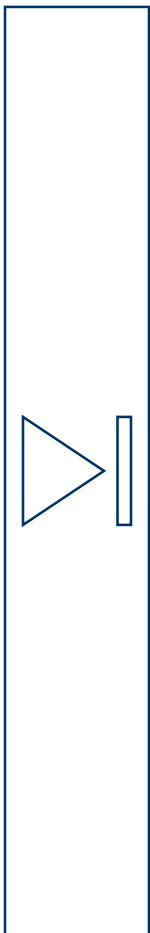


# Создание успешной электронной презентации

# Каким должен быть текст документа (отчета)



- **СТАНДАРТИЗИРОВАННЫМ**: соответствие требованиям «заказчика» или структуре типового вопросника по данной теме
- **КОРРЕКТНЫМ**: все оценки должны быть реалистичными и аргументированными
- **СДЕРЖАННЫМ**: основываться на цифрах и фактах, избегать описательности и эмоциональных оценок
- **ДОСТУПНЫМ**: простой и ясный язык, меньше технических и специальных терминов
- **РАЗБОРЧИВЫМ**: хорошо читаемый шрифт, больше подзаголовков и промежуточных выводов
- **ИЛЛЮСТРИРОВАННЫМ**: больше схем, графиков и рисунков
- **ЛАКОНИЧНЫМ**: пояснительная записка - в минимальном объеме, все детали и подтверждающие документы - в приложения

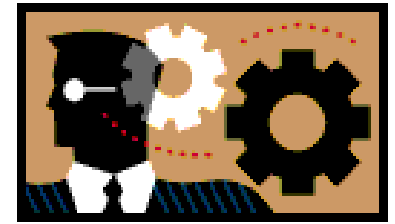
**+ Огромная роль эффективной презентации!**

# Презентация: нужна ли она?

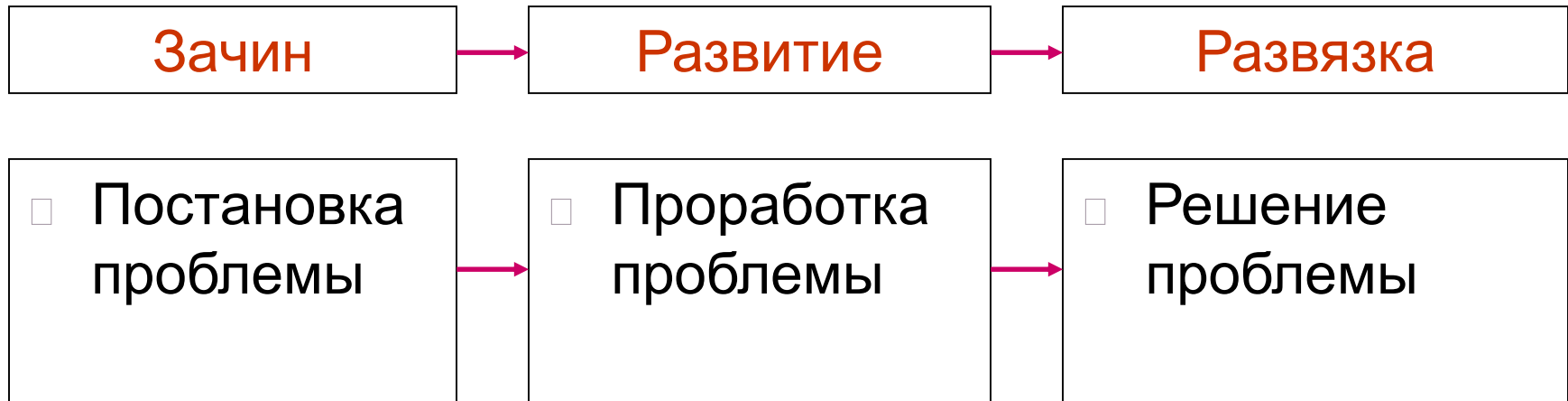
- Да, если нужно убедить кого-то (делового партнера, руководителя или инвестора) в привлекательности Вашей бизнес-идеи
- Нет, если сама презентация к демонстрации не планируется и делается для «комплектности»
- Да, если пробуждает любопытство и стимулирует желание узнать больше информации
- Нет, если презентация заменяет документ или расчет (например, бизнес-план проекта), которых пока нет
- Да, если может послужить автору в деле продвижения объекта презентации

# Планирование презентации: с чего начать

- **Шаг 1** - Сформулировать цель презентации – это будет критерием для отбора слайдов:
  - информировать, убедить или переубедить, предостеречь и т.д.
- **Шаг 2** - Определиться с составом аудитории – её потребности, степень подготовленности:
  - заинтересованность, опыт, сопротивление, убеждения, предубеждения и т.д.
- **Шаг 3** - Установить лимит времени (чем меньше, тем лучше!) и отсеять второстепенные слайды:
  - 3 «метки»: **А** – самое обязательное, **В** – включить, если будет возможность, **С** – если останется время и об этом спросят
- **Шаг 4** - Составить план презентации



# Композиция презентации: типовая схема



- Цели:
- Концентрация внимания аудитории
- Уравнивание слушателей в степени их осведомленности

- Цели:
- Анализ текущей ситуации и «болевых точек» проблемы
- Обоснование стратегических задач

- Цели:
- Оценка альтернатив решения проблемы
- Развернутые выводы и рекомендации

# Композиция презентации: схема шести «П»

**Предисловие**

**Положение**

**Проблема**

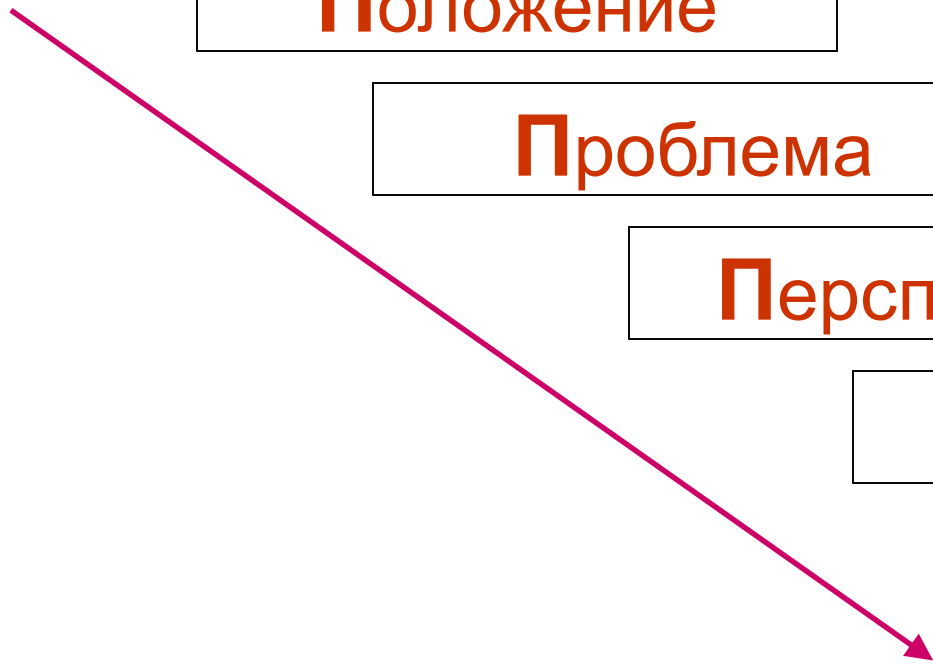
**Перспективы**

**Предложение**

**Послесловие**

Вопрос:

как уточнится  
эта схема  
для презентации  
предприятия?



# Изучите свою аудиторию

- Опыт: осведомленность, готовность к восприятию «профессионального слэнга»
- Мотивация: заинтересованность в предлагаемой информации
- Неформальность: старые знакомые или соблюдение дистанции и правил этикета
- Прочие моменты: профессиональный состав, социальный статус, однородность

# Неоднородность аудитории: как с этим справиться

- Заочное знакомство со слушателями:
  - через организаторов презентации
  - через Интернет и иные открытые сведения
- Общие вопросы перед началом презентации:
  - побольше узнать об участниках
  - установить лучший человеческий контакт
  - выявить наиболее актуальные темы
- Рассказ о себе, не избегая самоиронии
- Корректировка дискуссии по ходу презентации:
  - немедленная реакция на вопросы из аудитории
  - вовлечение в процесс всех присутствующих



# Вступительная часть презентации: не для слайдов

- **Приветственные любезности:**
  - слова благодарности и надежды быть полезным
- **Представление ведущего:**
  - имя, должность, опыт, представление коллег
- **Формулировка целей презентации:**
  - ориентация на интересы присутствующих
- **Регламент работы:**
  - время, структура презентации, порядок работы

# Способы расположить к себе

- Выражение искренних чувств
- Какое-то откровение из практики лектора
- Неназойливая шутка, имеющая прямое отношение к предмету рассмотрения
- Возражение собственным доводам, высказываемым в ходе презентации («антитеза»)



*Главное – вызвать интерес аудитории и дать понять, что Вы – не «звезда», а такой же человек, как все присутствующие*

# Подведение итогов: 4 обычных элемента

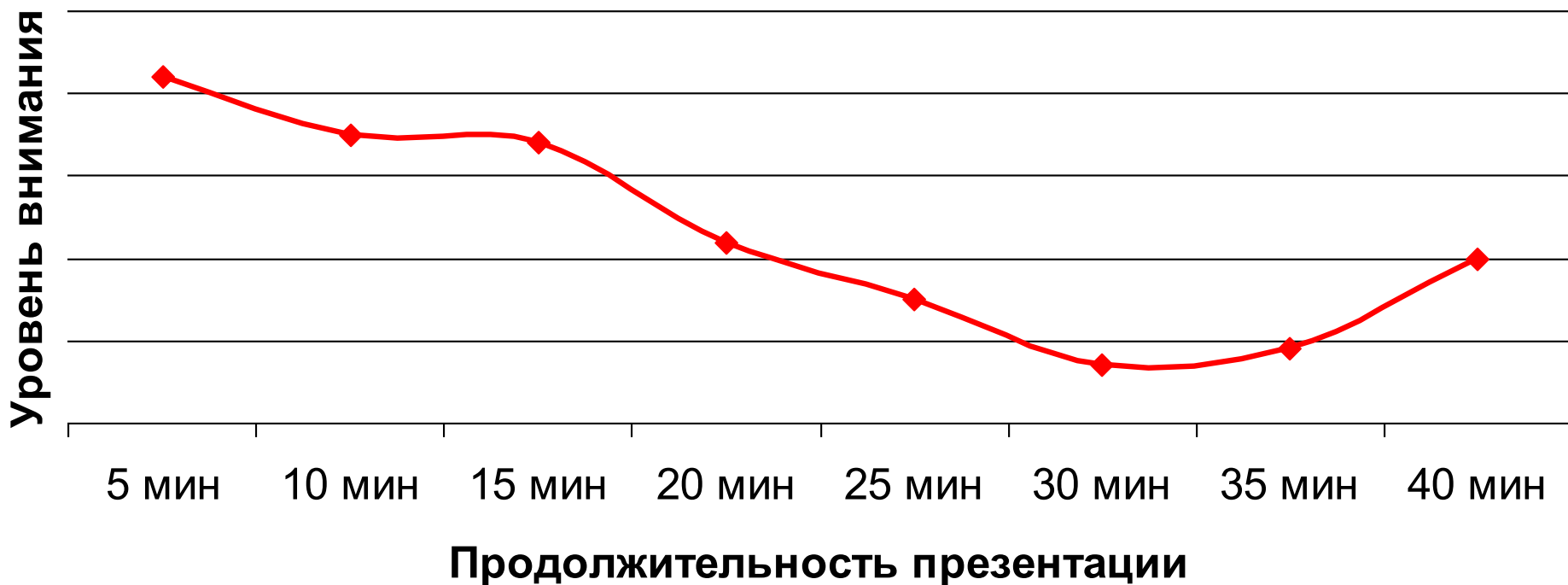
- Резюме важнейших моментов презентации:
  - могут быть повторены важнейшие фрагменты
- Рекомендации и предложения:
  - с предельной конкретизацией (по срокам и т.п.)
- Представление дополнительных документов:
  - структура письменного отчета и приложений к нему
- Благодарность за внимание и предложение задавать вопросы

# Несколько прописных истин: какая презентация не нравится никому

- Затянутая, перенасыщенная, пытающаяся охватить всё сразу
- «Дежурно-типовая», не учитывающая интересы конкретной аудитории
- Скучная, занудная, однообразная
- Монотонная, без обратной связи с аудиторией
- Хаотичная, непонятная, без логического стержня
- Использующая письменный профессиональный язык, а не живую разговорную речь

# Кривая внимания: что утверждают психологи

Типичная кривая внимания



# Кривая внимания:

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- Максимум внимания - в первые 20 минут
- Главные факты - в самом начале и в самом конце презентации
- Ухищрения для пробуждения интереса аудитории разумно использовать в «провалах» интереса - после 20-й минуты
- Четко обозначить продолжительность презентации и предупредить об остающемся времени - это концентрирует внимание

# Удержание внимания: приемы и ухищрения

- Периодическое информирование аудитории о том, что её ждёт впереди
- Активное использование визуальных средств:
  - поясняющих, подтверждающих или оказывающих воздействие (что услышал, то забыл - что увидел, то запомнил)
- Вовлечение аудитории в презентацию
  - апеллирование к слушателям, ссылки на их мнение, просьба высказаться, риторические вопросы
- Смена ведущих по разделам презентации
- Структурирование презентации
  - разбивка на «главы»

# Использование визуальных средств: «за» и «против»

Рисунок стоит тысячи слов

Не всё передашь словами

Экономия времени на презентацию

Повышение интереса

Усиление воздействия выступления

Бóльшее разнообразие презентации

Лучшее закрепление в памяти

Дополнительное время и усилия на разработку

Необходимость овладения техническими навыками

Возможно отвлечение внимания от сути проблемы

Снижение гибкости презентации

Дополнительные финансовые затраты

Риск провала в случае отказа техники



# Слайды для презентации: четыре разновидности

Что из этого оставить,  
а что убрать?



- **Необязательные:** дублируют то, что можно сказать словами
- **Пропущенные:** возникают при утрате контакта оратора и аудитории
- **Воздействующие:** концентрируют внимание на самом важном
- **Вербальные:** содержат законченные высказывания («заметки к выступлению»)

# Слайды для презентации: хит-парад ошибок

- **Слишком много слов:** слайд - не замена ведущего, а его поддержка
- **Слишком мелко и нечитабельно:** слайд должен читаться с последнего ряда
- **Цветовая перенасыщенность:** **цветовую** схему нужно рассчитывать на дальтоника
- **Невразумительность:** в слайде не допустим переизбыток информации, чрезмерное усложнение и путаница

# Разработка слайдов: маленькие хитрости

Побольше запоминающихся афоризмов (принцип «надписи на майке»)

Побольше графики (НО: не сложной и перенасыщенной!)

Побольше предельных упрощений (можно разбивать информативные слайды на серии слайдов)

Разумное чувство меры в применении дополнительных визуальных эффектов - ретуширование, выделение, анимация, звуки, картинки, видео и др.

# Оформление слайдов: на вкус и цвет ...

- Игра цветов (рекомендовано психологами):
  - Синий: успокаивает
  - Красный и оранжевый: побуждает к действию
  - Зеленый: создает позитивный настрой
- Использование фирменного цветового стиля:
  - Узнаваемость и запоминаемость (маркетинг)
  - «Стильность» и концентрация внимания
  - Эффект профессионализма и основательности
- Осторожное использование цветного фонового заполнения: например, красный цвет плохо читается на тёмно-синем и зелёном фоне

# Оформление слайдов: что написано пером...

- Разнообразие шрифта: **ограничить 1-2 типами!**
- Стиль шрифта: **должен соответствовать единому стилю – лучше фирменному**
- Стандарт шрифта: **стандартные (Arial, Times Roman) предпочтительнее нестандартных, так как привычны для глаза и не отвлекают внимание**
- Размер шрифта: **максимально крупный**