

ИСКУССТВО ДЕЛОВОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ И ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

Н.А.Евтихиева, к.э.н

«У вас могут быть блестящие идеи, но если вы не сможете донести их до других, ваши мозги вас никуда не приведут»

Ли Якокка, Президент компании «Форд» (1970-1978) и Председатель Совета директоров компании «Крайслер» (1983-1992)

ВАЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Сколько процентов рабочего времени у вас уходит на коммуникацию вообще - включая телефонное общение, презентации, переговоры, встречи?
- Сколько процентов рабочего времени вы тренируете свои коммуникативные навыки?

ПОЧЕМУ ПОЛЕЗНА ПРЕЗЕНТАЦИЯ?

- Вам нередко приходится доносить важную, но сухую информацию
- У вас отличные идеи, но не хватает навыков «упаковки» ваших презентаций
- Вы получили повышение, и теперь вам приходится делать то, чего раньше не приходилось – часто выступать с презентациями
- Вам необходимо заинтересовывать аудиторию – собой, своими идеями, продуктами, услугами или компанией

ВСЕГДА ЛИ НУЖНА ПРЕЗЕНТАЦИЯ?

- Можно ли вообще обойтись без презентации?
- Что случится, если я не сделаю презентацию?

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕОБХОДИМА, КОГДА НУЖНО:

- Добавить ЭМОЦИИ:
 - воодушевить
 - эмоционально окрасить тему
 - эмоционально прояснить личное отношение выступающего к теме
- Заразить идеей, заманить, продать проект
- Научить, объяснить или прояснить, дать обратную связь, скорректировать понимание участников

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ ОТ УИНСТОНА ЧЕРЧИЛЯ (приложение)

«Ни один из талантов, которыми может обладать человек, не является более ценным, чем талант ораторского искусства. Способности к публичным выступлениям не относятся к дару, их можно развивать»

Уинстон Черчилль (1874-1965)

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ УСПЕШНОСТИ:

- Тщательная подготовка
- Концентрация на идеях
- «Хорошее начало»
- Использование метафор
- Юмор
- Дикция, мимика и жесты

РУКОВОДИТЕЛЬ – ЛИДЕР. ОТ РУКОВОДИТЕЛЯ ТРЕБУЕТСЯ:

- Красноречие
- Умение держаться на публике
- Способность быстро отвечать на вопросы зала
- Навыки управления эмоциями

ТРИ ЖАНРА ПУБЛИЧНЫХ РЕЧЕЙ

1. ПОБУЖДАЮЩИЕ

- Выступления на митингах
- Рекламные выступления
- Речи командиров перед солдатами

2. ИНФОРМИРУЮЩИЕ

- Доклады
- Лекции
- Отчёты

3. РИТУАЛЬНЫЕ

- Тосты
- Поздравления
- Открытие или закрытие чего-либо
- Представление кого-либо

Результат презентации – ДЕЙСТВИЕ АУДИТОРИИ по отношению к презентуемому объекту – подписать контракт, купить продукт, проголосовать, пожертвовать деньги, утвердить план

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА И ШАГИ ПОДГОТОВКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ (от латинского *praesento* – представление) – выступление, иногда сопровождаемое визуальными образами, направленное на то, чтобы донести до аудитории информацию и убедить её совершить определённые действия, нужные организатору презентации

- Передача информации
- Определённой аудитории
- В определённой форме
- С определённой целью

ВОПРОСЫ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- ☐ Что побуждает аудиторию слушать вашу презентацию?
- ☐ Вы предлагаете интересные вопросы, загадки, интриги, тайны, а также ответы на них?
- ☐ Вы вовлекаете аудиторию, общаетесь с ней или просто доносите информацию?
- ☐ Вы предлагает новую информацию с необычной точки зрения, или просто повторяет несложный материал?
- ☐ Вы чередуете эмоциональное и логическое мышление?
Как вы считаете, расскажут ли ваши участники своим знакомым о вашей презентации или сразу забудут о вас?

ШАГИ ПОДГОТОВКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Шаг 1 – Определение цели презентации
- Шаг 2 – Разработка содержания
- Шаг 3 – Разработка сценария и структуры
- Шаг 4 – Репетиция и настрой
- Шаг 5 – Визуализация информации



ШАГ 1 – ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛИ – ГЛАВНЫЙ КРИТЕРИЙ УСПЕХА

- Цель презентации реализуется после её окончания
- Цель презентации формулируется в понятиях действия со стороны аудитории

ФАКТОРЫ СИТУАЦИИ

- **ВХОДЯЩИЕ: ЗАКАЗЧИК – ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ – МЕСТО – АУДИТОРИЯ**
- **ИСХОДЯЩИЕ: ЦЕЛЬ – СТИЛЬ – СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ**

ОЦЕНКА СИТУАЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ПРЕЗЕНТАЦИИ

ЗОЛОТОЕ ПРАВИЛО:

Не существует универсальной презентации, которая была бы эффективна как для высшего менеджмента, так и для производственного состава, дилеров, работников сервиса, покупателей

- Презентация для высшего руководства – в болеедержанной классической манере
- Презентация для покупателей и потребителей услуг – в эффектной мультимедийной манере

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ

«Готовить презентацию, не принимая в расчет аудиторию – всё равно, что писать любовное письмо, никому его не адресуя»

Кен Хэмер, Руководитель отдела исследований компании AT&T

«Ходить на свидание вслепую – развлечение, где нечего терять. Делать вслепую презентацию – потерять всё»

Радислав Гандапас

Время, отведённое на выступление

- Решение, сколько будет продолжаться презентация, принимает не выступающий
- Важно оценить – сможете ли вы в отведённое время достичь поставленной цели

При представлении одного слайда:

- 20 секунд – слайд-разделитель
- 3–5 минут – для сложных анимационных слайдов
- на 10 минут – 5-7 слайдов

Пример стандартной презентации на 30 минут:

- Введение: 3–4 слайда, 5–8 минут
- Основная часть: 9–12 слайдов, 18–20 минут
- Заключение: 1–2 слайда, 5 минут

Использование технических средств

- Узнать, каким оборудованием вы будете располагать
- Какие условия для вашего выступления

КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ – ТРИ ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

- **Визуальная** – Что вы покажете на слайдах или компьютере?
- **Вербальная** – Что вы при этом скажете?
- **Поведенческая** – Как вы будете себя вести?

ПОМНИТЕ: Никто не сможет испортить отличную презентацию лучше, чем сам докладчик своим неадекватным поведением

ПОВЕДЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ**ЗОЛОТОЕ ПРАВИЛО:**

- ☐ Покупают не товар – покупают продавца!
- ☐ Если вы не можете что-то продать – это не с продуктом что-то не так, а с вами

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АУДИТОРИЕЙ

- ☐ Зрительный контакт
- ☐ Темп речи, интонация
- ☐ Поза, жесты

ФОРМУЛА ТРЁХ «У»:

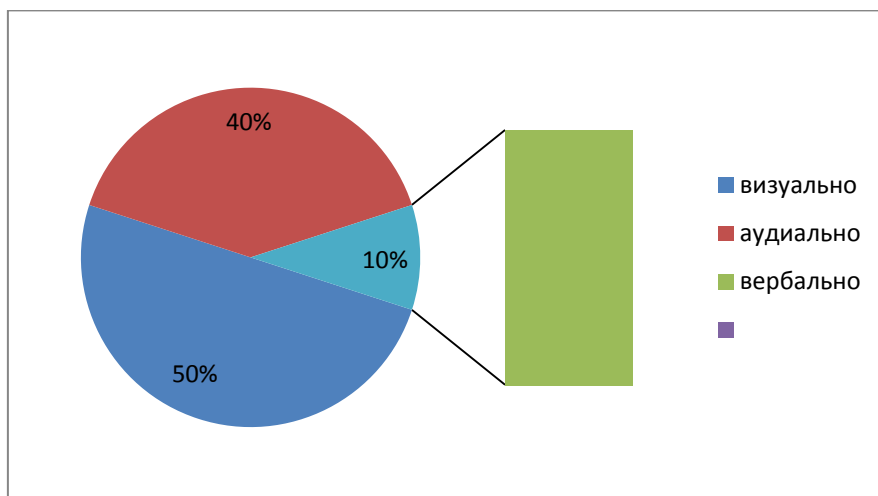
1. На вашем лице **УЛЫБКА**
2. Вы излучаете **УВЕРЕННОСТЬ**
3. Вас ждет **УСПЕХ!**

ТРИ ТИПА ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

1. **ВИЗУАЛЫ**
2. **АУДИАЛЫ**
3. **КИНЕСТЕТИКИ**

УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА

Личная встреча:



Задачи установления контакта:

- Привлечь внимание
- Заинтересовать
- Создать обстановку доброжелательности и доверия
- Установить эмоциональный контакт с партнером, с аудиторией

Важные моменты:

- Профессиональное приветствие
- Открытая поза
- Внимание
- Обращение по имени
- Позитивное выражение лица (улыбка)
- Искренний комплимент, подчеркивание значимости партнеров
- Приглашение к диалогу
- Бизнес-этикет
- Активность и энергичность

Факторы и закономерности формирования первого впечатления:

1. Вести себя естественно.
Лучший способ испортить первое впечатление о себе – вести себя напряженно или слишком раскованно.
2. Уметь быстро ориентироваться в обстановке и разбираться в людях.
3. Активно использовать свои сильные стороны и стараться не проявлять слабые, то есть выстраивать свое поведение, опираясь на лучшие человеческие и профессиональные качества.

Техника создания благоприятного впечатления

1. Постоянно высказывать искренний интерес к другим людям. Главное – не переходить границы дозволенного.
2. Поддерживать моменты общности. Отношения лучше строить на тех интересах и привязанностях, которые являются общими, то есть объединяют
3. Выражать искреннее одобрение. Все люди любят, когда их хвалят. Говорить об их достоинствах.
4. Говорить больше комплиментов, то есть фраз, содержащих небольшое преувеличение качеств человека; при их произнесении срабатывает психологический феномен внушения, вследствие чего человек старается «дорости» до тех качеств, которые подчеркнуты в комплименте.
5. Вести разговор в русле личных интересов собеседника
6. «Отражать» друг друга – ситуация раппорта: это отношения, для которых характерны взаимное согласие, уважение, глубокая взаимная привязанность; это своего рода единение, настроенность на одну волну, взаимная симпатия, другими словами, создание с партнером общего языка, в том числе языка тела. Эффективное средство раппорта – отражение.

Отражать людей можно различными способами:

Первый способ – через язык тела (поза, в которой вы сидите, стоите, положение ног, жестикуляция, положение головы, походка, выражение лица, прикосновение);

Второй способ – через речь (тембр голоса, темп речи, выбор слов, сила голоса, использование профессиональных слов и выражений);

Третий способ – через чувства (терпимость, заинтересованность, включенность, проявление уважения к чертам характера, профессионализма);

Четвертый способ – через ценности (что важно, что неприемлемо)

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ

Способы привлечения внимания и вовлечения:

- 10 сек. пауза в начале выступления
- Зрительный контакт и жесты ведущего
- Комплимент аудитории, похвала (по поводу их успехов, способностей, благодарность за прием...)
- Оригинальное начало (мы сегодня с вами не будем обсуждать проект...)
- «Чтение мыслей» («мне кажется, что я знаю, чего многие ожидают от нашей встречи, да, вы правы – мы обсудим...»)
- Удивите аудиторию (сообщите то, что чего она не знает)
- Ссылки на авторитеты, цитаты
- Яркие статистические примеры, цифры, факты
- Возбуждайте любопытство слушателей (тайна, интрига)
- Сенсационность (создайте искусственный фон сенсационности, шокирующие факты)
- Престижность (создайте миф)
- Рассказывайте интересные истории (в т.ч. из своей жизни; «дело было так...», по дороге сюда я увидел...)
- Используйте образы и метафоры (представьте себе...)
- Говорите на языке аудитории/клиента (используйте специальные термины только для профессиональной аудитории, приводите понятные аргументы)
- Используйте эмоции (обращайтесь к чувствам)
- Задавайте вопросы аудитории (риторические, вовлекающие; «кто из вас считает...?», «что вы думаете...?», «сколько людей думают об этом же?»)
- Делайте паузы
- Используйте наглядные материалы (видеопрезентации, буклеты, рисунки)
- Изъятие из контекста (говорите об отдельных сторонах проекта)
- Смешивание информации и мнения (представляете факт и мнение о нем)
- Признавайте значимость аудитории/партнера (транслируйте это)
- Будьте оптимистом по отношению к своему Предложению, Идее и воодушевляйте аудиторию/клиента

Способы возвращения контакта с аудиторией:

Паузы

В случае, если вы почувствовали, что аудитория «ускользает»: в зале началось перешептывание, «жужжание», хорошо остановиться на какое-то время и замолчать. После того как перешептывание в зале затихнет можно продолжать презентацию.

Контрастный голос

Повышая или понижая голос по сравнению с предыдущей фразой, вы привлекаете к себе внимание слушателей.

Выход в зал

Иногда можно, вернуть внимание аудитории, выйдя в зал

УПРАЖНЕНИЕ – УПРАВЛЕНИЕ АУДИТОРИЕЙ

СОСТОЯНИЕ АУДИТОРИИ	ПРИЧИНА	ЧТО ДЕЛАТЬ?
Шум в аудитории, слушатели разговаривают друг с другом		
Шум в аудитории, реплики с места, хождения, гул		
Аудитория скучает и «спит»		
Аудитория настроена агрессивно, много недовольных		
Пассивная аудитория, крайне низкий интерес к теме сообщения или к выступающему		
Очень активная аудитория. Слишком много дискуссий		

ШАГ 2 – РАЗРАБОТКА СОДЕРЖАНИЯ

ПРАВИЛО АРИСТОТЕЛЯ

- ☐ Pathos – «Пафос» адресация к эмоциям
- ☐ Logos – «Логос» адресация к логике
- ☐ Ethos – «Этос» проявление собственного характера, убеждений
- ☐ Agora – «Агора» правильное место и время

ПРАВИЛО ЦИЦЕРОНА

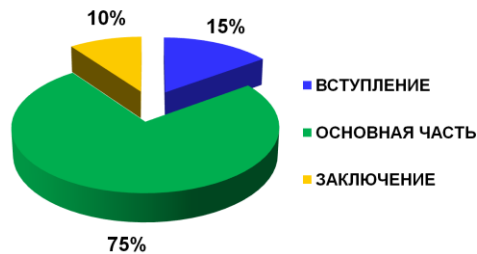
- ☐ Ситуация
- ☐ Описание проблемы или списка проблем
- ☐ Варианты решения, включая моё «правильное»
- ☐ Предложения и их обоснования
- ☐ Призыв к практическим действиям

БАЛАНС РАЦИОНАЛЬНЫХ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

Параметры	Эмоциональные доводы	Рациональные доводы
Время суток	Вечер-ночь	Утро-день
Возраст слушателей	Дети, подростки, пожилые люди	Люди средних лет
Пол слушателей	Женщины	Мужчины
Момент принятия решения	Во время презентации	Спустя некоторое время после презентации
Статус аудитории	Низкий	Высокий
Профессия слушателей	Творческие профессии	Технические профессии

ШАГ 3 – РАЗРАБОТКА СЦЕНАРИЯ И СТРУКТУРЫ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВРЕМЕНИ В СТАНДАРТНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ



МОДЕЛЬ «AIDA» – КЛАССИЧЕСКАЯ СХЕМА ВЛИЯНИЯ НА СОЗНАНИЕ

- ☐ **ВНИМАНИЕ – ATTENTION**
- ☐ **ИНТЕРЕС – INTEREST**
- ☐ **ЖЕЛАНИЕ – DECISION**
- ☐ **ДЕЙСТВИЕ – ACTION**

1. Вступление – привлечь ВНИМАНИЕ, возбудить ИНТЕРЕС
2. Основная часть – усилить ИНТЕРЕС, пробудить ЖЕЛАНИЕ
3. Заключение – усилить ЖЕЛАНИЕ, призвать к ДЕЙСТВИЮ

СХЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СОДЕРЖАНИЯ:

- ☐ **По принципу решения проблемы**
 - **Вступление** – опишите ключевую проблему
 - **Основная часть** – опишите составляющие компоненты
 - **Приведите решения для этих составляющих**
 - **Завершение** – резюмируйте, как решение компонентов проблемы позволяет решить проблему в целом
- ☐ **По принципу соответствия требованиям**
 - **Вступление** – опишите требуемые характеристики
 - **Основная часть** – продемонстрируйте существующие характеристики продукта или услуги
 - **Завершение** – рассмотрите, насколько продукт или услуга соответствует требованиям

❑ По принципу пирамиды

- **Вступление** – опишите ключевые пункты
- **Основная часть** – проведите углубленное рассмотрение ключевых пунктов
- **Завершение** – подведите итоги по каждому из ключевых пунктов

❑ По принципу анализа перспектив

- **Вступление** – опишите текущую ситуацию
- **Основная часть** – изложите факты, цифры, варианты стратегий на будущее
- **Завершение** – резюмируйте прогнозы на будущее, исходя из выбранной стратегии

ПОДГОТОВКА ВСТУПЛЕНИЯ – 15%

Формула «ЦВО»:

- **Цель** – зачем вы делаете эту презентацию?
- **Важность** – почему так важно достичь этой цели сегодня? Почему это срочно?
- **Обзор** – общее представление о структуре презентации, своеобразная «Дорожная карта», помогающая следить за ходом выступления, понимать, где в каждый момент мы находимся

ПРИ ПОДГОТОВКЕ ВСТУПЛЕНИЯ – используйте техники завоевания внимания:

- Сообщите об интересном факте
- Сделайте провокационное или неоднозначное заявление:
- Начните с цитаты
- Расскажите короткий анекдот или случай из жизни
- Придумайте что-то своё

ПОДГОТОВКА ОСНОВНОЙ ЧАСТИ – 75%

- Информацию давайте небольшими порциями
- Подводите промежуточные итоги
- Используйте образность

ПРИ ПОДГОТОВКЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ – 10%

- Свяжите завершение с целями
- Подведите большой итог: «Итак, если резюмировать...»
- Вернитесь к вступлению
- Задайте вопрос и предложите выбор
- Призовите к действию, «обрисуйте» конкретные шаги
- Пригласите задавать вопросы
- Сделайте аудитории комплимент
- Поблагодарите за внимание!

ШАГ 4 – РЕПЕТИЦИЯ И НАСТРОЙ

РЕПЕТИЦИЯ

- Репетиция снижает индекс непредсказуемости
- Чем важнее презентация, тем в большей степени нужна полная репетиция
- Запишите свою презентацию на видео
- Засеките время презентации
- Добейтесь полного знания материала презентации

НАСТРОЙ

- Не думайте о предложении сделать презентацию, как о каком-то кошмаре – «Какой ужас!»
- Настройтесь положительно
- Ваша презентация – это отличный шанс для карьерного роста, ваш «звездный час» – встретьте его достойно!

ТРИ ВАЖНЫХ ПРИЧИНЫ «ОТРЕПЕТИРОВАТЬ» ПРЕЗЕНТАЦИЮ

- Повторение – единственное эффективное решение проблемы напряжённых нервов
- Неопределённость – чем больше определённости в презентации, тем меньше нервничает оратор
- Практика – ни один профессионал не может обойтись без практики – если вы не «репетировали», аудитория всегда это заметит

ВНЕШНИЙ ВИД

- Одевайтесь на презентацию всегда более формально
- Язык тела и манера речи (невербалика) – 60-90% впечатления, которое вы оставите у аудитории
- Результат есть у любой деятельности

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СЛОВА

- Простые – свободные от жаргона, препятствующего обмену идеями, делающие речь менее внятной и убедительной
- Конкретные – точные фразы, короткие и отчётливые описания
- Эмоциональные – описательные дополнения, аналогии

«СЛОЖНЫЕ» СЛОВА

10 типов слов, с которыми следует обращаться осторожно:

1. Профессионализмы

Специальный язык Вашей профессии обычно смущает тех, кто не пользуется им ежедневно. Чрезмерное использование профессиональных выражений может заставить слушателей отвернуться от вас, т.к. они решат, что вы невнимательны, потому что не понимаете, что это затрудняет их общение с вами.

2. Напыщенный стиль

Использование высокопарного стиля может показаться следствием замалчивания недостатков некоторых идей. Но возможно, наибольший вред от напыщенного стиля заключается в том, что он ослабляет образы, предлагаемые слушателям.

3. Жаргон

Язык, свойственный определенным людям или группам людей, может быть ярким, но вызывать недоумение у других. Поэтому, если вы будете использовать жаргон, то некоторые люди могут изменить свое мнение о вас к худшему.

4. Неологизмы

Если слова нет в словаре, то будьте осторожны, употребляя его, особенно в тех случаях, когда нужно произвести приятное впечатление.

5. Вульгаризмы

Замешательство, которое может произойти из-за пошлого, недостойного замечания, принесет большой вред. И хотя вы можете извиниться, ваши слушатели запомнят этот неприятный эпизод.

6. Специфические фразы вашей компании

Используйте свои служебные термины там, где они служат полезной цели –в своем офисе.

7. Слова, привлекающие внимание

Слова, вызывающие сильную эмоциональную реакцию, отвлекают людей. Ваши собеседники перестанут слушать и сконцентрируются на этом слове.

8. Неясный или абстрактный язык

Что это означает, когда вы говорите кому-то: «Пожалуйста, сделайте это, как только сможете»? Не забывайте про четкость и конкретность. Не оставляйте сомнений в точном значении ваших слов.

9. Чрезмерно сложные слова

Не совершайте ошибки, полагая, что пятьдесят слов лучше пяти. Чем более они напыщенны, тем менее служат взаимопониманию. Чрезмерная демонстрация своего словарного запаса воспринимается, по крайней мере, с недоумением.

10. Клише

Если ваш лексикон содержит фразы, которые люди считают банальными или избитыми, то они будут и вас считать банальным и, к сожалению, недалеким.

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

ПРИНЦИПЫ ОТВЕТОВ НА ВОПРОСЫ РАДИСЛАВА ГАНДАПАСА (приложение)

1. Ответы на вопросы – не экзамен
2. Не наказывать за вопрос
3. Поощрять вопросы
4. Оценивать вопросы
5. Отвечать всем
6. Управлять поступлением вопросов
7. Отвечая на вопрос, быть кратким
8. Слушать до конца, над ответом думать
9. Уточняйте, если вопрос непонятен
10. Не начинайте со слов «НЕТ»
11. Проводите профилактику
12. Делайте «подсады»
13. Угадывайте вопросы

«МЕТОД КОРЗИН» СТИВА ДЖОБСА (приложение)

1. Определите, какие вопросы будут скорее всего подняты
2. Разместите вопросы «по корзинам», то есть по категориям
3. Проработайте самый лучший ответ для каждой категории
4. Внимательно выслушайте вопрос и выясните ключевое слово – «триггер», чтобы понять, из какой «корзины» надо вытаскивать ответ
5. Посмотрите задавшему вопрос человеку прямо в глаза и отвечайте уверенно
6. Хорошие ораторы готовят не ответы на вопросы, а ответы на категории вопросов
7. Используйте «метод корзины» для новой формулировки вопроса в выгодную для вас сторону

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Согласие, а не спор	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Спасибо за Ваш вопрос...» ▪ «Вы абсолютно правы...»
Вопросы – уточнение возражений	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Что? Кто? Где? Когда? Как?»
Повторное утверждение – аргументированный ответ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Если я Вас правильно понял, то Вы хотите...» ▪ «Таким образом, Вы имеете в виду, что...»
Завершение	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Я ответил на Ваш вопрос?» ▪ «Прояснил ли мой ответ ситуацию?»

АЛГОРИТМ РАБОТЫ С ВОПРОСАМИ

1	Выслушать и согласиться с правом собеседника на важный вопрос	<p>Не спорить и не употреблять выражений: «Да, но...»</p> <p>Использовать фразы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Да, я бы, наверное, тоже задал бы такой вопрос на вашем месте... - Очень интересный вопрос...
2	Поблагодарить его за точку зрения и высказать понимание	<ul style="list-style-type: none"> - Спасибо, хороший вопрос... - Спасибо, что обратили на это внимание... - Я Вас понимаю... - Хорошо, что Вы об этом сказали... - Да, это важный вопрос...
3	Спрашиваем «что еще...» и уточняем	<ul style="list-style-type: none"> - Если я Вас правильно понял... - Вы хотели бы больше узнать только про это или еще что-то?
4	Ответить и аргументировать, перефразировать в вопрос	<ul style="list-style-type: none"> - Такая структура презентации обусловлена текущими задачами. А именно... - Мы специально опустили некоторые детали...
5	Подтвердить убедительность ответа	<ul style="list-style-type: none"> - Мне удалось ответить на Ваш вопрос? - Я развеял Ваши сомнения, ведь верно? - Вы со мной согласны, не так ли?

РАБОТА С ВОПРОСАМИ

СИТУАЦИЯ	ДЕЙСТВИЯ ПРЕЗЕНТАНТА
1. Нет вопросов	
2. Конкретный вопрос	
3. Неясный вопрос	
4. Вопрос не по теме	
5. Два вопроса в одном	
6. Вопросы в большом количестве задает не самый важный для вас человек	
7. У меня нет ответа на вопрос	
8. Глупый вопрос	

ШАГ 5 – ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ

ЧТО СЛАЙДЫ МОГУТ

- Визуально подчеркнуть структуру презентации
- Выделить ключевые положения
- Привлечь внимание аудитории
- Иллюстрировать тезисы выступающего

ЧТО СЛАЙДЫ НЕ МОГУТ

- Заменить выступающего
- Компенсировать недостаток содержания
- Компенсировать дефицит структуры

СЛАЙДЫ – В СЛУЧАЕ НЕОБХОДИМОСТИ

- Если слайды не улучшают восприятие того, о чем вы говорите – откажитесь от слайдовых презентаций
- Не злоупотребляйте презентациями и графиками – они могут стать основой для плохих речей
- Сначала спланируйте мощное выступление и только затем решите – смогут ли мультимедийные средства помочь вам донести ваши идеи до аудитории

ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ СЛАЙДОВ

- Единый стиль
- Чёткость и разборчивость
- Лаконичность

Любая иллюстрация должна:

- Иметь отношение к теме
- Помогать донести идею
- Быть выдержана по стилю
- Быть хорошо выполнена

ВО ВРЕМЯ ДЕМОНСТРАЦИИ СЛАЙДОВ ВАЖНО

- Демонстрировать слайд ровно столько, сколько вам нужно
- Поддерживать зрительный контакт с аудиторией
- Не зачитывать текст!

«СЛАЙДОМЕНТ»



СЛАЙД НЕ ЕСТЬ ДОКУМЕНТ!!!

«СЛАЙДОМЕНТ» В ПРОГРАММЕ PowerPoint

- Возникает в результате желания сэкономить время и перенести печатный документ без изменений на слайд
- Презентующий проецирует изображение слайдоментов на экран и начинает их читать









PowerPoint:

- ПРЕДНАЗНАЧЕН визуализировать информацию – помочь рассказать вашу историю, доказать точку зрения, вовлечь аудиторию
- НЕ ПРЕДНАЗНАЧЕН – для СОЗДАНИЯ ПИСЬМЕННЫХ ДОКУМЕНТОВ – для работы с текстом существуют другие программы (например, Word)

ЧТОБЫ ИЗБАВИТЬСЯ ОТ «СЛАЙДОМЕНТОВ»

При подготовке презентации создавайте слайды и печатный документ ПО ОТДЕЛЬНОСТИ

ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ПРЕЗЕНТАЦИИ В POWERPOINT

-  **Фон**
-  **Контрастность**
-  **Шрифт – тип, размер**
-  **Цвет**
-  **Расстановка акцентов**
-  **Анимация**
-  **Пунктуация**
-  **Интервалы**

- Используйте для одного слайда не более одной идеи – она запоминается лучше, если будет расположена отдельно, а не в группе
- Не применяйте для слайдов шрифты с «засечками» (Times New Roman)
Применяйте тип шрифта – Arial, Verdana, Tahoma
- Используйте для основного текста размер принтерного шрифта – не менее 24 пунктов, для заголовка – ещё крупнее
Используйте для основного текста размер принтерного шрифта – не менее 24 пунктов (18)
- Избегайте курсива – он затрудняет чтение
- Используйте не более 6 слов в строке и 6 строк на слайде, или не более 40 слов на слайде
- Не используйте лишнюю пунктуацию – отсутствие точки в конце законченного предложения или точки с запятой в конце списка перечислений помогает глазу сосредоточиться на главном – на содержании
- На слайде используйте не более 3-х различных цветов
- Выделение текста другим цветом значительно эффектнее всех других способов выделения

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА – ЦВЕТОВЫЕ АССОЦИАЦИИ

КРАСНЫЙ	Стимулирующий цвет – ассоциируется с силой и скоростью. В избытке воспринимается как подавляющий и угрожающий
ЖЁЛТЫЙ	Производит возбуждающий эффект – несёт в себе доверие, уважение и оптимизм
СИНИЙ	Одновременно успокаивающий и сильный – ассоциируется с уверенностью, верой и правдой. Тёмно-синий – ассоциируется с властью. Голубой – с искренностью
ЗЕЛЁНЫЙ	Цвет надежды и процветания – ассоциируется с ростом, юностью, здоровьем и досугом
ЧЁРНЫЙ	Либо мрачный, либо шокирующий – блоки чёрного цвета ассоциируются с властью, силой, тайной
БЕЛЫЙ	Нейтральный цвет – ассоциируется с пустотой

- НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПРОПИСНЫЕ БУКВЫ ДЛЯ ВСЕГО ТЕКСТА – выделяйте прописными буквами ТОЛЬКО КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ
- Вместо предложений – короткие фразы
- АНИМАЦИЮ применяйте осмотрительно и только там, где нужно: она отвлекает от главного – от содержания
- Пустые промежутки на слайде облегчают его восприятие – большое количество текста или рисунков «перегружают» зрителя
- Дополняйте слайды графиками, диаграммами, схемами, видео, рисунками, фотографиями – изображения работают лучше слов – мозг видит слова как несколько маленьких картинок. **НО НЕ ПЕРЕГРУЖАЙТЕ СЛАЙД!**
- **ДЕМОНСТРАЦИЯ ГРАФИКОВ И ДИАГРАММ**
Диаграммы и графики должны иметь:
 - Название
 - Надписи на осях
 - Контрастную расцветку
 - Размерность
 - Видимость цифр

- НЕ ДОПУСТИМ ЭКСПОРТ ТЕКСТА ФОРМАТА WORD В ПРЕЗЕНТАЦИЮ PPT
- «ВИЗУАЛЬНЫЙ ШУМ» - ЯРКИЙ ФОН ОТВЛЕКАЕТ ВНИМАНИЕ
- 100% БЕЛЫЙ ФОН ОСЛЕПЛЯЕТ – коэффициент отражения экрана равен 1, на экран светит лампа мощностью более 2000 Вт. Попробуйте посмотреть на лампочку в 150 Вт...
- Нумерация пунктов в списке подразумевает их важность или последовательность – если это не нужно, используйте выделение точкой или другим видом списка
- Нечётное число перечислений запоминается лучше (3,5,7)
Чётное число перечислений запоминается хуже (2,4,6)
Наибольшее число перечислений – 7 ± 2
- Текст, размещённый по всей ширине слайда, читается легче и быстрее, чем тот же текст, размещённый в столбик – текст в столбик читается медленнее, чем тот же текст, размещённый по всей ширине слайда
- **НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ !!!**

выравнивание	текста	одновременно по	левому и
правому	полям	– за счёт	добавления дополнительных
интервалов	между словами	образуются	лишние пустоты,
затрудняющие	восприятие	слайда	

СОВЕТЫ ВЕДУЩИХ ЭКСПЕРТОВ

«Большинство презентаций – это нечто среднее между докладом и рассказом. Доклад изобилует данными, он исчерпывающий и информативный – но не слишком увлекательный. Рассказ сближает выступающего с публикой, однако слушателям зачастую не хватает фактов и данных. Лучшие ораторы чередуют рассказ и информацию, как слои в пироге, и понимают, что разные типы презентаций требуют разных ингредиентов»

Крис Андерсон (1957), Куратор и постоянный ведущий ежегодной конференции TED (Technology, Entertainment, Design)

СОЧЕТАНИЕ ИНФОРМАТИВНОСТИ И ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Если ваша цель – сообщить информацию, которая содержится в письменном отчёте – заранее разошлите полный текст документа слушателям и сведите своё выступление к перечислению ключевых выводов
- Не устраивайте долгого слайд-шоу, дублирующего вашу речь
- Те, кого действительно заинтересует исследование, прочтут отчёт – остальные будут признательны вам за краткость

ФИНАНСОВЫЙ ОТЧЁТ

- Финансисты любят точность
- Удовлетворите их страсть к анализу – покажите им факты и расскажите и пару историй, чтобы разбудить их эмоции
- Наглядно представьте основные выводы, чтобы цифры обрели смысл

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВОГО ПРОДУКТА

- Вместо того, чтобы перечислять характеристики и особенности продукта – поведайте слушателям о его пользе
- Расскажите – как реальные люди будут его применять и почему он изменит их жизнь

ВСТРЕЧА С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ИНВЕСТОРОМ

- Подготовьте 10-минутный или ещё более короткий рассказ – живой, энергичный и хорошо структурированный (если у вас встреча запланирована получасовая встреча)
- Оставьте время на диалог
- Подумайте – какие вопросы вам будут задавать
- Отрепетируйте чёткие и внятные ответы на них

ПРОГРАММНАЯ РЕЧЬ

- Официальное выступление на крупном мероприятии – уникальная возможность воздействовать на аудиторию
- Чётко структурируйте повествование
- Постарайтесь увлечь слушателей эмоционально

10 СПОСОБОВ УГРОБИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ – «ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ» ОТ «TED»

1. Как можно дольше объясняйте, о чём именно вы будете рассказывать
2. Произносите речь медленно и драматично – зачем говорить, когда можно вещать?
3. Ненавязчиво донесите до слушателей, какая вы важная персона
4. Постоянно ссылайтесь на свою книгу – ещё лучше – цитируйте её целыми абзацами
5. Сделайте красочные слайды, разбейте всё на множество пунктов и используйте побольше разных шрифтов и стилей
6. Щеголяйте техническим жаргоном, чтобы вас никто не понял – вы покажетесь очень умным
7. Долго рассказывайте об истории вашей организации и её славных достижениях
8. Не тратьте время на репетиции и не засекайте, сколько длится ваша речь
9. Говорите так, чтобы все поняли – вы выучили ваш текст наизусть
10. Никогда не смотрите в глаза слушателям

СОВЕТЫ ГАЯ КАВАСАКИ – «ПРИВЛЕЧЬ И ЗАРАЗИТЬ»

Гай Кавасаки (Guy Kawasaki, 1954) – один из первых работников компании Apple Computer – ответственный за маркетинг компьютера Macintosh

Три зоны для эффективного «проповедования»:

- Связи
- Публичные выступления
- Социальные сети

СОВЕТЫ ГАЯ КАВАСАКИ – БЛИСТАЙТЕ В ДИСКУССИИ

«Принимать участие в панели труднее, чем произносить речь – вы не контролируете ситуацию и у вас намного меньше времени, чтобы высказаться»

Способы добиться успеха в дискуссии:

- Будьте «в теме»
- Дайте модератору свою краткую (два-три предложения) биографию и проследите, чтобы он её прочитал
- Говорите громко – оптимальное расстояние между микрофоном и вашими губами – 2,5 см
- Говорите правду – если вас припирают к стенке неудобным вопросом – используйте эту возможность, чтобы сказать то, что думаете
- Отвечайте на поставленный вопрос – затем уводите разговор в нужную вам сторону
- Говорите прямо, просто и кратко – чтобы вас понял дилетант
- Делайте вид, что вам интересны другие участники дискуссии
- Обращайтесь не к собеседникам, а к аудитории
- Не останавливайтесь на ответе «Я согласен с предыдущим оратором» – говорите что-то своё

«Несколько лет назад я был на одной конференции. Организаторы пригласили на неё профессионального сторителлера. Он не сказал ни слова по теме конференции, но вся аудитория была настолько вовлечена в его беседу, что это и не было нужно»

Зак Холман (Zach Holman), создатель сервиса [Speaking.io](https://speaking.io), спикер GitHub

8 ЭТАПОВ ПОДГОТОВКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ЗАКА ХОЛМАНА

1. Подготовка к выступлению
2. План выступления
3. Слайды
4. Паузы в речи
5. Анимация переходов между слайдами
6. Лучшие программы для создания презентации
7. Как бороться с нервами
8. Последние штрихи

5 СОВЕТОВ ОТ КОМАНДЫ «ЛАЙФХАКЕРА» – КАК СДЕЛАТЬ ОТЛИЧНУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ

1. Сфокусируйте презентацию вокруг выбранной темы, вопроса или задачи
2. Расскажите историю (или парочку историй), связанную с темой вашего доклада
3. Превратите обычный доклад в яркий перформанс
4. Медиа-материалы должны только дополнять ваше выступление, а не отвлекать от него
5. Сделайте запоминающимися не только сам доклад и слайды, но и то, что было после вашего выступления

«Хорошая корпоративная презентация больше похожа на соблазнение, чем на штурм крепости. Это не вопль «Купите у нас!». Это тонкий намёк: вот конкретное доказательство того, почему стоит иметь с нами дело»
«Одна из главных задач в коммуникации – завладеть вниманием, пробудить интерес и поддерживать внимание аудитории»

Дмитрий Лазарев, бизнес-тренер и консультант, специалист по презентациям, автор ряда популярных книг

«ТЕОРИЯ ПРОБЕЛА» – СОВЕТЫ ДМИТРИЯ ЛАЗАРЕВА

Теория пробела (1994): «Нам становится любопытно тогда, когда мы испытываем пробел в знаниях»

Джордж Левенстин, профессор университета Карнеги-Меллон

«Важнейший момент «теории пробела» – сначала нужно его создать, а потом заполнить. Сначала необходимо убедить людей в том, что они нуждаются в нашем сообщении» Дмитрий Лазарев

НЕКОТОРЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОТ ГАРРА РЕЙНОЛЬДСА

- «Визуальный шум»
 - Всё, что мешает увидеть на экране сигнал
 - Избавьтесь от отвлекающего фона и разноцветных прямоугольников – это добавит нашей диаграмме ясности
- Стремитесь к единообразию
 - Ошибка – собирать в одной презентации слишком много цветовых схем, шрифтов, графиков – это приводит к нагромождению стилей
- Используйте «сетку»
- Объединение элементов должно быть чётким
 - Должно быть совершенно ясно – что стоит воспринимать вместе, а что по отдельности
- Фон для презентации
 - Тёмные помещения для презентаций – тёмный фон слайдов – светлый будет слепить зрителей
 - Светлые помещения – светлый фон предпочтительнее
- «Правило третей» - если предмет размещен не в центре – изображения выглядят более интересными, динамичными. Правило третей отображает самую простую сетку – 3х3
- Избегайте лишних декоративных элементов – иллюстрация становится беспорядочной и это ослабляет значимость текста

3 НЕОБХОДИМЫХ УСЛОВИЯ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Мотивация на успех, замешанная на здоровом честолюбии
2. Правильное определение цели
3. Добросовестное отношение к своим обязанностям

ПОСЛЕДНИЙ И ГЛАВНЫЙ СОВЕТ

Постоянно практикуйте, используйте каждую возможность выступить публично – помните, что с каждым вашим выступлением страх становится всё меньше, качество выступлений – всё выше!!!

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВАШИХ ИДЕЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ

ТЕХНИКА «СВ» - перевод **Свойств** предложения в **Выгоду** от его принятия

1. Свойство, присущее вашему предложению
 - Эта программа сберегает до 15% энергии
2. Связующая фраза
 - Благодаря этому вы можете
3. Выгода для покупателя, вытекающая из свойств товара
 - Сэкономить средства и направить их на актуальные вопросы развития вашего бизнеса

Пояснительные формулировки при переходе от свойств к выгоде/пользе

- «Для Вас это означает...»
- «Это позволит нам сэкономить...»
- «Это даст Вам»
- «Это облегчает вам...»
- «Благодаря этому вы сможете...»
- «Это повышает/укрепляет/способствует...»
- «Это снижает, сводит до минимума...»
- «Это избавляет вас от необходимости...»
- «Это увеличивает возможность»
- «Это создает благоприятные условия...»
- «За счет этого вы экономите...»
- «Благодаря этому вы получаете»

Самостоятельная работа

Предложения, идеи	Свойства	Выгода

ПОДГОТОВКА ВАШЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Конкретизируйте цели презентации и оцените аудиторию
2. Напишите план и сценарий презентации
3. Проведите организационную подготовку
4. Проведите репетицию презентации

1. Конкретизируйте цель презентации

Ответьте на вопросы:

- Зачем я провожу эту презентацию?
- Что я хочу достичь?
- Каких действий (какого поведения) я ожидаю от людей после презентации?
- Зачем мне это надо?
- Почему мое предложение интересно аудитории?
- Что получают от этого слушателя?
- Что должно запомниться слушателям?

Определите тип презентации

- Коммерческая
- Управленческая/мотивационная
- Рекламная
- Проектная

Оценка аудитории (при необходимости сбор информации)

- Кто участники?
- Сколько человек?
- Особенности аудитории?
- Ожидания и потребности аудитории?

Сформулируйте максимально конкретно цели своей «базовой презентации»

Цель минимум

Цель максимум

2. Напишите план и сценарий презентации

Сценарий презентации состоит из следующих важных частей:

1. План выступления – перечень частей (модулей), очередность, длительность, вариации
2. Смысловой конспект – ситуация, проблемы, задачи и пути решения
3. Основные аргументы
4. Ключевые слова, фразы, лозунги
5. Методы привлечения и поддержания внимания аудитории по ходу выступления
6. Подготовка ответов на возможные вопросы
7. Подготовка вспомогательных карточек

3. Проведите организационную подготовку презентации

- Определение места, времени, состава участников, приглашение людей
- Подготовка демонстрационных материалов – раздаточных материалов, видеопрезентации и др.
- Подготовка помещения и технических средств
- Подготовка дополнительных материалов – еда, вода, сувениры

4. Проведите репетицию

- Распределение ролей ведущих презентации (если их несколько или запланировано некоторое действие) и помощников, согласуйте действия.
- Прочтите текст несколько раз
- Отработайте презентацию по вспомогательным карточкам
- Отрепетируйте выступление перед зеркалом или товарищами (только не переусердствуйте – можно «перегореть»!)
- Проведите психологическую подготовку

Примеры вспомогательных карточек для выступления

Тема	_____
Ключевые вопросы:	
1.	_____
2.	_____

Основные тезисы и аргументы:

1. _____

2. _____

3. _____

История, иллюстрация

Переход к следующей теме

Тема презентации

Блок 2. Название

Ключевое слово 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблема 2. Тезисы 3. Факты 4. Аргументы 5. Цитаты
Ключевое слово 2	
Ключевое слово 3	

Фраза перехода к следующему блоку

ПОРТРЕТ БЛЕСТЯЩЕГО ОРАТОРА

Опишите, какими личными качествами, умениями и навыками должен обладать блестящий оратор, на ваш взгляд?

	Качества «Блестящего оратора»	Оцените себя с точки зрения обладания этими качествами (по шкале от 0 до 1000)
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арредондо Л. «Искусство деловой презентации» – Е-бург, «Урал LTD», 1998
2. Вайсман Д. «Мастерство презентаций» – М., Вершина, 2004.
3. Гандапас Радислав «Презентационный конструктор» – М., Вершина, 2006.
4. Гандапас Радислав «К выступлению готов. Презентационный конструктор»
5. Джей Э. «Эффективная презентация» – Мн., Амалфея, 1997.
6. Дилтс Робертс «НЛП. Эффективная презентация»
7. Дилтс Р. «НЛП: навыки эффективной презентации» – Санкт-Петербург, 2002.
8. Желязны Джин «Говори на языке диаграмм. Пособие по визуальным коммуникациям для руководителей» – М, ИКСИ, 2004
9. Желязны Джин «Бизнес-презентация. Руководство по подготовке и проведению» – М, ИКСИ, 2004
10. Клайм Р., Лудин И. «Встать и выступить. Высокое искусство презентации» – СПб., Весь, 2002
11. Лазарев Дмитрий «Презентация: лучше один раз увидеть»
12. Ломас Б. «Искусство презентации: Как преподнести товар, чтобы его покупали» – М., Бератор-паблишинг, 2006. – 144 с.
13. Назайкин А.Н. «Иллюстрирование рекламы» – М., Эксмо, 2004.
14. Ребрик Сергей «Презентация: Подготовка и проведение»
15. Ребрик С. «Презентация: 10 уроков» – М., Эксмо, 2005. – 200 с.
16. Сэмпсон Э. «Бизнес-презентация: Творческие идеи для блестящего выступления» – М., Альпина Бизнес Букс, 2004.
17. Фосис П. «30 минут до начала презентации» – М., Лори, 2000
18. Хофф Р. «Я вижу вас голыми» – М., Независимая фирма Класс, 1996
19. Циммерман Х-П. «К большому успеху в малом бизнесе» – М., АО «Интерэксперт», 1996
20. Шипунов Сергей «Харизматичный оратор»
21. Шметткамп М. «Искусство презентации: ускоренный курс» – М., Дело и Сервис, 2005.