



**Елизавета ЕФРЕМОВА,**  
*преподаватель-консультант  
Русской Школы Управления, психолог*

## КАК СДЕЛАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ ПРЕЗЕНТАЦИЮ

Эффективная презентация — это не только выступление на конференции, но и представление проекта на заседании директоров, и привлечение партнеров и инвестиций в свой бизнес, и умение преподнести себя в качестве соискателя на должность. По презентации судят о компетентности спикера, его профессиональных и деловых качествах. Надо сказать, что время на представление идей и передачу информации сообществу постоянно сжимается. Регламент совещания, совета директоров, розыгрыш тендеров строго ограничен и расписан практически по минутам. Как сделать так, чтобы презентация проекта проходила в минимальный срок, а работала по максимуму?

## ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

Планируемый хронометраж на практике всегда расширяется. Происходят технические сбои, оратор отвлекается, реагирует на реплики из зала. В итоге, если подготовленная речь занимает все 10 оговоренных минут, то либо ее не произнесут до конца, либо придется на ходу выкидывать целые куски и перекраивать материал.

Формула расчета времени на презентацию выглядит как 60/20/20, где 60% — написанный обязательный текст, 20% — плавающий буферный текст, который можно произнести или нет, по обстоятельствам, а еще 20% времени не занимаем и не планируем — их поглотят непредвиденные факторы.

## КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ

Чтобы презентация была интересной и доносила нужную информацию до адресата, при ее подготовке следует ответить на пять ключевых вопросов:

### 1. Кто моя целевая аудитория?

Нарисуйте портрет ЦА, на которую следует ориентироваться. Варианты ответов:

- аудитория делится на пласты — например, для коммерческих организаций это руководители, сотрудники и среднее звено управленцев;
- аудитория неизвестна или слишком широка — радиослушатели, интернет-пользователи, читатели журнала;
- слушателей много, но решение принимает один человек — например, судья на заседании суда.

### 2. Какое действие должна совершить целевая аудитория после ознакомления с презентацией?

Такая постановка цели позволяет сосредоточиться на главном и следовать заданным курсом. Момент призыва к действию очень важен, уделите ему особое внимание.

### 3. О чем должны задуматься слушатели?

Сформулируйте основную идею выступления в одном предложении. Это самая главная вещь, которую должна запомнить целевая аудитория.

### 4. Какая информация НЕ должна быть озвучена?

Вопрос фильтра особенно касается слабых мест выступления. Позаботьтесь заранее, чтобы чья-то недобрая шутка или неудобный вопрос не загнали вас в тупик и не вызвали бурной эмоциональной реакции.

### 5. Что в моем предложении выгодно для ЦА?

Чем заинтересовать слушателей, как учесть их потребности и желания? Доклад должен играть на нужных струнах, поэтому попробуйте найти их еще на этапе подготовки.

## ТРИ АКТА ПРЕЗЕНТАЦИИ

Только когда презентация имеет выверенную трехчастную структуру, она наверняка донесет до слушателей запланированный объем сведений.

Вот эти три составляющих: вступление, основная часть и завершение. Вступление и завершение занимают по 10–15% времени презентации, а основная часть — соответственно 70–80 оставшихся процентов.

Вопросы и диалоги с залом входят в основную часть. Первая и третья часть — технические, связанные с моментами управления залом. Они должны быть расписаны и озвучены буквально по пунктам, четко и весомо, слово за словом.

### 1. Вступление

#### Приветствие

Произнеся традиционное «здравствуйте», обязательно сразу обозначьте позицию по отношению к слушателям — проговорите их статус и свой. Включение ролевой позиции заставляет людей сосредоточиться на выполнении своих функций в заданном амплуа. Ваше обращение от лица руководства или от лица коллектива, инициативной группы также поможет публике посмотреть на проблему через нужную призму. Так, уместно прозвучит: «Приветствую вас как группу по развитию сервиса. Сегодня я буду говорить от лица совета директоров нашей фирмы».

#### Ориентационная часть

Следует обозначить тему выступления и приблизительно указать время, которое вы планируете потратить на ее освещение.

Важно также обозначить формат взаимодействия выступающего и слушателей. А именно — как следует задавать вопросы: спрашивать по ходу выступления, передавать записки, отложить уточнения до конца сича или вообще адресовать все замечания руководителю. Опытный спикер может позволить диалог с аудиторией, а новичок будет сбиваться и путаться. Оцените свои возможности и не рискуйте.

**Мотивационная часть**

Здесь потребуются объяснить, для чего была собрана аудитория. Мотивационная часть включает две задачи:

**1. Вызвать интерес к теме**

Достигается приведением статистики, остроумной цитатой, необычным углом зрения или формулировкой проблемы — одним словом, крючком, который эмоционально зацепит.

**2. Собственно мотивировать на внимательное слушание презентации**

Можно пообещать, что к концу выступления у аудитории появятся новые идеи, возможность участвовать в проекте, определиться с планом действий на ближайшее будущее, принять решения.

Вступление нужно прорабатывать со всей возможной тщательностью, поскольку именно на этом этапе оратору необходимо преодолеть волнение, собраться самому и настроить публику. Если с самого начала известно, о чем пойдет речь, то будет снят психологический зажим, и дальнейшее выступление пойдет более гладко.

**2. Основная часть**

Во главе угла стоит грамотная компактная подача материала.

*Проблемно ориентированный подход* к изложению позволяет не растерять интерес слушателей и довести презентацию без потерь смысла до конца.

Простая цепочка, состоящая из проблемы, ее решения и полученного результата, позволяет презентовать практически любую идею и заразить ею целевую аудиторию. Формат помогает вписать нужный объем информации в считанные минуты доклада, делает спич в меру эмоциональным и вызывает доверие у слушающих.

**1. Проблема**

Вызвать негативные переживания аудитории — промежуточная цель, которая достигается путем пересказа трудностей, ошибок и антирекордов.

**2. Решение**

Предложить выход из ситуации. Важно показать, что не всё так плохо, и есть еще надежда на позитивное будущее. Оно достижимо, если аудитория совершит определенные действия. Рассказать, какие именно (освоит новое ПО, например).

**3. Результат в виде счастливого финала**

Что произойдет, если слушатели возьмутся за постав-

ленные задачи. Насколько вырастет производство, сколько прибавится клиентов, как вырастет выручка.

В конце основной части, как правило, отводят время для вопросов и комментариев зала. После того как все желающие высказутся, докладчик вновь берет инициативу на себя и подводит итог дискуссии.

**Добавляем соли**

Презентация подготовлена и отрепетирована, теперь можно позволить себе украсить ее особыми дополнениями. Предлагаем сделать это при помощи инструментов влияния, которые вставляют в текст или выносят на слайды.

**1. Риторические вопросы и восклицания**

Данные ораторские приемы оживляют рассказ.

**2. Вовлекающие вопросы**

Предполагают отклик аудитории или развернутый ответ в ходе дальнейшего изложения.

**3. Раздаточный материал**

Некоторые графики и таблицы целесообразно дать в руки каждому слушателю, чтобы сократить время на ознакомление с отчетами и статистикой.

**4. Цифры, диаграммы и графики**

Помогают наглядно увидеть проблему, визуализируют информацию.

**5. Эмоции**

Намеренное создание нужных эмоций в определенные моменты повествования помогает вести группу заданным курсом.

**6. Иллюстрации**

Демонстрация фотографий или вещественных объектов способна усилить впечатление.

**ГЛОССАРИЙ****Социальная фасилитация**

*Эффект, при котором человек более успешно выполняет поставленные задачи в присутствии других людей, чем в одиночку. Сам механизм, то есть зависимость скорости, объема и других показателей успешности действий от присутствия рядом особей своего вида, наблюдается не только у людей, но и у животных. Эффект обычно возникает при деятельности, связанной с хорошо усвоенными реакциями или привычными действиями. При выполнении сложных задач присутствие других особей может оказывать обратный эффект, который в социальной психологии получил название социальной ингибиции.*

**Формула расчета времени на презентацию: 60/20/20, где 60% — обязательный текст, 20% — плавающий текст, который можно произнести или нет, по обстоятельствам, еще 20% времени не планируем — их поглотят непредвиденные факторы**

7. *Лингвистические зацепки*  
Метафоры, цитаты, аналогии делают речь ярче.

8. *Намеренное сжатие и оправданная детализация излагаемого материала*

Акцентируют внимание слушателей в нужных местах.

Подвидом проблемного подхода выступает *сторителлинг*. Оратор рассказывает историю, которая иллюстрирует проблему. История излагается от первого лица, даже если она произошла с кем-то другим. Композиция сторителлинга схожая. Вся ее структура укладывается в ответы на три вопроса:

- с какой трудностью я столкнулся?
- что предпринял?
- какой отличный результат получил?

Выбор сторителлинга в качестве методики презентации идеи уместен для снятия эмоционального напряжения и заведомого протеста аудитории.

### 3. Заключение

#### *Резюме*

На этом этапе выступления следует повторить основную мысль и резюмировать сказанное.

#### *Подчеркивание ключевой идеи*

Расстановка приоритетов и заострение внимания на важных моментах позволяют напомнить слушателям главную мысль выступления.

#### *Призыв к действию*

Как было сказано выше, совершение аудиторией действия — пожалуй, самый важный результат презентации. Вполне допустимы фразы вроде «Теперь вы знаете всё, что требуется, и можете принять решение или выбрать тактику дальнейшей работы».

#### *Эмоциональная точка*

Как вежливое прощание, она стоит в самом конце. Поблагодарите за внимание и пожелайте успехов вашей аудитории.

## ЧТО ЕЩЕ ВКЛЮЧАЕТ ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ

#### *Пишем спич*

После составления презентации нужно сесть и написать текст речи, лучше от руки. Особенно это актуально для новичков, еще не успевших набрать опыт публичных выступлений. Письменная речь заставляет работать ЦНС более глубоко. Пишущий тщательнее подбирает слова и строит фразы. На письме легче отсечь ненужное и сделать текст острее.

#### *Репетируем*

Проговорите подготовленный спич перед зеркалом, перед домочадцами или наговорите на диктофон. Совет

связан с эффектами социальной фасилитации и ингибции. В первом случае человек на людях выполняет деятельность качественнее и быстрее, во втором, наоборот, испытывает трудности. Страх выступления перед аудиторией преодолевается за счет репетиции и повышения самооценки.

#### *Проявляем харизму*

Здесь под харизматичностью следует понимать приписывание выступающему особых качеств без опыта совместной деятельности. Уверенные в себе и спокойные люди вызывают большее доверие. Когда текст готов, спикер может оттачивать детали. Занять центральную позицию в аудитории, встать в правильную позу, не скрещивать руки и ноги, освоить уместные говорящие жесты и мимику.

#### *Осторожно — слайды!*

Практически все современные презентации проводят с опорой на слайды. При этом многие допускают ошибку: повторяют вслух то, что уже отражено на экране. Но лучшее использование слайдов — это перенос в них того, что плохо удается самому. Кроме того, по-настоящему профессиональный спикер должен быть готов провести презентацию и в случае отказа техники. Говорить ярко, образно и по делу без обращения к слайдеру помогут как раз все те моменты, на которых мы останавливались выше.

**В**