

Spis treści

PROLOG	9
CZĘŚĆ I. PROSTA KOMUNIKACJA	
ROZDZIAŁ 1. PROSTA KOMUNIKACJA — WPROWADZENIE	17
Czarna dziura komunikacji	17
Prosta komunikacja a prosty język	18
Komunikacja prosta, czyli SIMPLE	20
ROZDZIAŁ 2. S JAK STRUKTURA, CZYLI DLACZEGO STRUKTURA JEST WAŻNIEJSZA NIŻ MATURA?	23
Slajd, który mógłby uratować życie 7 osób	23
Odwrócona piramida	26
Zacznijmy od najważniejszego	27
Pauza	29
Prowadzenie narracji pytaniami	31
Strukturyzowanie maili	32
Strukturyzowanie treści prezentacji	34
Gadające nagłówki	36
Struktura dłuższych form	37
ROZDZIAŁ 3. I JAK INKLUZYWNOŚĆ, CZYLI WŁĄCZAJ INNYCH DO DYSKUSJI	45
Lekcja 1. Włączaj każdego do dyskusji	47
Lekcja 2. Otwarta dyskusja	49
Lekcja 3. Intencje, nie rozkazy	50
Lekcja 4. Nie zadawaj binarnych pytań	53

ROZDZIAŁ 4. M JAK MINIMALIZM, CZYLI KOMUNIKUJ SIĘ ESENCJONALNIE	57
Prezentacja na pudełku od zapalek	59
Zdefiniuj cel i odbiorców	60
Krócej znaczy lepiej	64
Słowa-śmieci	67
Niestosowne słowa	74
Przymiotniki na wylocie	75
Sposoby na pozbycie się natręctw językowych	77
ROZDZIAŁ 5. P JAK PICTORIAL, CZYLI OBRAZOWY	79
Abstrakcja vs. konkret	80
Ze slajdami czy bez?	83
Reguła komunikacji wizualnej nr 1: zrozum kontekst	85
Reguła komunikacji wizualnej nr 2: skup się na strukturyzowaniu, nie upiększaniu	89
Reguła komunikacji wizualnej nr 3: zsynchronizuj swoją wypowiedź ze slajdami	93
Reguła komunikacji wizualnej nr 4: projektuj oszczędnie	95
Reguła komunikacji wizualnej nr 5: wprowadź na slajdy porządek	99
ROZDZIAŁ 6. L JAK LEADING, CZYLI KIERUJ KU DALSZYM KROKOM	105
Artur kontra Hania	106
Rodzaje wezwań do działania	108
Turbodoładowanie wezwania do działania	110
ROZDZIAŁ 7. E JAK EMPATHETIC, CZYLI OKAŻ EMPATIE, KIEDY SŁUCHASZ I KIEDY MÓWISZ	117
Empatia w słuchaniu	118
Empatia w mówieniu	125
Komunikacja asertywna	128
Komunikacja bez przemocy	131
Dawanie informacji zwrotnej	135
Budowanie więzi z odbiorcami	139
ROZDZIAŁ 8. PROSTA KOMUNIKACJA — PODSUMOWANIE	141

CZĘŚĆ II. STORYTELLING

ROZDZIAŁ 9. STORYTELLING — WPROWADZENIE	147
ROZDZIAŁ 10. SCHEMAT STORYTELLINGOWY NR 1: OD PROBLEMU DO ROZWIĄZANIA	155
Najpierw przedstaw wroga, potem rozwiązanie	157
ROZDZIAŁ 11. SCHEMAT STORYTELLINGOWY NR 2: STORY JAKO PRZYKŁAD	169
Story jako maszyna do produkcji emocji	175
Storytelling a etos mówcy	179
Storytelling a okoliczności	181
Prawdziwe story	186
Kompilacja obu schematów storytellingowych	191
ROZDZIAŁ 12. STORY JAKO ELEMENT DNA TWOJEJ FIRMY	195
ROZDZIAŁ 13. KOLEKCJONOWANIE HISTORII I ANEGDOT	203
Ćwiczenia na drenaż story	208
ROZDZIAŁ 14. TECHNIKI NA PODRASOWANIE STORY	211
Konflikt napędzający akcję	213
Suspens	215
Szczegóły	219
Dialog	222
Czas terażniejszy	224
Dobre otwarcie	225
Pasja	227
ROZDZIAŁ 15. STORYTELLING — PODSUMOWANIE	229

CZĘŚĆ III. SYNTEZA, CZYLI KOMUNIKACJA BIZNESOWA NA MISTRZOWSKIM POZIOMIE

ROZDZIAŁ 16. WSTĘP — KIM JEST MISTRZ KOMUNIKACJI?	235
ROZDZIAŁ 17. NARZĘDZIA RETORYCZNE, PODSTAWOWY PRZYPORNIK WYBITNEGO MÓWCY	237
Metafory i analogie	239
Powtórzenia	245

Kontrasty	251
Balans	254
Potrójności w perswazji	256
ROZDZIAŁ 18. KILKA PRZEPISÓW NA HUMOR	263
Przepis nr 1: Anegdota	264
Przepis nr 2: Wstawki sytuacyjne	266
Przepis nr 3: Dystans do siebie	267
Przepis nr 4: Banał-banał-bum	269
Przepis nr 5: Niedorzeczne zestawienia	272
Przepis nr 6: Hiperbola	275
Przepis nr 7: Multimedia	277
ROZDZIAŁ 19. PRZEMÓWIENIA. WEDŁUG SPRAWDZONEGO SCHEMATU LUB MODUŁOWO	281
Metoda Simona Lancastera	281
Metoda modułowa	288
W jaki sposób zacząć przemowę?	292
W jaki sposób zakończyć przemowę?	301
ROZDZIAŁ 20. KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA	307
Problemy komunikacyjne a problemy wewnętrzne	307
Otwarte drzwi	309
Klucze komunikacyjne	311
ROZDZIAŁ 21. KOMUNIKACJA JAKO CZUBEK GÓRY LODOWEJ	317
Oczytanie, obeznanie, zanurzenie w wiedzy	318
Zdrowa pewność siebie	320
Uśmiech	322
Warsztat sceniczny	324
Głos	328
EPILOG	337
POLECANE LEKTURY	339