

БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ СЕГОДНЯ

Создание презентаций





Презентации дают вам возможность продемонстрировать все свои коммуникативные навыки, от анализа аудитории и исследований до разработки презентационных материалов и публичных выступлений. На этой и следующей лекциях вы узнаете, как планировать эффективные презентации, преодолевать тревоги, которые испытывает каждый оратор, отвечать на вопросы аудитории и использовать дополнительные каналы коммуникаций. Я дам вам несколько советов и приемов для достижения успеха с онлайн-презентациями, которые становятся все более распространенным способом общения в современном мире.

Презентации позволяют вам продемонстрировать свою способность быстро и эффективно думать, понимать и решать сложные бизнес-вопросы и справляться со сложными ситуациями – это именно те атрибуты, которые важны руководителям при поиске талантливых сотрудников.

Если мысль о выступлении или презентации заставляет вас нервничать, имейте в виду три момента. Во-первых, все нервничают, выступая перед людьми. Во-вторых, нервничать – это на самом деле хорошо; это означает, что вы заботитесь о теме, своей аудитории и своем успехе в карьере. В-третьих, с практикой, вы можете преобразовать это чувство тревоги в положительную энергию, которая поможет вам делать более убедительные презентации. Вы можете контролировать ситуацию, используя трехэтапный процесс написания для подготовки успешных презентаций.

Первое – это план создания презентации

Планирование презентаций очень похоже на планирование любого другого бизнес-сообщения. Вы анализируете ситуацию, собираете информацию, выбираете правильный носитель и организуете доставку сообщения.

Сбор информации для презентаций мало чем отличается от сбора информации для других письменных коммуникационных проектов. При планировании имейте в виду, что подготовка бизнес-презентации профессионального качества требует времени. Существует эмпирическое правило: для часовой презентации, которая использует 30 слайдов, вам будет необходимо от 36 до 90 часов исследования, планирования, создания и практики. Конечно, не каждая часовая презентация оправдывает неделю или две подготовки, но важные презентации, которые могут повлиять на вашу карьеру или компанию, безусловно, могут занять очень много времени.

Итак, начните с анализа ситуации

Как и в случае с письменными сообщениями, анализ ситуации для презентации включает в себя определение вашей цели и разработку профиля аудитории. Цель большинства ваших презентаций будет состоять в том, чтобы информировать или убедить слушателя, хотя иногда вам потребуется сделать совместную презентацию, например, когда вы ведете коллективную сессию. Учитывая временные ограничения большинства презентаций и живой характер мероприятия, убедитесь, что ваша цель кристально ясна. Так вы сможете использовать все предоставленные возможности и показать уважение ко времени и вниманию ваших слушателей.

Когда вы разрабатываете профиль своей аудитории, постарайтесь предвидеть вероятное эмоциональное состояние членов вашей аудитории. Если вы делаете презентацию рано утром, будьте готовы к тому, что многие члены аудитории будут не способны следовать вашей презентации. Также учитывайте обстоятельства, в которых вы будете делать презентацию. Будете ли вы говорить с пятью людьми в конференц-зале, где вы можете контролировать все, от света и звука до температуры? Или вы будете демонстрировать продукт на выставке, где у вас может быть от 1 до 100 слушателей и мало контроля над окружающей средой?

Все ли члены вашей аудитории будут находиться в одной комнате, или часть из них будет участвовать по удаленной связи через Интернет? Какое оборудование будет в вашем распоряжении?



Для личных презентаций, обратите пристальное внимание на рассадку. Существует четыре основных формата, которые имеют свои преимущества и недостатки:

- Первый формат – это театральная рассадка, при которой все стулья или столы направлены на спикера. Эта рассадка лучше держит внимание аудитории, так как оно сфокусировано на спикере, и лучше подходит для большой группы людей. Тем не менее эта схема препятствует взаимодействию между членами аудитории, поэтому она не является желательной для мозгового штурма или других совместных мероприятий, где требуется общение между людьми.
- Второй формат – это стол переговоров. При этой рассадке посадочные места находятся за столом переговоров, люди сидят вдоль обеих сторон длинного стола, а спикер находится во главе стола. Такой формат способствует взаимодействию между участниками, но он изолирует спикера в одном конце комнаты.
- Третий формат, подкова. Посадочные места расположены в форме буквы английского алфавита U. Такая рассадка позволяет спикеру двигаться между столами для того, чтобы взаимодействовать с индивидуальными членами аудитории.
- Четвертый формат, это банкетная рассадка, при которой люди сидят в группах за отдельными столами. Эта рассадка хорошо подходит для секционных и других небольших презентаций.

Все эти переменные могут влиять не только на стиль презентации, но и на ее содержание.

Например, в общественной среде, полной отвлекающих факторов и неопределенностей, вам лучше сделать свой контент простым и коротким, потому что, скорее всего, вы не сможете удержать внимание каждого слушателя во время вашей презентации.

Поговорим о выборе наилучшего сочетания носителей и каналов

Для некоторых презентаций, вам нужно будет использовать те носители и каналы, которых требуют ваша аудитория, ваш руководитель или обстоятельства. Например, вам может потребоваться специальное программное обеспечение для презентаций или система для проведения онлайн-собраний.

Для других презентаций, вы сможете выбирать из большого числа вариантов, от личных презентаций до интернет-трансляций (онлайн презентаций, которые люди могут посмотреть или скачать позже из интернета), скринкастов (записей активности на экране компьютеров с закадровым аудио), или веб-семинаров.

Как организовать презентацию

С точки зрения организации бизнес-презентации делятся на две основные категории: линейные и нелинейные. Линейные презентации похожи на печатные документы в том смысле, что они изложены как обычные сообщения и следуют предопределенной логике от начала до конца.

Линейная модель подходит для выступлений, технических и финансовых презентаций, а также других презентаций, в которых вы хотите передать свое сообщение шаг за шагом.

Напротив, нелинейная презентация не движется в каком-либо определенном направлении, а дает докладчику возможность перемещаться между темами, а также регулировать уровень детализации. Нелинейные презентации могут быть полезны, когда вы хотите иметь возможность показать сложные отношения между несколькими идеями или элементами, увеличивать и уменьшать масштаб между «большой картиной» и конкретными деталями, исследовать сложные визуальные эффекты или иметь гибкость для перехода от темы к теме в любом порядке.

Различие между двумя категориями можно увидеть в программном обеспечении, обычно используемом для создания и осуществления презентации. Microsoft PowerPoint, Apple



Keynote, Google Slides и подобный софт используют последовательности отдельных слайдов, которые часто называют slide deck. Они не обязательно должны быть представлены в строгом линейном порядке, потому что у спикера всегда есть возможность импровизировать, но в большинстве презентаций с использованием слайдов спикер перемещается от начала до конца в определенном порядке.

Prezi является самым известным нелинейным программным обеспечением для презентаций и не использует концепцию отдельных слайдов. Вместо этого, вы начинаете с главного экрана, или холста, который представляет «большую картину» вашей презентации. Оттуда вы добавляете отдельные объекты (включая блоки текста, фотографии или видео), которые передают определенные информационные элементы. Когда вы презентуете, вы можете увеличивать и уменьшать масштаб, обсуждая отдельные объекты и их связь с «большой картиной» и друг с другом. Вы также можете использовать повествовательный поток, создав путь от одного объекта к другому, который также позволяет людям просматривать презентацию самостоятельно (и эффективно превращает презентацию Prezi в линейную презентацию). Prezi иногда рассматривается как более динамичный и привлекательный способ презентации по сравнению с другим программным обеспечением.

Как определить основную идею

Независимо от того, какой подход вы принимаете, успешная презентация начинается с четкого описания основной идеи, которой вы хотите поделиться со своей аудиторией. Начните с составления краткого изложения, состоящего из одного предложения, которое связывает вашу тему и цель с потребностями вашей аудитории. Вот несколько примеров:

Убедить руководство в том, что реорганизация отдела технической поддержки позволит улучшить обслуживание клиентов и снизить текучесть кадров.

Убедить совет директоров, что мы должны построить новый завод в Шымкенте, чтобы устранить узкие производственные места и улучшить качество продукции.

В ответ на волнения сотрудников в отношении нового плана медицинского обслуживания, показать, как план позволит сократить расходы и улучшить качество медицинского ухода.

Каждое из этих высказываний подчеркивает цель презентации, которая напрямую связана с интересами аудитории. Поэтому еще раз убедитесь, что ваша цель основана на четком понимании потребностей аудитории, чтобы вы могли презентовать информацию, которая действительно ее заботит. Например, группа новых сотрудников будет гораздо более восприимчива к обсуждению процедур безопасности на заводе, если вы сосредоточитесь на том, как эти процедуры могут спасти жизни и предотвратить травмы, а не на том, как они сэкономят деньги компании или будут соответствовать государственным правилам.

Ограничение охвата

Ограничение охвата важно для любого сообщения, но особенно необходимо для презентаций по двум причинам. Во-первых, большинство презентаций вы должны создать в строгие сроки. Во-вторых, чем дольше вы выступаете с презентацией, тем труднее удержать внимание аудитории и тем труднее вашим слушателям сохранять в памяти ключевые моменты вашей презентации.

Если вы используете обычные структурированные слайды, вы будете приблизительно тратить три или четыре минуты на слайд. Но единственный верный способ узнать, сколько материала вы можете охватить за определенное время, это попрактиковаться в выступлении после завершения презентации с использованием таймера. Конечно, обязательно учитывайте время для вступлений, кофе-брейков, демонстраций, сессий вопросов и ответов и всего остального, что отнимает у вас непосредственно время выступления.

Подход к ограничениям по времени как к творческому вызову может помочь вам раз-



работать более эффективные презентации. Ограничения могут заставить вас сосредоточиться на наиболее важных моментах сообщения, которые важны для вашей аудитории.

Если у вас возникли проблемы с ограничением по времени или вы просто хотите сделать свою презентацию как можно короче, рассмотрите гибридный подход, в котором вы представляете свои ключевые моменты в краткой форме и даете людям печатные раздаточные материалы с дополнительной детализацией.

С четко определенной основной идеей, которая вас направляет и предусмотренным охватом вашей презентации, вы готовы начать организовывать ваше сообщение. Если у вас есть 10 минут или меньше, чтобы доставить ваше сообщение, организуйте вашу презентацию так же, как вы бы организовали краткое письменное сообщение: используйте прямой подход, если тема включает в себя рутинную информацию или хорошие новости; используйте косвенный подход, если тема включает в себя негативные новости или необходимость убеждения. Планируйте потратить минуту или две во время вводной части презентации, чтобы вызвать интерес и дать предварительный обзор того, что произойдет дальше.

В основной части презентации, будьте готовы всесторонне ответить на вопросы «кто, что, когда, где, почему и как» по вашей теме.

В заключительной части еще раз кратко пройдитесь по основным замечаниям и выводам и закройте заявлением, которое поможет вашей аудитории запомнить тему вашей презентации.

Более длинные презентации организованы как отчеты. Если цель состоит в том, чтобы проинформировать аудиторию, используйте прямой подход и структуру, которая зависит от темы презентации. Если ваша цель – анализ, убеждение или сотрудничество, организуйте свой материал вокруг выводов и рекомендаций или вокруг логического аргумента. Используйте прямой подход, если аудитория восприимчива, и косвенный подход, если вы ожидаете сопротивления с ее стороны.

При разработке презентаций имейте в виду, что они имеют одно важное преимущество перед письменными отчетами: вы можете адаптировать свой план на лету, если вам нужно.

Определите критические моменты в своей презентации и задайте себе несколько вопросов в стиле «что, если», чтобы ответить на возможные реакции аудитории. Например, если вы беспокоитесь, что аудитория может не согласиться с финансовыми предположениями, которые вы сделали, вы можете подготовить подробный анализ, который можно включить в случае, если вы чувствуете негативную реакцию, или если кто-то открыто об этом вас спрашивает. Большинство примеров программного обеспечения для презентаций позволяет легко настроить презентацию по мере продвижения, что позволяет пропустить любые части, которые вы решили не использовать или вставить резервный материал в последнюю минуту.

Независимо от продолжительности презентации, не забудьте сохранить вашу организацию четкой и простой. Если слушатели потеряют логику вашей презентации, им будет трудно догнать и следовать за вашим сообщением в оставшейся части вашей речи. Сначала объясните, как вы организовали свой материал, и попытайтесь ограничить количество основных пунктов тремя или четырьмя.

С каждой презентацией ищите возможности для интеграции повествования в структуру презентации. Драматическое напряжение в основе эффективного повествования – это отличный способ захватить и удержать внимание аудитории.

Подготовка плана презентации

План презентации поможет вам организовать ваше сообщение, и послужит основой для вашего выступления. Подготовьте свой план в несколько этапов:

- Во-первых, укажите свою цель и основную идею, а затем используйте их для руководства остальной частью вашего планирования.
- Во-вторых, организуйте свои основные пункты и подпункты в логическом порядке, выражая каждую главную точку как одно, полное предложение.
- В-третьих, сначала определите главные элементы в основной части презентации, а затем напишите введение и заключение.



- В-четвертых, определите переходы между основными точками или разделами, а затем напишите эти переходы в форме полного предложения.
- В-пятых, подготовьте библиографию или примечания к источникам; выделите те источники, которые вы хотите идентифицировать во время вашего выступления.
- В-шестых, выберите убедительное название. Сделайте его кратким, ориентированным на действия и сосредоточенным на том, что вы можете сделать для аудитории.

Многие спикеры готовят как подробный план презентации, так и более простой план выступления, содержащий все подсказки и напоминания, необходимые им для представления своих материалов.

Выполните следующие действия, чтобы подготовить эффективный план выступления:

- Первое, начните с детального плана презентации, а затем удалите все, что вы не планируете говорить непосредственно своей аудитории.
- Второе, вкратце обозначьте основные моменты и переходы к ключевым словам или фразам.
- Третье, добавьте подсказки, например, места, где вы планируете сделать эффектную паузу или использовать визуальные средства.
- Четвертое, подготовьте заметки на пронумерованных карточках или используйте функцию заметок в своем программном обеспечении для презентаций.

Создание контента презентации

Хотя вы обычно не пишете презентацию слово в слово, вы все равно участвуете в процессе написания – разрабатываете свои идеи, структурируете элементы поддержки, формулируете свои переходы и так далее. В зависимости от ситуации и вашего личного стиля, конечная презентация может строго следовать вашим первоначальным мыслям, или вы можете выразить свои мысли свежим, спонтанным языком. Сейчас мы рассмотрим задачи адаптации к вашей аудитории и развития вашей презентации.

Адаптация к вашей аудитории

Размер вашей аудитории, место проведения, ваша тема, цель, бюджет, время, доступное для подготовки, и время, отведенное для вашего выступления – все это влияет на стиль вашей презентации. Если вы говорите с небольшой группой, особенно с людьми, которых вы уже знаете, вы можете использовать неформальный стиль, который поощряет участие аудитории. Используйте простые визуальные эффекты и приглашайте свою аудиторию к обсуждению. Сделайте акцент на разговорном, повествовательном тоне.

Если вы обращаетесь к большой аудитории или событие важное, установите более формальную атмосферу. Во время официальных выступлений спикеры часто выступают на сцене, стоя за трибуной и используя микрофон, с тем чтобы их можно было услышать по всему залу или записать для трансляции.

Когда вы предоставляете презентацию людям из других культур, вам может потребоваться адаптировать ее содержание. Также важно учитывать любые культурные предпочтения в отношении внешности, манер, поведения и других обычаев. Переводчик или организатор мероприятия может предложить соответствующие изменения для конкретной аудитории или конкретного случая.

Как и письменные документы, презентации содержат различные элементы: введение, основную часть и заключение.



Вводная часть презентации

Хорошее введение пробуждает интерес аудитории к вашей теме, устанавливает ваш авторитет и готовит аудиторию к тому, что последует. Это все нужно упаковать в первые несколько минут вашей презентации, так что дайте себе достаточно времени, чтобы подготовить слова и визуальные элементы, которые вы будете использовать, чтобы эффектно начать презентацию.

Говоря об интересе аудитории, нужно подчеркнуть, что некоторые темы, естественно, более интересны для аудиторий, чем другие. Если вы будете обсуждать очень важный вопрос, который лично повлияет на членов вашей аудитории, скорее всего, они будут слушать, независимо от того, как вы начинаете свою презентацию. Все, что вам действительно нужно сделать, это объявить свою тему, и вы получите их внимание. Например, тема «Сокращение персонала» однозначно вызовет интерес у всех без исключения сотрудников. Другие темы требуют большей работы по привлечению внимания. Вот шесть способов вызвать интерес аудитории:

- Первый, объедините аудиторию вокруг общей цели. Предложите слушателям помочь решить проблему, извлечь выгоду из возможности или иным образом участвовать в теме вашей презентации.
- Второй, расскажите историю, используйте метод сторителлинга, о котором мы говорили на предыдущих лекциях. Хорошо рассказанные истории, интересны и могут быть убедительными. Не забывайте, что ваша история должна иллюстрировать важный и актуальный момент в презентации, а не быть рассказана просто так – история ради истории.
- Третий, раздайте образцы продукции или другие вещи. Если ваша компания работает в текстильном бизнесе, пусть аудитория физически пощупает экземпляры тканей, которые вы производите. Чем больше чувств вы сможете задействовать, тем больше шансов, что люди запомнят ваше послание.
- Четвертый, задайте вопрос. Задавая вопросы, вы будете активно вовлекать аудиторию в вашу презентацию, что даст вам информацию о них и их потребностях.
- Пятый, поделитесь эффектной статистикой. Интригующая, неожиданная или шокирующая деталь часто может привлечь внимание ваших слушателей.
- Шестой, используйте юмор. Вводная часть с забавным наблюдением о себе, предмете презентации или обстоятельствах, окружающих презентацию, может быть эффективным способом справиться с волнением и установить эмоциональную связь с вашими слушателями. Однако юмор нужно использовать с большой осторожностью. Убедитесь, что любые комментарии актуальны, уместны и не оскорбительны для кого-либо в аудитории. В общем, избегайте юмора, когда вы и аудитория не разделяете один и тот же родной язык или культуру; неуместная шутка может испортить все.

В дополнение к привлечению внимания аудитории, ваше введение должно установить ваш авторитет. Если вы известный специалист в данной тематике или заслужили доверие аудитории в других ситуациях, вы уже в игре. Однако, если у вас нет рабочих отношений с аудиторией или вы делаете презентацию в области, где у вас мало опыта и достижений, вам нужно установить доверие и сделать это быстро. Люди, как правило, решают в течение нескольких минут, стоит ли им вас слушать.

Методы установления авторитета и доверия варьируются в зависимости от того, будете ли вы представлять себя или кто-то представит вас. Если другой человек представляет вас перед выступлением, он или она может кратко рассказать о вашем опыте и достижениях. Если вы будете представлять себя, делайте это как можно проще, но не бойтесь упоминать о том, почему именно вы квалифицированы и компетентны давать эту презентацию. Вот пример:

Я Марат Раимханов, эксперт в области образования. Последние пять лет я специализируюсь на изучении образования за рубежом. Ваш директор Арман Омаров попросил меня рассказать вам о последних возможностях в области повышения квалификации в США, чтобы вы лучше понимали, куда и как направить свои образовательные усилия.



Этот спикер устанавливает авторитет, связывая свою квалификацию с темой презентации и давая аудитории знать, что он квалифицирован в достаточной мере, чтобы сказать им что-то, что им нужно знать.

В дополнение к пробуждению интереса аудитории и установлению доверия, хорошее введение дает аудитории предварительный обзор того, что будет дальше, помогая им понять структуру и содержание вашего сообщения. Читатель отчета может узнать эти вещи, посмотрев на оглавление и пробежавшись по заголовкам, но в презентации вам нужно дать эту информацию в вводной части.

Предварительный обзор должен суммировать основную идею презентации, определить основные опорные точки и указать порядок, в котором вы будете развивать эти точки. Скажите своим слушателям: «это тема моей презентации, и это те моменты, которые я буду освещать». После того, как вы установили рамки, вы можете быть уверены, что аудитория поймет, как отдельные факты и цифры связаны с вашей основной идеей, когда вы переходите в основную часть своей презентации. Если вы используете косвенный подход, ваш предварительный обзор может обсудить природу вашей основной идеи, не раскрывая ее.

Основная часть вашего выступления или презентации должна быть посвящена обсуждению основных опорных пунктов вашего плана. Независимо от того, используете ли вы прямой или косвенный подход, убедитесь, что организация вашей презентации ясна, и она привлекает внимание аудитории.

Помогите своим слушателям перейти от одной ключевой точки к другой с использованием переходов. Между предложениями и абзацами используйте переходные слова и фразы, такие как «следовательно, потому что, кроме того, в отличие, более того, например, следовательно, тем не менее, и, наконец». Чтобы связать основные разделы презентации, используйте полные предложения или абзацы, например: «теперь, когда мы рассмотрели проблему, давайте рассмотрим некоторые ее решения».

Каждый раз, когда вы меняете темы, обязательно подчеркивайте связь между идеями. Суммируйте сказанное, а затем сделайте краткий обзор того, что будет дальше. Вы также можете обратить внимание на переходы с помощью жестов, изменения тона голоса или введения нового слайда или другого визуального элемента.

После того, как вы успешно захватили внимание аудитории в своем введении, вам нужно работать, чтобы сохранить его в основной части презентации. Вот несколько полезных советов для поддержания внимания аудитории к вашему сообщению:

- Первое, соотнесите тему с потребностями аудитории. Людям, естественно, больше всего интересуют вещи, которые влияют на них лично.
- Второе, заранее подумайте о вопросах вашей аудитории. Постарайтесь предугадать как можно больше вопросов и заранее ответить на них в тексте презентации. Вам также нужно подготовить дополнительные материалы, если аудитория попросит более подробно рассказать о том или ином моменте.
- Третье, используйте яркий, живой язык. Если ваша презентация включает в себя абстрактные идеи, покажите, как эти абстракции связаны с повседневной жизнью. Используйте знакомые слова, короткие предложения и конкретные примеры.
- Четвертое, объясните взаимосвязь между предметом и знакомыми идеями. Покажите, как ваша тема связана с идеями, которые участники аудитории уже понимают, и дайте людям возможность классифицировать и запоминать ваши аргументы.
- Пятое, спрашивайте мнения или иногда останавливайтесь, чтобы на вопросы или комментарии. Обратная связь с аудиторией помогает определить, понимают ли ваши слушатели ключевую идею перед переходом в другой раздел.
- Шестое, иллюстрируйте свои идеи визуальными эффектами. Визуальные эффекты оживляют ваше сообщение, помогают вам общаться с аудиторией, и помогают людям более эффективно запоминать ваше сообщение.



Заключительная часть презентации

Заключительная часть речи или презентации имеет две критические задачи: первое, вы должны убедиться, что ваши слушатели поняли и запомнили ключевые моменты из вашей презентации; второе, вы должны оставить вашу аудиторию в соответствующем эмоциональном состоянии. Например, если цель вашей презентации состоит в том, чтобы предупредить менеджеров, что их неконтролируемые расходы угрожают выживанию компании, вам нужно, чтобы они ушли с этим сообщением в голове – и озабоченными тем, как эту проблему решить.

Используйте заключение, чтобы кратко изложить свои основные моменты, подчеркивая то, что вы хотите, чтобы ваши слушатели делали или думали. Например, чтобы закончить презентацию по программе компенсаций для руководителей вашей компании, вы можете повторить свои рекомендации, а затем завершить их запоминающимся заявлением, чтобы мотивировать аудиторию к действиям:

Мы все можем гордиться тем, как выросла наша компания. Однако, если мы хотим продолжить этот рост, нам нужно сделать четыре шага, чтобы наши лучшие сотрудники не начали искать возможности в другом месте:

- Во-первых, увеличить общий уровень компенсации.
- Во-вторых, создать бонусную программу.
- В-третьих, предложить различные стимулы, основанные на владении акциями.
- В-четвертых, улучшить нашу систему медицинского страхования и начисления выходных пособий.

Предпринимая эти шаги, мы можем гарантировать, что наша компания сохранит управленческий талант, в котором она нуждается, чтобы успешно справляться с крупнейшими конкурентами в нашей отрасли.

Суммируя ключевые идеи, вы повышаете вероятность того, что ваша аудитория поймет ваше сообщение и примет его.