

# 1. EDU KEEL

*„Mõtle järele, enne kui suu lahti teed, sest sinu sõnad ja nende mõju istutavad kuulaja pähe kas kordamineku või luhtumise seemne.“*

– NAPOLEON HILL

Kui kõneosavus oleks New Yorgi börsil noteeritud kaup, annaksid kõik Wall Streeti analüütikud ostutellimuse sisse. Seda seepärast, et kõneosavuse väärtus kasvab pidevalt ja sellesse tehtud investeeringud teenivad üha üüratumaid dividende.

See pole mulle ühelgi hetkel selgem olnud kui tol pärastlõunal, mil ühe suurfirma tegevjuht palus mul parandada ühe oma alluva suhtlusoskusi. „Donald ei saa ettevõttes edasi liikuda, kui tema esitlusoskused ei edene,“ ütles ta. Esmalt olin jahmunud. Kas suhtlusoskus loeb tõesti nõnda palju, et üks keskastme juht ilma selleta karjääri ei tee? Selles firmas luges tõesti. Hea uudis oli see, et Donaldi mure oli laialt levinud ja lahendatav. Tema jutust jäi mulje, et selle sisu ei huvita teda ennastki üldse ning lugude rääkimise asemel tugines ta ärižargoonile, mistõttu kõik ta esitlused läksid kuulajail ühest kõrvast sisse ja teisest välja. Mul on heameel öelda, et pool aastat pärast meie ühiseid sessioone kerkis Donald oma firmas asepresidentide sekka ning seal on

ta püsinud kauem kui mõnigi tema kolleeg.

Sellest ajast peale olen ma aga kuulnud suhtlusoskuste tähtsusest nii paljudelt tegevjuhtidelt, et enam see mind ei üllata.

Veel kuulen ma klientidelt sääraseid väiteid:

„Mul on häid ideid, aga ma lihtsalt ei suuda neid koosolekul ülemustele edastada.“

„Selle suure aruande kinnitamine sõltub vist sellest ainsast esitlusest.“

„Mind kutsutakse muudkui teise ja kolmanda vooru intervjuudele, aga mingit tähtsat töökohta ma vist ei saagi.“

Ja seda üksnes töö juures. Mõelge kõigi nende isiklike olukordade peale, kus meid ei hinnata mitte üksnes tegude, vaid ka sõnade põhjal: esimesed kohtumised, ülikoolivestlused, kohtumised tulevase ämma ja äiaga, tundlikud perekondlikud arutelud ja heade sõpradega tekkinud tülide klattimised.

Nii tööl kui ka kodus on hea suhtlusoskus võti, mis aitab püüda kellegi tähelepanu, esitada veenvaid argumente, jääda meelde ning jätta endast arukas ja enesekindel mulje. Sõna võttes on teil alati võimalus teisi teavitada, mõjutada ja innustada. Õige keel – nii sõnaline kui ka mittesõnaline – võib näidata teid enesekindla, veenva ja veendununa. See võib panna inimesi liikuma, muuta nende mõtteid ja tundeid. See võib õhutada neid hoolega kuulama iga teie sõna ja mäletama teid veel kaua aega pärast seda, kui te ruumist lahkusite.

## TÄPSE TOONI HETK

Elu otsustavail hetkil ei määra tihti tulemust mitte see, mida me teeme, vaid see, mida me ütleme.

Õigete sõnade õigel toonil ütlemisest võib sõltuda tehingu üle löömine või kliendi kaotamine, karjääriredelil kerkimine või paigale jäämine, vägeva liitlase võitmine või olulise karjäärisilla põletamine. Kui räägite õigesti, kuldab te mainet sära, mis saab osaks neile, keda peetakse enesekindlaks, targaks, meeldivaks ja siiraks. Kui ütlete valesti, riskite võimalusega, et teid tembeldatakse tüütuks, talumatuks, saamatuks või ebaoluliseks.

Neil hetkedel on tähtis tabada täpset tooni, kasutada õiget kõneviisi, et viia õige sõnum õigel ajal õige inimeseni. Sellistel täpse tooni hetkedel on otsustav tähtsus nii meie isiklikus elus kui ka karjääris. Ärimaailmas toimub neid iga päev, vahel koguni mitu korda päevas. Need kerkivad üles koosolekutel, esitlustel, firmaüritustel, pidudel, koridorides, kohvitoas, nutitelefonis ja kaamerate ees.

Üks mu meeldejäävaimaid täpse tooni hetki leidis aset taksos, mis kihutas San Franciscost mööda 101. maanteed lõunasse.

Ma olin just sõlminud lepingu Facebookiga, oma suurima kliendiga kaheksa aasta jooksul pärast suhtlustreeningufirma rajamist. Lendasin eelmisel öhtul kohale ja ööbisin Facebooki kommunikatsioonijuhi Brandee Barkeri soovitusel hotell Westinis. Brandee soovitas hotelli seepärast, et nagu ta ise ütles, on see „peaaegu jalutuskäigu kaugusel Facebooki peakontorist, mis asub aadressil California Avenue 1601“.

Treeningpäev pidi algama kell üheksa hommikul, nii et lähtudes oma ärimantrast „õigel ajal saabudes oled hiljaks jäänud“, loivasin ma kell kolmveerand kaheksa hotelli vestibüüli ja pöördusin administraatori poole, et kõik igaks juhuks uuesti üle küsida.

„California 1601 – see on jalutuskäigu kaugusel, eks ole?“

„Nooh ...“ ütles tema näoilmega, mis kandis sõnumit „Kui sa oled tõesti napakas, siis minu poolest võid ju tõesti jalutada“. „Vist oleks parem takso võtta. Kõndides võtaks see oma kolmveerand tundi.“

Ma eirasin seda esimese astme kriisihoiatust. „Tjah,“ mõtlesin ma, „äkki on Brandee tõesti kiire kõndija.“ Ning takso ma võtsin.

Teise astme kriisihoiatus tuli kümme minutit hiljem, kui taksojuht jäi California 1601 leidmisega jänni.

Kolmanda astme hoiatus kõlas siis, kui selgus, et aadressil California 1601 ei asu Facebooki peakontor, vaid mingi maniküürisalong. Lihtsalt hämmastav, kuidas inimene võib sellistel kriisihetkedel jõnvalt eitamise külge klammerduda. Kui takso ära sõitis, vaatasin selle tagasihoidliku ehitise teise korruse poole ja palusin jumalat, et maailma suurim sotsiaalvõrgustiku peakontor paikneks mingil põhjusel Mani/Pedi-landi-nimelise salongi kohal.

Minu palvele ei vastatud.

Kell 8.20 sain oma assistendilt New Yorgist SMSi: „Facebook helistab ja tahab teada, kus sa oled.“

Minust hoovas üle veel üks eituselaine. „Ehk ajasin lihtsalt majanumbri segi,“ mõtlesin ma.

Helistasin ja sain toru otsa Brandee assistendi. „Tere, Bill McGowan siin. Ma seisan California Avenuel maja number 1601 ees, aga ei leia kuidagi teie kontorit.“

„Hästi, kirjelda siis, mida sa enda ees näed.“

(Tollal polnud Facebookil veel asukohatuvastamisteenust nimega Check-In, mis oleks minu äparduse tõsiduse joonelt paljastanud.)

„Noh, vaatame. Minust paremat kätt on pagariäri ja vasemal keemiline puhastus ...“

„Mis linnas sa oled?“

„Ma olen San Franciscos.“

„Meie asume Palo Altos!“

„Või nii.“ Ma püüdsin vältida järgnenud kohmetut vaikust, aga kulutasin raske neelatus peale tubli kaks sekundit. „Kui kiiresti ma siit sinna jõuaksin?“

„Hommikusel tipptunnil? Umbes tunni ajaga.“

Mainisin, et äkki rendin auto või otsin mõne takso. Assistent vastas: „Ükskõik, mida sa teed, tee kähku, sest Brandee on marus!“

Minu õnnetuseks polnud Brandee kavatsenud mulle sisseelamiseks aega jätta. Kell üheksa pidin kohtuma Facebooki operatiivjuhi Sheryl Sandbergiga. Kell pool üksteist? Tegevjuhi Mark Zuckerbergiga. Üsna kehv päev hilinemiseks.

Kui takso San Francisco südalinnast välja uimerdas, vahtisin ma kadedalt kojamehi ja toidukullereid. Kui väga oleksin tahtnud nendega kohad vahetada ja Räniorus ootavast katastroofist eemale hoida! Nüüd kisendas mu õlal kükitav enesekindlust tappev hääleke: „Sul pole mingit lootust sellest fiaskost terve nahaga pääseda!“ Kaalusin isegi mõtet öelda taksojuhile, et viigu mind otse lennujaama. Minu suurejooneline plaan tungida IT-sektorisse, plaan, mida ma olin sepitsenud kaks-kolm aastat, ähvardas nurjuda juba enne mu kohalejõudmist.

Siis mulle äkki koitis. Nüüd oli aeg järgida iseenda soovitusi. Ühelgi varasemal hetkel polnud ma nii väga pidanud tabama täpset tooni.

„Tunnista lihtsalt endale, et sa panid puusse,“ ütlesin ma endale. „Oma vigade tunnistamine on varandus, mida jääb neil päevil üha napimaks.“

Haarasin oma iPhone'i ja hakkasin hoolikalt Brandeele sõnumit koostama: „Täiesti andestamatu. Absoluutselt kohutav viis alustada seda töösuhet. Kõik on minu süü. Palun vabandust.“

Ma teadsin, et ühemõtteline kahetsuse väljendamine annab mulle võrratu võimaluse taas jalule tõusta ja rünnakut jätkata. Jätkasin: „Ma võin öelda vaid seda, et niipea kui ma kohale jõuan, seisab meil ees suurepärase päev.“

Mõne sekundi pärast saatis ta sõnumi vastu: „Sul on õigus. See on tõesti kohutav. See ei heida halba valgust mitte üksnes sulle, vaid ka mulle, sest mina vastutan sinu mängutoomise eest.“

Mul oli hea meel, et Brandee end teksti kaudu välja elas. Mida rohkem kibedust me endast kohe välja saame, seda kiiremini saame dünaamika paremuse poole pöörata.

Tol hommikul polnud 101 mitte üksnes selle maantee number, mida mööda me sõitsime, vaid minu arust flirtis ka takso spidomeeter paar korda selle kolmekohalise arvuga<sup>4</sup>. Isegi selle kiiruse juures tundus meie edasimineku olevat vaid veidi etem kui täispika filmi allalaadimine sissehelistamisega interneti kaudu. Kas takso üldse jõuab ükskord Palo Altos asuvale õigele aadressile California Avenue 1601?

Kui ma päralt jõudsin, oli kell 9.20. Oma rõõmuks ja kergenduseks avastasin, et Brandee on professionaalsuse musternäidis. Ta tervitas mind armuliselt ja kostis: „Mul õnnestus Sheryliga kohtumist pisut edasi lükata. Mis sa arvad, kui kaua aega sul videotehnika ülesseadmiseks kulub?“

Sain selle tavalise kolmekümne minuti asemel kümnega tehtud ning sessioonid läksid suurepäraselt – isegi nii hästi, et Sheryl küsis, kas ta saaks minult tööpäeva lõpus pisut lisa aega näpsata.

Muidugi olin ma nõus.

See juhtus neli aastat tagasi. Oma suureks rõõmuks olen sellest ajast peale olnud Facebooki raudne partner ning töötanud koos kõige targemate, lahkemate ja loovamate inimestega, keda ma iial olen tundnud. Kehv suhtlus poleks mitte üksnes tekitanud pinget, vaid jätnud mind sellest kliendist ilma. Ma pidin toonile kohe algul pihta saama. Mulle poleks antud võimalust kogu suhtlust otsast peale alustada.

Senist elu meenutades tuleb meile kõigile kindlasti meelde vähe täpse tooni hetki. Võib-olla keerasime midagi kihva ja vedasime

<sup>4</sup> 101 miili tunnis = 163 km/h.

kuidagi välja. Või siis ei läinud asjad nõnda hästi. Selmet kedagi valmistada, valmistasime pettumuse.

Me ei saanud täpsele toonile pihta. Pigem rääkisime täitsa mööda ja tõmbame seda olukorda meenutades pea õlgade vahele, sest teist võimalust meile ei anta.

Paljud inimesed meenutavad vale tooni hetki kahetsuse („Ma oleksin pidanud teisiti ütleva“) ja kergenduse seguga („Jumal tänatud, et see möödas on“). Aga teate mis, see ei ole möödas. Muidugi, see üks täpse tooni võimalus on käest lastud, aga palju-palju võimalusi on veel ees. Me kipume arvama, et nii kaalukad olukorrad on harvad, et neid olulisi hetki sünnib vaid siis, kui me oma ülemusele ette kanname või väga lähedase inimesega ränka tüli lahendame. Tegelikult on välja arvestatud, et mingil moel me suhtleme 70–80 protsendil ärkvel oldud ajast. Nende tundide jooksul juhtub tihti, et me lihtsalt peame end õigesti väljendama. Täpse tooni hetki tuleb ette iga päev, vahel isegi mitu korda päevas, kui me

- teeme firmapeol oma ülemusega juttu;
- peame uue kliendiga läbirääkimisi;
- sõlmime tehingut;
- võtame iganädalasel töökoosolekul sõna;
- lobiseme klientide, kolleegide ja nõuandjatega tühjast-tühjast;
- tegeleme pingeliste olukordadega;
- edastame halbu uudiseid;
- palume vigade pärast vabandust;
- õnnitleme kolleege kordaminekute puhul;
- palume palgatõusu, uut ametit või edutamist.

## KÕNEOSAVUSE SEITSE KASUTEGURIT

Mida ma tahan selle raamatuga teie juures saavutada, on täpselt sama, mille poole me sihime end palganud klientide juures. Ma tahan, et te teeksite järgmist.

### TÕUSKE KARJÄÄRREDELIL

Suhtlemisoskus lihtsustab teie edutamist. Kui USA Talendiinnovatsioonikeskus (Center for Talent Innovation) uuris aasta jooksul enam kui 4000 spetsialisti ja 268 tippjuhti, selgus, et juhivõimed on kõrgete ametikohtade saamiseks tingimata vajalikud ning et juhivõimeid määratleti nõnda: asjalikkus (võime väljendada enesekindlust), suurepärase suhtlemisoskus ja väga hea väljanägemine. Suurimate apsukena, mis takistasid inimesi karjääriredelil tõusmast, tõi uuring välja järgmised: rassismimaigulised märkused, sündsusetud naljad, nutmine, vandumine, flirtimine, avalik sügamine, silmside vältimine, hämmamine, liigne itsitamine ja kimedal toonil rääkimine. Kõik need prohmakad võrsuvad kehvast suhtlusoskusest.

### SAAVUTAGE SOOVITUD TULEMUSED

On öeldud, et kaks kolmandikku ideedest lükatakse tagasi mitte seepärast, et need oleksid kehvad, vaid et need on kehvasti esitatud. See kehtib paljude inimeste puhul, kel on suurepäraseid ideid, kuid kes ei saa neid rahaks tehtud, sest ei oska neid väljendada.

### ÕELGE OMA MÕTE ÄRA LÜHEMA AJAGA

Juhtimisajakirja Harvard Business Review andmeil kulutavad firmad strateegiliste küsimuste arutamisele vähem kui kaks protsenti oma ajast. See tähendab, et kui te tahate oma ideega välja paista, siis peate seda esitlema mitte ainult selgelt, vaid ka lühidalt.

## SAAGE NÄRVEERIMISEST ÜLE

Iga-aastase suurimate hirmude küsitluse põhjal püsib avalik kõnelemine ajast aega suuremise (esimene) ja lendamise (kolmas) vahel. Käesolevas raamatus tutvustatud nipid aitavad leevendada kõnepidamisele eelnevat pabinat, et te saaksite närveerimisest üle ja keskenduksite selle asemel oma esinemisele. Kliendid räägivad meile, et tõeline pöördepunkt on see, kus nad lõpetavad kõnele või esitlusele eelneval ööl vähkremise ja rähklemise ning hakkavad selle asemel tundma mõnusat suminat ja põnevust. Kujutage ette, et naudite teiste ees kõnelemist ning vahetate sisikonda pitsitava paanika eheda entusiasmipuhangu vastu.

## TEHKE ROHKEM ÄRA

Inimesed, kes suhtlevad tõhusalt, on lihtsalt produktiivsemad. Kui ütlete juba esimesel korral õigesti, kuulatakse seda juba esimesel korral õigesti ja esitatakse vähem küsimusi, asju peab vähem üle seletama ja vähem tekib ka arusaamatusi.

## PANUSTAGE ROHKEM HEATEGEVUSELE

Minu töös pole midagi nauditavamast kui tasuta kõnelemistreening, mida ma teen mittetulundusühingutele. Teadmisel, et tõhusam kõnelemine võimalikest annetajaist koosnevale kuulajaskonnale võib äratada suuremat filantroopiat ja hankida rohkem ressursse kogu maailma abivajajatele, on otsesõnu sütitav toime. Oma kogemusest võin öelda, et kui te edastate oma sõnumi täpsel toonil, saavutate suuri tulemusi.

Hiljuti töötasin koos kahe vaimustava inimesega, kes juhivad Keenia vaeseid ja kodutuid lapsi aitavat mittetulundusühingut nimega Many Hopes. Ma treenisin neid oma lugusid täpselt häälestama, ürituse selgust ja hädavajalikkust toonitama ning annetamisüleskutseid stereotüüpsest müügimehemaigust vabastama. Esimene treening-sessioonile järgnenud heategevusüritus tõi sisse varasematest viis

korda rohkem annetusi. Selle järel vabatahtlikele tehtud koolitus suurendas rahakogumiskampaaniate tõhusust eelnenud aastaga võrreldes kümme protsenti.

## ÄRGE PALUGE NII PALJU VABANDUST

Kui te oskate hästi suhelda, võite olla kindel, et väljendate end juba esimesel korral parimal moel. Teil pole vaja oma sõnu tagantjärele vaagida, keelde hammustada ega öeldut kahetseda.

## TÄPSEL TOONIL SUHTLEJATE SALADUSED

Kui ma palun inimestel nimetada parimaid suhtlejaid, keda nad teavad, mainitakse tihti arvutifirma Apple rajajat, kadunud Steve Jobsi. Nimeatakse ka Facebooki operatiivjuhti Sheryl Sandbergi, Amazoni loojat Jeff Bezost, telesaate „Good Morning America“ juhti Robin Robertsit ja mitmesuguseid poliitikuid Bill Clintonist Ronald Reaganini. Kõik, kes on oma tegevuses tõeliselt meisterlikud, jätavad mulje, nagu see oleks väga lihtne, ning toidavad seega väärarusaama, et andekail suhtlejail on vedanud mingi hea suhtlemise geeniga. See pole aga üldse tõde. Head suhtlejad ei ole seda sünnist saadik. Selleks siiski õpitakse.

Peaaegu kõiki neid häid suhtlejaid on treeninud minusugused inimesed. Samuti teevad nad alljärgnevat, mida te kõik võite vabalt teha.

## HARJUTAGE

Enamik professionaale, kes teenivad elatist rahvahulkade ja kaamerate ees, ei unista iialgi improviseerimisest. Pigem vastupidi. Nad kõik otsustavad pikalt ette, mida nad öelda tahavad. Raamatu „Õuna südames“ väitel harjutas Steve Jobs igat suurt esinemist kümneid tunde ning lavastas ja lihvis seda nii kaua, et miski ei jäänud juhuse hooleks.

See ei tähenda, et te peaksite kõike seitsekümmend korda läbi harjutama, enne kui täpse tooni kätte saate. Mõni inimene peab seda eesmärgi saavutamiseks palju kordi tegema, mõni aga läheb harjutamisega liiale. Mõte on lihtsalt selles: ärge petke end mõttega, et ettevalmistuse võib vahele jätta. See on kindel nurjumise retsept. Ja olge ettevaatlik! Mida vilunumaks te avalikus kõnelemises muutute, seda suurem kiusatus on teil ettevalmistusest kergelt üle libiseda. Kui te sellele ahvatlusele järele annate, siis kahetsete seda hiljem kindlasti.

Suhtlemise võlu on selles, et seda on lihtne harjutada. Hoopis teine asi on üritada saada paremaks suusatajaks, mis nõuab lumist mäge, ning selle tingimusega veab teil heal juhul kolmel korral aastas. Tavaliselt me räägime päev läbi, nii et võimalusi uute strateegiatega proovimiseks ja täpse tooni saavutamiseks on rohkesti.

## ARENDAGE VÄLJA ISIKUPÄRA

Kas te kujutate ette, kui igav oleks elu, kui meie kõigi jutt kõlaks ühtemoodi? Pole ime, et paljudel meie seast lähevad esitluste, loengute ja konverentskõnede ajal mõtted uitama. Tänapäeva häälsuhtlust (eriti töökohtades) iseloomustab tuimastav ühetaolisus. Paljud meist on omaks võtnud hulga üksluisid ja mõttetuid fraase („nii et vaadates seda mitte juhtimise, vaid turunduse perspektiivist“ jne), mida kasutatakse üsna ühtmoodi. See on arusaadav, sest me õpime suhtlemist peamiselt osmoosi teel. Kaugelt liiga paljud inimesed arvavad ekslikult, et selline etteaimatav ja tüütu suhtlusviis kujutab endast ohutut mugavustsooni. Tegelikult pole see midagi enam kui sulandumistsoon, mis ei lase meil arendada välja oma isikupärast ja otsekohest stiili. Sulandumistsooni sulgumine paneb teie hääle sarnanema kõigi teistega ja te muutute üha vähem meeldejäävaks.

Lihtne on mõelda: „Kõik teised teevad nii, järelikult on see üldiselt heaks kiidetud toimimisviis.“ Mina usun hoopis vastupidist: kui kõik teised nii teevad, ei taha teie seda üldse teha. Minu jaoks on

häälsuhtlus just nagu aktsiaturg. Kui näete, et suur hulk inimesi liigub ühes suunas, on õige pöörduda vastassuunda. Just seda tegi John D. Rockefeller 1928. aastal. Kui üks kingaviksijast poisike pakkus talle börsivihjet, mõtles Rockefeller: „Kui kõik teised – isegi saapaviksijaist poisikesed – on börsil, siis on börs järelikult üle rahvastatud.“ Kui börs aasta hiljem kokku kukkus, jäi tema perekonna varandus alles.

Ma tahan, et te oleksite meeldejäävad. Selle raamatu eesmärk ei ole panna kõiki suhtlema nii, nagu nad locksid üht ja sama stsenaariumi. Miski pole sellest halvem. Muutumatu olukord tuimastab meeli ja hajutab kuulajate mõtteid. Kui tahate hästi kõnelda, siis ärge sulanduge massi sekka, vaid tõuske sellest esile.

## TÄPSE TOONI NÄPUNÄIDE

Et ületada mugavustsoonest väljumise vastumeelsust, proovige sellist harjutust. Järgmine kord, kui satute igavat kõnelejat kuulava publiku sekka, võtke leht paberit ja joonistage sellele kaks tulpa. Ühele tulbale pange pealkirjaks „Värske ja uudne“ ning teisele „Kulunud ja klišeelik“. Märkige kõik uus ja värske, mida kõneleja ütleb, ühte tulpa ja kõik, mida olete juba miljon korda kuulnud, teise tulpa. Soovitan seda harjutust tihti oma klientidele. Ütlen neile ikka, et hoidugu kõigest klišeede tulpa märgitust nagu katkust, kuid kahjuks ei saa mitte kõik naljast aru.

## ILMUTAGE KINDLAT VEENDUMUST

Head kõnelejad ei räägi ebamääraselt. Nad ei alusta lauseid sõnadega „Mina arvan, et ...“ Nad väldivad ka hämavat keelekasutust, näiteks sõnu „omamoodi“ ja „justkui“. Neil on julgust öelda, mida nad arvavad, ja väljendada oma seisukohta enesekindlalt.

## TEHKE LÜHIDALT

Rohkem pole alati parem. Saint Louise ülikooli teadlased avastasid, et pärast 10–18 minuti möödumist hakkab kõneleja riskima kuulajate tähelepanu kahanemisega. Mis te arvate, kui kaua kestis president Obama 2013. aasta inauguratsioonikõne? Just, 18 minutit. Kas see on juhus? Vaevalt küll.

## VÄLJENDAGE PUHAST RÕÕMU

Kui tahate silma paista ja kõnet pidada, on alati kasu sellest, kui teist kiirgab käegakatsutavat entusiasmi – olgu see kasvõi teeseldud. Kui kuulajad tajuvad, et te naudite igat hetke teile osaks saanud võimalusest, näevad nad teie esinemist märksa soojemas valguses. Ja vastupidi – kui te paistate olevat pinges ja mures, nakatab te närvilisus ka publikut.

## MIDA MA TEILE EI SOOVITA?

Suhtlemistreenerina tegelen iga päev keelega. Minu töö keerleb selle ümber, mida öelda ja ütlemata jätta ning mida öeldes teha ja tegemata jätta. Ma aitan telenäguudel, kirjanikel, sportlastel, tippjuhtidel, muusikutel ja moeloojatel leida pärleid nende endi isiklikest ja töökogemustest. Kui kõne sisu on paigas, tuleb neile anda vaid vahendid selleks, et lisada esitusele veendumus, entusiasm ja enesekindlus.

Paljud inimesed, keda ma treenin, ütlevad, et ma ei sarnane teiste suhtlemistreeneritega, kellega nad on kokku puutunud. Mina küsin, mis mõttes, ja nende vastused hämmastavad mind. Kui te olete kunagi õppinud avalikku kõnepidamist, selle kohta raamatuid lugenud või heasoovlike sõprade nõu kuulda võtnud, on teile küllap antud ka napakaid soovitusi, mida te selle raamatu lehekülgedelt aga ei leia. Nii et järgnevaid strateegiaid ei tohiks mingil juhul järgida. Mina jagan neid lihtsalt nende koomilise väärtuse tõttu.

## KUJUTLEGE OMA KUULAJAID ALUSPESU VÄEL

Seda soovitusi kuulete te kogu aeg ja mina ei saa üldse aru, miks. See on naeruväärne ja täiesti kasutu, kui seda juhtumisi ei leiutanud mõne pesufirma turundusjuht. Esiteks ei aita see teid ja teiseks hajutab tähelepanu. See eemaldab teie fookuse sõnumilt ja paigutab täpselt sinna, kuhu te ei taha, või sellele, mil pole teie sõnumiga mingit pistmist. Palju parem strateegia on joogalik sügav hingamine. Närvi minnes unustame õige hingamise ning hakkame hingama lühidalt ja pinnapealselt. Nii ei piisa kopsudel õhku, mida on vaja ühtlase ja enesekindla häälega kõnelemiseks. Ebaõige hingamine annabki häälele rabeda ja hingeldava kõla.

Viis minutit enne rääkima hakkamist hingake läbi nina pikalt sisse, hoidke paar sekundit hinge kinni ja siis hingake aeglaselt suu kaudu välja. See nipp vaigistab häiriva müra, mis kumiseb teie peas, aeglustab pekslevat pulssi, täidab kopsud värske õhuga ja tasakaalustab häält. Proovige seda, see mõjub.

## TOOGE MÄNGU OMA SISEMINE RUMAL BLONDIIN

Ühel pärastlõunal tuli minu kontoris suure kosmeetikafirma turundusjuht, et harjutada firma veebisaidi jaoks loodud videote seeria esitlemist. Küsisin, mida ta mäletab oma eelmisest, teise firma korraldatud mediatreeningust. „Ma mäletan vaid seda,“ ütles ta, „et mul soovitati tuua mängu oma sisemine rumal blondiin.“ Mina ei kujuta ettegi nõuannet, mis veel rohkem solvaks, eriti arvestades seda, et selle saaja oli tõepoolest blond.

Minu tõlgendus sellest vapustavalt idiootlikust nõuandest: olge kaamera ees soe ja vastuvõtlik ning ilmutage oma kirjeldatava toote väärtuse vastu peaaegu lapselikku entusiasmi.