

ЭФФЕКТИВНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ, ИЛИ КАК ПЕРЕДАТЬ ИДЕЮ



К.Н. БЕЛОВ,
генеральный директор ООО «ПауэрГайд»

Вспомните последнюю презентацию, на которой вам довелось присутствовать. Вспомнили? Замечательно. А у меня с этим бывают проблемы – словосочетание «презентация по телекоммуникационному оборудованию» ассоциируется со слайдами, переполненными текстом, и прерывистой речью оратора, время от времени замолкающего и поглядывающего на экран.

Вспомните собственное последнее выступление перед аудиторией. Задумайтесь: удалось ли вам увлечь слушателей своим рассказом? Много ли вам задали вопросов? Сколько человек покинуло зал, не дослушав доклад? Не возникло ли у вас ощущения, что выступление тяготит и вас и аудиторию?

Суть проблемы

Специфика телекоммуникаций требует умения просто и наглядно рассказывать о весьма сложных вещах. Специалисты отрасли часто не умеют этого делать. В результате мы имеем громоздкие и непонятные презентации, которые скорее запутывают и отвлекают внимание слушателей от доклада, чем помогают докладчику добиваться своих целей.

Настоящая статья призвана помочь исправить ошибки, которые чаще всего встречаются в технических презентациях, и таким образом повысить эффективность выступлений.

В основу статьи легли результаты анализа 37 презентаций по телекоммуника-

онной тематике, выполненного специалистами агентства визуальных коммуникаций «ПауэрГайд».

В статье рассмотрены основные этапы подготовки презентаций и даны рекомендации по их выполнению.

С чего начать?

Начните с правильной постановки целей презентации и анализа состава аудитории.

Цели презентации должны быть конкретными и реалистичными.

Подумайте – зачем вы выступаете? Чтобы рассказать о своем продукте или о преимуществах вашей технологии? На первый взгляд кажется, что как раз для этого. Но ведь такой рассказ сам по себе не побуждает слушателей к каким-либо действиям, а вы, вероятно, хотите, чтобы

Анализ состава аудитории поможет построить презентацию так, чтобы она наилучшим образом подходила для конкретного случая. Предметом анализа являются люди, которые придут на презентацию, и условия проведения презентации.

Очень важно говорить на языке, понятном аудитории. Дабы с этим не ошибиться, необходимо представить, какие люди придут на ваше выступление. Вы должны понимать, что для них важно, что нет; чего они опасаются и чего ожидают от вашего выступления. Также вам следует знать, какие должности занимают ваши зрители и сферу их профессиональных интересов. Чем лучше вы ответите на все эти вопросы, тем точнее «подстроите» свою презентацию под аудиторию. Без подобного анализа можно неожидан-

Начните с правильной постановки целей презентации и анализа.

Цели презентации должны быть конкретными и реалистичными.

ваше выступление стало отправной точкой для заключения новых контрактов, привлечения партнеров или для начала сотрудничества.

Соответственно ваша презентация должна быть нацелена на совершение слушателями конкретных и ожидаемых вами действий после ее окончания. Например, чтобы после презентации вам позвонили и запросили коммерческое предложение или дополнительную информацию по вопросу, затронутому в презентации.

но для себя выступить перед менеджерами с презентацией для инженеров и наоборот. Будет ли эффект от такого выступления? Вероятнее всего – нет.

Анализируя условия будущего выступления, представьте то, как вы будете выступать. Вот вы вошли в помещение. Есть ли там проектор? Нет? Значит, необходимо позаботиться о его наличии. Подумайте также о том, что еще вам может пригодиться во время выступления. Кстати, сколько вы выступаете? 30 минут? Отлич-

Структура свяжет все ваши идеи в единое целое и поможет зрителям следить за ходом ваших рассуждений.

но, учтите это при подготовке выступления. Последовательно представив все этапы будущего выступления, вы получите полный список вопросов, требующих вашего внимания при подготовке презентации.

Структура презентации

Итак, вы определились с целями. Вы представляете, что должно стать результатом вашего выступления. Теперь необходимо разработать структуру будущей презентации. Структура свяжет все ваши идеи, предложения в единое целое и поможет зрителям следить за ходом ваших рассуждений. Следуя законам композиции, в структуре любой презентации можно выделить три основные части:

- вступление – 15–20% от общего объема презентации;
- основная часть – 60–70%;
- заключение – 15–20%.

Вступление необходимо для логической и психологической ориентации зрителей; основная часть содержит суть вашего выступления; в заключении подводятся итоги, кратко повторяется основная идея выступления и предлагаются дальнейшие действия (рис. 1). В начале презентации важно создать правильный настрой у аудитории – объяснить, почему ваш рассказ будет важен или полезен. Как минимум следует сообщить те данные и предпосылки, на основании которых построены ваши дальнейшие рассуждения. В таком случае даже если зрители не согласятся с вашими

аргументами, они все равно поймут ход ваших мыслей. Также во вступлении стоит сообщить регламент презентации – объяснить порядок ответа на вопросы, сообщить о длительности выступления

и т.д. Хорошо, если получится сделать вступление ярким, сразу захватывающим внимание аудитории. В основной части вы излагаете суть своей презентации. Начинайте с основной

ность рассуждений, приводящую к основной идеи презентации. Кроме того, такой подход делает презентацию масштабируемой (рис. 2). Представьте, что неожиданно время вашего выступления сократили с двух часов до 20 минут. Катастрофа? Нет. Ужатый до 20 минут, ваш рассказ станет менее детальным, так как вы опустите часть аргументации и логических построений, но при этом презентация сохранит композиционную целостность и все равно будет понятна зрителям. Теперь рассмотрим финальную часть вашего выступления. Окончание презентации – важный этап, но он игнорируется многими выступающими. Им кажется, что сообщив главное, нужно попрощаться и закончить. Это ошибка. Заключение должно быть квинтэссенцией вашей презентации и отправной точкой для

дальнейших отношений со зрителями (вспомните, что мы говорили о целях). Соответственно в заключении нужно кратко повторить основную мысль презентации, еще раз перечислить решающие доводы и подсказать зрителям, что им надо делать дальше. Важно, чтобы структура презентации была видна на слайдах. Для этого стоит пронумеровать слайды и сделать слайды-разделители и слайды-заголовки разделов. Последние помогут зрителям «не потеряться» в презентации – если зритель отвлекся, но затем снова сосредоточился на выступлении, то такие слайды дадут ему точку отсчета. Человек будет знать, что с этого момента (начало раздела) он уже ничего не пропустил. Это психологически комфортно. (Окончание в следующем номере.)

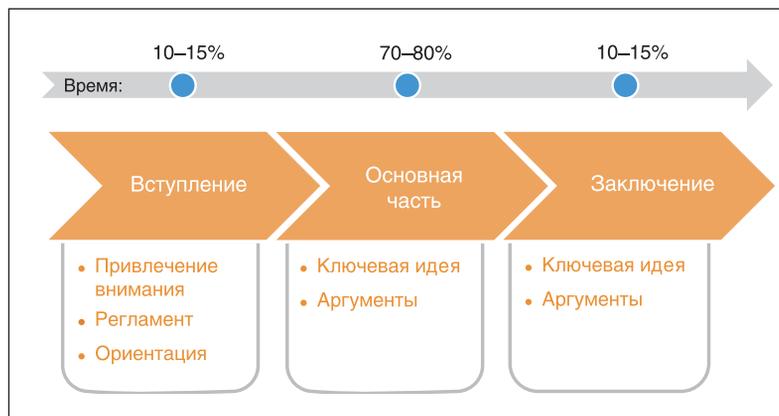


Рис. 1. Структура презентации

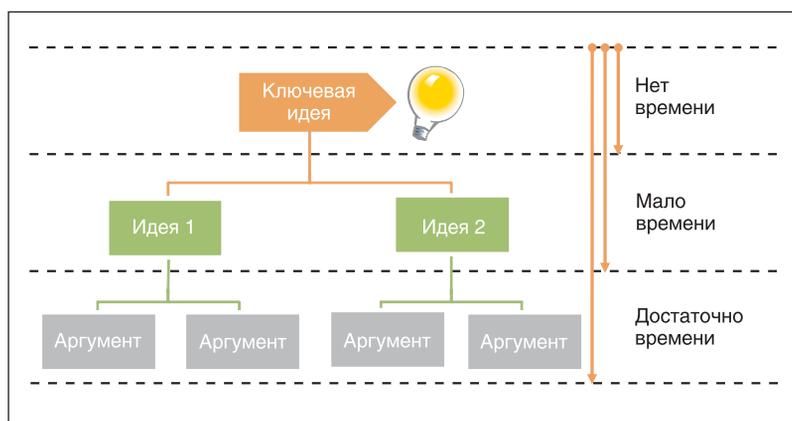


Рис. 2. Построение аргументации при выступлении

идеи, а уже потом уточняйте, дополняйте и аргументируйте ее. Чем удобен такой порядок? При нем зрителю не нужно удерживать в памяти всю последователь-