

**СЕРГЕЙ КУЗИН**

онлайн-тренинг внутри

# **БИТВА ЗА ВНИМАНИЕ**

**КАК БЫТЬ УСЛЫШАННЫМ**

**В ЭПОХУ ИНФОШУМА**

**БОМБОРА<sup>TM</sup>**

Москва 2021

УДК 159.92  
ББК 88.53  
K89

Кузин, Сергей Александрович.  
К89      Битва за внимание : как быть услышанным в эпоху инфошума / Сергей Кузин. – Москва : Эксмо, 2021. – 480 с. : ил.

ISBN 978-5-04-190541-5

Эта книга о том, как владеть вниманием вашей аудитории онлайн и офлайн. Вы выступаете публично? Делаете посты в соцсетях? Публикуете видео? Теперь ваша аудитория не сможет не слушать вас. Вы узнаете, как удержать их надолго, а не просто «зацепить». Как говорить интересно о скучном, просто о сложном. Как говорить с теми, кто заранее решил вас не слушать. Как держать внимание тех, на кого нельзя «шикнуть». Незнакомая, равнодушная, статусная публика – что бы ни случилось, вы будете знать, что делать. Десятки видео самых удачных и самых провальных примеров общения, а также доступ к авторскому онлайн-курсу «Битва за внимание» позволят вам не только читать, но и смотреть и слушать эту книгу вживую.

УДК 159.92  
ББК 88.53

ISBN 978-5-04-190541-5

© Кузин С.А., текст, 2021  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021

«...Сергей, в отличие от многих профессиональных спикеров, не привык выезжать на двух-трех безотказных приемах управления вниманием, которые, рано или поздно, становятся предсказуемыми и не достигают эффекта. Напротив, он неутомим в поисках новых инструментов и эти поиски приводят к находкам, которые становятся не только его достоянием, но и достоянием других профессионалов рынка публичных выступлений. Собрать эти находки и систематизировать их в увлекательной книге, и сопроводить кейсами из реальной практики, было отличной идеей».

*Радислав Гандапас, президент Ассоциации спикеров СНГ*

«Очень интересная книга! Мне, как человеку, который довольно часто выступает перед людьми, было приятно открывать для себя новое и кивать при согласии с методиками и приемами Сергея Кузина. Очень приятно, что есть суперспециалист, который идеально изучил вопрос привлечения и удержания внимания любой аудитории».

*Максим Батырев, основатель Batyrev Consulting Group,  
автор книг серии «45 матуровок»*

«Многие руководители пытаются быть серьезными, а оказываются скучными. Иные в попытке быть нескучными и привлечь внимание любыми средствами теряют содержательность. Эта книга помогает обрести баланс между серьезностью и интересностью на публике. Она научит вас держать внимание любой аудитории, оставаясь собой».

*Роман Артюхин, руководитель  
Федерального казначейства РФ*

«Если вам скажут, что на встрече Совета директоров у вас будет двадцать минут, не верьте. У вас будет две. И за первые секунды будет понятно, стоит ли вас слушать дальше. Возможно, это будут самые важные секунды в вашей жизни. И лучший способ подготовиться к ним — прочесть эту книгу».

*Олег Гощанский, председатель правления и управляющий партнер, КПМГ в России и СНГ*

«Внимание — это главный ресурс человека. Если вам важно внимание людей — обязательно изучите эту книгу!»

*Ицхак Пинтосевич,  
продюсер образовательных проектов,  
основатель платформы 5fer.com*

«Сколько я помню автора, Сергей всегда в битве за внимание. И битвы он выигрывает регулярно: это видно и по книгам, и по выступлениям. Ценность этой книги как минимум в двух моментах: во-первых, автор не только рассказывает о том, как привлекать внимание, а показывает это на каждой странице. Он делает ЭТО. А во-вторых, Сергей дает ключи к привлечению внимания онлайн, что крайне важно в наши дни. Мои рекомендации автору и книге».

*Марк Кукушкин, практик развития,  
Тренинг-Бутик, Бест-тренинг, ПиР*

«Этот мир устал от крика, напыщенности и рекламной фальши. Попытки завоевать внимание методом перекрикивания все чаще проваливаются. Поэтому эта книга вышла

очень вовремя. Она поможет вам обрести свою аудиторию. Если вы будете следовать советам «Битвы за внимание», вам не придется ни с кем воевать – вы будете обречены на внимание тех, кто для вас важен».

*Тиджей Уокер, президент MediaTrainingWorldwide*

«Хороших идей – миллионы, но способных зацепить инвестора – единицы. Эта книга подскажет, как прорываться стоящим идеям. Если у вас есть что показать миру – срочно прочтите!»

*Михаил Лялин, CEO компании Zerpolab  
(создатели игры Cut the Rope)*

«Начиная с удачного и емкого названия книги, читая, вы – не будете скучать! Вам, скорее всего, не захочется перелистывать по диагонали и выбирать отдельные изюминки. Потому что это – про внимание, культурируемую энергию «Куда идет внимание – там энергия», а также про то, как избежать лакун их потери. Ведь даже не выступая – вы проявляетесь, хотите того или нет – дозируете яркость и точность своего предъявления. Прочтя эту книгу – вы обречены повысить уровень интереса, своего и чужого, к тому, что вы делаете публично».

*Леонид Кроль, директор Мастерской коучинга  
и тренинга Л. Кроля*

«В эпоху инфошума внимание – это валюта. И сегодня богатеет не тот, кто владеет информацией, а тот, кто владеет вниманием. Книга Сергея Кузина – это свод приемов и тех-

ник по управлению вниманием публики онлайн и офлайн. Обязательное чтение для всех, кто имеет дело с публичными коммуникациями».

*Михаил Маслов,  
генеральный директор агентства Ketchum*

«Вы говорите, а вас не слушают. Вы показываете важные слайды, а люди в зале дремлют. Вы рассказываете полезную историю, а все смотрят в экраны своих телефонов. Что делать? Как захватить и удержать внимание собеседника или аудитории? Именно об этом рассказывает книга Сергея Кузина. Рассказывает четко, понятно, легким языком и с большим количеством конкретных примеров и советов. Поможет всем: ораторам, тренерам, преподавателям, начальникам всех уровней, ньюсмейкерам, продажникам и шоуменам. Рекомендую!»

*Тимур Асланов, эксперт в области PR,  
организатор международных деловых конференций*

«Книга Сергея Кузина «На линии огня» стала настольной книгой для подготовки спикеров в нашей компании. Уверен, что книгу «Битва за внимание» ждет такая же судьба, поскольку советы в ней не только практические, но и вдохновляющие. Они точно помогут одержать победу в битве за самый дефицитный ресурс спикера – внимание слушателей».

*Ромуальд Мирумян, директор учебного центра  
ООО «СК «Ренессанс Жизнь»*

# **СОДЕРЖАНИЕ**

Благодарность .....	9
Вступление .....	12
Вступление для тех, кто не читает вступления .....	16

## **ЧАСТЬ I**

### **ВНИМАНИЕ, ВНИМАНИЕ!**

Глава 1. В чем причина невнимания .....	23
Глава 2. Как донести скучную тему до холодной аудитории? .....	45

## **ЧАСТЬ II**

### **ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ**

Глава 3. Как захватить: «Ого-реакция» .....	71
Глава 4. Как удержать: «Ага-реакция» .....	87
Глава 5. Конь-фликт: провоцируй! .....	111
Глава 6. Конь-траст: отличайся! .....	129
Глава 7. Конь-кретика: дай потрогать! .....	147

## **ЧАСТЬ III**

### **ТЕХНИКИ УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ**

Глава 8. Велкро-эффект и «крючки внимания» .....	167
Глава 9. Цитата. Как не пересолить? .....	185
Глава 10. Статистика. Как потрогать? .....	197
Глава 11. Вопрос. Как спросить? .....	207

Глава 12. Картинка. Как показать? .....	217
Глава 13. Метафора. С чем сравнить? .....	231
Глава 14. История. Как рассказать? .....	243
Глава 15. Неожиданный поступок. Как шокировать? ..	259
Глава 16. Действие в зале. Как вовлечь? .....	271
Глава 17. Выход на сцену. Как пробить стену? .....	287
Глава 18. Фразы-убийцы и фразы-реаниматоры .....	299
Глава 19. Вампиры внимания. Что-то пошло не так ...	313

**ЧАСТЬ IV****ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ**

Глава 20. Битва за внимание боссов .....	329
Глава 21. Битва за внимание инвесторов .....	347
Глава 22. Битва за внимание клиентов .....	363
Глава 23. Битва за внимание зала .....	385
Глава 24. Битва за внимание онлайн .....	407
Глава 25. Битва за внимание в соцсетях .....	427
Глава 26. Битва за внимание в YouTube .....	451
 Вместо заключения .....	469
Литература .....	475

# БЛАГОДАРНОСТЬ

У этой книги – десятки соавторов, поэтому одна только моя фамилия на обложке не отражает действительности. Я назову имена лишь некоторых дорогих для меня людей, чья поддержка была незаменимой.

Мои коллеги по цеху не только дали специальные интервью для этой книги, но и согласились поделиться видеофрагментами своих реальных выступлений. Это лучшие специалисты в своей области, побеждающие в битвах за внимание больших аудиторий онлайн и офлайн, – *Радислав Гандапас, Андрей Левченко, Марк Кукушкин, Михаил Молоканов, Сергей Шипунов, Евгений Ильченко, Леонид Бугаев, Игорь Рызов, Алексей Каптерев, Игорь Незовибатько, Алексей Слободянюк, Владимир Якунцев*.

Отдельная благодарность – моим друзьям, коллегам и партнерам из числа фрилансеров, владельцев среднего и малого бизнеса. Они рассказали мне о том, как ведут свои битвы за внимание клиентов, покупателей, инвесторов: *Людмила Булавкина, Константин Бочарский, Анна Шишковская, Дафья Кабицкая, Тимур Асланов, Майя Богданова, Александр Шумович, Иван Евтухович, Мария Ярцева*.

Низкий поклон моим старым друзьям, которые все время проверяли меня на прочность, жестоко критиковали мой текст в целом и по частям. Они дали мне ценную об-

ратную связь о том, какие приемы лучше всего работают в битве за внимание боссов, коллег и подчиненных. Это лучшие представители среднего менеджмента в крупных российских и международных компаниях: *Михаил Хазанчук* (Johnson & Johnson), *Александр Чураев* (Росатом), *Олег Рогожин* (Сибур), *Олег Санников* (НФК), *Елена Кошеткова* (Аэрофлот), *Алексей Бородкин* (UniCredit). Спасибо, что не даете мне зазнаться, ребята!

Глава про битву за внимание боссов была бы невозможна без самих боссов. Я благодарю за ценные уроки и инсайты своих клиентов — первых лиц крупных компаний — *Ирину Меньшикову* (Amway), *Олега Гощанского* (KPMG), *Вадима Лобова* (Синергия) и еще целый ряд руководителей госкомпаний и федеральных структур, пожелавших остаться неназванными. Благодарю вас, господа!

Мои клиенты — спикеры из Минвостокразвития, Федерального казначейства, ЛАНИТ, НСПК, ФК «ПУЛЬС», Росnano, Ростелеком, Евразийской группы, Казахстанской биржи AIX, IBM, Ketchum, Nestle, OZON, PwC, Deloitte, STADA, MSD, Nissan — послужили прообразами реальных историй и примеров из практики. Благодарю!

Международные эксперты помогли мне набрать материал для битвы за внимание перед иностранной аудиторией онлайн. Мой давний друг Эдам Ротшильд, профессор университета Провиденс (США), организовал мое видеовыступление перед 400+ американскими студентами. Мой партнер *ТиДжей Уокер*, глава MediaTrainingWorldwide, поделился секретами успеха при создании онлайн-продуктов. К слову, г-н Уокер — автор № 1 в теме публичных коммуникаций на платформе Udemy с онлайн-доходом более 100 тыс. долларов в месяц. Thank you!