bị một phần thảo luận

Hãy khuyến khích các cuộc đối thoại. Hãy đề nghị người nghe chia thành cặp hoặc nhóm để thảo luận với nhau về các vấn đề hay ý tưởng nào đó. Hoạt động này đóng vai trò khá quan trọng. Người nghe bao giờ cũng sẽ dễ nhớ lại những gì chính họ nói và làm. Bằng cách đưa người nghe vào các cuộc thảo luận như thế và để họ thoải mái nói lên ý kiến của mình, bạn sẽ làm gia tăng đáng kể sức tác động của thông điệp bạn muốn trình bày.

Tập trung vào các ích lợi cho người nghe

Hãy đề nghị người nghe xác nhận những gì họ coi là quan trọng đối với họ. Xuyên suốt bài thuyết trình, bạn hãy để ý những lúc người nghe gật đầu, ghi chép, hay mỉm cười tỏ vẻ đồng ý. Bạn hãy dùng những cơ hội này để kiểm tra lại và nói rằng: “Này chị A, tôi nhận thấy rằng chị thích ý tưởng cắt giảm thì giờ rồi trong công ty xuống 15%. Ích lợi này sẽ tác động đến việc giúp tiết kiệm tiền bạc cho bộ phận của chị thế nào?”

Tạo cơ hội để người nghe thực hành hoặc áp dụng

Một diễn giả nọ trình bày cho các nhà điều hành cấp cao của một ngân hàng đa quốc gia về tầm quan trọng của việc hiểu biết các nền văn hóa khác

nhau cũng như thứ ngôn ngữ bản địa các nhân viên ở các chi nhánh thường dùng. Ông chỉ cho họ những câu chào hỏi và những cụm từ giao tiếp cơ bản trong bảy ngôn ngữ khác nhau. Rồi ông mời họ thực hành các kỹ năng ngôn ngữ mới học bằng cách mỗi người sẽ đi một vòng quanh phòng họp, gặp đồng nghiệp để tập chào hỏi bằng các ngôn ngữ mới học.

Dùng óc hài hước

Một bức vẽ vui nhộn, một câu trích dẫn thông minh, một câu chuyện hài hước, một lời bình luận buồn cười của ai đó... có vai trò rất hiệu quả trong việc tạo mối dây nối kết với người nghe.

Kể chuyện để minh họa ý tưởng

Trong số các công cụ bạn dùng để diễn thuyết, một câu chuyện hay và phù hợp với đề tài là công cụ hiệu quả vô song. Nếu cần kể về câu chuyện đời mình, bạn hãy xem xét các câu hỏi này: Đây là những điểm kịch tính, gây nhức nhối, trong câu chuyện? Bạn đã vượt qua chúng bằng cách nào? Có điều gì độc đáo trong cuộc hành trình đời bạn? Bạn đã rút ra những bài học quý giá gì?

LU TÙNG THANH

Lu Tùng Thanh từng là Trưởng bộ môn Khoa học cơ bản trường Cao đẳng Nghề CNTT iSpace. Hiện anh là

Chuyên gia huấn luyện của Công ty Power Up.

Ngoài ra, anh còn là cố vấn đào tạo câu lạc bộ Kỹ năng giao tiếp - Trung tâm hỗ trợ sinh viên thành phố Hồ Chí Minh; trưởng ban đào tạo - Ủy viên ban chấp hành câu lạc bộ Hành động vì hạnh phúc -

Cung Văn hóa lao động; giảng viên cấp quốc gia dự án N.A.M dành cho thanh thiếu niên các trường nghề do Tổ chức cứu trợ trẻ em và Tổng cục dạy nghề phối hợp thực hiện; diễn giả Dự án Service

Learning do tổ chức Axon thực hiện 2012; giảng viên của nhiều trường Đại học, Cao đẳng, câu lạc bộ/ đội/ nhóm trên thành phố.

Lu Tùng Thanh tốt nghiệp trường Đại học Bách Khoa thành phố Hồ Chí Minh với chuyên ngành Kỹ thuật hệ thống công nghiệp. Tuy nhiên,

với niềm đam mê về kỹ năng, anh đã quyết định ra trường lập nghiệp với công tác giảng dạy Kỹ năng mềm cho sinh viên, từ bỏ công việc chuyên môn với mức lương hấp dẫn để dấn thân vào lĩnh vực hoàn toàn mới mẻ, thú vị nhưng cũng đầy thử thách này.

Với phong cách trình bày thân thiện, dễ hiểu, chuyên nghiệp, bài giảng của anh luôn sinh động và cuốn hút người nghe. Theo quan điểm của anh, giảng viên giỏi phải là người nghệ sĩ để thu hút sự chú ý của khán giả; phải là nhà tâm lý để nắm bắt tâm lý ‘thân chủ’ và phải là người bạn để học viên mở lòng chia sẻ. Thông qua đó, giảng viên cũng học được rất nhiều điều hay từ chính những người học viên của mình.

CHƯƠNG 12

NGÔN NGỮ CƠ THỂ DẪN DẮT NGƯỜI NGHE

TÁC GIẢ: LU TÙNG THANH

Theo các chuyên gia tâm lý, chúng ta chỉ có 30 giây để gây ấn tượng với người đối diện, và thời gian 7-17 giây đầu tiên là khoảnh khắc vàng để quyết định hình ảnh tích cực bên ngoài của chúng ta có lọt vào “mắt xanh” của khán giả hay không? Không phải ngẫu nhiên khi trong ba yếu tố chuyển tải thông điệp: ngôn từ, giọng nói và ngôn ngữ cơ thể, thì ngôn ngữ cơ thể lại chiếm vị trí quan trọng nhất: 55% so với 2 yếu tố còn lại là 7% cho ngôn từ, 38% cho giọng nói (theo nghiên cứu của Giáo sư tâm lý học

Albert). Bởi lẽ thế giới mà chúng ta đang sống là thế giới của hình ảnh, các thông tin phần lớn được thu nạp vào chúng ta thông qua con đường thị giác. Cái nhìn đầu tiên về một người hay vật gì đó sẽ in sâu vào trong não bộ của chúng ta và cảm xúc ban đầu của chúng ta về hình ảnh đó sẽ chi phối những suy nghĩ còn lại về nó sau này. Chính vì vậy, khi thuyết trình hoặc khi giao thiệp, yếu tố giọng nói, cũng như nội dung cuộc truyền thông sẽ ít quan trọng hơn hình ảnh bên ngoài mà bạn đang trực tiếp đưa vào thị giác của người đối diện: từ ánh mắt, gương mặt, nụ cười, mái tóc, cho đến tư thế đi đứng, điệu bộ và cả trang phục mà bạn đang mặc trên người. Điều này cũng giống như giây phút đầu tiên khi bạn gặp gỡ người mình yêu thương, sẽ đọng lại cho các bạn một tình cảm sâu sắc và ấn tượng khó phai.

Nếu xem một buổi thuyết trình là một cuộc “hẹn hò”, hãy nỗ lực để buổi hẹn hò ấy trở nên đẹp đẽ, đọng lại cho khán giả ký ức khó phai về bạn. Để làm được điều này, yếu tố ngôn ngữ hình thể luôn đóng vai trò quan trọng không thể xem nhẹ đối với những ai mong muốn nâng cao nghệ thuật thuyết trình.

Về ngôn ngữ cơ thể, có năm công cụ sắc bén bạn cần dùng để truyền tải thông điệp: nói bằng ánh mắt; bằng nét mặt; cử chỉ; tư thế; dáng đi.

Hãy để ánh mắt nói hộ bạn

Ông bà ta có câu “Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn.” Trong thuyết trình, chúng ta phải cần nắm vững kỹ thuật giao tiếp bằng mắt. Bất kể số lượng khán giả là bao nhiêu, người nghe ai cũng muốn được cảm giác họ là người quan trọng, đều muốn cảm thấy bạn đang nói chuyện trực tiếp với họ. Việc giao tiếp bằng mắt tốt sẽ tạo cảm giác thân thiện và cho thấy rằng bạn quan tâm đến họ. Bên cạnh đó, khi trình bày, đôi mắt còn đóng vai trò như chiếc điều khiển từ xa. Nhìn vào mắt người nghe, bạn có thể tác động lên sự tập trung, chú ý của họ. Còn nếu bạn không nhìn vào họ, họ cũng sẽ phớt lờ bạn và phần trình bày của bạn. Ngoài ra, ánh mắt còn có thể ảnh hưởng đến tâm lý của khán giả. Khi bạn kể một câu chuyện cười, hãy đưa nụ cười ấy vào trong ánh mắt, để khán giả cảm nhận niềm vui trong đó. Khi bạn muốn nhấn mạnh một vấn đề nghiêm túc, quan **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** trọng, hãy để ánh nhìn của bạn toát lên được ý nghĩa này, để khán giả có thể cảm nhận. Và từ đó, cảm xúc của bạn có thể lan truyền đến khán giả nhiều hơn.

Thủ thuật giao tiếp bằng ánh mắt

Một quy tắc nhỏ mà không ít người phạm sai lầm, đó là khi thuyết trình trong nhóm nhỏ, ví dụ khoảng

30 người, một số diễn giả có tâm lý xem 30 người này đồng nhất, và cứ thế mà trình bày. Việc mang tâm thức này sẽ vô tình khiến cho giao tiếp bằng mắt của bạn với từng cá nhân trở nên kém đi, từ đó có thể rơi vào tình trạng có ánh nhìn lơ đãng, thiếu nhiệt tình, làm cho khán giả có cảm giác bị bạn “bỏ rơi”. Hãy lưu ý là tâm lý của 30 con người này khác nhau, hành vi cũng khác nhau và trong suy nghĩ của họ, bạn đang nói chuyện với chính cá nhân họ. Vì vậy, tốt nhất là hãy tạo điểm tương đồng với khán giả bằng

cách hiểu tâm lý của họ: giao tiếp bằng mắt với từng người để thể hiện sự quan tâm chân thành.

Để làm được điều này, đầu tiên hãy chọn 1 khán giả mà bạn có thiện cảm, hay cảm nhận người đó có thiện cảm với mình (thường những người ngồi hàng đầu, nếu tự nguyện, là những người có hứng thú với nội dung trình bày của bạn nhất). Bạn hãy giao tiếp với họ bằng ánh mắt chân thành, nhiệt tình trong khoảng thời gian từ 2-3 giây. Cần chắc chắn rằng họ cũng **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN**

GIA đáp lại bạn với ánh nhìn như thế. Sau đó, tương tự, kết nối với người khác bằng ánh nhìn này. Như vậy, bạn sẽ cảm nhận những người trong khán phòng đều đang giao tiếp với bạn.

Nhưng nếu thuyết trình trước đám đông, việc giao tiếp bằng mắt với từng người là điều không thể.

Vì vậy, mẹo nhỏ là bạn cần khảo sát trước hội trường để biết hội trường được bố trí như thế nào? Có thể chia thành bao nhiêu nhóm lớn? Mỗi nhóm khoảng bao nhiêu người? Từ đó, có thể chọn 2-3 người trong nhóm lớn để bạn giao tiếp với họ, từ 3-5 giây. Do khoảng cách xa, nên dù chỉ quan sát 2-3 người trong nhóm, nhưng những khán giả ngồi xung quanh trong nhóm vẫn có cảm giác được tiếp xúc trực tiếp với ánh nhìn của bạn. Hãy kiểm tra kỹ độ sáng trong phòng để chắc rằng có thể nhìn rõ được khán giả.

Những lưu ý khi giao tiếp bằng ánh mắt

Ánh nhìn soi mói

Một số khán giả sẽ có cảm giác khó chịu nếu như bạn liên tục nhìn họ theo kiểu dò xét, như nhìn vào tóc, vào trán, quần áo, trang sức họ đeo,... Đặc biệt với phụ nữ, bạn phải cẩn thận vì họ rất tinh tế và nhạy cảm với từng ánh nhìn của bạn. Nếu ánh nhìn các bạn không tốt, bạn sẽ bị mất “điểm” trầm trọng trong mắt các chị em phụ nữ.

Một trải nghiệm của tôi trong lớp học: trong lớp có 1 bạn sinh viên nam có hàm răng hô. Khi lần đầu giao tiếp với bạn, tôi bị phân tâm bởi hàm răng ấy, và thường soi ánh nhìn của mình vào hàm răng của bạn ấy. Khi bắt gặp

ánh nhìn “soi mói” của tôi, bạn ấy tỏ vẻ bối rối và thể hiện rõ trên gương mặt mình cảm giác ngại ngùng, và tôi biết là mình cần phải thay đổi để không khiến bạn ấy cảm thấy khó chịu.

Ánh nhìn “con lắc”

Khi nghĩ đến con lắc, bạn thường tưởng tượng đến nguyên lý dao động điều hòa, liên tục, liên tục.

Cũng tương tự như vậy, nếu ánh nhìn của bạn dao động điều hòa, nhìn sang trái, sau đó lặp lại sang phải, rồi lại nhìn sang trái, và sang phải... sẽ khiến khán giả cảm giác buồn ngủ, nhàm chán bài trong lúc theo dõi bài nói chuyện của bạn.

Ánh nhìn theo kiểu đóng đinh

Hãy tưởng tượng đôi mắt bạn là cây búa và giấy ghi chú là cái đinh. Nếu các bạn liên tục “đóng đinh” trong suốt thời gian thuyết trình, khán giả sẽ nhìn thấy hình ảnh của một người với cái đầu đưa lên đưa xuống như đang đóng đinh và vô tình bạn cũng “đóng” luôn cả suy nghĩ và cảm xúc của khán giả và bài thuyết trình khô khan của mình.

Nguyên do của ánh nhìn này là sự thiếu chuẩn bị kỹ lưỡng, sợ cung cấp thông tin sai nên phụ thuộc vào giấy ghi chú chứ không quan tâm đến người nghe.

Ánh nhìn gấp gáp

Một cuộc giao tiếp được tạm gọi là đầy đủ, khi cả hai người đều nhận thức người kia đã hướng sự tập trung về phía mình. Tương tự trong thuyết trình, bạn không nên đảo mắt sang người khác nếu như người kia chưa kịp tiếp xúc mắt với các bạn. Việc đảo mắt quá nhanh, quá gấp cũng làm khán giả cảm thấy khó chịu.

Nhìn lên trời, xuống đất

Việc nhìn xuống đất quá lâu, hoặc nhìn lên trời quá nhiều, đều thể hiện bạn là người kém tự tin, không dám nhìn thẳng vào mắt khán giả. Lý do của việc kém tự tin này, phần lớn là do bạn không chuẩn bị kỹ càng mọi thứ liên quan đến buổi thuyết trình.

Vì vậy, việc chuẩn bị kỹ lưỡng trước buổi thuyết trình luôn luôn là công việc rất quan trọng mà không người thuyết trình chuyên nghiệp nào bỏ qua.

“Không chuẩn bị là chuẩn bị cho sự thất bại!”

Biểu cảm trên gương mặt

Trong một khóa huấn luyện đào tạo quốc tế tôi từng tham dự, tôi được tiếp cận phương pháp huấn luyện khá mới mẻ và đặc biệt. Trong khóa huấn luyện đó, tôi được rèn luyện ngôn ngữ hình thể của mình liên tục và nét biểu cảm trên gương mặt là tiêu chí hàng đầu mà chúng tôi được rèn luyện. Vị chuyên gia huấn luyện yêu cầu chúng tôi phải nỗ lực trong việc thể hiện cảm xúc trên gương mặt, phải làm sao lột tả được hoàn toàn những cảm xúc ấy. Lúc đầu, tôi thắc mắc không hiểu tại sao phải thực hành các hoạt động này. Nhưng đến bây giờ tôi đã hiểu lý do. Lý do rất đơn giản: biểu cảm trên gương mặt là phương tiện giao tiếp và trình bày cực kì hiệu quả, tạo ảnh hưởng đến người nghe một cách thần kỳ; thậm chí, có thể tác động được đến khán giả, khiến họ phải ngay lập tức thực hiện những yêu cầu mà mình đề nghị.

Hãy chinh phục hoàn toàn trái tim của người nghe, giúp cho họ cảm nhận nội dung bài nói chuyện của bạn một cách trọn vẹn nhất thông qua kỹ thuật này.

Nụ cười

Nụ cười là một trong các hành vi cơ bản của con người, không cần phải qua rèn luyện để có được. Khi bạn nở nụ cười với người đối diện, nghĩa là bạn đang trao sự ấm áp, sự nhiệt tình và sự thân thiện cho họ. Đừng bao giờ “trả giá” **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** với nụ cười hay “tiết kiệm” nó. Hãy cười ở bất cứ nơi nào có thể, với bất kì ai bạn gặp và bất kì lúc nào được phép, để kết nối mọi người với nhau và thể hiện tình yêu thương.

Trong diễn thuyết, nụ cười là điều không thể thiếu ở bất kỳ diễn giả nào. Nó cho thấy bạn đang quan tâm đến thính giả và hứng khởi với nội dung bạn trình bày. Một bài thuyết trình thiếu vắng nụ cười là bài thuyết trình nhàm chán, ảm đạm, không chạm đến được con tim thính giả. Không gì tuyệt vời hơn với cái nhìn ấm áp, kèm theo nụ cười chân thành và mở đầu

bằng lời dẫn nhập lời cuốn mang phong cách riêng của bạn để chào đón tất cả khán giả đang có mặt tại hội trường.

Bạn có thể tập luyện cho nụ cười quyến rũ, thu hút khán giả qua việc luyện khẩu hình khi cười. Theo nghiên cứu của Viện Răng Hàm Mặt Việt Nam, thì nụ cười đẹp là đường cười lộ khoảng 75 - 100% kích thước của thân răng và một phần nhú lợi, không nhìn thấy đường viền lợi. Cười nhìn thấy đường viền lợi, hở lợi gọi là đường cười cao; còn nếu không bộc lộ răng cửa, nhỏ hơn 75% thân răng là đường cười thấp. Luyện tập nụ cười với khẩu hình chữ A và kiểm soát số lượng răng hở từ 8-10 cái là nụ cười đạt chuẩn.

Những cảm xúc cơ bản trên gương mặt

Bạn không cần phải tham dự những khóa đào tạo diễn viên, hay đào tạo nghệ sĩ bài bản để có được sức biểu cảm tốt trên gương mặt. Chỉ cần bạn chú ý quan sát những người xung quanh hàng ngày, để ý đến nét biểu cảm trên gương mặt của họ, để từ đó rút thêm nhiều bài học kinh nghiệm cho bản thân.

Buồn rầu

Nhướn chân mày lên Nhấn trán lại

Trề môi dưới xuống

Ghê tởm

Nâng môi trên lên Nhíu mũi lại

Mở miệng ra Nâng cằm lên

Ngạc nhiên

Nướng chân mày lên Nâng nhẹ mí mắt lên Mở miệng ra

Đồng cảm

Nướng chân mày lên

Môi khép lại

Đầu nghiêng sang 1 bên

Giận dữ

Hạ chân mày xuống Căng mắt, nhìn chăm chăm về phía trước Nâng hai môi lên

Mở miệng ra

Yêu thương
Nhẹ nhàng mỉm cười
Nở hai lỗ mũi ra Nhô nhẹ môi dưới ra trước
Hạnh phúc
Nâng hai gò má lên
Tách hai môi ra khỏi nhau Hạ quai hàm xuống
Mỉm cười
Nghỉ ngơi
Hai mắt nheo lại
Đầu xoay 1 bên
Chân mày nhú lại
Sợ hãi
Nhướn chân mày lên Nhướn mí mắt lên Căng hai môi ra
Mở miệng ra
Buồn chán
Nhìn lơ đãng Nghiêng nhẹ hàm qua một bên
Nở nhẹ hai lỗ mũi ra.

Ngoài ra, vào thời gian rảnh rỗi, bạn có thể xem những bộ phim, những vở kịch do các diễn viên, nghệ sĩ nổi tiếng đóng; hoặc các bài thuyết trình của các diễn giả bậc thầy. Dần dần, bạn sẽ học được rất nhiều trong cách họ thể hiện cảm xúc.

Bên cạnh đó, bạn có thể thực tập tại nhà các nét biểu cảm trên gương mặt bằng cách đứng trước gương và tự điều chỉnh. Dưới đây là những cảm xúc cơ bản mà con người thường hay sử dụng được tôi trích từ cuốn Your Voice Image của tác giả Glass. Các bạn có thể thực tập các loại cảm xúc này. Đây cũng là cơ sở để bạn để ý đến cảm xúc của thính giả bên dưới khi nghe bài trình bày của bạn, từ đó có cách điều chỉnh bài thuyết trình của mình sao cho phù hợp hơn.

Tư thế, điệu bộ và cử chỉ

Nếu xem bài nói chuyện của các bạn như một bài văn, thì để có được

một bài văn hay, bên cạnh nội dung muốn truyền tải, còn cần phải chú ý đến việc đặt các dấu câu. Giả sử không có dấu chấm để ngắt câu, dấu phẩy để tách ý, dấu hai chấm để liệt kê,... thì người đọc sẽ cảm thấy rối trước được thông điệp mà bài văn muốn truyền tải. Có thể xem các dấu câu như tín hiệu cử chỉ và hành vi, được dùng để nhấn mạnh ý muốn trình bày, thì với việc sử dụng hiệu quả, diễn giả sẽ giúp người nghe tăng sự tập trung, mức độ dễ hiểu và sẽ giúp họ nhớ lâu hơn.

Ví dụ như khi bạn muốn bày tỏ sự không đồng tình với một quan điểm nào đó, ngoài lời bạn nói ra, bạn còn cần kèm theo cái lắc đầu nhẹ thể hiện sự không tán thành, cộng với động tác mở lòng bàn tay ra để trình bày ý kiến riêng của bạn, sẽ tăng tính thuyết phục cho lời bạn nói.

Ngoài ra, cử chỉ và hành vi của một người phản ánh rất rõ cá tính của họ. Với những người nhiệt tình, nhiều năng lượng, cử chỉ của anh ta sẽ mạnh và nhanh trên sân khấu, truyền cho khán giả động lực lớn để hành động và thay đổi. Ngược lại, với những người nhẹ nhàng, sâu sắc, cử chỉ của anh ta sẽ ít, chậm rãi hơn, tạo cho khán giả cảm giác tin cậy và có thể chia sẻ, hướng khán giả quay vào thế giới nội tâm của họ. Việc bạn theo đuổi phong cách nào không quan trọng, quan trọng là bạn cảm thấy thoải mái, tự nhiên và là chính mình khi đang diễn thuyết trên sân khấu; bạn hãy trung thành với phong cách đó.

Đôi bàn tay

Lòng bàn tay bạn là công cụ hữu hiệu giúp bạn tạo được cảm giác trung thực, cởi mở của mình đến khán giả. Đây là đặc tính bắt nguồn từ xa xưa khi tổ tiên chúng ta là loài vượn người; những con vượn đực gặp nhau thường chìa tay ra, thể hiện thông điệp không mang theo vũ khí, không nguy hiểm, không giấu giếm gì. Với con người hiện đại, đôi bàn tay mở sẽ tạo cho người đối diện cảm giác an tâm về bạn. Họ sẽ cảm nhận được sự cởi mở, thân thiện, thích chia sẻ của bạn với mọi người. Đó là lý do tại sao trong diễn thuyết, bạn cần phải mở lòng bàn tay ra trước khán giả, thể hiện thái độ thân thiện và “cho đi”.

Ngoài ra, công dụng khác của đôi bàn tay là chức năng truyền thông hình ảnh. Khi bạn muốn đề cập đến yếu tố: hình dạng, kích thước, con số và xu hướng, đôi tay sẽ giúp bạn đạt được điều đó, hỗ trợ mạnh mẽ thêm cho ngôn từ.

Ví dụ: Trong buổi thuyết trình giới thiệu sản phẩm cho khách hàng, khi nói sản phẩm này được bán chạy tại hơn 50 quốc gia khác nhau [bàn tay bạn giơ lên xòe ra 5 ngón, để khán giả thấy trong đầu hình ảnh số 5, liên tưởng đến 50]. Sản phẩm được thiết kế dạng hình chữ nhật, tinh gọn vừa tay người cầm [Đôi tay bạn vẽ đường viền hình chữ nhật nhỏ gọn trong không trung – nếu lúc ấy không có vật mẫu thật để cầm, buộc phải minh họa]. Và hiện nay số lượng người sử dụng đang ngày một tăng

[bàn tay dần đưa lên cao, thể hiện xu hướng gia tăng].

Nhưng cũng lưu ý nên kiểm soát ngôn ngữ tay vừa phải. Quá nhiều tín hiệu cũng sẽ làm cho khán giả bị phân tán, không tập trung vào nội dung của bạn, hơn nữa cũng làm cho khán giả thấy bạn “diễn” nhiều quá. Nếu cảm thấy không thoải mái với đôi tay, hãy đưa tay về trạng thái nghỉ: để tay tự nhiên sang 2 bên hông. Hoặc 1 tư thế giúp bạn tạo điểm dừng, đó là đặt đôi tay hình tháp chuông ở trước bụng, hoặc nắm hờ bàn tay này trên bàn tay kia trước khi di chuyển đôi tay thể hiện ý tiếp theo.

Có 3 điều cần tránh, không nên thực hiện với đôi tay:

Không cầm giấy để đọc

Nếu chỉ cầm giấy để đọc, như vậy, bài thuyết trình của bạn sẽ là một bài tập đọc. Và hãy nhớ rằng giọng đọc của bạn chưa chắc truyền cảm hơn giọng của khán giả bên dưới, nên họ không muốn tốn thời gian đến đây chỉ để nghe bạn đọc.

Không bỏ tay vào túi quần hoặc khoanh tay trước ngực suốt buổi

Việc bỏ tay vào túi quần tạo cho khán giả cảm giác bạn đang giấu giếm điều gì đó, không cởi mở chân thành. Còn khoanh tay trước ngực, vô tình bạn đã tạo bức tường chắn ngang giữa bạn và khán giả. Bức tường này tôi tin sẽ ngày càng dày thêm nếu bạn liên tục khoanh tay lại. Hãy nhớ bạn như một chiếc gương, khán giả cũng sẽ khoanh tay theo giống bạn. Khi bức tường giữa người diễn thuyết và khán giả quá dày, bạn sẽ rất khó để đập tan

nó, để tái thiết lập mối liên hệ với người nghe.

Không mân mê vật dụng, trang sức đeo trên người

Cần tránh thói quen không tốt này, vì nó sẽ làm khán giả bị phân tán. Một số diễn giả có thói quen cầm viết lông trên tay suốt buổi, để tiện cho việc viết lên bảng những ý mà họ trình bày. Tuy nhiên, tôi nghĩ điều này không ổn, vì 2 nguyên do sau đây:

- + Theo thói quen, việc cầm viết trên tay sau một hồi sẽ dễ làm bạn chia trí, những động tác nghịch viết, xoay viết, mân mê cây viết đều khiến khán giả mất tập trung.

- + Khi mời một khán giả phát biểu, dễ rơi vào trường hợp bạn cầm viết chỉ vào mặt khán giả. Đây là một cử chỉ không tốt, thể hiện thái độ trịch thượng của người trên so với kẻ dưới, nên cần phải tránh.

Hãy lưu ý tháo đồ đạc trang sức ra khỏi người bạn trước khi thuyết trình, nhất là những món đồ dễ khiến khán giả phân tâm.

Đôi vai

Để có một tâm thái cởi mở, đôi vai của bạn luôn cần được mở ra.

Hãy lưu ý giữa sự khác nhau giữa việc ưỡn ngực và mở vai: ưỡn ngực khiến cho bạn cảm thấy không thoải mái, ảnh hưởng đến cột sống về lâu dài; còn mở vai là vẫn duy trì độ thẳng của cột sống, và bạn có thể thoải mái với tư thế đó liên tục. Tư thế này phù hợp với cả nam và nữ trong giao tiếp và cả trong thuyết trình.

Việc mở đôi vai sẽ giúp cho bạn hạn chế tình trạng gù lưng; giữ cho toàn thân người luôn ở vị trí thẳng đứng, tạo cảm giác vững chắc, tự tin; biểu lộ được những đường nét trên cơ thể bạn.

Đôi bàn chân

Trong các ngôn ngữ tín hiệu, hầu như đôi chân là bộ phận ít được quan tâm và kiểm soát nhất. Lý do là chân ít được chúng ta quan tâm và kiểm soát do là cách xa khu vực xử lý là bộ não hơn so với các bộ phận khác. Sẽ

dễ dàng nhìn thấy một người thiếu tự tin, bối rối thông qua dáng vẻ luống cuống khi gặp khó khăn trong việc điều khiển đôi chân. Việc kiểm soát tốt đôi chân sẽ giúp chúng ta thể hiện tâm thế vững chắc, tự tin và làm chủ được sân khấu.

Ba tư thế thường thấy của đôi chân khi ở vị trí đứng hoặc nghỉ: hình chữ V, tư thế 10 giờ hoặc 2 giờ. Tùy theo giới tính mà khoảng cách của đôi chân sẽ dài hay ngắn lại. Đối với nam, khoảng cách sẽ rộng hơn (tư thế chữ V: khoảng cách 2 bàn chân cách nhau 20-30 cm), và ngắn hơn đối với nữ, đặc biệt khi các chị em mặc trang phục công sở.

Tư thế đứng

Hãy tập tư thế đứng tại nhà bằng cách đứng áp người sát vào tường. Giữ cho cả 2 vai chạm BÍ QUYẾT

TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA vào tường, lưng tiếp xúc với tường, toàn bộ thân người vuông góc với mặt đất. Nếu bạn cảm thấy thoải mái với tư thế này, nghĩa là bạn đang sở hữu tư thế đứng đẹp, làm nổi bật lên cơ thể bạn.

Tư thế di chuyển trên sân khấu

Việc di chuyển hợp lý trên sân khấu thể hiện phong cách của bạn; nó giúp duy trì sự tập trung của thính giả, biểu lộ sự tự nhiên và thư giãn, cũng như góp phần làm rõ hơn thông điệp bạn trình bày.

Vì vậy, hãy làm cho việc di chuyển trên sân khấu của bạn có ý nghĩa hơn bằng cách chú ý đến các chi tiết sau:

Đừng đứng “chết trân” trên bục phát biểu

Nếu bục và micro không thiết kế cố định, hãy tìm cách thoát khỏi bục càng nhiều càng tốt, vì tư thế đứng phía sau bục vô tình đã tạo một rào chắn giữa bạn và khán giả. Lưu ý rằng: khán giả càng thấy bạn nhiều và rõ ràng bao nhiêu, họ sẽ càng tin tưởng vào bài trình bày của bạn nhiều bấy nhiêu. Nếu không có cơ hội di chuyển nhiều, thì ít nhất là khi nói đến những nội

dung trọng tâm bạn muốn nhấn mạnh trong bài nói chuyện, bạn nên bước ra khỏi bục và tương tác trực tiếp với khán giả.

Nếu như hội trường thiết kế bục và micro cố định: hãy cố gắng tận dụng cử chỉ của đôi tay, nét biểu cảm trên gương mặt để tạo cảm giác cởi mở và chân thành, vì lúc đó các ngôn ngữ cơ thể khác không còn được phát huy nữa.

Di chuyển khi chuyển sang một nội dung mới

Để tránh tạo cảm giác đơn điệu, nhàm chán, cũng như để khán giả nhận biết đã thay đổi nội dung, bạn hãy di chuyển sang vị trí mới khi qua ý mới.

Bạn có thể tạm dừng khoảng 3 giây, rồi sang vị trí bên trái hoặc phải ít nhất 2 bước một cách tự nhiên và sau đó tiếp tục phần trình bày.

Nếu có sử dụng slide, khoảng thời gian 3 giây tạm dừng này là thời gian slide kế tiếp được hiện lên. Khi ấy, khán giả sẽ tập trung vào nội dung slide. Bạn cũng đừng nên để khán giả bị thu hút vào slide quá nhiều đến nỗi quên cả bạn. Khi cần diễn dịch ý, bạn có thể tạm thời tắt slide, để khi ấy, khán giả sẽ tập trung hoàn toàn vào bạn.

Di chuyển về phía khán giả

Mỗi khi bạn muốn tương tác với khán giả như: bắt đầu cuộc thảo luận, mời khán giả tình nguyện lên sân khấu, đón nhận ý kiến, chuẩn bị tiến hành một hoạt động nào đó,... bạn sẽ cần di chuyển gần hơn về phía khán giả của mình, để thể hiện điều ấy cho họ biết.

Hãy quan tâm đến khán giả ở cả hai bên sân khấu, chứ không chỉ tập trung vào một bên. Kiểm soát tốt hoạt động di chuyển của mình, bạn sẽ giúp duy trì được ánh nhìn rõ ràng của khán giả vào bạn.

Không nên “dao động điều hòa” trên sân khấu

Tương tự như giao tiếp bằng mắt, chúng ta không nên di chuyển qua lại thường xuyên theo kiểu con lắc trên sân khấu. Tôi đã từng thấy nhiều diễn giả đi qua, đi lại, sang trái, sang phải rồi lại tiếp tục lặp lại như thế. Điều này là sẽ làm khán giả phân tán nội dung trình bày, tạo cảm giác mệt mỏi, thậm chí bức bối. Hãy kiểm soát nhiều hơn cách di chuyển của mình, cần phải có ý nghĩa và có sự chủ ý trong các bước di chuyển. Hãy tâm niệm rằng: “Bạn là người làm chủ sân khấu, chứ không nên để sân khấu làm chủ

bạn”.

Làm chủ sân khấu

Có bốn vị trí trên sân khấu bạn cần xác định trước:

Vị trí 1: Phía trước, giữa sân khấu: trước hàng ghế khán giả đầu tiên, vị trí có thể quan sát được tất cả mọi người, cả những người ở xa nhất.

Vị trí 2: Phía sau, giữa sân khấu: thường ở gần phông màn, bục giảng hay các công cụ dùng cho thuyết trình.

Vị trí 3: Bên trái Vị trí 4: Bên phải

Khi bắt đầu bài thuyết trình, hãy ở vị trí số 1 để tất cả khán giả có thể nhìn thấy được bạn, cũng như để bạn cũng có thể nhìn thấy tất cả khán giả. Đây là vị trí “chiến lược” giúp bạn thiết lập mối quan hệ với khán giả ở thời điểm đầu tiên tiếp xúc, cũng như thể hiện được sự tự tin, cởi mở và cá tính của mình. Ngoài ra, đây cũng là vị trí để bạn thực hiện các hoạt động tương tác với khán giả phía dưới trong lúc thuyết trình.

Trong quá trình diễn thuyết, bạn sẽ dành khá nhiều thời gian ở vị trí số 2, 3, 4. Tránh ở vị trí số 2 thường xuyên (đứng tại bục, nhìn vào màn chiếu hay giấy ghi chú để đọc), cũng như tránh dao động điều hòa liên tục giữa vị trí 3 và 4.

Minh họa chứ không làm rối nội dung

Có nhiều người hỏi: “Nội dung và phong cách trình bày, yếu tố nào quan trọng hơn?”

Thuyết trình cũng là hoạt động bán hàng, đòi hỏi chất lượng món hàng và kỹ năng bán hàng của người bán đều cần phải tốt. Một sản phẩm dù tốt đến mấy nhưng nếu không được người bán hàng quảng bá, giới thiệu trọn vẹn đầy đủ tính năng, công dụng với khách hàng, sản phẩm đó cũng không thể được biết đến và mất đi giá trị vốn dĩ nó có. Nhưng nếu người bán hàng có kỹ năng quá giỏi, bán được sản phẩm cho khách hàng, nhưng món hàng kém chất lượng, không mang lại giá trị, thì điều này cũng sẽ làm mất uy tín và lòng tin nơi khách hàng.

Theo quan điểm cá nhân, tôi nghĩ cả 2 đều quan trọng, không hơn không

kém, đều không thể thiếu để cấu thành một bài thuyết trình hoàn hảo. Sơ đồ bên dưới sẽ mô tả rõ ràng về điều này:

Nội dung/Thông tin

Không chú ý Chú ý nhiều

Ngôn ngữ hình thể

Không chú ý

Bài thuyết trình quá tệ, không còn gì để nói

Bài thuyết trình nhàm chán, buồn ngủ

Chú ý nhiều

Không mang lại nhiều giá trị cho khán giả.

Bài thuyết trình xuất sắc

Cũng tương tự như vậy với nội dung và phong cách thuyết trình. Nội dung là giá trị cốt lõi mà khán giả mong muốn được nhận khi đến tham dự buổi diễn thuyết. Họ muốn thay đổi, muốn có tri thức và muốn vận dụng nó vào trong cuộc sống. Nó là linh hồn mà người diễn thuyết phải truyền tải trọn vẹn cho khán giả. Còn phong cách đóng vai trò như chất xúc tác giúp bạn truyền đạt nội dung một cách tinh tế và hiệu quả đến người nghe. Nếu chất xúc tác tốt, nội dung sẽ được truyền thông hiệu quả, thậm chí hơn mức kì vọng. Nếu chất xúc tác không tốt, nội dung sẽ không được truyền đạt chính xác đến người nghe, và khi đó, đề tài dù có hay hoặc giá trị đến mấy cũng bị “mất giá” trong mắt khán giả.

Cần cẩn thận với việc quá lạm dụng chất xúc tác này, bởi nó sẽ có nguy cơ làm rối, làm mờ đi nội dung trình bày. Khán giả sẽ thấy bạn như một diễn viên giả tạo trên sân khấu, cảm giác không thật khi họ nhận nhiều thông điệp phi ngôn từ mà nội dung lại “nhạt nhẽo”. Chính vì thế, hãy tạo sự cân đối hài hòa giữa thông điệp ngôn từ và thông điệp phi ngôn từ khi diễn thuyết.

Kiểm soát toàn thân

Thuyết trình không chỉ đơn thuần là việc chuẩn bị nội dung tốt, sau đó lên thể hiện và kết thúc, mà thuyết trình còn là sáng tạo và kiểm soát. Sáng

tạo là khi bạn có cơ hội đối diện với nhiều vấn đề hoặc sự cố mà bạn chưa hề dự liệu trước, những tình huống trục trặc, “bi hài” trên sân khấu,...

Tôi nghĩ bạn đã ít nhiều có những trải nghiệm không mấy thú vị như việc máy tính đột nhiên bị đứng, cúp điện giữa chừng khi đang thuyết trình, gặp sự cố với dây khóa quần hoặc gặp phải khán giả khó tính, liên tục đặt câu hỏi chất vấn,... Mỗi tình huống khác nhau đòi hỏi phải có những cách giải quyết khác nhau, tùy sự linh hoạt và kỹ năng của diễn giả. Tuy nhiên, khán giả đánh giá cao khi bạn luôn giữ sự tự chủ, không lúng túng trước những tác động của ngoại cảnh.

Phòng thủ

Khoanh tay trước ngực Đan 2 bàn tay vào nhau

Động tác “chặt chém” bàn tay

Bắt chéo chân

Chỉ ngón tay trở vào người đối diện

Hai tay che ngực

Suy tư bối rối Lấy tay che mặt Vuốt ve cằm Cởi kính ra lau

Ngậm đồ trong miệng

Kéo gọng kính xuống nhìn qua mắt trần

Ngậm gọng kính trong miệng Đưa tay quẹt mũi

Nghi ngờ

Bắt chéo tay

Đưa tay gãi hay chà mũi

Nhìn chéo 1 bên Dụi mắt

Phòng thủ và căng thẳng

Ngậm bút hoặc viết Cắn ngón tay

Khuỷu tay cong, cử chỉ khép kín

Cựa quậy trên ghế Giao tiếp mắt kém

Ngộ nguậy đồ trong túi quần

Đổ mồ hôi, vắt tay Xoay qua lại

Cắn môi Thở dài

Cạ 2 ngón tay cái vào nhau Đút tay vào túi quần

Đang hăng trong cổ họng

Nhéo vào da, bứt lông cánh tay Lấy tay che miệng khi nói chuyện Kéo mạnh quần khi ngồi

Giật mạnh tai Nghịch tóc Xoay bút

Bực tức

Thở gấp

Tay vung lên “chặt chém” Chỉ ngón trỏ

Chà tay vào cổ Nằm tay lại Chà tay lên đầu

Khi mất tự chủ, chúng ta thường dễ phát sinh ra những hành vi tiêu cực hoặc cử chỉ không cần thiết. Những hành vi bên dưới tôi nghĩ có khá nhiều người trong chúng ta đã từng gặp hay mắc phải khi diễn thuyết trước đám đông.

Để tránh những hành vi trên, hãy tập cho mình tinh thần tự chủ bằng các phương pháp sau:

Trước khi diễn thuyết

Tập thuyết trình trước gương; Thuyết trình trước nhóm bạn;

Quay video clip gửi chuyên gia nhận xét.

Đây đều là những phương pháp hữu hiệu để giúp bạn quan sát, tự rút kinh nghiệm về ngôn ngữ hành vi của mình, từ đó phát hiện ra những cử chỉ không đẹp bạn thường mắc phải khi diễn thuyết để có thể tự điều chỉnh lại cho phù hợp. Việc chuẩn bị kỹ lưỡng này sẽ quyết định 80% thành công của bạn khi đứng trên sân khấu.

Trước khi bắt đầu bài diễn thuyết 15 phút

Bạn hãy hít thở sâu, làm những động tác thể dục đơn giản để cảm thấy thoải mái toàn thân.

Tập thể dục nhẹ nhàng với cơ mặt, để khẩu hình được trở nên linh hoạt.

Có cảm xúc tích cực trước khi bước chân ra sân khấu (bằng động tác vung tay nói “yeah” hoặc một cử chỉ làm bạn hưng phấn)

Trong khi diễn thuyết

Khi gặp những tình huống ngoại cảnh phát sinh, bạn cần làm chủ cả suy nghĩ lẫn hành vi của mình.

Tâm thế bên trong

Hãy đón nhận và tập trung giải quyết chúng, chứ không tập trung vào cảm xúc tiêu cực đang khởi lên trong lòng. Điều kỳ lạ là nếu bạn càng tập trung vào cảm xúc tiêu cực như lo lắng, sợ hãi, tức giận, thì những cảm xúc ấy sẽ ngày càng lớn và càng có ảnh hưởng xấu đến bạn.

Đừng xem khán giả như những giám khảo khó tính, mà hãy xem họ như những người bạn. Với tâm lý này, bạn sẽ cảm thấy thoải mái, nhẹ nhàng hơn để có thể ứng phó với tình huống phát sinh từ ngoại cảnh.

Hành vi bên ngoài

Ánh mắt: bạn hãy duy trì giao tiếp mắt với khán giả, không thay đổi hướng nhìn, không biểu lộ sự bối rối.

Biểu cảm trên gương mặt: nở nụ cười nhẹ nhàng, gương mặt bình thản và không để lộ cảm xúc lo lắng.

Hai cánh tay mở ra, thể hiện xu hướng đón nhận. Bạn cần chú ý kiểm soát đôi tay để không rơi vào khung ngôn ngữ hình thể tiêu cực.

Chân đứng vững, đôi vai mở ra thể hiện sự vững chắc và kiên định.

Một bí quyết khác để ngôn ngữ cơ thể bạn trở nên tích cực, hài hòa: đó là bạn phải có trạng thái tích cực, thoải mái, phải thực sự hứng thú với vấn đề bạn trình bày. Có như vậy thì tiềm thức mới dẫn dắt và thể hiện ra bên ngoài các hành vi, cử chỉ tương ứng. Việc nỗ lực cố gắng đi ngược lại với cảm xúc bên trong, sẽ làm cho ngôn ngữ cơ thể của bạn bị gượng ép, không thật; và dần dần, bạn cảm thấy xa lạ với con người bên trong của mình. Vì vậy, hãy chuẩn bị tâm thái thật tốt trước khi bước lên sân khấu. Hãy tâm niệm câu: “Bạn luôn luôn là chính mình, không cần phải trở nên một ai đó khác!”

Đôi điều về trang phục

Như chúng ta đã biết, thời gian 7-17 giây đầu tiên là khoảng thời gian vàng để quyết định xem hình ảnh bên ngoài của chúng ta có lọt vào mắt xanh của “khán giả” hay không? Và tín hiệu đầu tiên được đưa trực tiếp vào mắt khán giả, đó là trang phục trên người khi chúng ta xuất hiện trước sân

khẩu. Hãy lưu ý chọn trang phục theo tiêu chí sau:

Phù hợp với người nghe

Khảo sát thông tin: độ tuổi trung bình, chức vị, giới tính của đại đa số khán giả để có cách chọn lựa trang phục cho phù hợp.

Nếu buổi thuyết trình dành cho thanh niên, nên chọn trang phục sáng, trẻ trung, thể hiện sự năng động. Nếu buổi thuyết trình dành cho người ở độ tuổi trung niên, nên chọn trang phục có gam màu tối hơn, để thể hiện sự chững chạc và nhiều kinh nghiệm.

Phù hợp với tính chất buổi nói chuyện

Trong một buổi tọa đàm, bạn cần chú ý chọn lựa trang phục phù hợp với môi trường hôm ấy. Nếu đây là một chương trình từ thiện, trang phục chọn lựa cần nhẹ nhàng, giản dị, ngược lại so với chương trình được tổ chức tại nơi sang trọng...

Phù hợp với nội dung bài nói

Chủ đề trình bày cũng là tiêu chí quan trọng để bạn chọn lựa trang phục cho thích hợp. Bạn cần cân nhắc về trang phục khi trình bày chủ đề liên quan đến kinh doanh và chủ đề liên quan đến tâm lý xã hội.

Phù hợp với bản thân

Nên chọn trang phục thoải mái, nhẹ nhàng, vừa vặn với cơ thể để có thể di chuyển tự tin trên sân khấu. Tránh những trang phục quá chật, gây khó cử động. Một điều cũng cần làm, đó là kiểm tra xem tông màu chủ đạo của sân khấu là gì để có thể chọn bộ trang phục với màu sắc tương phản, nổi bật.

Trước khi chuẩn bị thuyết trình, cần lưu ý kiểm tra lại vẻ bên ngoài, bỏ hết các đồ đạc linh tinh trong túi quần áo, những thứ có thể đựng đưa hay phát ra tiếng kêu khi bạn di chuyển. Điều này sẽ khiến khán giả mất tập trung.

TRẦN ĐỨC HƯNG

Trần Đức Hưng là một diễn giả chuyên nghiệp, chuyên gia đào tạo, huấn luyện và tư vấn uy tín cho học sinh các trường THCS, THPT, sinh

viên các trường Đại học, Cao đẳng. Anh thường chia sẻ các chủ đề: Bí quyết học tập sáng tạo, Sức mạnh vô tận, Bí quyết trình bày bậc thầy, I'm Student - Con đường thành công, Bí quyết giao tiếp đỉnh cao, Trò chuyện với người khác phái, Thay đổi số phận -

Bạn có thể, Khởi nguồn thành công, Bạn không thể thành công một mình...

Anh đã chia sẻ cho hơn 20.000 bạn trẻ mỗi năm và mang lại sự thay đổi mạnh mẽ nơi họ, giúp họ sống theo đam mê, có định hướng và nghiêm túc trang bị những kỹ năng cần thiết để vững vàng bước vào tương lai.

Anh được mời diễn thuyết tại rất nhiều trường THCS, THPT và Đại học, Cao đẳng: như Học viện Tài chính, Học viện

Ngân hàng, Đại học kinh tế, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học

Lao động Xã hội, Đại học Sư phạm Hà Nội, Đại học Hải Phòng, Đại học Thái Nguyên...

CHƯƠNG 13

LÀM CHỦ GIỌNG NÓI

TÁC GIẢ: TRẦN ĐỨC HƯNG

Một bài thuyết trình mạnh mẽ, thuyết phục không chỉ cốt ở nội dung được sửa soạn tốt hay ở cách dùng ngôn ngữ cơ thể hiệu quả, mà còn nằm ở một yếu tố không kém phần quan trọng khác: giọng nói!

Giọng nói trong thuyết trình đòi hỏi phải tạo cảm giác thân thiện, dễ chịu, nhưng không kém uy lực mạnh mẽ. Giọng nói hay phải tự nhiên, không gượng ép, thể hiện đúng tính cách đích thực và sự chân thành của người nói. Giọng nói **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** phải đủ to để người ta nghe và phải đủ rõ để người ta hiểu.

Việc phát triển giọng nói cho hay, cho hấp dẫn, là chuyện bạn hoàn toàn có thể làm được. Bạn phải ra sức mài giũa giọng nói để biến nó thành thứ công cụ chuyên chở thông điệp của bạn, mang theo sức mạnh, độ sống động, giàu sức truyền cảm và thuyết phục. Một giọng nói có kiểm soát, diễn cảm và có uy lực sẽ giúp bạn thuyết phục và tạo được tác động lớn lao.

Bạn thấy giọng nói của mình thế nào? Bạn có thích nghe giọng của mình hay không? Bạn có thấy giọng của mình êm ái, dễ nghe? Hùng hồn, trầm ấm? Mong bạn trả lời là có. Còn nếu không, bạn cũng đừng lo lắng, bạn tâm vì chương sách này sẽ giúp bạn hiểu rõ một số kỹ thuật để thực hành để sử dụng giọng nói theo cách có hiệu quả nhất, đặc biệt để phục vụ công tác diễn thuyết, thuyết trình.

Khai thác các yếu tố của giọng nói để lôi cuốn người nghe

Liên quan đến việc sử dụng giọng nói trong thuyết trình, có ít nhất sáu

yếu tố quan trọng bạn cần khai thác triệt để nhằm tạo thu hút và lôi cuốn người nghe:

Giọng điệu – thái độ và cảm xúc của bạn chuyển tải qua giọng nói;

Cung giọng – độ cao hay thấp trong giọng nói;

Nhịp độ – tốc độ nói;

Âm lượng – mức độ to hay nhỏ khi nói;

Điều biến giọng – chuyển giọng, cách nhấn mạnh hay đặt trọng âm cho từ ngữ;

Cách phát âm – phát âm rõ chữ.

Bây giờ, mời bạn lần lượt khám phá từng yếu tố vừa nêu, cùng với các bài tập luyện giọng nhằm phát triển một giọng nói diễn cảm và uy lực.

Dùng giọng điệu thân thiện

Nói đến giọng điệu là nói đến cách thức bạn nói ra điều gì đó. Giọng điệu của bạn là yếu tố quan trọng nhất bởi nó truyền tải thái độ và các cảm xúc của bạn. Rất dễ xảy ra tình huống ai đó nói một đằng, nhưng người nghe lại hiểu một nẻo.

Đôi khi, tuy không nói điều gì sai, nhưng bạn lại khiến cho ai đó nổi giận; ấy là bởi cách nói của bạn có vấn đề. Thành thử, có câu người ta thường nói “Bạn nói chuyện gì không quan trọng, nhưng quan trọng là bạn nói thế nào.”

Trong lúc nói, bạn phải cố gắng tập trung làm cho giọng điệu mình nói ra mang vẻ thân thiện và tử tế. Qua giọng điệu thể hiện, bạn hãy để cho người nghe cảm thấy rằng bạn rất vui được dịp hầu chuyện họ, rằng bạn rất nhiệt tình và phấn khởi khi chia sẻ thông điệp của mình.

Bạn hãy hình dung mình đang đứng thuyết trình trước một người bạn thân nhất. Trong lúc bạn tập nói, hãy tưởng tượng người bạn kia đang ngồi ở hàng ghế đầu tiên trong khán phòng, chăm chú nghe bạn.

Tập luyện điều này nhiều lần, dần dần, khi đứng thuyết trình, thậm chí trước cả những người xa lạ, bạn sẽ có thói quen tin rằng mình đang nói chuyện với người bạn thân của mình; nhờ đó, giọng điệu bạn sẽ trở nên thân thiện, tự nhiên và giống như đang trò chuyện nhẹ nhàng.

Hãy ghi âm lại giọng nói của bạn trong lúc bạn trò chuyện điện thoại với

ai đó. Sau đó, mở lại đoạn ghi âm và lắng nghe giọng điệu bạn thể hiện. Bạn thấy giọng nói của mình lúc đó chứa cảm xúc hay thái độ thế nào? Đó có phải thứ giọng điệu bạn muốn người kia nghe? Bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy rằng kỹ thuật rất đơn giản này lại có tác dụng giúp bạn cải thiện đáng kể cách nói những điều muốn nói.

Làm chủ cung giọng

Cung giọng muốn nói đến độ cao hay thấp, tức trầm và bổng, trong giọng nói của bạn. Làm chủ cung giọng, bạn sẽ tạo được một giọng nói thú vị, có trọng âm và dễ nghe.

Giọng nói ở cung thấp, trầm, thường thể hiện sự mạnh mẽ, tự tin và tạo uy lực hơn giọng nói ở cung cao, bổng. Trình bày với cung giọng thấp, bạn sẽ gửi đi được thứ thông điệp chứa uy lực, mạnh mẽ đi vào lòng người.

Điều khiến cung giọng không có nghĩa là tạo nên một thứ giọng nói nghe ra có vẻ giả tạo hay gượng ép. Giọng bạn thế nào, bạn cứ giữ thế ấy. Cứ nói ra tự nhiên. Vấn đề là bạn phải tận dụng và phát huy triệt để giọng nói của mình. Bài tập dưới đây sẽ giúp bạn biết cách tập luyện để làm chủ cung giọng của mình.

Hãy xem giọng nói của bạn như một nhạc cụ. Hãy ngân nga chữ “a” ở nhiều cung khác nhau, từ cao đến thấp. Ở cung cao, bạn lên cao hết mức có thể cho tới khi nghe như giọng nữ cao vậy; rồi xuống cung thấp, bạn hãy xuống thấp hết mức có thể cho tới khi nghe như giọng nam trầm vậy. Hãy luyện bài này nhiều lần cho đến khi bạn nghe được đầy đủ âm vực từ cao đến thấp trong giọng của mình.

Hãy đọc bảng chữ cái hoặc các ngày trong tuần – có thể đọc hoặc nói một đoạn văn ngắn nào đó đã nhớ. Trong lúc đọc, bạn cũng lên cung xuống cung hết như bài tập ở trên. Bài tập này sẽ giúp bạn có ý thức mạnh mẽ về các mức độ cung giọng khác nhau của bạn, và giúp xây dựng sự tự tin để sử dụng các cung giọng thấp hơn trong giọng nói tự nhiên của bạn.

Hoặc bạn cũng có thể thực hành bài tập dưới đây để khám phá và luyện rèn để bớt được thói quen nói giọng đều đều, gây cảm giác đơn điệu, buồn ngủ.

Bước 1: Chọn ngẫu nhiên một bài báo, đọc to, theo cách đọc bình

thường và tự nhiên của bạn và ghi âm lại trong vòng một phút.

Bước 2: Lắng nghe đoạn ghi âm đó, để ý đến những chỗ bạn thay đổi cung giọng. Bạn đọc bài báo đó với chỉ một cung giọng duy nhất, không có lên xuống gì? Bạn thấy giọng đọc ấy có gợi lên được cảm xúc gì hay không?

Bước 3: Hãy ghi âm lại lần thứ hai, nhưng lần này hãy đọc với chủ ý trong đầu là nhằm đến việc làm cho người nghe cảm thấy phấn khích. Hãy đọc như thể bạn đang đọc một câu chuyện cổ tích hay nhất mọi thời đại cho một đứa nhỏ nghe vậy.

Bước 4: Nghe lại đoạn ghi âm đó. Bạn có nhận thấy rằng lần này cung giọng của bạn đã thay đổi chút nào đó khác với lần đọc đầu tiên hay không?

Bước 5: Đọc lại đoạn đó và ghi âm lần nữa. Lúc này, hãy thử đọc với một cung giọng nào đó khác với cung giọng lần đầu (kiểu đều đều) và cung giọng lần thứ hai (kiểu đọc truyện cổ tích).

Bước 6: Nghe lại đoạn ghi âm sau cùng này và để ý đến cung giọng của bạn. Hãy lắng nghe giọng của bạn trong đoạn ghi âm này có đa dạng và tạo cảm xúc nhiều hơn các lần trước không?

Kiểm soát và đa dạng hóa tốc độ nói

Ở đây, nhịp độ, hay tốc độ, muốn nói đến mức độ nhanh hay chậm trong lúc bạn nói. Theo một số cuộc nghiên cứu, tốc độ nói trung bình của đa phần diễn giả nằm ở mức 150-160 chữ một phút. Nhiều nhà xuất bản cũng lấy tốc độ đó làm tiêu chuẩn cho các cuốn sách nói của mình. Có vẻ như tốc độ đó là vừa phải để người nói phát âm rõ chữ và người nghe nghe được rõ tiếng. Cũng theo các nghiên cứu, tốc độ như thế là nhanh vừa đủ để người nghe không cảm thấy buồn ngủ, nhưng cũng không quá nhanh để rồi họ không tập trung nghe kịp.

Có một cách dễ dàng giúp bạn xác định được tốc độ nói của bạn. Dùng chương trình Microsoft Word, bạn hãy mở một tập tin văn bản lên. Tiếp đó, dùng đồng hồ bấm giờ, bạn bắt đầu đọc to một đoạn

“thử nghiệm” trong văn bản kia, trong khoảng thời gian một phút. Cố gắng giữ tốc độ đọc bình thường như lúc bạn đang nói chuyện thường ngày vậy. Rồi bạn xem thử trong sáu mươi giây vừa rồi, bạn đọc được từ đâu đến

đầu trong đoạn “thử nghiệm” ấy. Tiếp đó, bôi đen phần bạn vừa đọc được rồi dùng chức năng đếm chữ Word Count, hoặc bạn ngồi đếm thủ công cũng được, để xem bạn đọc được bao nhiêu chữ.

Khi trình bày các thông tin có tính kỹ thuật, liên quan đến những hướng dẫn, con số thống kê hay các phân tích chuyên môn, thì bạn nên nói chậm hơn khoảng 20-30% tốc độ bình thường. Ngược lại, khi nói các thông tin có tính giải trí hay khơi gợi cảm xúc, chẳng hạn như những câu chuyện, giai thoại, truyện cười thì bạn nên tăng tốc độ nói lên một chút so với bình thường.

Dùng âm lượng to

Hồi còn nhỏ, bạn không ngại ngừng “dội bom” thế giới bằng những âm thanh vang trời đầy tự tin, vui vẻ cho đến lúc nào người lớn đưa tay lên miệng bảo “Suyt... Im lặng!” mới thôi. Rồi lớn lên một chút, bạn được dạy phải ăn nói vừa phải, bị cấm la to, nói lớn.

Giọng nói phát ra khỏe khoắn bắt đầu với thái độ đúng đắn, thích hợp. Phải thực sự ghi sâu trong tâm trí bạn rằng bạn không những là một người đã trưởng thành, nhưng bạn còn là một chuyên gia trong lĩnh vực đề tài mình nói. Bạn có một thông điệp và một mục đích khi chuyển tải nó và bạn phải chuyển tải làm sao để được đón nhận. Cách tốt nhất là bạn phải dùng một giọng nói mạnh mẽ, to rõ.

Nói đến âm lượng là nói đến cường độ âm thanh bạn phát ra trong giọng. Hãy nghĩ về cái nút điều khiển âm lượng trên tivi hay radio và chức năng của nó. Giọng bạn cũng có nút điều khiển âm lượng – và quan trọng là bạn phải vặn nó lên mức cao khi bạn muốn người ta nghe rõ thông điệp.

Điều biến giọng để tạo sức tác động

Giọng nói phát ra đều đều có thể khiến người nghe buồn ngủ nhanh hơn thuốc ngủ. Phương thuốc để chữa chính là thuật điều biến giọng – tức là đặc biệt nhấn mạnh một từ nào đó bằng cách thay đổi giọng điệu, tốc độ, hay cung giọng.

Hãy nghĩ về việc thay đổi giọng khi nói ra một từ để truyền thông điệp của bạn hiệu quả hơn. Những người giỏi giao tiếp thường dùng kỹ thuật điều biến giọng này nhằm kéo dài sự quan tâm của khán giả và tạo tác động

đến suy nghĩ của người nghe.

Các bài tập giúp điều biến giọng

Việc điều biến giọng cho phép bạn thay đổi toàn bộ ý nghĩa của một câu hay một từ bằng cách chỉ cần thay đổi cách nói. Hãy xem xét từ “Ồ” trong các thí dụ dưới đây, hãy nói từ “Ồ” to, diễn tả cảm xúc theo từng tình huống đặt ra.

Diễn tả thái độ ngạc nhiên – sắp bạn cho biết bạn sẽ thay thế diễn giả chính để nói chuyện trong buổi chiều hôm nay – và bây giờ là 11:55 phút trưa. “Ồ.”

Diễn tả niềm vui – đồng nghiệp cho bạn xem bức hình đứa bé mới sinh của anh ta. “Ồ.”

Diễn tả nỗi thất vọng – khách hàng thông báo với bạn là cô ta vừa mất việc: “Ồ.”

Diễn tả nỗi kinh sợ - trên đường lái xe đi làm, bạn chứng kiến một vụ tai nạn: “Ồ.”

Như bạn có thể nghe trong giọng nói mình, chỉ cần thay đổi giọng một chút là ý nghĩa những gì bạn nói ra sẽ trở nên khác hẳn.

Bây giờ bạn hãy áp dụng bài tập này vào mấy câu nói trong một đoạn thuyết trình mẫu dưới đây.

Trước tiên, hãy đọc to mấy câu dưới đây; lúc đọc, đừng lên xuống giọng hay nhấn nhá gì hết, chỉ đọc với giọng đều đều.

Đọc với giọng đều đều: “Chiếc máy tính xách tay này là mẫu sản phẩm bán chạy nhất trên thị trường hiện nay. Nó có đầy đủ tính năng phục vụ tối đa cho công việc kinh doanh, chạy rất mượt và rất nhanh.”

+ Bây giờ, bạn hãy thay đổi giọng của mình dựa theo những chỉ dẫn tiếp đây. Đối với những chữ bôi đậm, bạn hãy nói với âm lượng to lên một chút. Với những chỗ có dấu gạch giữa phân chia các ký tự, bạn hãy nói chậm lại và kéo dài chữ ra. Với những chữ có gạch dưới, bạn hãy nâng cung giọng lên cao một chút. Với những chữ in nghiêng, bạn hãy đọc nhanh lên: “Chiếc máy tính xách tay **này** là mẫu sản phẩm b-á-n c-h-ạ-y n-h-ấ-t trên thị trường hiện nay. Nó có đầy đủ tính năng phục vụ tối đa cho **công việc kinh doanh**, chạy r-ấ-t m-ự-ợ-t và rất nhanh.”

Trong kịch bản hay các ghi chú bài thuyết trình của mình, bạn hãy đặt những ký hiệu điều biến giọng vào từng chữ hay cụm từ cụ thể cần nhấn mạnh. Cũng như vậy, bạn nhớ tận dụng sức mạnh của những khoảng tạm dừng trong lúc nói. Một khoảnh khắc im lặng ngắn ngủi là một cách diễn tả hùng hồn nhất. Nó giúp giữ được sự quan tâm chăm chú của người nghe, giúp phân chia hay nhấn mạnh một điểm quan trọng nào đó và giúp chuyên chở thông điệp với sự tự tin.

Luyện cách phát âm để nói rõ từng chữ

Mọi từ ngữ, câu chữ phải được phát âm cho chuẩn và mỗi vần phải được đọc cho rõ ràng, dễ hiểu.

Có những kiểu phát âm không chuẩn như: nói lắp bắp, nói lí nhí, nuốt chữ, không mở miệng khi nói,... Để chữa thói quen phát âm không chuẩn ấy, không có cách nào khác hơn là phải dành chút thì giờ và công sức để luyện cách phát âm của mình. Đặc biệt với những bạn đã quen cách phát âm sai theo giọng địa phương thì càng phải nỗ lực nếu muốn thuyết trình cho cả nước nghe.

Bạn phát âm không rõ, không chuẩn, thì người nghe sẽ lấy làm khó chịu, thậm chí bức bối, vì họ không thể nghe những gì bạn đang nói. Họ sẽ đánh giá bạn là người thiếu tự tin, nhút nhát và thiếu lập trường do cách nói không rõ ràng và thiếu dứt khoát. Nếu không chữa ngay thói quen xấu ấy, bạn sẽ phá đổ hình ảnh của mình và không bao giờ đủ sức truyền tải thông điệp với mức độ tác động cao.

Bạn hãy thả lỏng môi, lưỡi và cơ hàm, rồi phát âm rõ ràng, mạch lạc những chữ được ghi ra. Hãy luyện bài này hàng ngày để tập thói quen phát âm rõ chữ.

Hãy khởi động làm nóng các cơ miệng bằng cách đọc mấy câu dưới đây. Lúc đầu, hãy tập trung nói thật chậm, rồi dần dần tăng tốc lên một chút.

Nồi đồng nấu ốc, nồi đất nấu ếch; ông nấu ốc nồi đồng, tôi nấu ếch nồi đất.

Giặt khăn xanh rách vắt cành chanh. Buổi trưa ăn bưởi chua.

Mặt mập mọng một mụn bọc, hai mụn bọc mọng mặt mập.

Đũa cả quấy cám, que cời quấy kê.

Bạn có thể lấy một đoạn bất kỳ trong bài thuyết trình đã soạn, đọc to và chậm rãi, để ý đọc từng chữ cho đúng âm.

Dừng lại cũng là một cách nói ấn tượng

Có lần, một nhà báo phỏng vấn Isaac Stern, một trong những nhạc công vĩ cầm danh tiếng nhất thế giới, để làm rõ điều gì giúp phân biệt giữa một nhạc công vĩ cầm giỏi với một nhạc công vĩ cầm chỉ chơi ở mức bình thường trong lúc cả hai đều chơi đúng theo các nốt nhạc đã soạn ra.

Isaac Stern đã trả lời: “Cái quan trọng không nằm ở mấy nốt nhạc, nhưng ở những khoảng lặng giữa các nốt nhạc ấy.”

Việc tạo khoảng lặng hay khoảng dừng cũng là một chiến lược hữu hiệu bạn có thể dùng trong lúc nói.

Trên thực tế, đây là sự thật khó lòng chối cãi: một khoảng dừng đúng lúc thường có tác dụng lôi cuốn hơn bất kỳ lời nào bạn nói ra để lấp đầy những khoảnh khắc yên lặng.

Bạn nên dừng ở những chỗ nổi câu trong bài nói của bạn, xét vì nhiều lý do khác nhau, chẳng hạn: để tạo chuyển tiếp về tâm trạng hay đề tài, để nhấn mạnh các điểm quan trọng, để báo trước cho người nghe biết rằng bạn sắp sửa chia sẻ một điều gì đó rất quan trọng, để làm cho khán giả hồi hộp tập trung theo dõi những gì tiếp theo, để giúp khán giả có thì giờ suy nghĩ và thẩm thấu vấn đề bạn vừa nói, để làm cho họ cười...

Tại sao lại có rất ít diễn giả biết để ý tận dụng sức mạnh của những khoảng dừng đó? Vì hai nguyên do.

Thứ nhất, do họ cảm thấy lo lắng. Khi thấy lo lắng trong lòng, bạn thường có xu hướng muốn kết thúc phần nói càng nhanh càng tốt, vì kéo dài thời gian ra bằng những khoảng dừng chỉ tổ làm cho bạn thêm hồi hộp trước đám đông đang chăm chú nhìn về phía bạn.

Nguyên do thứ hai: vì bạn không dự liệu được những khoảng dừng trong lúc soạn bài thuyết trình.

Đầu óc bạn ngập tràn những ý tưởng và bạn không thể xác định được đâu là những ý tưởng chính và vì thế, trong lúc thuyết trình, bạn ra sức “đội

bom” khán giả với các ý tưởng đó, cảm thấy không có thì giờ để dừng lại.

Phó tổng thống Mỹ Al Gore đã phạm phải điều này trong bài phát biểu nhậm chức tại cuộc Hội nghị của đảng Dân chủ năm 2000 ở Los Angeles. Suốt bài phát biểu, ông cứ nói và nói, không dừng, cả khi người ta cười hay vỗ tay khen ngợi, ông cũng không chịu dừng lại mà vẫn tiếp tục nói, vì ông muốn kết thúc nhanh bài phát biểu cho kịp giờ để đi công chuyện khác. Vì thế, thông điệp ông trình bày không đọng lại gì nhiều trong lòng người nghe vì họ thấy ông có vẻ không coi trọng nó.

Có nhiều loại khoảng dừng sau đây:

Những khoảng dừng theo logic. Có những khoảnh khắc im lặng bạn cần tạo ra để người nghe tiêu hóa thông tin.

Những khoảng dừng tâm lý. Bạn có thể dùng những khoảng dừng để kích hoạt hay khơi dậy những phản ứng tâm lý của người nghe. Đó là những khoảng dừng nhằm mục đích làm nổi bật một ý tưởng cụ thể quan trọng hoặc làm cho người nghe chăm chú để ý theo dõi lắng nghe một dữ kiện hoặc một thông tin nào đó.

Những khoảng dừng thể lý. Suốt buổi thuyết trình, có những lúc bạn cần ngưng nói để thở, giải lao một chút để uống nước,...

Các khoảng dừng, cộng với mọi khía cạnh xoay quanh tốc độ nói, có thể tạo thêm ý nghĩa và tính chất đa dạng cho phần nói của bạn, giúp bạn tạo ra được nhiều hiệu ứng có tác động mạnh mẽ nhằm đưa thông điệp đi vào lòng người nghe. Bạn đừng bao giờ ngại ngần thêm vào những khoảng dừng hợp lý và đúng lúc trong bài nói của mình.

Bạn đừng bao giờ tùy tiện mà dừng chỉ để dừng, bởi vì điều này sẽ làm cho phần nói của bạn trở nên

“giật tới giật lui” khiến người nghe khó chịu và làm hủy hoại mục đích tốt đẹp của những khoảng dừng.

Dưới đây là chín cách giúp bạn tận dụng được sức mạnh vô song của những khoảng dừng trong bài nói.

Dành thời gian cho những khoảng dừng

Việc tính toán thời gian cho bài trình bày là yếu tố rất quan trọng, đặc biệt là thời gian cho những khoảng dừng. Nếu không sắp xếp được thời gian cho những khoảng dừng trong bài nói chuyện, bạn sẽ có nguy cơ “cháy giáo án” hoặc để kịp nói hết “giáo án” bạn sẽ phải nói thật nhanh. Cả hai việc này đều làm hỏng bài nói của bạn. Cho nên, khi soạn và luyện bài nói, bạn cần bố trí thì giờ cho thích hợp, đặc biệt là thời gian cho những khoảng dừng.

Luyện dừng nói

Việc tạo ra những khoảng dừng trong bài nói có vẻ là việc làm thiếu tự nhiên, đặc biệt khi bạn thực sự muốn kết thúc bài nói cho kịp giờ với một khối lượng thông tin khổng lồ cần truyền đạt.

Trong lúc tập luyện bài nói, bạn cần để ý tập những khoảng dừng. Vì chắc chắn trong lúc thuyết trình thực sự, bạn sẽ có nguy cơ nói nhanh hơn nếu bạn cảm thấy lo lắng điều gì đó, nên bạn phải thêm chữ [DỪNG] vào trong bài soạn nói hoặc các ghi chú thuyết trình để tự nhắc nhở mình.

Tạm dừng trước khi bắt đầu

Nếu bạn đang hớn hờ muốn đi ngay vào bài nói, và bắt đầu thấy muốn nói ngay trước khi những tràng pháo tay chào mừng của khán giả kịp lắng xuống, thì bạn cần ghìm mình lại, kiên nhẫn một chút. Hãy để khán giả có chút thì giờ đánh giá và cảm thấy thoải mái với bạn. Bạn muốn thể hiện sự tự tin từ khoảnh khắc bạn được giới thiệu để bước vào buổi thuyết trình, nên việc dùng khoảng dừng ngay lúc đó sẽ giúp bạn có được điều bạn muốn.

Hãy bước ra sân khấu hay bước lên bục giảng với thái độ tự tin, mỉm cười nhìn khán giả và dừng lại một chút trước khi nói lời đầu tiên. Hãy đợi cho đến khi người nghe thực sự chăm chú đón nghe những lời đầu tiên của bạn (thường thì từ hai đến ba giây đồng hồ). Khoảng dừng lúc ấy của bạn sẽ truyền đến họ một thông điệp: “Tôi tự tin và các bạn không trấn áp tinh thần tôi được.”

Tạm dừng lại khi đang trình bày các chi tiết phức tạp

Trong buổi thuyết trình, người nghe thường rất khó tập trung từ đầu đến cuối, cho nên bạn có nhiệm vụ phải làm cho họ giữ được sự quan tâm và

chăm chú lắng nghe. Bạn hãy đánh giá cả người nghe lẫn bài nói của mình và suy nghĩ xem liệu họ sẽ hiểu được những gì mình trình bày trong đề tài này không, hay là những gì bạn nói sẽ giống như những gì vo ve bên tai mà không vào được trong đầu họ.

Ngôn ngữ chuyên môn hay thuật ngữ bạn vẫn dùng hằng ngày (trong lĩnh vực pháp lý, kỹ thuật, học thuật, khoa học,...) có thể trở thành **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** thứ chướng ngại khó vượt qua đối với người nghe. Tuy bạn hiểu chúng, nhưng có lẽ người nghe sẽ không hiểu rõ như bạn.

Thành thử, trước khi bắt đầu nói ra những thông tin hay dữ kiện mang tính chuyên môn và phức tạp, bạn cần phải tạm dừng lại; bên cạnh đó, trước khi dừng lại như thế, bạn có thể nói vài lời để người nghe biết những điều bạn sắp nói có thể gây khó hiểu. Nói một vài lời cảnh báo như thế, cộng với một khoảng dừng, bạn sẽ làm cho người nghe thực sự tập trung để ý nhằm theo dõi những gì kế tiếp.

Sau khi nói xong những thông tin phức tạp, khó hiểu ấy, bạn cũng cần tạm dừng một chút, để người nghe có thể kịp nắm bắt và tiêu hóa chúng.

Tạm dừng trước và sau các trích dẫn

Có lẽ bạn đã biết rõ ích lợi vô song của việc đưa các câu danh ngôn, trích dẫn vào trong bài nói chuyện. Để làm nổi bật những viên ngọc quý ấy, bạn cần tạm dừng trước và sau khi nói ra các câu trích dẫn. Các khoảng dừng ấy sẽ giúp người nghe có thì giờ để thưởng thức và thấm sâu hơn. Thiếu các khoảng dừng đó, các trích dẫn của bạn sẽ làm giảm thiểu đáng kể sức tác động mạnh mẽ.

Dừng lại sau khi đặt câu hỏi

Bạn sẽ lôi cuốn được thái độ quan tâm của người nghe khi bạn đặt ra những câu hỏi, nhưng – đây là điều quan trọng – chỉ khi nào bạn tạm dừng lại sau khi đặt ra các câu hỏi ấy. Nếu hỏi người ta xong, rồi bạn nói tiếp mà không dừng lại, tức là bạn tỏ cho người nghe thấy rằng bạn không thực sự quan tâm đến câu trả lời của họ và như thế, các câu hỏi ấy sẽ chẳng có tác dụng nào mạnh mẽ.

Nếu liên tục hỏi mà không cần nghe câu trả lời như thế, bạn sẽ làm cho

người nghe hiểu rằng bạn đang coi thường những suy nghĩ, quan điểm của họ. Và chẳng mấy chốc, họ sẽ chẳng còn muốn đoái hoài gì đến những gì bạn hỏi (có lẽ họ cũng sẽ làm ngơ bạn luôn). Nếu muốn người nghe nghiêm túc suy nghĩ về các câu hỏi bạn đặt ra, bạn hãy tạo ra các khoảng dừng sau các câu hỏi ấy.

Tạm dừng lại khi người nghe đang cười

Nếu bạn nói ra điều gì đó vui, hài hước, người nghe sẽ cười và lúc này, bạn cần dừng lại một chút, đừng nói thêm điều gì hết. Lúc đó, bạn chỉ cần im lặng, mỉm cười và thưởng thức khoảnh khắc vui vẻ ấy. Đừng bao giờ tìm cách dập tắt tiếng cười của người nghe. Nếu bạn cứ tiếp tục nói trong lúc họ đang cười, họ sẽ không lắng nghe bạn.

Vì lẽ đó, bạn chỉ cần dừng lại, thưởng thức tiếng cười ấy, và nghĩ rằng: “Họ thích tôi. Họ thực sự, thực sự thích tôi.”

Tạm ngừng để tạo cảm giác hồi hộp

Hãy tạm ngừng trước khi bạn tiết lộ một thông tin quan trọng và hay ho nào đó, nhằm tạo cảm giác hồi hộp, chờ đợi. Chẳng hạn: “Tôi không thể nào tin vào tai mình khi nghe anh ta nói [TẠM NGỪNG] rằng mỗi năm anh ta lãi được hơn trăm triệu nhờ việc bán ve chai.” Việc tạm ngừng trước khi tiết lộ điều gì đó sẽ làm cho người nghe lắng tai để ý nhiều hơn. Và cũng thế, sau khi tiết lộ một thông tin thú vị nào đó cho khán giả, bạn cũng cần tạm ngừng đôi chút để họ thưởng thức cái thú vị đó.

Tạm ngừng khi kết luận

Bạn đừng giống những diễn giả quá lo lắng như thể muốn vội vã chạy trốn cho nhanh khi đến phần kết bài thuyết trình, đến độ chỉ lăm băm vài câu trong cổ họng trong lúc vội vàng thu xếp tài liệu, công cụ thuyết trình. Cần nhớ rằng phần kết thúc giữ vai trò rất quan trọng và để tạo ra được một cái kết có ấn tượng, đưa thông điệp đi vào lòng người nghe, bạn cần phải làm điều này: ngay trước và sau khi nói ra vài lời kết thúc, bạn nên ngừng lại một chút.

Hãy khéo léo đưa các khoảng dừng vào trong bài nói của bạn. Những khoảng dừng thích hợp, đúng lúc sẽ giúp bạn nêu bật và nhấn mạnh được những điểm quan trọng, giúp bạn gửi đến khán giả thông điệp mạnh mẽ

này: “Tôi là người rất tự tin.”

CHƯƠNG 14

TUYỆT CHIÊU TỪ CÁC BẬC THẦY DIỄN THUYẾT

TÁC GIẢ: QUÁCH TUẤN KHANH

Tôi đã từng tham dự chương trình diễn thuyết trực tiếp cũng như xem đĩa hình của rất nhiều diễn giả hàng đầu thế giới và tôi nhận thấy mỗi người có một phong cách và tuyệt chiêu riêng, mỗi người đều mang vẻ độc đáo và khác lạ. Nhưng tựu trung lại, họ vẫn có những bí quyết chung – những yếu tố nền tảng làm nên một bài trình bày xuất sắc.

Một trong những bài diễn thuyết được đánh giá là xuất sắc nhất mọi thời đại chính là bài diễn văn của Martin Luther King Jr I have a dream - Tôi có một ước mơ. Vào ngày 28 tháng 08 năm 1963, ông đã đứng ở bậc tam cấp dẫn lên Đài tưởng niệm Lincoln, Washington, D.C. và đọc bài diễn thuyết đó trước hơn 200.000 người nghe. Bài diễn thuyết chứa đựng nhiều bài học đáng nghiền ngẫm.

Bạn hãy truy cập NGAY www.dienthuyet.vn để xem toàn bộ bài diễn thuyết nổi tiếng của mục sư Martin

Luther King Jr. và theo dõi phần phân tích ngay sau đây.

Bài diễn thuyết ấy minh họa ít nhất tám kỹ thuật quan trọng trong lĩnh vực nói trước công chúng mà bạn không thể bỏ qua nếu muốn thực hiện một bài trình bày thành công.

Giàu hình ảnh. King đã dùng các cụm từ mô tả, chẳng hạn như “một ngọn đèn hiệu chói sáng niềm hy vọng”, “những ngọn lửa hừng hực cảnh bất công” và “bị khóa chặt bởi gông cùm phân biệt, bị trói buộc bởi xiềng xích thiên tư.” Dùng lời nói, ông đã vẽ ra những hình ảnh sống động để bất cứ ai trong đám đông người nghe cũng có thể hình dung, dễ dàng nắm bắt và ghi nhớ các ý tưởng ông muốn trình bày, chuyển tải.

Phép ẩn dụ. Xuyên suốt từ đầu đến cuối bài diễn thuyết, King luôn dùng phép ẩn dụ để diễn tả. Những lời lẽ giàu tính ẩn dụ – chẳng hạn như “xuôi tận Alabama, nơi nhiều kẻ mang ốc kỳ thị khắc nghiệt, nơi ngài thống đốc với môi miệng chảy tuôn ướm sùng những từ ngữ kiểu như ‘phản đối’ và ‘không có hiệu lực’... một ốc đảo của cái nghèo nằm lơ lửng giữa đại dương bao la của cái giàu vật chất” – đã thổi tràn sinh khí vào bài diễn thuyết của ông. Những hình ảnh ẩn dụ sinh động này làm tăng thêm sức biểu cảm và độ thuyết phục cho mọi ý tưởng ông trình bày.

Phép điệp vần. Ông cũng khéo léo dùng lối lặp vần làm cho câu nói trở nên có vần điệu, có nhạc tính, êm ái du dương, dễ đi vào lòng người – chẳng hạn như các cụm từ “ngân hàng công lý đang chạy làng, phá sản”, “tinh thần tranh đấu nung nấu chớm màu” và “họ chẳng còn bị xét theo nét sạm màu da, nhưng sẽ được nhìn ra thấu ruột rà tính cách.”

Sinh lực giọng nói. King rất điêu luyện với kỹ thuật biểu cảm ngay trong giọng nói, chính nhờ vậy mà độ thuyết phục rất cao trong từng lời.

Phép lặp. Để làm gia tăng thêm độ lan tỏa của thông điệp đến người nghe, ông thường lặp đi lặp lại các cụm từ chủ đạo, chẳng hạn như “Đây chính là lúc...”, “Hãy để tự do cất tiếng reo vang” và “Tôi có một ước mơ.” Các cụm từ này giúp nhấn mạnh tối đa chủ đề bài diễn thuyết.

Nhịp điệu. Cẩn thận chọn lựa các từ ngữ, câu nói phù hợp, ông đã tạo ra được một thứ giai điệu nhịp nhàng trầm bổng trong bài diễn thuyết của mình. Chẳng hạn đây là một đoạn thể hiện rõ điều này:

“... phỉ lòng sao đặng khi ở Mississippi, một người da đen còn lăm phen chẳng được đi bầu; cầu sao thỏa ước khi ở New York, một người da đen còn chưa biết bỏ phiếu để làm gì” và “cùng nhau, ta chung tay lao động; cùng lòng, ta dâng tiếng nguyện cầu; bên nhau, ta vùng lên tranh đấu...”

Các khoảng dừng. Trong cả bài diễn thuyết ấy, có rất nhiều lần King dừng lại, ngưng nói. Đó là lúc ông vừa nói xong một ý quan trọng, lúc ông chuyển từ ý này qua ý khác và lúc đám đông đang vỗ tay hứng khởi. Những khoảnh khắc dừng lại như thế giúp người nghe vừa tập trung kỹ hơn vào những gì ông vừa nói hay sắp nói, vừa có thời gian để xử lý thông điệp ông muốn trình bày.

Kết nối với người nghe. Để tạo mối dây liên hệ kết nối với người nghe, King dùng từ chúng ta rất nhiều lần trong bài diễn thuyết. Từ này làm cho người nghe có cảm tưởng gần gũi, rằng ông cũng là một người như họ, giữa họ.

Tôi đã xem đi xem lại bài diễn văn của King không biết bao nhiêu lần, mỗi lần xem là mỗi lần tôi cảm nhận sâu hơn từng kỹ thuật mà ông sử dụng. Tôi đã từng rơi vào cảm giác choáng ngợp trước sức hút, độ thuyết phục, năng lượng từ ông tỏa ra và bao trùm lên đám đông người nghe và rồi đã có đôi lần tôi tự ti với năng lực của mình: “Biết bao giờ thì tôi mới đạt tới đẳng cấp ấy?” Nhưng rồi tôi nhận ra, nếu chúng ta có thể vận dụng nhuần nhuyễn một vài trong số tám kỹ thuật ấy thì cũng đủ để bài trình bày của chúng ta chinh phục được người nghe rồi. Khi tôi trải nghiệm và nghiên cứu bài trình bày của nhiều diễn giả khác, tôi thấy rằng, mỗi người đều sử dụng thế mạnh của mình khi trình bày và dựa trên thế mạnh đó mà họ vận dụng rất linh hoạt và sáng tạo các kỹ thuật khác để tạo nên phong cách riêng của mình.

Chúng ta hãy cùng trải nghiệm với một vài diễn giả nổi tiếng sau:

Thích Nhất Hạnh

Ông không cất cao giọng hô hào hay nói thao thao bất tuyệt, nhưng giọng ông đều đều và tình cảm, mà điểm mạnh nhất của ông là cách dừng – dừng đúng vào những lúc khán giả muốn nghe. Hẳn là ông muốn họ kịp đổi chiều và lắng nghe chính bản thân họ trước khi ông nói tiếp. Bài nhạc hay nhất không phải ở các nốt nhạc mà ở chỗ ngắt nghỉ. Tiếng chuông hay nhất ở chỗ dừng lại để ngân. Ông dùng kỹ thuật ngắt nghỉ để nhấn mạnh ý quan trọng, lôi kéo người nghe vào bài nói của mình và khiến người nghe phải suy nghĩ liên tục.

Anthony Robbins

Ngay khi Robbins xuất hiện, dù chưa cất lời thì khán phòng đã nóng lên bởi mức năng lượng rất cao toát ra từ dáng vẻ và cách đi đứng của ông. Với

quan niệm: vận động tạo ra cảm xúc nên trong mọi bài diễn thuyết, ông đều cho khán giả vận động rất nhiều. Trung bình 20 phút ông cho mọi người đứng lên làm các hoạt động đấm bóp, mát-xa, đánh tay, nhảy theo nhạc... hoặc ngay cả khi phải làm bài tập như viết ước mơ, mục tiêu, kế hoạch... ông cũng cho họ đứng lên để viết. Chính thể chất và tư thế cơ thể sẽ ảnh hưởng đến cảm nhận bên trong!

T.Harv Eker

Có thể gọi ông là một bậc thầy trong kỹ thuật sử dụng cung bậc và cường độ của giọng nói. Có lúc, đang nói với âm lượng bình thường thì ông bỗng gào to để thu hút sự chú ý, có khi làm khán giả giật mình, hoảng hốt. Đó là cách để ông trấn áp người nghe, truyền vào tiềm thức họ, giúp thức tỉnh khi họ đang còn lo lắng, sợ hãi. Đặc biệt, khi cần nhấn mạnh hoặc gây chú ý thì ông lại hạ giọng nhỏ đến mức từng người phải nín thở để lắng nghe. Kỹ thuật này cũng được ông dùng để tạo kịch tính cho phần tiết lộ những nội dung tiếp theo của mình.

Robert Kiyosaki

Là người có khả năng biến những vấn đề phức tạp, những con số khô khan, những ý niệm trừu tượng thành những điều dễ hiểu, có thể nhìn thấy và cảm nhận được. Ông luôn dùng các đồ vật quen thuộc và gần gũi để minh họa ngay trên sân khấu. Để cho thấy mức độ rủi ro cao của một người tham gia đầu tư mà thiếu kiến thức và non kinh nghiệm, ông đưa lên sân khấu ghế trước của taxi và bộ tay lái xe hơi. Rồi ông ngồi sau tay lái đó để phân tích mức độ rủi ro như thế nào của một taxi không có bằng lái, không có chân thắng và không đủ giờ thực hành lái để mọi người hiểu rõ ý niệm đó. Dùng những đồ vật hữu hình để minh họa là cách dễ dàng nhất để người nghe hình dung ra điều mình muốn nói.

John C.Maxwell

Trí tuệ, đó là điểm nổi bật nhất của John C. Maxwell từ phong cách viết sách cho đến các bài trình bày, diễn thuyết. Ông thể hiện sự nhẹ nhàng, hóm hỉnh qua các câu chuyện kể từ chính trải nghiệm của mình, qua đó ông truyền tải những bài học lãnh đạo sâu sắc và thú vị. Ông thường liên tục thay đổi tư thế của mình trên sân khấu: lúc đứng, lúc ngồi, khi thì quỳ một chân, lúc thì bước qua bước lại khiến người nghe phải đảo mắt dõi theo mình.

Brian Tracy

Ba từ để nói về phong cách trình bày của ông là: đơn giản, đơn giản và đơn giản. Ông luôn dùng những từ đơn nghĩa để giúp người nghe xử lý thông tin nhanh, hiểu rõ và ghi nhớ ngay. Khi nghe ông trình bày, trước mặt bạn luôn là một cuốn bài tập để điền vào chỗ trống, để viết các đáp án, để giải bày các suy nghĩ, để viết ra những trăn trở và khát khao,... Đó là cách tương tác để người nghe vận dụng và thực hành những điều ông truyền tải nhằm ghi nhớ và thấm thấu sâu hơn. Qua những bài tập thực hành ngay tại chỗ ấy, ông hướng người nghe đến mức độ cao trong cam kết thực hiện.

Jack Canfield

Lần đầu tiên tham dự chương trình của ông tại Việt Nam năm 2008, tôi vô cùng ấn tượng với các hoạt động trong chương trình. Ông khiến người nghe tham gia chủ động và tích cực vào bài diễn thuyết của mình bằng cách yêu cầu người nghe chia sẻ liên tục với những người xung quanh. Sau đó, ông có những hoạt động tại chỗ để tạo trải nghiệm tức thì cho người nghe như: dùng suy nghĩ cho ngón tay dài ra, dùng khả năng hình dung để di chuyển thân người vượt cột mốc cũ, dùng quà tặng để thúc giục mọi người hành động... Vì vậy, suốt bài trình bày của ông, người nghe không thấy chán và có cảm giác như mình là nhân vật chính trong chương trình.

Allan Pease

Người đàn ông được mệnh danh là Mr. Body Language (Ngài ngôn ngữ cơ thể) với hàng loạt các tác phẩm về tâm lý nam nữ, sự khác biệt giữa hai phái: Tại sao đàn ông thích tình dục và phụ nữ cần tình yêu? Tại sao đàn ông nói, đối đàn bà nói nhiều? Vì sao đàn ông không lắng nghe và đàn bà không xem được bản đồ? Ông sử dụng thể mạnh của mình từ những hiểu biết sâu sắc về hai phái để liên tục gây tiếng cười và sự hài hước trên bục diễn thuyết. Những câu chuyện và hình ảnh mà ông dùng đều xoay quanh những tình huống nực cười liên quan đến những đặc tính và sự khác biệt của đàn ông và phụ nữ. Tôi đã từng ôm bụng cười ngả nghiêng khi ông diễn tả cách mọi người đàn ông trên khắp thế giới đều giống nhau lúc đi vệ sinh: “lia và vãi” khắp nơi để nói lên tính thiếu chính xác của đàn ông.

Robert Allen

Được mệnh danh là người tạo ra các triệu phú, ông nổi danh với những lần chứng minh táo bạo. Ví dụ trong vòng 72 tiếng ông có thể mua 6 bất động sản trị giá hàng triệu đôla mà không có các bậc nào trong túi hay trong vòng 24 giờ ông kiếm được 100 ngàn đôla trên Internet... các chương trình này đều được cánh nhà báo và truyền hình theo sát trực tiếp. Cũng với cách đó, khi diễn thuyết, ông luôn đưa ra những bằng chứng đáng tin cậy, những hình ảnh ẩn tượng và luôn đi sâu vào việc giải thích ngọn nguồn những chia sẻ của mình. Không gào thét hay lên tinh thần như cách truyền lửa của những diễn giả khác nhưng ông thuyết phục người nghe bằng những hình ảnh, câu chuyện và hành động cụ thể của mình.

Ron Kaufman

Là người Mỹ sống ở Singapore, chuyên về mảng đề tài Dịch vụ khách hàng. Ông luôn có những buổi trình bày rực lửa bởi thể mạnh về ngôn ngữ cơ thể, khả năng diễn xuất và nhại giọng cực siêu (nói tiếng Anh theo giọng Singlish, giọng Pháp...) Ngoài ra, ông sử dụng từ ngữ rất linh hoạt để diễn tả và hướng dẫn người nghe thể hiện theo sự hướng dẫn của ông. Khi nói,

ông thường kèm theo các động tác, ví dụ bóp mũi để đổi tông hay để nâng cao và hạ thấp giọng... Ông không đứng yên một chỗ mà luôn di chuyển để hóa thân, nhập vai và diễn xuất trong suốt bài trình bày của mình. Những buổi trình diễn của ông luôn dạt dào cảm xúc và đầy tiếng cười, mang lại cho người nghe sự vui vẻ và hưng phấn.

Leo Buscaglia

Ông chuyên về đề tài tình yêu. Các bài nói chuyện về tình yêu của ông luôn đầy tính nhân văn, dạt dào và tha thiết, thậm chí có lúc ông van nài mọi người hãy sống và thể hiện tình yêu vì yêu chính là sống. Ông sử dụng rất nhiều câu chuyện đơn giản nhưng rất sâu sắc để minh họa cho đời sống tinh thần, bài học làm người. Điểm đặc biệt nhất là ông luôn đứng sau bục diễn thuyết nhưng bạn sẽ không hề thấy ông nghiêm trọng và cứng nhắc bởi ông giọng nói của ông cực kỳ biến hóa: trầm - bổng - to - nhỏ - nhanh - chậm – lên – xuống và đặc biệt là lúc nào cũng tràn lửa. Khi nghe ông nói, chắc chắn một điều là bạn sẽ phải dán chặt mắt vào ông và từ đó bạn sẽ cảm nhận được một trí tuệ và tình yêu sâu sắc toát ra.

Đó là một vài diễn giả đại diện cho từng phong cách khác nhau để bạn tham khảo và tìm ra thế mạnh của chính mình. Bạn nên tham dự trực tiếp những chương trình diễn thuyết của nhiều diễn giả hoặc xem DVD và chọn ra những kỹ năng và điểm mạnh nào ở họ mà bạn có thể áp dụng để rèn luyện. Dần dần bạn sẽ tạo được phong cách riêng cho chính mình. Muốn trở thành người giỏi nhất, hãy học từ những người giỏi nhất!

Tôi đã từng được hỏi rất nhiều về những bí quyết để thành công trong các bài trình bày và diễn thuyết của mình. Sau đây, tôi chia sẻ lại một bài phỏng vấn mà tôi đã nhiều lần trả lời cho những học viên và khán giả của mình.

Vì sao anh có thể tự tin và thể hiện rất tự nhiên, thoải mái trước đám đông như thế?

Dù tôi trình bày trước 1, 100, 1.000 người hay

10.000 người đi nữa thì tôi vẫn tự nhủ đó là một buổi trình bày 1 với 1.

Quan trọng nhất là tôi tập trung vào bản thân và nội dung mình trình bày rồi thể hiện nó theo cách tự nhiên nhất. Mỗi khi mất bình tĩnh hoặc tạm thời bị bên ngoài lấn át, thậm chí là bị đè bẹp bởi năng lượng không mấy tích cực của khán giả, tôi không để ý bên ngoài nữa mà tập trung vào hơi thở của mình để tìm lại khả năng kiểm soát và làm chủ bản thân. Khi bạn làm chủ bản thân và thể hiện đúng con người của mình thì bạn có sức mạnh và sự cuốn hút.

Khi tôi sử dụng ngôn ngữ cơ thể và giọng nói để gia tăng sinh động cho bài trình bày, tôi đặt mình vào từng tình huống đó để có những cảm xúc rất thật. Khi có cảm xúc rồi thì mọi thứ cứ tự nhiên tuôn chảy mà không cần phải cố gắng hay gượng ép gì cả.

Vì sao nói trước hàng ngàn người mà anh vẫn tạo được cảm giác thân thiện và gần gũi?

Khi nói với đông người, tôi luôn dành ít nhất là 5 phút để ghi nhận, khen ngợi, cảm ơn mọi người với nhiều lý do khác nhau: họ đã dành thời gian đến đây, họ đã cho tôi cơ hội được chia sẻ với họ, họ là những người cầu tiến và sẵn sàng học hỏi để không ngừng phát triển... Tôi cũng không quên vận dụng sức mạnh của nụ cười ngay khi bước ra sân khấu. Chỉ với nụ cười thôi, bạn có thể kết nối được với khán giả ngay lập tức.

Trong suốt bài trình bày, tôi thường sử dụng nghệ thuật kể chuyện, đó là cách truyền tải thông điệp an toàn và hiệu quả nhất bởi không ai phòng thủ hay dè dặt trước một câu chuyện cả. Một khi họ mở lòng ra để đón nhận câu chuyện thì những điều cần chuyển tải cũng theo đó mà nhẹ nhàng len lỏi vào và đánh động họ.

Bên cạnh đó, tôi luôn đảm bảo rằng ngôn ngữ cơ thể của mình phải mở: bàn tay thường xuyên mở ra, không ngại bước xuống gần khán giả, hơi chồm người về phía trước khi lắng nghe một ai đó phát biểu...

Đó là cách để người nghe đọc được thái độ sẵn sàng chia sẻ và sẵn sàng đón nhận của tôi. Ngoài ra, tôi liên tục di chuyển mắt đến mọi góc khán phòng và dừng lại ở từng người vừa đủ để không ai trong họ có cảm giác bị tôi bỏ sót.

Anh lấy đâu ra những câu chuyện rất thực, thú vị và phù hợp với nội

dung đến vậy?

Đôi khi, một câu chuyện hay không phải chỉ bởi các tình tiết của nó, mà yếu tố quyết định còn nằm ở cách bạn kể, cảm xúc của bạn, những cảm nhận và bài học bạn rút ra từ câu chuyện đó và nhất định nó phải phù hợp bối cảnh và minh họa rõ nhất điều bạn muốn nói.

Các câu chuyện mà tôi kể trong các chương trình diễn thuyết đều được chuẩn bị trước để phù hợp với nội dung chuyển tải và thông điệp nhấn gửi. Thông thường thì tôi sử dụng các câu chuyện của cá nhân

– là những chuyện chính tôi trải qua – nên tôi có rất nhiều cảm xúc. Còn nếu sử dụng những câu chuyện của người khác thì điều bắt buộc là tôi phải trải nghiệm cảm xúc của chính mình với chúng trước đã, bởi chỉ khi bản thân có cảm xúc, tôi mới truyền tải được cảm xúc ấy cho người nghe từ câu chuyện mình kể.

Cách để tôi kể chuyện thú vị và sống động đó là tôi tưởng tượng câu chuyện đang diễn ra ngay trước mắt mình, mọi thứ vẫn đang còn “nóng hổi”, và tôi dùng ngôn ngữ cơ thể hỗ trợ, dùng giọng nói minh họa cho người nghe cảm thấy câu chuyện như đang diễn ra trước mắt họ vậy.

Vì sao anh có thể dùng từ ngữ một cách chính xác và sống động như vậy?

Tôi thường xuyên đọc sách, đặc biệt là những cuốn sách có cách dùng từ thú vị hoặc một số tác giả được xem là “phù thủy” của ngôn từ để có thể mở rộng vốn từ của mình và linh hoạt trong việc diễn đạt các ý muốn chuyển tải. Đặc biệt, tôi cũng chú trọng đến cách sử dụng các thành ngữ, tục ngữ và hiểu rõ ý nghĩa của chúng để đưa vào trong những bối cảnh phù hợp với bài nói chuyện của mình. Tuy nhiên, một nguyên tắc quan trọng của diễn giả là phải nói sao cho người nghe hiểu, nói bằng ngôn ngữ của người nghe, ngang trình độ với người nghe; để đơn giản hơn, bạn chỉ cần ghi nhớ lời khuyên sau đây: “Nói sao cho thẳng ngốc cũng hiểu” là bạn sẽ trở thành người thuyết trình giỏi.

Làm thế nào mà anh có thể sắp xếp các chủ đề, chủ điểm một cách rõ ràng và theo trình tự logic?

Bất kể chương trình diễn thuyết kéo dài một ngày, một giờ hay năm phút

thì tôi cũng lập đề cương dàn ý rõ ràng và chọn một cách kết hợp theo trật tự logic, ví dụ như nhân – quả, vấn đề – giải pháp, trước – sau về thời gian, xa - gần về không gian, từ khái quát đến cụ thể,... Ngay cả khi trình bày một bài nói chuyện ứng khẩu mà không được chuẩn bị trước, các ý cũng ngay lập tức được sắp xếp trong đầu tôi theo một trong những trật tự kết hợp trên, nhờ đó mà mọi ý tứ và lập luận của tôi được chặt chẽ, thuyết phục và chinh phục được lý trí của người nghe.

Làm sao để có thể tạo được lửa cho khán phòng và truyền được cảm hứng bất tận cho người nghe?

Muốn truyền lửa phải có lửa: lửa với khán giả, lửa với đề tài mình trình bày và lửa ngay trong bản thân. Bạn phải yêu thích đề tài mình trình bày và có cảm xúc thật với những điều bạn nói, bạn phải là người không ngừng theo đuổi những điều đó trong đời... Nhưng tình yêu lớn hơn giúp bạn có nhiệt huyết cháy bỏng đó là tình yêu với người nghe: thật tâm mong muốn tạo ra những giá trị, mang lại những điều tốt đẹp, chia sẻ những thông tin quý giá cho họ thì năng lượng sẽ truyền từ bạn sang người nghe một cách tự nhiên như dòng chảy đã được khơi thông.

Ngoài ra, bạn phải biết cách duy trì năng lượng bản thân từ sức khỏe thể chất cho đến trạng thái hưng phấn tinh thần. Một khi bạn xuất hiện trong trạng thái dồi dào năng lượng (cần phân biệt dồi dào năng lượng với hưng hực – là trạng thái dư năng lượng không kiểm soát được, mà bạn không cần phải hưng hực như thế), khán giả sẽ nhận lửa từ bạn và lan truyền lửa ấy đến những người khác quanh họ, sau đó, năng lượng của toàn thể khán giả sẽ được nâng lên cao và chính họ sẽ truyền năng lượng mạnh mẽ và tuyệt vời ấy ngược lại cho bạn. Với sự hợp tác đó, diễn giả và người nghe cùng nhau duy trì sự hưng phấn và lửa nhiệt tình suốt bài trình bày.

NGUYỄN ĐỨC NHẬT

Nguyễn Đức Nhật hiện đang làm việc tại People Focus, Công ty chuyên cung cấp các dịch vụ Đào tạo và

Tư vấn nhân sự, với vai trò Giám đốc Phát triển Giải pháp huấn luyện

trong lĩnh vực Truyền thông và

Phát triển nội tâm dành cho cá nhân và tổ chức.

Ngoài kinh nghiệm thực tế trong lĩnh vực tổ chức sự kiện, nhân sự, tư vấn và đào tạo, anh còn tự trau dồi qua các khóa huấn luyện trong nước và quốc tế tại Đông Nam Á, Ấn Độ, Úc và châu Âu. Từ năm

2010, anh chính thức bước vào công việc Trainer chuyên nghiệp với hoài bão giúp người Việt Nam thành công và hạnh phúc hơn thông qua truyền thông hiệu quả và nhận thức bản thân.

Ngoài công việc chuyên môn, anh còn thiết kế nội dung và điều phối dự án cộng đồng South East Asia

Life Matters Course - một chương trình đào tạo quốc tế kéo dài 10 ngày về Phát triển bản thân tại

Đông Nam Á được tổ chức hàng năm.

CHƯƠNG 15

SỬ DỤNG CÔNG CỤ ĐA PHƯƠNG TIỆN

TÁC GIẢ: NGUYỄN ĐỨC NHẬT

Tôi đã quan sát nhiều diễn giả thuộc đủ mọi lĩnh vực, đẳng cấp, quốc tịch khác nhau và nhận thấy những người này đều có một điểm chung: đa số họ đều có vẻ như chẳng mấy coi trọng các công cụ hỗ trợ phần nhìn, đặc biệt là các hình ảnh minh họa ý tưởng. Trong số ấy, có những con người có kiến thức rất sâu rộng, có khả năng hùng biện tuyệt vời, nhưng phần minh họa của họ qua các công cụ hình ảnh, cụ thể là các slide họ tổ chức trên phần mềm trình chiếu Powerpoint đôi khi lại phản tác dụng, gây chán nản và làm giảm bớt sức thuyết phục cho nội dung thông điệp các diễn giả ấy trình bày.

Các bậc thầy như Steve Jobs, Al Gore, Garr Reynolds,... hiểu rất rõ điều này. Bằng khả năng diễn thuyết đại tài, kết hợp với những hình ảnh minh họa đầy ấn tượng, họ đã biến những buổi thuyết trình thành những màn trình diễn tuyệt vời. Thiên hạ “phát cuồng” vì iPhone ngay sau buổi giới thiệu và tôi dám cá phần trình chiếu của “thầy phù thủy” Steve Jobs đóng vai trò không hề nhỏ trong hiệu ứng này.

Như thế, trong thời hiện đại, các công cụ hỗ trợ phần nhìn đóng một vai trò rất quan trọng trong đời sống nói chung và trong các buổi thuyết trình nói riêng. Với sự lên ngôi của công nghệ phục vụ nghe nhìn hiện đại, việc sử dụng nhuần nhuyễn những công cụ trình chiếu để phục vụ cho các buổi thuyết trình đã không còn là một thứ “có thì tốt” mà đã bắt đầu giữ vai trò cốt yếu.

Chương sách này sẽ hỗ trợ bạn những kỹ thuật cần thiết giúp bạn có thể nắm rõ và thành thạo vận dụng để làm chủ các công cụ đa phương tiện

trong thuyết trình, từ việc sáng tạo và sử dụng Slide, đến các đoạn phim, đoạn nhạc minh họa nhằm tạo ra bầu khí sinh động, thu hút và làm cho khán giả dễ dàng tập trung nắm bắt những thông điệp chính yếu bạn trình bày ra trong buổi thuyết trình. Nào hãy cùng “lướt” qua các nội dung chính:

Các nguyên tắc khi dùng các công cụ hỗ trợ phần nhìn;

Một số nguyên tắc vàng để thiết kế các slide

Powerpoint;

12+ bí quyết giúp tận dụng hiệu quả công cụ đa phương tiện;

Công cụ đa phương tiện hỗ trợ chứ không làm lu mờ bạn.

Các nguyên tắc khi dùng công cụ hỗ trợ phần nhìn

Bạn phải biết cách dùng các công cụ hỗ trợ phần nhìn sao cho có hiệu quả nhất, nếu không, bạn sẽ chỉ làm “xấu mặt” mình trước người nghe. Bạn cần phải có kế hoạch chi tiết, sự kiên trì và luyện tập để đảm bảo công cụ bạn dùng sẽ phục vụ tối đa thay vì “triệt hạ” bài thuyết trình của bạn.

Nghiên cứu địa điểm thuyết trình

Trước khi chọn phương tiện hỗ trợ phần nhìn, bạn hãy phân tích khán phòng để xem có những gì hạn chế gây bất lợi cho việc dùng nó trong buổi thuyết trình hay không. Hãy tự đặt cho mình các câu hỏi sau đây:

“Khán phòng này rộng bao nhiêu?”

“Các thiết bị điện tử, màn hình chiếu và đèn chiếu sáng như thế nào?”

“Hệ thống âm thanh, ánh sáng trong khán phòng có gì trục trặc không?”

“Có thứ gì trong khán phòng làm cản trở tầm nhìn (cột, tường, đèn treo...) của khán giả hay không?”

“Tôi sẽ đứng trên sân khấu cao, tách biệt với khán giả?”

Bạn không thể chọn hay sử dụng phương tiện hỗ trợ phần nhìn thích hợp nếu không khảo sát rõ để có đầy đủ thông tin cần thiết về địa điểm sẽ tiến hành buổi thuyết trình. Vì thế, để khỏi phải gặp những tình huống bất ngờ, dở khóc dở cười, liên quan đến việc dùng các công cụ hình ảnh trong buổi thuyết trình, bạn cần nghiên cứu địa điểm thuyết trình để có quyết định phù hợp.

Làm sao để ai cũng thấy rõ hình ảnh hỗ trợ

Rất nhiều diễn giả hay chủ quan để rồi phạm phải nguyên tắc này. Không thiếu diễn giả đưa vào công cụ hỗ trợ phần nhìn – chẳng hạn, các slide trình chiếu – một mê cung những từ ngữ khó hiểu, những ý tưởng lộn xộn hay những biểu đồ minh họa rối rắm với chi chít những ghi chú chẳng ai đọc được.

Bạn làm cách nào để các slide trình chiếu rõ ràng để khán giả ngồi ở mọi góc khán phòng BÍ QUYẾT

TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA đều nhìn thấy. Người ta sẽ không muốn mất thì giờ phải ngồi chăm chú đọc cho ra những chi tiết hay hình ảnh bé xíu bạn trình chiếu. Họ sẽ thấy chán và chuyển mỗi quan tâm sang chuyện khác, không còn để ý gì đến thông điệp bạn đang hô hào nữa.

Lựa chọn và sắp xếp hình ảnh

Việc lựa chọn hình ảnh cầu thả, sắp xếp chúng không theo trật tự nào sẽ làm hỏng buổi thuyết trình.

Trừ khi bạn nhắm tới việc giải trí và làm trò vui (chẳng hạn bạn đang thuyết trình cho các em học sinh lớp hai chẳng hạn), còn không thì cần phải tránh những hình ảnh vẽ tay vụng về, cắt ghép không chuyên nghiệp, những đoạn video tự quay với chất lượng kém. Các công cụ hỗ trợ phần nhìn sẽ làm phiền khán giả rất nhiều nếu bạn dùng chúng thiếu chuyên nghiệp.

Dùng màu sắc tươi sáng, hài hòa

Hãy khéo léo thêm vào một chút màu sắc cho phần hình ảnh minh họa của bạn. Tiếp xúc nhiều với những gì xuất hiện trên truyền hình, phim ảnh và Internet, khán giả ngày nay quen với những màu sắc tươi sáng, những hình ảnh gây ấn tượng mạnh, cho nên những hình ảnh nhạt nhòa, trắng đen, thiếu sắc màu sôi động thường làm cho họ cảm thấy đơn điệu, tẻ nhạt.

Hãy dùng màu sắc để nhấn mạnh những điểm chính cần trình bày, để làm cho khán giả tập trung theo dõi. Tuy nhiên, đừng quá lạm dụng màu sắc, vì các slide có quá nhiều màu sẽ làm rối phần nhìn của khán giả. Nên chọn hai hoặc ba màu và cần tránh những màu sắc quá lòe loẹt hay hình ảnh có nhiều bóng đổ khiến cho việc theo dõi từ xa khó khăn hơn.

Thiết kế theo chiều ngang

Trong hầu hết trường hợp, bạn nên thiết kế phần hình ảnh hỗ trợ theo cách nào đó để người nghe có thể xem nó từ trái qua phải. Tại sao? Bởi khán giả quen với việc đọc theo cách đó, tức là theo chiều ngang từ trái qua, chứ không phải theo đường chéo hay chiều dọc. Đừng làm họ mất phương hướng.

Chọn những phong chữ đơn giản, rõ nét

Những phong chữ phức tạp, ngoằn ngoèo theo kiểu thư pháp, không thích hợp để đưa vào phần trình chiếu. Bên cạnh đó, nếu dùng quá nhiều phong chữ, kiểu chữ khác nhau, bạn sẽ làm rối mắt người xem.

Tốt nhất, bạn nên dùng các kiểu chữ đơn giản mà rõ nét như Arial, Verdana, Times New Roman. Những phong chữ này nhìn có vẻ ít sinh động bay bướm, nhưng trong thế giới công cụ hỗ trợ phần nhìn, yếu tố dễ nhìn dễ đọc lại quan trọng hơn sự hoa mỹ, cầu kỳ. Bạn đừng bao giờ dùng quá hai kiểu chữ trong một phần trình bày trình chiếu.

Cỡ chữ bạn chọn sẽ tùy thuộc vào số lượng khán giả tham dự. Theo quy cách chung, bạn nên dùng cỡ chữ 36 cho các tựa đề, cỡ chữ 30 cho các tiêu đề hay tựa đề phụ, còn trong phần văn bản nội dung, cỡ chữ không được nhỏ hơn 24.

Làm nổi bật ý chính

Hãy làm nổi bật các ý tưởng chính trong slide trình chiếu. Đôi khi có thể bạn nghĩ: “Tôi biết ý nào là chính, không cần phải làm nổi bật cũng có thể nhớ để nói.” Bạn nhớ ý chính là một chuyện, nhưng có chuyện khác cũng quan trọng là việc khán giả cũng cần nhìn để thấy được ý chính bạn muốn trình bày. Nếu không làm bật được các ý chính trình bày trên slide để khán giả tiện theo dõi, thì tốt nhất bạn nên nói mà không cần dùng đến công cụ hỗ trợ phần nhìn.

Bên cạnh đó, bạn cũng không nên ghi ra mọi thông tin chi tiết trong slide vì có nguy cơ là khán giả sẽ ngồi đọc những gì bạn viết hơn là nghe bạn nói. Thành thử, bạn cần dùng các slide để hướng dẫn khán giả nắm được những điểm chính trong thông điệp bạn trình bày. Khi tạo ra một slide, bạn hãy tự hỏi mình: “Với một lượng từ ngữ và hình ảnh ít nhất, làm thế nào để diễn tả điều tôi muốn? Tôi muốn người nghe phải ghi nhớ những điều gì?”

Nếu thông tin nào không quan trọng, bạn phải loại chúng ra. Phải tạo ra các slide thật cô đọng và rõ ràng.

Sử dụng các ký hiệu

Bạn cần dùng các ký hiệu, các con số hay các dấu hiệu để phân biệt ý này với ý kia, giúp khán giả dễ theo dõi và dễ nắm bắt. Trong mỗi slide, bạn nên dùng từ bốn đến năm ký hiệu đầu dòng, không nên dùng quá nhiều vì khán giả sẽ rối mắt. Ngoài ra, số dòng cho mỗi ý tưởng được gạch đầu hàng cũng nên vừa phải, càng ít càng tốt, tối đa là bốn dòng, không được hơn. Ý tưởng bạn ghi ra trong các slide không cần phải là những câu hoàn chỉnh, mà có thể là những cụm từ quan trọng xoay quanh ý chính cần trình bày.

Hãy tổ chức và sắp xếp các thông tin muốn đưa vào các slide theo một trật tự hợp lý nhất, có trước có sau, để khán giả dễ theo dõi và dễ hiểu.

Tạo sự hồi hộp, chờ đợi

Hãy coi mình là một bậc thầy kể chuyện hay một ảo thuật gia. Hãy dùng công cụ hỗ trợ phần nhìn để gây ngạc nhiên và thích thú cho khán giả. Để tạo ra cho khán giả cảm giác hồi hộp chờ đợi, bạn phải biết cách sắp đặt, cẩn thận chọn thời điểm và cách thức để tiết lộ thông tin. Tại sao?

Nếu bạn lập tức nói hết mọi ý tưởng và nội dung xoay quanh thông điệp trình bày, người nghe sẽ biết chính xác những gì bạn định nói và như thế họ sẽ ít quan tâm vào bài thuyết trình của bạn. Cho nên, để tạo cho khán giả cảm giác không biết điều gì hay ho sẽ đến, không biết ý tưởng tiếp theo là gì, thì nói tới đâu bạn mới cho hiện ra trên slide ý tưởng đang nói.

Đọc và sửa nội dung

Nội dung bạn soạn ra trong các slide không phải là không có lúc mắc phải lỗi này lỗi kia. Nếu không cẩn thận rà soát lại, đọc và sửa kỹ những gì đã đưa vào trong các slide trình chiếu, thì trong lúc thuyết trình, chính những lỗi sai không đáng có ấy sẽ ít nhiều làm mất đi hình ảnh chuyên nghiệp của bạn trong lòng khán giả.

Không nên sử dụng quá nhiều công cụ hỗ trợ phần nhìn

Đôi khi có nhiều diễn giả làm như thể mình là các ông chủ rạp xiếc khi “dội bom” khán giả BÍ

QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA bằng những màn trình

diễn liên tục dùng hết công cụ hỗ trợ phần nhìn này đến công cụ hỗ trợ phần nhìn khác – từ các slide Powerpoint, đến các đoạn phim, đoạn nhạc, rồi cả các biểu đồ, hình họa,...

Lạm dụng quá nhiều công cụ hỗ trợ phần nhìn, bạn sẽ làm cho buổi thuyết trình của mình rối rắm và làm giảm hiệu quả của các công cụ đó. Bạn chỉ nên chọn một hoặc hai công cụ để dùng trong buổi thuyết trình. Nên nhớ rằng bạn là chuyên gia nói chứ không phải chuyên gia hình ảnh, âm thanh. Còn nếu chỉ muốn sử dụng các công cụ hay phương tiện hỗ trợ phần nhìn vào buổi thuyết trình, thì bạn nên tạm bỏ nghề diễn giả, tham gia một đoàn diễn xiếc và tha hồ tung hứng.

Luyện tập cách trình chiếu slide

Bạn phải thành thạo việc sử dụng các công cụ hỗ trợ phần nhìn trước khi tiến hành buổi thuyết trình. Hãy dành thì giờ để tập đi dượt lại những gì bạn sẽ nói với các slide hay đoạn phim minh họa bạn sẽ chiếu. Trong lúc tập, bạn cần để ý canh thời gian, hình dung nơi bạn sẽ đứng nói và cách bạn sẽ trình chiếu các hình ảnh cùng các thứ minh họa khác. Hãy tập cả cách mở đoạn phim, cách chuyển slide, cách bật nhạc,... Nếu có thể, bạn nên luyện tập cách dùng công cụ hỗ trợ thật kỹ. Như thế, bạn sẽ gia tăng sự tự tin khi nói chính thức.

Tập trung vào người nghe

Đôi khi có những diễn giả quá mải mê tập trung vào các công cụ hỗ trợ phần nhìn mà quên mất chuyện phải hướng về khán giả. Nhiều người đứng xoay lưng khỏi khán giả và chăm chú đọc những gì mình soạn ra trong các slide.

Bạn phải lưu ý để luôn tập trung hướng về khán giả. Nếu bạn chỉ biết dồn tập trung vào chúng mà bỏ lơ khán giả, thì họ cũng sẽ bỏ lơ bạn và phần thuyết trình của bạn. Điều bạn cần coi trọng là khán giả, không phải các công cụ kia. Bạn không cần phải thuyết phục, trình bày hay khơi gợi hứng khởi tinh thần cho các công cụ ấy, bởi xét cho cùng thì chúng cũng chỉ là những phương tiện hỗ trợ mà thôi.

Đứng về phía bên trái

Trong khi thuyết trình, bạn nên đứng về phía bên trái màn hình trình

chiếu (xét từ phía khán giả nhìn lên) và hướng người trực diện về phía khán giả. Đừng bao giờ đứng quay lưng về phía họ, kéo họ nghĩ bạn không coi họ ra gì; cũng đừng đứng về phía bên phải màn hình trình chiếu (xét từ phía khán giả nhìn lên) rồi dùng tay trái mà chỉ trỏ vào slide.

Để khán giả có thời gian nghiên cứu các slide của bạn

Đừng bao giờ bật các slide lên rồi liên tục nói từ ý này sang ý kia. Hãy để ý quan sát khán giả BÍ

QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA trước khi chuyển slide. Bạn cần để họ có chút ít thì giờ để xem lại một lượt và tiêu hóa các thông tin hay ý chính bạn đưa ra trên slide. Cần theo dõi khán giả để nếu cần bạn có thể điều chỉnh lại tốc độ nói của mình cho phù hợp.

Một số nguyên tắc vàng để thiết kế các slide Powerpoint

Lên bản vẽ rồi mới xây nhà

Trước khi soạn ra các slide trình chiếu, bạn phải dành thì giờ suy nghĩ về bố cục phần trình bày của bạn. Để biết cách chuẩn bị và xây dựng các slide thuyết trình, bạn hãy dựa theo quy trình sản xuất phim:

Xây dựng kịch bản: Bạn phải lên trước những nội dung, thông điệp, các ý tưởng chính cần đưa vào các slide. Tiếp đó bạn tổ chức phân chia nội dung trình bày thành các phần lớn nhỏ, sắp xếp theo một trật tự hợp lý dựa vào bố cục bài thuyết trình bạn đã soạn. Nói chung, ở khâu này, bạn cần xây dựng một dàn bài tổng quát về những gì muốn đưa vào trong các slide của mình.

Chuẩn bị phim trường: tiếp đến, bạn mở phần mềm Powerpoint lên, gõ tất cả nội dung vào các slide theo bố cục đã vạch ra. Ở khâu này, bạn có thể bắt đầu tìm những thiết kế giao diện mẫu (template) phù hợp với phong cách của bài thuyết trình.

Chọn diễn viên: giờ là lúc bạn tìm và chọn ra các hình ảnh minh họa phù hợp cho bài trình bày của mình.

Quay phim: sắp xếp, kết hợp hình ảnh và nội dung sao cho hợp lý nhất.

Hậu kỳ: thêm vào các hiệu ứng, điều chỉnh các lỗi lặt vặt như đánh máy

sai, rà soát lại nội dung để xem còn có gì thiếu sót để bổ sung và có gì thừa cần loại bỏ.

Sản xuất: duyệt lại lần cuối, và dành nhiều thì giờ tập dượt bài thuyết trình với các slide đã soạn.

Đồng bộ tạo nên sự chuyên nghiệp

Trong khi soạn các slide, bạn phải để ý tạo ra sự thống nhất và đồng bộ cho toàn bộ file trình chiếu của mình. Hãy thiết lập một tiêu chuẩn chung cho việc thiết kế các slide: giao diện, bố cục, phong chữ, cỡ chữ, hiệu ứng,... Đừng tùy hứng để rồi có chỗ thì dùng phong chữ này, có chỗ lại dùng phong chữ khác, không theo một quy cách nhất định nào. Các slide không thống nhất về quy cách thiết kế như thế sẽ làm cho khán giả thấy rõ và đánh giá sự thiếu chuyên nghiệp của bạn, và điều này sẽ làm suy giảm đáng kể sức mạnh của công cụ hỗ trợ phần nhìn và ít nhiều làm hỏng mất giá trị của bài thuyết trình.

Đây là vài lưu ý bạn cần ghi nhớ để tạo được tính chất đồng bộ cho các thiết kế slide của mình:

Chỉ áp dụng mẫu giao diện chung nhất cho toàn bộ các slide;

Luôn sử dụng mẫu thiết kế chuẩn của công ty;

Hạn chế việc sử dụng nhiều hơn hai phong chữ;

Thống nhất về kích cỡ chữ, màu chữ;

Tận dụng các chuẩn bố cục (layout) trong bố trí nội dung, không tùy tiện đặt các hộp văn bản (textbox) một cách thủ công;

Lựa chọn các hình ảnh cùng một phong cách.

Ví dụ: ảnh chụp, hình 3D, hoạt họa...

Đơn giản là tinh tế

Nhiều học viên của tôi khi thiết kế các slide thường loay hoay hàng giờ cố tìm cho mình một thiết kế thật “độc” hay vắt óc tạo những hiệu ứng (animation) không “đụng hàng”. Tuy nhiên, họ quên mất một điều: trong đa số trường hợp, một bộ phim quá lạm dụng các kỹ xảo sẽ làm loãng đi nội dung phim và khiến người xem khó nắm bắt thông điệp.

Hãy loại bỏ các thiết kế kiểu cách, các chi tiết thừa (ngày tháng, tiêu đề phụ, số trang,...) bởi càng đơn giản bao nhiêu, thông điệp cốt lõi bạn trình

bày sẽ càng nổi bật lên bấy nhiêu.

Ít hơn là nhiều hơn

Tôi (và chắc hẳn không ít người trong số các bạn) từng “chịu trận” với những bài thuyết trình có quá nhiều slide, chỉ chút chữ, cùng những hình ảnh chất lượng. Có một số diễn giả khác thì suốt cả buổi chẳng hề “đa động” đến các slide đã soạn, rốt cục Powerpoint chỉ để trưng bày: “cứ lắng nghe tôi, toàn bộ slide sẽ gửi cho các bạn sau.”

Một số lời khuyên để không bỏ phí bài Powerpoint:

Hãy quên đi nguyên tắc 6x6x6 nếu bạn từng học. Hãy cô đọng một ý trong một slide;

Các thông tin chi tiết hãy đưa vào trong tài liệu phát cho khán giả thay vì nhồi nhét vào slide;

Tương tự, chỉ nên có một hình ảnh trên mỗi slide;

Trường hợp phải đưa nhiều hình ảnh cùng lúc, hãy sắp xếp một cách có trật tự;

Đừng ngần ngại xóa bớt các slide mà bạn thừa biết mình sẽ chẳng có gì để nói về chúng ngoài việc chỉ để trang trí.

Dùng hình ảnh thay thế từ ngữ mọi lúc có thể

Hình ảnh luôn là một công cụ vô cùng mạnh mẽ trong truyền thông. Trong thuyết trình với Powerpoint, khán giả sẽ tiếp nhận thông tin nhiều hơn, dễ dàng hơn và nhanh chóng hơn (so với việc đọc chữ trên màn hình) chỉ qua một hình ảnh. Một hình ảnh có thể nói thay hàng trăm lời nói. Hơn thế nữa, nếu người nghe càng ít đọc, họ càng dễ chăm chú lắng nghe bạn nói nhiều hơn.

12+ bí quyết giúp tận dụng hiệu quả công cụ đa phương tiện

4 chiêu sử dụng hình ảnh

1. Linh hoạt sử dụng các từ khóa tìm kiếm

Các công cụ tìm kiếm trên Internet như Google có chức năng gợi ý những từ khóa tương tự từ bạn muốn tìm.

*Lưu ý: Hiện tại, đại đa số các hình ảnh kỹ thuật số trên Internet đều lấy

nguồn từ nước ngoài. Vì vậy với các từ khóa bằng tiếng Anh bạn sẽ có xác suất cao hơn nhiều để tiếp cận các hình ảnh đa dạng.

Chẳng hạn để tìm kiếm hình ảnh cho khái niệm “lãnh đạo” chúng ta có thể sử dụng các từ khóa: leader, leading, leadership, different, help people, volunteer, teamwork, integrity, vision,...

2. Luôn sử dụng ảnh chất lượng cao

Chắc hẳn bạn từng bắt gặp trong một bài thuyết trình nào đó một vài hình ảnh như bị “vỡ”. Đó là do độ phân giải của ảnh nhỏ hơn nhiều so với chất lượng hiển thị của các màn hình máy tính và máy chiếu (hiện phổ biến ở kích thước 1024x768). Hãy ưu tiên lựa chọn các hình ảnh có độ phân giải lớn hơn để đạt hiệu quả trình chiếu tốt nhất.

3. Quý hồ tinh bất quý hồ đa

Một nội dung sâu sắc kết hợp với hình ảnh phù hợp sẽ tạo nên ấn tượng vô cùng mạnh mẽ cho người xem. Như nguyên tắc tôi đã trình bày phần trên, điều gì càng đơn giản thì càng dễ phát huy hiệu quả. Một hình ảnh thật “đắt” có giá trị gấp nhiều lần so với nhiều hình nhưng chỉ ở mức “thường thường bậc trung”.

4. Phóng lớn hết màn hình

Thay vì sử dụng hình ảnh như một “vai phụ” để minh họa bằng cách đặt ảnh nhỏ bên cạnh chú thích, hãy cân nhắc dùng hình ảnh lớn hơn có kích thước toàn màn hình.

4 chiêu dùng phim ảnh trong thuyết trình

1. Xem phim để học

Có rất nhiều bộ phim chứa đựng những thông điệp, những bài học nhân văn về cuộc sống. Hãy đặt mình vào bối cảnh câu chuyện, liên tưởng thực tế và chiêm nghiệm những giá trị rút ra từ bất kỳ bộ phim nào mình xem. Lập cho mình một danh sách các bộ phim hay hoặc tham vấn từ bạn bè.

2. Ghi nhận cảm xúc

Trong các bộ phim đều có những đoạn cao trào hoặc lắng đọng, những giây phút “đánh động” cảm xúc của người xem. Bạn cần phải là người “cảm” trước khi truyền đạt lại cho người khác.

3. Cắt vừa đủ miếng bánh ngon

Phim ảnh minh họa trong thuyết trình không nên dài quá 10 phút, lý tưởng là trong khoảng 3 – 5 phút. Vì vậy, bạn nên tuyển chọn cắt các phần clip có ý nghĩa từ những đoạn phim dài để thuận tiện cho việc trình chiếu. Các phần mềm miễn phí để cắt ghép phim ảnh hiện nay có rất nhiều trên

Internet và rất dễ sử dụng. Đơn cử bạn có thể sử dụng ngay phần mềm Movie Maker có sẵn trong mọi máy tính cài Windows.

4. Dẫn dắt và đúc kết

Bạn cần luôn luôn cân nhắc lựa chọn đoạn phim nào để minh họa một nội dung nào đó cũng như chọn thời điểm phù hợp. Trước khi chiếu hãy dẫn dắt bối cảnh của đoạn phim và có thể đặt một câu hỏi gợi mở cho người xem – ví dụ: “chúng ta đã bàn về tình cảm gia đình, vậy hãy xem nhân vật trong đoạn phim bày tỏ tình yêu của mình như thế nào đối với người con.”

Sau khi kết thúc, hãy dành khoảng 30 giây cho khán giả “lắng đọng”, sau đó hãy đúc kết lại thông điệp rút ra từ bộ phim – và đương nhiên, liên kết chúng với nội dung bài thuyết trình của bạn.

4 bí mật khai thác âm nhạc hiệu quả

1. Nghe các thể loại khác nhau

Một bài thuyết trình thành công cần khơi gợi được cảm xúc của người nghe và âm nhạc là công cụ hữu hiệu để thay đổi tâm trạng con người và bầu không khí xung quanh. Hãy dành thời gian nghe thử các dòng nhạc khác nhau và tác động mà chúng mang lại. Hãy sưu tập chúng để sử dụng sau này.

2. Quan sát các sự kiện

Các sự kiện, game show, hội nghị là những ví dụ điển hình của việc khai thác âm nhạc hiệu quả. Hãy để ý các dòng nhạc, cách họ sử dụng trong từng tình huống và chọn thời điểm nào: mở màn chương trình, chào đón khách mời, khuấy động không khí,... Nếu có thể hãy nhờ sự tư vấn từ các nhà tổ chức sự kiện, hay thậm chí những người chuyên kỹ thuật điều chỉnh âm thanh (ví dụ: DJ, nhà biên tập âm nhạc, v.v.).

3. Nhạc không lời là lựa chọn tốt nhất

Hãy hạn chế dùng nhạc có lời bởi chúng dễ khiến khán giả sao nhãng. Nhất là khi một bài quen thuộc vang lên, thế nào cũng có người nhẩm theo

lời bài hát. Thay vào đó nên sử dụng các bản nhạc hòa tấu. Đương nhiên, trong những phần chỉ nhằm tạo không khí như lúc giải lao, tổ chức hoạt động, bạn hoàn toàn có thể dùng các thể loại nhạc có lời, vui tươi, sôi động.

4. Dùng đúng lúc, đúng chỗ

Trừ khi bạn muốn tổ chức chương trình ca nhạc, còn trong thuyết trình không nên quá lạm dụng âm nhạc – nhất là bạn đang cần khán giả chú tâm vào người trình bày. Tôi từng dự một buổi hội thảo mà trong phần trình bày của diễn giả, một giai điệu nhạc hòa tấu được mở kèm xuyên suốt. Không rõ ý đồ của vị diễn giả đó thế nào, nhưng cả khán phòng hôm ấy bị “giăng xé” giữa phong cách sôi nổi của anh và đoạn nhạc du dương vốn không ăn nhập, thậm chí là ru ngủ người nghe.

Bí quyết cuối cùng:

Bất chợt nghe được một giai điệu đầy cảm xúc, bạn hãy hỏi tựa và ra tiệm băng đĩa mua ngay hoặc tải trên mạng. Tình cờ xem một quảng cáo sáng tạo, hay một video clip thú vị, hãy tìm trên Youtube (rất nhiều clip chúng ta có thể tải miễn phí hoặc xem online). Bạn bắt gặp những hình ảnh đẹp và ý nghĩa trên một trang báo mạng, hay trên một poster quảng cáo, hãy lưu lại trong máy tính.

Bạn nên tập thói quen thu thập cho mình một thư viện phim ảnh nhiều thể loại và phân mục thành các chủ đề.

Tất cả đều có thể trở thành kho tư liệu dồi dào cho bạn trong hoạt động thuyết trình. Khi cần, bạn luôn sẵn có để đem ra sử dụng hoặc chia sẻ cho người khác.

Công cụ đa phương tiện hỗ trợ chứ không làm lu mờ bạn

Các slide trình chiếu, các đoạn nhạc hay bất kỳ video clip nào tốt cuộc vẫn chỉ là công cụ, là phương tiện, bởi không bao giờ chúng có thể thay thế được BẠN. Chính BẠN là thông điệp, là nguồn cảm hứng, là lý do để khán giả đến nghe.

Đừng tắt đèn

Trong không gian thiếu ánh sáng, người nghe rất mau mất tập trung (trừ

khi họ xem phim), thậm chí sớm chìm vào giấc ngủ. Chỉ tắt **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** bớt đèn khi bạn cần chiếu một đoạn video minh họa hay để tạo ra những “hiệu ứng” đặc biệt. Ngay cả trong một hội trường quá sáng, vẫn nên ưu tiên làm sao đó để khán giả nhìn thấy bạn nhiều hơn là nhìn vào Powerpoint. Khán giả sẽ hiểu thông điệp tốt nhất khi vừa nghe vừa nhìn thấy diễn giả.

Sử dụng điều khiển từ xa

Nếu là người thường xuyên thuyết trình, hãy đầu tư cho mình một chiếc điều khiển từ xa việc trình chiếu. Điều này sẽ giúp bạn thoải mái hơn trong trình bày và tương tác nhiều hơn với khán giả thay vì “chết dí” bên máy tính hoặc ngắt quãng bài trình bày bởi câu “làm ơn mở slide kế tiếp giúp tôi.”

Chiếc điều khiển từ xa còn cung cấp nhiều chức năng hữu ích khác như đèn chiếu laser, bật tắt màn hình, rung nhắc sắp hết thời gian, điều khiển trình chơi nhạc, phim, viết/ vẽ trực tiếp lên màn hình,...

Khi nào không cần đến slide

Có những lúc bạn cần khán giả tập trung toàn bộ sự chú ý vào mình; khi ấy, hãy tạm thời tắt màn hình. Trong chương trình Powerpoint, bạn có thể bấm phím “B” trên bàn phím để tô đen toàn bộ màn hình, hoặc phím “W” để màn hình trắng. Và giờ, sân khấu hoàn toàn thuộc về bạn.

Hãy là người hướng dẫn – đừng là một con vẹt

Tuyệt đối không lặp lại y nguyên những gì có trên slide. Đa số khán giả đều biết chữ. Điều họ muốn nghe là thông điệp ẩn chứa đằng sau những hình ảnh, đoạn phim trên màn hình. Người thuyết trình lúc này như một hướng dẫn viên tài ba; hãy diễn giải, nêu ví dụ, chất vấn, chia sẻ quan điểm, thể hiện kiến thức sâu rộng của bạn. Đây là điểm phân biệt giữa con vẹt và diễn giả.

TRẦN HỮU LỄ

Trần Hữu Lễ là một trong những chuyên gia tiên phong trong lĩnh vực đào tạo bán hàng ngành Dược phẩm và kỹ năng mềm. Ngoài ra, anh còn

là người xây dựng và phát triển hệ thống phân phối đầu tiên cho 3 nhãn hàng dược phẩm nổi tiếng: Sâm Alipas, Sâm Angela và JEX.

Anh là đồng sáng lập Công ty Đào tạo và Tư vấn Success Training tiên phong trong lĩnh vực phát triển con người tại Đồng bằng sông Cửu Long. Đối tượng huấn luyện của anh bao gồm sinh viên các trường Cao đẳng và Đại học, người đi làm, nhà quản lý... Những khóa huấn luyện của anh được học viên đánh giá cao như: Bí quyết trình bày từ các diễn giả bậc thầy, Giao tiếp Đọc vị và chinh phục, Kỹ Năng Trình Dược chuyên nghiệp.

Anh đã tham gia đào tạo và chia sẻ cho các công ty và hiệp hội như: Công ty Dược phẩm Pymepharco,

Công ty Dược ECO, Trung tâm BSA (trong chương trình hàng Việt về nông thôn), Hội Doanh nghiệp Cần

Thơ, trường Cao đẳng Sư phạm Cần Thơ, Cao đẳng Kinh tế Kỹ thuật, Đại học Tây Đô...

CHƯƠNG 16

KỂ CHUYỆN – NGHỆ THUẬT CHINH PHỤC TỪ XA XƯA

TÁC GIẢ: TRẦN HỮU LÊ

Kể chuyện là một hình thức nghệ thuật đã tồn tại từ khi con người xuất hiện trên mặt đất này.

Trước khi con người biết viết, thì thuật kể chuyện đã đóng vai trò như là phương tiện duy nhất kéo dài tính liên tục tiếp diễn của mọi nền văn hóa: những câu chuyện từ đời xa xưa vẫn tiếp tục được lan truyền qua hàng thế kỷ, chuyển giao cho các thế hệ sau.

Câu chuyện dễ đi vào lòng người

Những câu chuyện kể luôn được đánh giá rất cao, đến độ bất cứ ai giỏi kể chuyện cũng chiếm được cảm tình của người nghe. Những câu chuyện hay bao giờ cũng có khả năng tạo ra những chiếc cầu nối giữa mọi người, tạo nên sự gắn kết trong xã hội và toàn cầu.

Như vậy, chuyện kể là gì? Nói đơn giản, một câu chuyện kể là một sự việc hay loạt sự việc nào đó được tường thuật lại. Hoặc như tác giả John Maxwell đã viết: “Mỗi câu chuyện là một sự kiện, được bao bọc lại trong một thứ cảm xúc có sức thôi thúc chúng ta hành động.”

Một câu chuyện có thể có thực hoặc hư cấu. Và đây chính là nét khác biệt giữa việc kể ra một câu chuyện với việc chỉ đơn thuần nói ra thông tin cho ai đó: những câu chuyện kể luôn chứa đựng cảm xúc và các yếu tố tác động lên các giác quan.

Dù chứa đựng trong chúng nhiều thành phần khác nhau – các chi tiết,

nơi chốn, nhân vật, hành động, các bài học – nhưng các câu chuyện kể không đơn giản chỉ là một tổng hợp của những thành phần đó mà còn hơn thế nữa.

Nếu biết cách kể, câu chuyện của bạn sẽ khơi gợi được cảm xúc của người nghe, tác động lên trên cách họ cảm giác và suy nghĩ về một vấn đề nào đó; nó cũng đóng vai trò tạo mối kết nối với những điều họ cảm thấy quan trọng với mình – tức những gì họ cần, họ muốn.

Các câu chuyện có thể giúp người nghe nắm được một điểm trình bày quan trọng nào đó chỉ với một hình ảnh duy nhất, đôi khi là một chữ duy nhất nào đó. Các câu chuyện có thể đơn giản hóa được các ý niệm phức tạp, làm rõ lên những gì mang tính nhập nhằng, lộn xộn và soi sáng những ý tưởng khó nắm bắt.

Qua việc chia sẻ các câu chuyện hay kinh nghiệm bản thân, bạn có thể tạo được sự tín nhiệm với người nghe một cách nhanh chóng và hiệu quả. Không giống với bất kỳ thứ nào khác được dùng như công cụ phục vụ công việc thuyết trình, một câu chuyện hay bao giờ cũng có sức mạnh đưa người nghe đến những nơi họ chưa từng đến, gợi cho họ suy nghĩ những điều trước đây họ chưa từng nghĩ.

Các câu chuyện có thể đóng vai trò như chiếc đòn bẩy mạnh mẽ giúp tạo ra sức tác động và thuyết phục cho người nghe. Con người thường nhớ những mẫu chuyện, đặc biệt khi chúng gói ghém hay khơi dậy một cảm xúc nào đó. Một câu chuyện được kể tốt không chỉ giúp người nghe nhớ kỹ và nhớ lâu thông điệp bạn trình bày, mà còn giúp họ hiểu rõ thông điệp ấy.

Khi một người kể chuyện và người kia lắng nghe, một mối liên kết được thiết lập giữa đôi bên. Các nhà nghiên cứu của Đại học Princeton (Mỹ) đã phát hiện ra rằng não bộ của những người kể chuyện và người nghe thực sự được đồng bộ hóa và hoạt động giống nhau trong khi câu chuyện được kể.

Mô hình tạo nên câu chuyện sinh động và lôi cuốn

Kể chuyện là một kỹ năng mà hầu hết mọi người đều có thể học được chỉ với một chút nỗ lực. Điều quan trọng là phải hiểu rõ các yếu tố giúp tạo

ra bối cảnh hay khung tham chiếu cho bất kỳ câu chuyện nào. Các nhà viết kịch, các tiểu thuyết gia hầu như đều dùng các biến tấu khác nhau dựa trên một mô hình kể chuyện: một cấu trúc tạo kịch tính.

Một câu chuyện hấp dẫn, lôi cuốn bao gồm một số yếu tố chuyên biệt, được sắp xếp theo một trật tự đặc thù. Hầu hết các câu chuyện hay – kể cả những vở kịch, bộ phim và tiểu thuyết – đều biến tấu xoay quanh một mô hình cụ thể như sẽ trình bày dưới đây.

Mô tả sơ khởi

Trong một câu chuyện, phần mô tả sơ khởi là phần bạn giới thiệu bối cảnh, các nhân vật và các thông tin cơ bản để giúp khán giả có cái nhìn tổng quát ban đầu về câu chuyện. Phần này thường ở đầu câu chuyện.

Phần mô tả sơ khởi này sẽ trả lời một số câu hỏi căn bản (như ai, cái gì, khi nào, ở đâu) xoay quanh câu chuyện bạn đang kể, tạo phong nền để bạn xây nên mọi thứ.

Khơi gợi tình tiết

Đây là những hành động hoặc sự việc ban đầu có tính khai mào cho câu chuyện. Phần này cũng giúp chuẩn bị một cuộc xung đột giữa các thế lực đối nghịch nhau và giúp xác định các nhân vật phản diện trong câu chuyện hay các trở ngại gây cản trở cho bước đường vị anh hùng đạt đến một mục đích nào đó. Đây là lúc mụ phù thủy ra tay bắt cóc cô công chúa. Đây là lúc mẫu sản phẩm mới của công ty bạn đã được hoàn thành. Đây là lúc đội bóng đang sa sút phong độ gặp được một ông huấn luyện viên giỏi.

Hành động nhập cuộc

Những gì bạn gợi tả sơ quát lúc đầu đang dần hé lộ ra qua một loạt các hành động. Đây là lúc một câu hỏi kịch tính nhất của câu chuyện được đặt ra và sẽ cần được giải đáp ở phần cuối câu chuyện.

Cô công chúa bị bắt cóc liệu sẽ được cứu thoát hay không? Sản phẩm mới đó liệu có thành công khi tung ra thị trường hay không? Ông huấn luyện viên mới liệu có đủ sức đưa đội bóng đi lên hay không?

Đưa câu chuyện đến chỗ cao trào

Đây là phần đỉnh điểm căng thẳng nhất của câu chuyện, là điểm thắt nút, khiến mọi thứ sẽ đột ngột thay đổi. Đây là lúc vị anh hùng đuổi mụ phù

thủy đến sườn núi và đánh bà ta rơi xuống vực. Đây là lúc sản phẩm của công ty bạn lần đầu tiên ra mắt công chúng qua chiến dịch quảng bá rầm rộ. Đây là lúc đội bóng của trẻ em nghèo giành được chức vô địch trong giải đấu cấp tỉnh. Một câu chuyện hay phải tạo ra được một cao trào ở phần đỉnh điểm và làm bật lên được thông điệp chính hay chủ đề của câu chuyện.

Hành động rời cuộc

Khi câu chuyện đi đến phần đỉnh điểm, cao trào, thì cũng là lúc các hành động trong câu chuyện cần phải được cho nghỉ “xả hơi”. Đây là lúc giải quyết nốt những gì còn sót lại để đưa câu chuyện đi đến hồi kết. Đây là lúc chàng trai trẻ, vị anh hùng của câu chuyện, cứu được cô công chúa và họ lấy nhau. Đây là lúc sản phẩm mới được thị trường đánh giá cao và người ta đổ xô đi mua. Đây là lúc ông huấn luyện viên được ca ngợi tuyên dương vì thành tích đưa đội bóng giành cúp vô địch.

Kết chuyện

Tất nhiên, đây là phần kết câu chuyện bạn kể, là lúc mọi xung đột được giải quyết xong và câu hỏi kịch tính nhất của câu chuyện đã tìm được lời giải đáp. Chàng trai trẻ và cô công chúa sống hạnh phúc cả đời, sinh con đàn cháu đống. Sản phẩm mới của công ty đã làm thay đổi bộ mặt tiêu dùng của thị trường. Đội bóng trẻ em khu ổ chuột bắt đầu được quan tâm đầu tư và huấn luyện có bài bản hơn để tham gia các giải đấu lớn.

Kể chuyện cuộc đời bạn

Các câu chuyện nói lên nhiều điều về tính cách của bạn. Chúng tiết lộ cách bạn suy nghĩ, cách bạn đưa ra quyết định và cách bạn tương tác với thế giới chung quanh.

Một trong những nguyên nhân khiến nhiều người không bao giờ kể chuyện đời tư chính là việc họ cảm thấy họ chẳng có chuyện gì để kể. Thực ra, không phải vì không có chuyện để kể, nhưng người ta không kể vì người ta không dám, vì người ta thiếu tự tin và can đảm để tin vào các câu chuyện của mình; họ sợ những câu chuyện riêng mà họ kể sẽ tẻ nhạt hoặc không thích hợp hoặc nghĩ rằng ai đó sẽ kể tốt hơn mình.

Trong buổi thuyết trình, bạn nên đưa các câu chuyện về cuộc đời của mình. Hãy chọn những câu chuyện bạn thích kể vì bạn sẽ dồn cảm xúc vào nó và chắc chắn người nghe cũng sẽ cảm thấy thích thú, cuốn hút.

Câu chuyện của bạn phải thật chi tiết, cụ thể, dùng những từ ngữ mô tả sống động, giàu hình ảnh.

Do đó, trước buổi thuyết trình, bạn cần dành thì giờ để tập luyện cho đến khi cách kể của bạn thật nhuần nhuyễn. Bạn có thể nhờ ai đó ngồi nghe bạn kể và cho ý kiến để chỉnh sửa nếu cần thiết.

Dưới đây là năm loại câu chuyện liên quan đến bản thân bạn có thể tạo sức hút và tính thuyết phục cho bài trình bày của mình.

Những câu chuyện cơ bản về bản thân. Những câu chuyện về kinh nghiệm vượt khó. Những câu chuyện về kinh nghiệm lãnh đạo. Những câu chuyện về hành động giúp đỡ người khác.

Những câu chuyện tự trào.

Quy tắc kể chuyện

Những quy tắc hay các mẹo nhỏ giúp bạn tự tin kể chuyện cuốn hút:

Đừng thông báo cho người nghe biết là bạn sắp kể chuyện. Tốt hơn, nên để cho khán giả phải bất ngờ, ngạc nhiên.

Trước khi bắt đầu kể chuyện, đừng bao giờ biện hộ hay nói những lời xin lỗi đại loại như “Tôi không phải là người kể chuyện giỏi,” hoặc “Tôi không biết chắc mình kể ra câu chuyện này có thích hợp hay không.” Sẽ khó lòng làm cho khán giả tích cực trở lại sau khi bạn đã nói ra vài lời giới thiệu tiêu cực, bất kể câu chuyện cười bạn kể có thú vị đến đâu.

Lúc kể chuyện, hãy nhìn di chuyển từ nhóm khán giả này sang nhóm khán giả khác. Bạn cần luyện kể câu chuyện mình sẽ kể cho đến mức nhuần nhuyễn để có thể thoải mái mà kể.

Khi kể chuyện hãy thoải mái, thư giãn, mỉm cười và nhấn giọng điệu để tạo sinh động. Nếu bạn căng thẳng và tỏ ra buồn chán, thử hỏi làm sao người nghe cảm thấy thú vị, lôi cuốn?

Hãy kể với tốc độ hơi nhanh một chút, loại bỏ những từ không cần thiết.

Một câu chuyện hài hước, trước khi được kể ra, luôn được biên tập, chỉnh sửa đến từng câu từng chữ, gọt bỏ những gì thừa thãi, tránh những chi tiết rườm rà làm người nghe phân tán sự tập trung.

Hãy đặt thời gian cho câu chuyện của bạn. Đừng kể câu chuyện ba phút trong khi bài nói của bạn chỉ vồn vện có bảy phút.

Khi cả khán phòng bắt đầu cười to, bạn hãy ngưng kể vài giây. Nhưng đừng đợi đến lúc cả khán phòng yên lặng trở lại rồi mới kể tiếp.

Steve Jobs là người biết cách biến những buổi thuyết trình của ông thành những show diễn trên sân khấu mà ông là diễn viên chính. Trong buổi giới thiệu chiếc iPad đầu tiên vào năm 2010, ông đã dẫn dụ câu chuyện bằng cách đưa ra câu hỏi:

“Hiện tại chúng ta đang sử dụng điện thoại, chúng ta có máy tính xách tay, vậy sản phẩm nào sẽ lấp khoảng trống giữa 2 thiết bị này? Sản phẩm nào giúp chúng ta lướt Web, kiểm tra email, xem hình ảnh, nghe nhạc, chơi game và đọc sách điện tử? Liệu đó có có phải là Macbook không? Không, vấn đề là Macbook không tốt hơn bất kỳ sản phẩm nào. Nó chậm, chất lượng hình ảnh thấp và sử dụng phần mềm của PC. Nó không tốt hơn, nó chỉ rẻ hơn mà thôi. Chúng tôi không nghĩ đó là thiết bị thứ 3. Và chúng tôi đã tạo ra sản phẩm đáp ứng điều đó. Hôm nay tôi muốn giới thiệu với các bạn, ngay bây giờ, iPad.”

Những tràng vỗ tay, những tiếng cười sảng khoái từ khán giả đã chứng minh bài thuyết trình của ông mang lại nhiều bất ngờ, hứng thú, mạnh mẽ và ấn tượng.

Bí quyết chọn và kể truyện cười

Có vài lý do tuyệt vời để bạn thử đưa sự hài hước vào trong bài thuyết trình của mình.

Trước hết, bạn sẽ lôi cuốn được khán giả, vì các câu chuyện cười hay các câu nói vui bao giờ cũng làm cho người ta chăm chú lắng nghe.

Kế đến, trong cả buổi thuyết trình, khán giả cần có thời gian giải lao đầu óc, để hít thở và mỉm cười, đặc biệt khi bạn đang trình bày một đề tài quan

trọng, phức tạp và dày đặc những con số thống kê.

Sự hài hước rất dễ được hưởng ứng, làm cho người nghe dễ dàng đón nhận những ý tưởng bạn trình bày.

Tuy nhiên, bạn sẽ làm cho bài thuyết trình của mình thật hài hước và thú vị bằng cách nào? “Một câu chuyện cười bằng mười thang thuốc bổ,” nhưng nếu uống thuốc bổ không đúng liều và đúng lúc thì cũng dễ xảy ra tác dụng phụ khó lường.

Học hỏi người khác

Hãy để ý quan sát và học hỏi các diễn viên hài nổi danh để biết được cách người ta đưa thành công sự hài hước vào trong phần trình diễn của họ. Mỗi diễn viên hài đều có một phong cách hài hước khác nhau, họ có khả năng đem lại những tràng cười thoải mái cho người xem.

Hơn nữa, sự hài hước không hề có một khuôn mẫu nhất định nào. Do đó, bạn phải tự thử nghiệm, chọn lựa và phát triển một phong cách hài hước phù hợp với bản thân mình.

Hãy theo dõi các diễn giả nổi danh khác và suy nghĩ xem điều gì giúp họ tạo ra sự hài hước thú vị làm cho khán giả hứng thú đến thế. Có phải là đề tài, là cách nói sinh động, hay là những biến tấu đầy ngẫu hứng? Hãy để ý đến ngôn ngữ cơ thể, cử chỉ, nét mặt và điệu bộ trong lúc họ nói.

Lắng nghe cách họ nói năng và sử dụng những khoảng dừng.

Nói chung, bạn cần học hỏi từ những diễn giả giỏi nhất, nhưng phải có chọn lọc.

Luôn để ý quan sát

Chất liệu giúp tạo yếu tố giải trí, thư giãn cho các bài thuyết trình của bạn xuất hiện ở khắp mọi nơi: phim ảnh, sách hay, thời sự, chương trình truyền hình,... Các diễn viên hài luôn có khả năng sáng tạo trong việc biến những chuyện rất đời thường thành những câu nói, những ý tưởng hài hước, gây cười.

Bạn cũng có thể làm như thế nếu trước hết bạn biết để ý quan sát cuộc sống chung quanh và chắt lọc ra những gì thú vị, hài hước chứa đựng bên trong hay đằng sau chúng. Điều gì làm bạn thích thú, buồn cười thì có thể cũng sẽ khiến khán giả thích thú.

Đón bắt những ý tưởng của bạn

Khi bạn thấy hay nghe điều gì đó làm bạn thích thú, hãy lập tức bắt lấy nó, bởi vì những viên ngọc của sự khôn ngoan và hài hước đó sẽ nhanh chóng biến mất.

Bạn hãy ghi ra các quan sát, câu chuyện gây cười hoặc tạo ra một kho truyện cười và câu nói vui trên máy tính, có tựa là “Mấy thứ buồn cười”. Hãy chăm chỉ sưu tập và làm dày kho truyện đó để có thể dùng bất cứ khi nào bạn cần.

Kể chuyện sáng tạo và phù hợp

Đừng có bằng mọi giá phải tìm cách gây cười. Hãy tránh những truyện cười hay câu nói đùa không thích hợp, thậm chí ngớ ngẩn, vô duyên. Cũng nên tránh kể lại những câu chuyện cười mà hầu như ai cũng biết.

Đừng làm phiền người nghe. Kể những câu chuyện cười đã nhàm tai, những câu chuyện vui không ăn nhập gì với đề tài, bạn sẽ làm khán giả mất hứng thú. Một khi sự quan tâm của khán giả đã mất đi, có thể nó sẽ không bao giờ trở lại, dù bạn có tìm cách cứu vớt.

Nhắm vào bản thân

Bạn hãy tỏ ra thoải mái, đừng ngại kể những chuyện vui hay câu nói có tự giễu bản thân mình để tạo ra sự thư giãn và hài hước. Hãy làm cho khán giả cảm thấy dễ chịu và tin tưởng bạn bằng cách tỏ cho họ thấy rằng bạn không hề lấy mình làm trung tâm, không quá mức coi trọng đề cao bản thân.

Hãy kể cho khán giả nghe một tình huống khó xử nào đó bạn đã gặp phải, hoặc thuật lại BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA một vụ thuyết trình thất bại nào đó của bạn. Hãy để người nghe biết rằng phía bên dưới lớp gì bong tróc ấy, có một con người đáng yêu đang cư ngụ. Bạn đừng ngại tự giễu bản thân, vì đó là một trong những cách hiệu quả để tạo mối kết nối với người nghe.

Dùng các công cụ hình ảnh

Các công cụ hình ảnh minh họa có thể giúp tạo ra một sức tác động lớn lao hơn bất kỳ thứ gì thú vị bạn nói ra suốt trong buổi thuyết trình. Do đó, bạn nên xem xét các công cụ hỗ trợ phần nhìn chẳng hạn như các bức ảnh

hay bức vẽ vui nhộn, có thể gây cười, nhằm tạo ra một chút không khí sinh động và hương vị đậm đà cho bài nói của bạn.

Đừng làm loạn lên

Đừng bao giờ tìm cách gò ép sự hài hước trong mọi câu nói của bạn. Sự hài hước phải được dùng sao cho đúng thời điểm thì mới có hiệu quả, nếu không, bạn sẽ để nó “tự tung tự tác” mà giày đạp nát cả bài thuyết trình của mình.

Mục đích bài thuyết trình của bạn sẽ quyết định liều lượng hài hước bạn muốn trộn vào. Chẳng hạn, nếu bạn đang hướng dẫn làm món bánh mì nướng, thì nhiệm vụ chính là hướng dẫn cách làm món này, rồi lâu lâu thêm vào vài câu đùa để giải trí, các câu nói hài hước hoặc gây cười.

Rồi thí dụ sau khi trình bày một thông điệp quan trọng, phức tạp, khiến ai nấy đều cảm thấy nặng đầu, nếu bạn muốn không khí nhẹ nhàng hơn, thì chỉ cần chêm vào một lời nói vui hay một câu chuyện giải trí ngắn gọn để giúp người nghe thư giãn.

Cẩn thận suy xét người nghe

Bạn chỉ nên nói những gì hài hước thích hợp với người nghe. Hãy nghiên cứu khán giả, để rồi biết cách dùng sự hài hước cho phù hợp. Những câu bạn nói từng khiến người nông dân phải bật cười, lại có thể trở thành nguyên nhân khiến bạn sượng mặt, thất bại trước những trí thức.

Vì thế, để dùng sự hài hước cho thích hợp, bạn phải hiểu rõ về họ và cẩn thận chọn lựa những gì phù hợp với họ.

Kỹ lưỡng phân tích những câu chuyện hài hước

Hãy thẳng tay loại bỏ những gì hài hước, gây cười có liên quan đến giới tính, dân tộc hay chủng tộc. Đừng bao giờ dùng những câu chuyện hài hước công kích trong bài nói của mình. Nghe những câu chuyện cười hay câu đùa kiểu ấy, đương nhiên sẽ có một số khán giả bật cười, nhưng có thể những người khác cảm thấy bị xúc phạm và họ lấy làm phiền, phật ý với bạn.

Thực hành

Hãy lưu ý thời điểm và cách nói sự hài hước. Hai điều này cũng quan trọng không kém gì nội dung bài nói của bạn. Các yếu tố như việc ngưng nói, tốc độ nói, ngôn ngữ cơ thể, nét mặt, giọng điệu,... đều rất quan trọng.

Nếu bạn chọn thời điểm không thích hợp, nếu ngôn ngữ cơ thể hay nét mặt không phù hợp để diễn tả lời nói, hoặc nếu giọng điệu thiếu sinh khí, thì những gì hài hước bạn nói ra sẽ gần như bị quên lãng. Như thế, trước khi nói ra điều gì đó hài hước, tốt hơn hết bạn cần phải thực hành kỹ. Trước, trong và sau lúc tập dượt, bạn cần ngồi lại suy nghĩ điều này: “Khi nghe tôi nói điều này, họ sẽ bật cười, hoặc ít nhất cũng mỉm cười, hay là họ sẽ im lặng không phản ứng gì hết? Liệu người nghe có hiểu câu đùa hay chuyện cười tôi sẽ kể ra hay không hay là họ giương mắt nhìn tôi với nét mặt ra chiều khó hiểu?”

Đừng bao giờ thất vọng nếu như sự hài hước bạn đưa vào bài nói không phát huy được hiệu quả như bạn mong đợi. Có thể bạn chỉ cần điều chỉnh một chút về cách dùng từ hoặc lựa một thời điểm thích hợp hơn. Thường thì những điều chỉnh nho nhỏ như thế sẽ giúp bạn tạo ra những thay đổi không ngờ. Cả các diễn giả thường xuyên dùng sự hài hước trong các bài nói của họ, cũng không ngừng dành thì giờ để điều chỉnh chất liệu gây cười và luyện tập cách thể hiện chúng.

Có cách nào để bạn biết được là người nghe sẽ thấy câu chuyện cười bạn kể ra là hài hước hay không?

Không! Tác giả Tag Friend, trong một bài báo đăng trên tờ New Yorker có tựa “Chuyện quá buồn cười,” đã viết rằng: “Chuyện bộ não con người xử lý sự hài hước như thế nào, vẫn còn là điều bí ẩn. Rất dễ làm ai đó mỉm cười hay khóc bằng cách dùng dòng điện kích thích một khu vực đơn lẻ nào đó trong bộ não, nhưng phải nói là rất khó làm cho ai đó phải bật lên tiếng cười.” Không có gì đảm bảo rằng chuyện gì bạn thấy buồn cười thì cũng chọc cười được người nghe. Tuy nhiên, lại có nhiều cách giúp bạn chọn lựa được những câu chuyện cười thích hợp để phục vụ bài nói của mình.

Hãy chọn những nội dung phù hợp với tài năng và sở trường và không lộ ra những điểm yếu của bạn.

Nếu bạn không giỏi một ngoại ngữ nào đó, hãy tránh kể những câu chuyện cười đòi hỏi bạn phải sử dụng ngoại ngữ. Hầu hết các diễn giả giỏi đều cố gắng tránh biến mình thành trò cười hay diễn viên hài độc thoại trên sân khấu.

Nội dung của những câu chuyện cười cũng phải phù hợp với khán giả. Sự hài hước thường mang tính chủ quan và cũng cùng một câu chuyện cười đó nhưng không phải ai nghe cũng **BÍ QUYẾT TRÌNH BÀY TỪ CÁC CHUYÊN GIA** thấy buồn cười.

Một số chuyện cười có khi là dịp để người nghe cười ai đó, nên điều quan trọng là bạn phải cẩn thận tìm hiểu khán giả và lựa chọn câu chuyện cười vô hại, phục vụ đề tài một cách hiệu quả mà không động chạm đến bất kỳ người nghe nào.

Mặc dù người nghe có vẻ thích chế giễu những người họ coi là thấp kém hơn mình, nhưng một diễn giả sẽ bị “ám” cả đời nếu nói ra một lời lăng mạ hay sỉ nhục ai đó thấp kém mà cứ nghĩ đó là một chuyện đùa vô hại.

Nếu bạn muốn chế giễu một nhóm người nào đó, thì hãy tế nhị, như một nhà thuyết giảng Tin lành sau đây đã làm. Phát biểu trước một cuộc hội họp ngoài trời vào một ngày u ám, ông đã nói: “Cái ông làm dự báo thời tiết chẳng giúp ích gì cho chúng ta hôm nay. Nhưng thời tiết này cũng không phải là tệ... Chắc chắn nó dư tốt cho những người theo Hội thánh.”

Tuy nhiên, bạn nhất quyết không được chế giễu hay kể chuyện cười về những nhân vật thuộc tầng lớp ưu tú – những người có các thành tựu hay danh tiếng làm họ miễn nhiễm với những gì gây cười – và chính khán giả đang nghe bạn. Người ta ít khi thích tự cười vào mặt mình và khán giả không phải là trò vui của bạn.