**Девять этапов подготовки презентации**

Нет ничего хуже, когда выступающий неуверенно бормочет и запинается, выступая перед группой. Соответствующая подготовка поможет любому оратору успешно проводить деловые презентации.

Рассмотрим алгоритм процесса разработки презентации, состоящий из девяти этапов.

Руководство для планирования презентации

1. Определите цели. Определите, в чем состоит цель презентации.
2. Решите, как будете завершать презентацию. Пусть у аудитории будет пища для размышлений.
3. Придумайте начало. С самого начала завладейте вниманием аудитории.
4. Продумайте остальное содержание презентации. Пусть ее структура будет логичной и ясной для понимания.
5. Больше огня. Поддерживайте интерес аудитории входе всей презентации.
6. Создайте визуальные средства. Люди лучше воспринимают слуховую информацию, подкрепленную видеорядом.
7. Ориентируйтесь на аудиторию. Создайте впечатление, что презентация была создана именно для этой аудитории.
8. Подготовьте заметки. Постарайтесь как можно реже заглядывать в заметки.
9. Повторите еще раз. Чем больше повторений, тем лучше презентация и тем более уверен в себе тот, кто делает презентацию.

**Шаг первый:** определите цели

Начните с ясной идеи о презентации. Какова ее задача? В чем-то убедить слушателей? Проинформировать? Проинструктировать? Вдохновить? Подумайте о той аудитории, для которой предназначена презентация. Люди должны знать, что презентация важна и полезна для них. Определение целей поможет вам продумать эти вопросы и прояснить, что нужно включить в презентацию, а что — нет.

Какова цель презентации? Для кого она предназначена?

В чем она будет состоять? Какую реакцию вы хотите получить от аудитории?

Чтобы аудитория захотела обратить внимание на вашу презентацию, должна быть какая-то причина. Что она даст людям? Какие преимущества они получат, если выслушают вас?

Каково содержание презентаций? Каковы ваши источники информации? Как долго презентация будет длиться?

**Шаг второй:** решите, как будете завершать презентацию

Это парадоксально, но нужно начать с конца. Почему? Потому что завершение — самая важная часть презентации. Большинство людей запомнят его лучше всего. Основная часть презентации — ее завершение. Все ее содержание должно быть направлено именно на удачное завершение, и лучше продумать его с самого начала. Как можно завершить презентацию?

Счастливый конец. Вы указываете на преимущества и выгоды и делаете вывод, что ваш продукт, услуга или программа лучше всех остальных.

Лучшее лекарство. Вы показываете, как функции и/или особенности вашего продукта, услуги или программы позволят аудитории избежать проблем, устранить риск и достичь своих целей.

Последний экзамен. В конце вы подводите итоги каждого из основных пунктов презентации и показываете, почему каждый из этих пунктов удовлетворяет какую-то потребность или решает какую-либо проблему.

Показательный пример. Вы рассказываете историю, преимущественно из вашего личного опыта или опыта вашей организации, которая прекрасно иллюстрирует все пункты вашей презентации.

Эмоциональное завершение. Вы приводите слушателей в такое состояние, что они готовы радостно сорваться с места или начинают доставать носовые платки и утирать слезы. Эмоциональное завершение необязательно должно быть громким или неистовым, но оно должно быть мощным и сильно влиять на аудиторию.

**Шаг третий:** придумайте начало

Часть, следующая по степени важности за завершением, — это начало, И важнее всего — первые две минуты. Вы или захватите аудиторию с самого начала, или тут же потеряете ее. Кроме того, хорошее начало помогает неопытному оратору почувствовать себя более уверенно. Хорошим началом могут быть провокационный вопрос, история из жизни, какие-то факты или статистические данные, упоминание последних новостей или известная цитата.

Начало презентации также отвечает на невысказанные вопросы слушателей: «Зачем мы здесь? О чем вы собираетесь нам рассказать? Какие ваши достоинства позволяют вам говорить об этом вопросе? Что мне это даст?».

*Тот, кто делает презентацию, не должен:*

* Пытаться казаться тем, кем он не является. Если у вас не очень хорошее чувство юмора, ваши неуклюжие попытки шутить покажутся натянутыми. Будьте самим собой, ведите себя естественно.
* Начать извиняться перед аудиторией за недостаток подготовки, знаний, за то, что оратор занимает их время и т.д. Этим оратор дает аудитории разрешение не принимать его всерьез и не слушать.
* Читать по бумажке начало презентации, даже если планируется чтение основной части. С самого начала установите с аудиторией визуальный контакт. Если нужно, выучите начало презентации, но только не читайте по бумажке.
* Заставлять аудиторию напрягаться, чтобы понять его. С самого начала говорите просто и понятно. Покажите, что вы уверены в себе (даже если это не так?)

*Удачное и неудачное начало презентации*

Неудачное начало: «Здравствуйте, меня зовут Джон Смит. Мое руководство не нашло никого, кто бы мог сделать эту презентацию, поэтому это придется сделать мне. Надеюсь, что не слишком вас утомлю. Вам, наверное, кажется, что я нервничаю, и это правда».

Удачное начало: «Доброе утро — и думаю, оно действительно доброе! Меня зовут Джон Смит, и сегодня я собираюсь поделиться с вами интересной информацией, которая, я уверен, может изменить ваши представления о...»

**Шаг четвертый:** продумайте основное содержание презентации

У нас уже есть начало и завершение. Теперь нужно продумать остальное. Это можно сделать, структурируя презентацию в хронологическом порядке каких-то событий, по темам или по категориям. Возможно, вы захотите использовать прием контраста и сравнить между собой различные особенности и преимущества или сравнить новое со старым, достоинства с недостатками, проблемы с решениями, В зависимости от длительности презентации можно скомбинировать различные элементы. Например, использовать хронологический порядок, чтобы показать старые способы и проиллюстрировать в сравнении преимущества и особенности новых способов.

**Шаг пятый:** больше огня

Что вызывает интерес к презентации? Что-то неожиданное, смешное, возбуждающее, живое. Невероятные открытия, серьезные аргументы и удивительные откровения не имеют большого влияния, если не помогают удерживать внимания аудитории. Презентацию могут сделать более интересной:

Привлекательные визуальные средства. Хороший образ стоит тысячи слов, особенно если он необычный и своевременный.

Интересная история о других людях. Людям нравятся истории о других, особенно, если в них говорится о том, как другой человек решил проблему или достиг славы и успеха.

Демонстрации. Хорошая демонстрация, которая иллюстрирует какое-либо утверждение, надолго запомнится аудитории и повлияет на нее сильнее, чем простое объяснение этого утверждения вербально или с помощью визуальных средств.

Запланированные вопросы. Подготовленный заранее вопрос или находчивый и остроумный ответ могут оживить аудиторию и покажут вас умным человеком.

Реальные истории. Истории из реальной жизни всегда воспринимаются хорошо, потому что иллюстрируют практическое значение того, о чем вы говорите. Они доказывают вашу правоту.

**Шаг шестой:** визуальные средства

Исследования показали, что, если используются визуальные средства, около 40% людей скорее позволят убедить себя с ними, чем без них, а 25% потратят больше денег на тот же самый товар или услугу. Визуальные средства помогают рассказать то же самое за более короткое время. Хорошие визуальные средства стимулируют интерес, способствуют пониманию, доверию и подкрепляют то, что было сказано.

Каковы правила использования визуальных средств? Как много материала око должно содержать? Сколько должно быть слов, сколько графики?

Это очень просто. Представьте себе, что ведете машину по шоссе со скоростью 90 км/ч. У шоссе стоит биллборд. Сколько на нем информации? Сколько времени вы смотрите на него? Лучшее визуальное средство похоже на биллборд на шоссе: на нем ровно столько информации сколько человек может воспринять, проезжая мимо со скоростью 90 км/ч. Если вам нужно передать больше информации, создайте следующее визуальное средство.

**Шаг седьмой:** ориентируйтесь на аудиторию

Каждому приятно считать, что что-то сделано специально для него. Подумайте о специфике аудитории. Постарайтесь найти ее общие особенности:

Это молодежь или зрелые люди? У разных возрастных групп — разные приоритеты и цели.

Это технические работники? Это определит уровень подробностей и тот язык, который нужно использовать.

Имеют ли эти люди опыт или образование в области, которой посвящена презентация? Это очень важно, потому что, если этого не учесть, презентация может оказаться либо скучной, либо непонятной.

При любой возможности используйте примеры, которые близки аудитории. Ссылайтесь на то, что ей знакомо. Используйте терминологию, которую люди понимают или могут использовать сами. Подумайте о примерах, которые слушатели могут связать со своей жизнью или работой. Исключительно важно, чтобы сообщения резонировали с аудиторией.

**Шаг восьмой:** заметки

В целом, чем меньше автор презентации полагается на письменные заметки, тем лучше, потому что это позволяет ему поддерживать с аудиторией визуальный контакт. Лучшим подспорьем для вашей памяти могут быть небольшие карточки для заметок, в которых написано несколько ключевых слов. Заметки также нужно «спрягать» — написать их карандашом внизу страницы флип-чарта или на прозрачных частях диапозитивов. Лучшая презентация — та, которая выглядит почти спонтанной, Она должна проходить легко и гладко. Если вы полагаетесь на заметки, процесс замедлится, и спонтанность пропадет.

**Шаг девятый:** повторите еще раз

Обычно цель презентации — сообщить нечто важное. Поэтому к ней нельзя относиться легкомысленно. Есть три очень важных причины «отрепетировать» презентацию еще раз:

Повторение — единственное эффективное решение проблемы напряженных нервов и потных ладоней. Причина нервозности — неопределенность. Чем больше определенности в презентации, тем меньше нервничает оратор.

Ни один профессионал не может обойтись без практики, и поэтому не стоит пытаться произносить речь перед аудиторией, если вы не провели репетиции дома.

Если вы не «репетировали», аудитория это заметит. Такая ситуация говорит аудитории: «Вы для меня так мало значите, что я не посчитал нужным подготовиться к выступлению перед вами». Ваш продукт, услуга или программа хороши ровно настолько, насколько хороша их презентация.

Проведение встреч

Время от времени каждому менеджеру приходится проводить встречи. Целью встречи может быть сообщение какой-либо информации, решение не той проблемы, принятие решения, сбор и обмен идеями или переговоры. Менеджеру нужно постоянно спрашивать себя: «Действительно ли эта встреча совершенно необходима?» Встречи занимают ценное рабочее время, и их нужно проводить только в том случае, если без нее невозможно достичь цели. Чтобы встреча прошла успешно, ее нужно как следует спланировать и провести. Чаше всего эффективность встреч снижают следующие факторы:

Неадекватная структура. Такое происходит, если не удается провести встречу и соответствии с ее целью, при этом доминируют одни или два влиятельных у частика. После окончания такой встречи ее участники чувствуют, что зря потратили время.

Распространение и восприятие информации. Проводящий встречу менеджер может ошибочно считать, что все участники прочли и усвоили информацию, которая распространялась в процессе подготовки. Не каждый может быстро понять и запомнить все аспекты информации.

Протокол. Неточность протокола предыдущей встречи может привести к тому, что на следующей встрече много времени уйдет на попытки восстановить результаты предыдущей встречи.

Повестка дня. Если встреча как следует не спланирована, ее темы будут случайными и время будет тратиться впустую. Это может также означать, что те, кто не принимает участия в обсуждении; некоторых пунктов, потеряют интерес, или, еще хуже, попытаются обсуждать то, в чем не разбираются или за что не несут ответственности.

Проводящий встречу. Слабый менеджер не придерживается цели встречи, слишком много времени отводит на дискуссии или позволяет одному или двум доминирующим ораторам подавлять или исключать из обсуждения других участников.

Как менеджер должен проводить встречу? Чем четче он представляет себе ее цели и задачи, тем спокойнее она пройдет. С самого начала менеджеру нужно создать и поддерживать определенный уровень формальности. Вот некоторые полезные правила ведения встреч:

Начните встречу вовремя. Это покажет, что вы уважаете тех, кто пришел вовремя, а также приведет к тому, что на следующей встрече будет меньше опоздавших.

Будьте подготовлены. Если нужно представить какие-то материалы, подготовьте их заранее, чтобы при необходимости быстро раздать. Все, что может потребоваться ведущему должно быть подготовлено заранее.

Объясните цель встречи. Раздайте всем изложенную письменно повестку дня (если она нужна) или наметьте ее устно. Если какие-то ее пункты нужно добавить или убрать, это нужно сделать сразу же, а не по ходу встречи. Это поможет всем сосредоточиться на важных вопросах.

Поддерживайте плавный ход встречи и контролируйте весь ее процесс. Встреча может развиваться спонтанно, но разумный ведущий дает понять участникам, чего нужно достичь и как это нужно сделать. Фокусируйтесь на каждой теме последовательно, не перепрыгивайте с одного на другое. Не позволяйте участникам говорить одновременно. В определенный период времени может происходить только одна встреча!

Действуйте как модератор и рефери. Не позволяйте, чтобы разгорались страсти. Ограничивайте дискуссии, суммируя их основные пункты и предлагая консенсус. Вовлекайте молчаливых участников. Пусть каждый примет участие в процессе.

Заканчивайте встречу на позитивной ноте. Убедитесь, что добились каких-то результатов. Постарайтесь сгладить негативные моменты, которые возникли в ходе встречи.

Источник: http://www.elitarium.ru/2007/09/26/devjat\_jetapov\_podgotovki\_k\_prezentacii.html