



Техники бизнес-презентаций

Executive MBA-16

Минск, весна 2009 г.



*Хорошая презентация – это смесь
полной релаксации
с полной концентрацией.*

Неизвестный автор

Структура семинара



- Цели презентации
- Подготовка презентации
- Структура презентации
- Оформление презентации
- Имидж презентатора
- Групповая презентация
- Приемы общения с аудиторией
- Работа с вопросами и провокациями
- Советы, «запреты» и секреты



Цели и задачи презентации



Цели и задачи



Прежде чем назначить дату презентации:

- определите цель и задачи компании на презентации;
- выберите целевую аудиторию презентации;
- определите цель аудитории;
- опишите и согласуйте конкретные измеримые результаты;
- определите Вашу личную цель и задачи.

Цели и задачи



Задачи презентации (варианты) :

- пробудить интерес;
- сформировать потребность;
- **сформировать ожидания;**
- **«совпасть» с ожиданиями Клиента;**
- информировать;
- укрепить уверенность в правильности выбора;
- подтолкнуть к сотрудничеству;

Цели Компании



- Продать идею сотрудничества/услугу
- Удержать/Убедить
- Продаться
- Минимизировать издержки
-
-
- Разрушить имидж конкурентов/ Потеснить конкурентов



«Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к их гуманности, а к их эгоизму, и никогда не говорим им о наших нуждах и об их выгодах».

Адам Смит, экономист «великий шотландец»
(1723—1790)

Цели Клиентов



-
-
-
-
-

Цели внутрифирменной презентации



Сотрудник

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

Сотрудники

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

Цели презентации



Личные

- Создать/поддержать/ разрушить имидж
- Отрепетировать будущее выступление
- Применить новые техники
- Наконец-то объяснить отделу..., что такое ...
- Изменить соотношение **40:40:20**
-
- Получить удовольствие!

Цели презентации на программе Executive MBA



Я

Группа EMBA-16

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

Цели презентации на программе Executive MBA



Мини-группа/ Проектная группа

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

Преподаватель/ Комиссия

-
.....
-
.....
-
.....
-
.....

БИЗНЕС
ШКОЛА

ИПМ



Подготовка презентации





Подготовка презентации

- Характеристика аудитории
- Приглашение на презентацию
- Особенности выступления перед малой и большой аудиторией
- Выбор стиля презентации
- Самонастройка
- Оформление презентации/визуализация
- Организационная подготовка

Характеристика аудитории



- Численность
- Кратность предыдущих и будущих встреч
- Возраст
- Гендерный состав
- Национальный состав
- Статус, звания
- Уровень знаний
- Уровень мотивации

Приглашение на презентацию



- Сформируйте именной список приглашенных
- Уточните ФИО, должность, степень причастности к освещаемым проблемам (в т.ч. менеджер ли, специалист ли), адрес, телефон
- Составьте официальное именное письмо (открытка, официальный бланк)
- Отправьте письмо не позднее 4-х недель до начала презентации
- Убедитесь в получении и прочтении письма
- Позвоните спустя 2 недели. Уточните возможность личного присутствия приглашенного или уточните личность замещающего
- Позвоните за 3 дня. Предлог: знают ли приглашенные маршрут следования к месту проведения
- Ждите!

Рецепты выступлений



Большие аудитории

- максимум ораторского мастерства
- максимум четкости в работе с визуальными средствами
- максимум четкости в последовательности изложения материала
- минимум вопросов
- максимум официальности

Малой аудитории

- минимум навыков оратора
- минимум навыков в обращении с визуальными средствами
- максимум гибкости в последовательности изложения материала
- максимум вопросов и ответов, знания своего предмета
- максимум неофициальности

Стили презентаций



- Европейский
- Американский
- Азиатский
- Корпоративный/индивидуальный

Самонастройка



«Ой, боюсь, боюсь, боюсь..!» или «Зачем мне это всё надо?»

«Предстартовая лихорадка»

Совет: «разложите страх на составляющие»

«Стартовая агония»

методы преодоления волнения:

физическая нагрузка;

гимнастика для лица;

«образ шинели»;

помощь друга

Подсказки



Используйте:

- Монитор компьютера со слайдами;
- Post-it на столе/стене;
- Шпаргалки: лист формата А5 с логотипом компании на обороте;
- Бэйджи настольные и нагрудные;
- Суффлера 😊



Подготовка презентации. Оформление

Средства и способы визуализации



- Мультимедийный проектор, компьютер
- Доска магнитная, цветная
- Флип-чарт
- Диапроектор
- Видео/аудио магнитофоны
- Оверхед-проектор
- Плакаты
- Карты настенные
- Рабочие тетради
- Образцы (на отдельном столе, стенде, в помещении)

Оформление презентации



Слайды:

- Единый для компании/направления стиль
- Выбор шаблона до начала создания слайдов
- Можно использовать разделители перед блоками/разделами

Оформление презентации



Шрифт:

- 18+
- Используйте системные шрифты
Arial Times New Roman Verdana Courier New
- В одной презентации не более 3-х стилей шрифтов

Оформление презентации



Текст. Правило 7-ми:

- не более 7-ми элементов слайда
- не более 7-ми колонок / столбцов в таблице
- не более 7-ми строк текста
- не более 7-ми слов в строке

Оформление презентации



Цвет.

- Берегите глаза и нервы аудитории!
- Меньше контрастных цветов:

Черное на фиолетовом, синее на красном, белое на желтом оставьте для домашних презентаций



Анимация



- Анимация! Кааааааааак!!! Визуальное! восклицание!
- Удерживайтесь от искушений: используйте только в ключевых моментах
- Выберите 1-3 эффекта



Объясните себе, для чего нужен Ваш эффект!

Рисунки



- Используйте графику/фото/видео, чтобы усилить или дополнить презентацию
- Используйте изображение, если оно ясно помогает вам выразить мысль
- Избегайте использования изображений только как украшения!
- Проверьте ее визуальное восприятие при демонстрации посредством проектора

Рисунки



- Используйте качественные рисунки
- Используйте рисунки в одном стиле
- Осторожно используйте коллекции картинок, предустановленные на компьютерах





~~СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
ВОПРОСЫ!~~



Закончили оформление слайдов?

А теперь необходимо написать
заметки к слайду
в форме прямой человеческой речи!



Составляющие имиджа Презентатора



Белый низ, черный верх

или как запомниться навсегда?!

Оденьте:

- кожаные шорты;
- сланцы на высоком каблуке;
- майку-топ на бретелях и со стразами;
- галстук с изображением любимой женщины.

Не забудьте:

серьги h 5-10 см и «кольцо-печатку»*

* Кольцо-печатка – мужское украшение в советский период символизирующее переход от юности к зрелости

Деловой стиль



или ничего кроме ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Одевайтесь в соответствии с температурой в помещении и собственным «микроклиматом».
- Воздерживайтесь от контрастных и ярких цветов.
- Исключите спортивный и воздерживайтесь от спортивно-элегантного стиля.
- Перед началом презентации снимите яркие аксессуары (очки лучше оставить).
- Начистите любимую удобную обувь (купленную в этом сезоне)



Структура презентации



Структура презентации классическая



- **Вступление.**

«Получение разрешения на выступление»

- **Основная часть.**

Суть предложения

- **Заключение.**

Итоги. Перспективы

Регламент презентации и кривая внимания



Вступление.



- Представьтесь/поздоровайтесь
- Задайте интересный вопрос/вопросы
- Сделайте искренний комплимент аудитории
- Вызовите смех
- Приведите впечатляющую статистику
- Расскажите подходящий случай
- Приведите цитату
- Смоделируйте ситуацию
- Забудьте слова: «Вообще-то я не специалист в этой области...», «Я всю ночь не спал, волновался...»

Задачи и техники их реализации



Задача:

1. Пробудить интерес
2. Сформировать потребность
3. Сформировать ожидания
4. **«Совпасть» с ожиданиями Клиента**
5. Информировать
6. Укрепить уверенность в правильности выбора
7. Подтолкнуть к сотрудничеству

Техника:

1. Дать интересную новую инфо
2. «Проблема – решение»
3. Рассказать о возможностях
4. Изучить проблемы и потребности Клиента
5. Своевременно доступно сообщить актуальную инфо
6. Сообщить о дополнительных услугах и сравнить с практикой в отрасли
7. Дать развернутую характеристику услуг/услуги в сравнении с конкурентами (не называя их!!!)
И призвать к действию!

Техника

«Проблема - решение» (1)



Анализ

1. Изучите сферу деятельности компании Клиента
2. Определите круг типовых (отраслевых) и специфических Проблем компании Клиента
3. Изучите и убедитесь в Возможностях компании
4. С максимально возможной детализацией сопоставьте Проблемы и Возможности
5. Выберите Проблемы, которые легко и честно может решить Ваша компания

Техника

«Проблема - решение» (2)



Подготовка презентации

ВАЖНО! Сообщайте Клиенту информацию только из открытых источников

1. Формирование проблемы

1. 1. Составьте список вопросов (касательно явных проблем) ,
ФОРМИРУЮЩИХ ощущение ПРОБЛЕМЫ

Например,

** «Занимаясь производством ..., сталкивались ли Вы с ситуацией, когда перевозчик отказывал Вашей компании в перевозке негабаритного/опасного груза? ...в конкретный регион?»*

** «Известна ли Вам ситуация, когда Вы теряли время/деньги из-за сложности определения кода товара?»*

«Сталкивались ли вы с ситуацией, когда ошибки были допущены из-за отсутствия материала на этапе проектирования?»

«Знаете ли Вы, что ...»

Часть вопросов - характер риторический

Часть вопросов – требующих ответа

Техника

«Проблема - решение» (3)



Подготовка презентации

1.2. Или опишите возможную ситуацию для **ФОРМИРОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ** (работа со неявными проблемами и проблемами будущего)

«Обычно при формировании метро-юнитов на складе ...»

«Компании, впервые выходящие на рынок Украины не подозревают, что...»

«»

2. «Вмонтируйте» вопросы в текст выступления (желательно во вступление, начало основной части и/или в начале каждого раздела)

3. (Убрав из речи слова: «ваша проблема – наше решение»!) просто **ПРЕДЛОЖИТЕ РЕШЕНИЕ!!!**

Основная часть



- Может состоять из одного раздела с ОДНИМ сообщением
- Либо из нескольких разделов.
Один раздел – ОДНО сообщение

Заключение



- Отправьте в «корзину» фразу: «это все, что я хотел вам сказать по данному вопросу»
- Сделайте искренний комплимент аудитории/поблагодарите
- Вызовите смех
- Приведите цитату
- Сделайте резюме
- Призовите к действию!!!!



Приемы общения с аудиторией



*Мы покупаем, поддавшись эмоциям,
а затем обосновываем свой выбор
фактами*

Берт Декер, эксперт в области коммуникаций

Каналы восприятия информации



или как достучаться?

- **60% 30% 10%**
- **10% 60% 90%**

Особенности восприятия взрослыми



- Информационный фильтр
- Информационная перегрузка
- Изменение структуры памяти
- Накопление информации без обработки
- Феномен экономии мышления
- Взаимодействие знания с опытом конкретного человека

По материалам Т.Ю. Ковалевой

Общение с аудиторией



- Адаптируйте каждую презентацию или разделы
- Используйте лексику аудитории
- Говорите чаще «Мы», вместо «Вы»
- Расшифровывайте специальные термины

Адаптация к аудитории



Задание. Составьте глоссарий компании

Раздел 1. Профессиональная отраслевая терминология

..... - _____

..... - _____

Раздел 2. Терминология корпоративная цензурная

..... - _____

Общение с аудиторией



- Смотрите на аудиторию и на каждого участника
- По возможности адаптируйте темп речи и тембр голоса
- Используйте жесты и жестикуляцию
- Вовлекайте аудиторию
- Двигайтесь! Живите! Общайтесь!

БИЗНЕС
ШКОЛА

ИПМ



Групповая презентация



В каких случаях уместна групповая презентация?



- Необходимо описание комплекса проблем
- Есть специализация выступающих по направлениям деятельности
- Если общее время выступления более 15 минут

Особенности групповой презентации



- Обязательно назначается Ведущий (Спикер)
- Обязательно проводится репетиция НАКАНУНЕ выступления
- У группы существует только одно общее мнение
- Жестко хронометрируется выступление каждого участника
- На конкретный блок вопросов Клиента отвечает конкретный человек либо Ведущий

Особенности групповой презентации



Каждого последующего участника представляет либо Ведущий либо предыдущий выступающий:

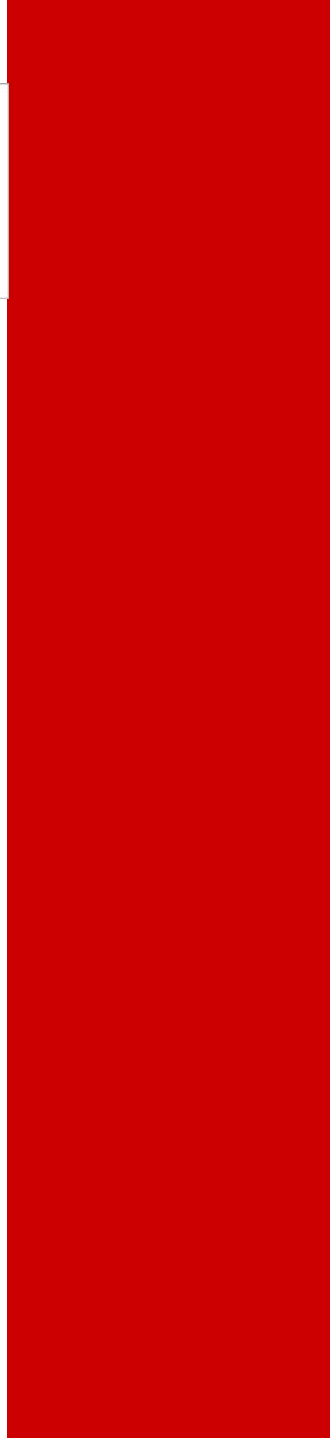
- * фамилия, имя;
- * должность, сфера деятельности;
- * тема дальнейшего выступления.

При длительном общении с аудиторией:

- * личные качества и достоинства презентатора;
- * актуальная позитивная карьерная или личная информация о презентаторе



Вопросы и провокации



Вопросы и провокации



- 70% вопросов прогнозируются заранее
- Подготовьтесь к ответам на вопросы
- Выучите новую информацию
- Техника «Забудьте это!...»
- Разберитесь с возможными нареканиями и «застаревшими» рекламациями
- Воздерживайтесь от дискуссий, резких замечаний и колких комментариев

- **Вы – имидж компании!**

Работа с «новыми» рекламациями



Алгоритм работы с недовольным Клиентом:

Решение проблемы на эмоциональном уровне:

1. Дать возможность сотруднику «выпустить пар»
2. Избежать формулировки, «Ты/Вы не прав/ы»
3. Обеспечить максимум понимания и сопереживания
4. Контролировать собственные эмоции (в первую очередь, интонацию)

Решение проблемы на рациональном уровне:

1. Выяснить причины возникновения проблемы
2. Обсудить с сотрудником варианты решения проблемы
3. Предпринять действия для решения проблемы
4. Предоставить сотруднику обратную связь

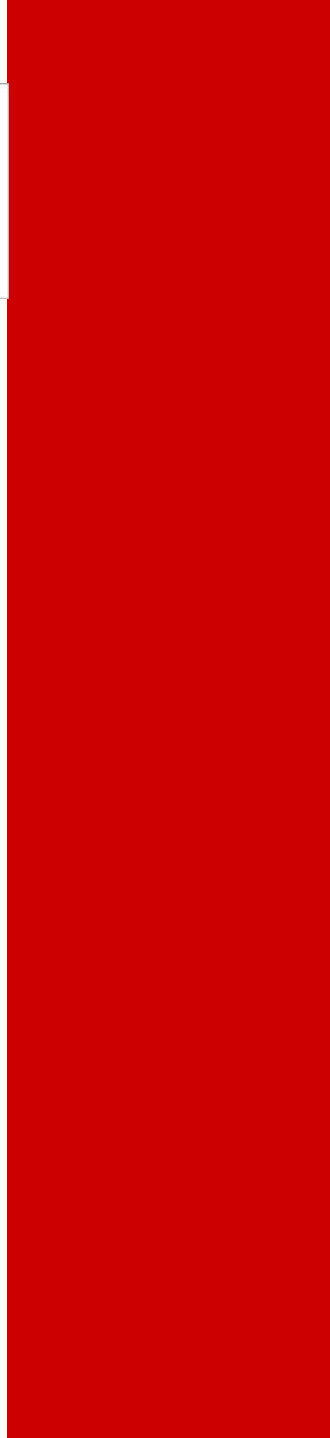
Вопросы и провокации



Помните, что люди – добрые создания,
но очень любопытные!



**Если нельзя, но
очень хочется?**



Что сделать, чтобы провалить презентацию?



- Читать слайды;
- Включать в текст слайда сложноподчиненные предложения вместо тезисов
- Стоять спиной к аудитории
- Уходить/бежать со сцены ВО время выступления
- Не уходить со сцены, думая, что людям больше делать в жизни нечего
- Злиться либо заискивать перед аудиторией

Что сделать, чтобы провалить презентацию?



- Отвечать на вопросы долго
- Молчать в ответ на вопросы
- Рассказывать «сальные» анекдоты
- Выступать без перевода
- Монотонно читать текст
- Не явиться самому на презентацию



Анализ презентации



Чем и когда успокоится сердце Презентатора? (1)



или когда подводить итоги ПРЕЗЕНТАЦИИ:

1-й этап. Перед тем, как лечь спать:

- Вспомните ситуации успеха и наметьте области развития.
- Запишите удачные реплики, ответы на вопросы, идеи и «повороты».
- Внесите поправки в тексты, уберите опечатки
- Напишите e-mail, чтобы в следующий раз не приглашали Моцарта из Норильска.
- Похвалите себя!

Чем и когда успокоится сердце Менеджера? (2)



или когда подводить итоги ПРЕЗЕНТАЦИИ:

2-й этап. В сроки определенные целью презентации:

- Оцените полученный эффект.

Результат презентации – это ДЕЙСТВИЯ, которые предпринимают Клиенты и Коллеги!!!

- Отметьте, что нужно кардинально изменить, а что сохранить
- Обязательно пригласите на следующую презентацию Сальери из Чижевич.
- Похвалите себя и КОЛЛЕГ!

БИЗНЕС
ШКОЛА

ИПМ



www.ipm.by

natalia.zaitseva@ipm.by



Техники бизнес-презентаций

Executive MBA-16

Минск, весна 2009 г.
