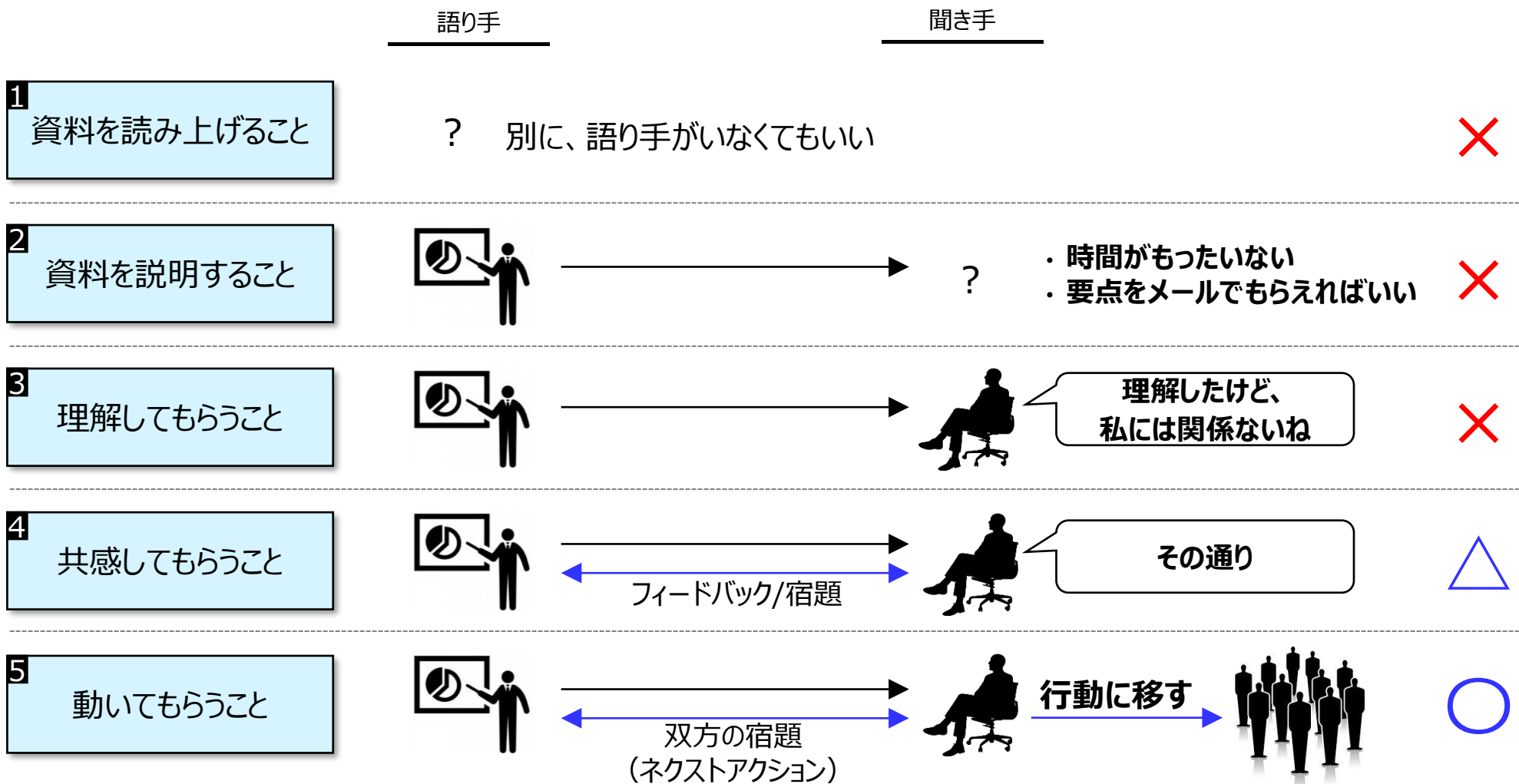


# 目的は「動いてもらうこと」

営利目的の企業の社員が、時間（コスト）をかけてプレゼンテーションの準備から実施までする以上は、「聞き手に動いてもらうこと」が目的でなければいけない。

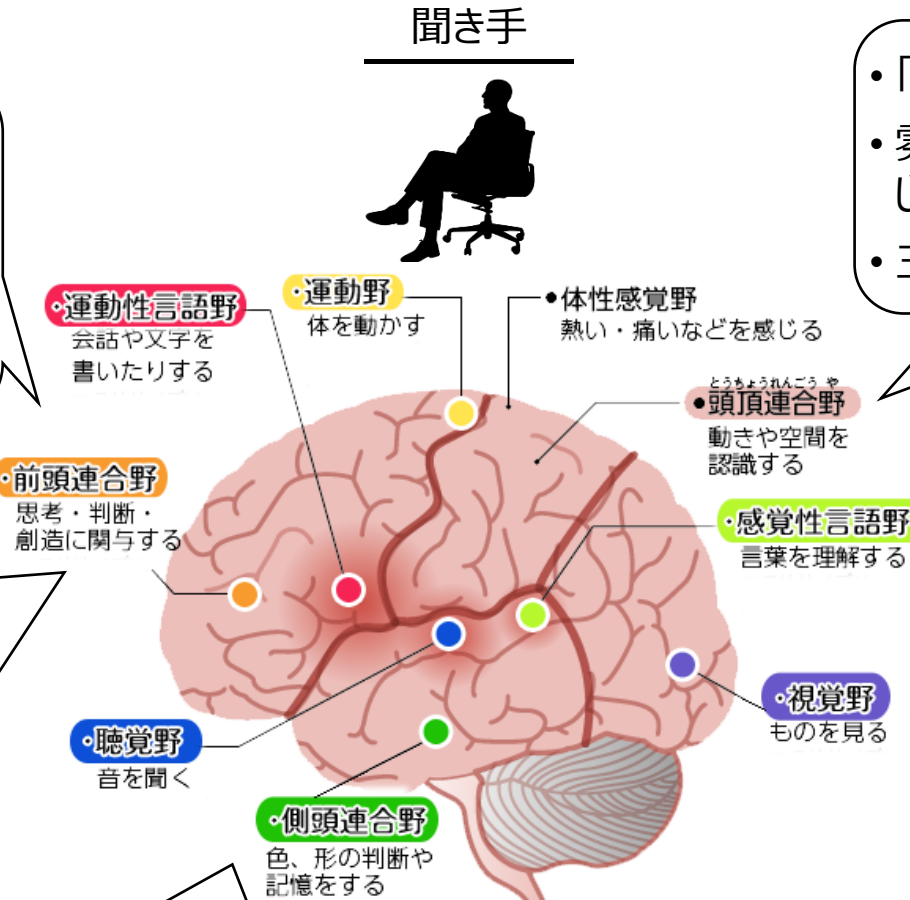


# 注力すべきことは「聞き手の脳を働かせること」

聞き手をその気にさせるなら、「自分の脳を働かす」のではなく、「聞き手の脳を働かせる」ことに注力する。

- 相手の価値観に合わせる
- 気持ちよくさせる
- 優越感を与える
- その気にさせる
- 自分が主役だと思わせる

- 聞き手の「今」の気持ちを理解する
- 聞き手の「生きる基準（仕事の基準）」を理解する
- 聞き手の興味・関心事を理解する
- 聞き手の「頭の整理方法」に当てはめる



・忘れないキーワード、図、行為で印象付ける。脳に植え付ける

- 「耳」と「目」だけを使わせない
- 雰囲気、臨場感、空気、熱を感じさせる
- 三次元空間の中心に立たせる

- 知っている言葉を使う
- 無駄な言葉は言わない
- 論理的に語る
- 文書を短く区切る

- 視線を誘導する
- 目に焼き付かせる
- 直観的に伝える