23-дәріс

ҚАЗАҚСТАННЫҢ АШЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚАЗІРГІ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ

Презентация дайындау

Презентациялар арқылы біз аудиторияға анализ жасаудан бастап презентацияға керек материалдарды дайындау мен жұрт алдында сөйлеуге дейінгі өзіміздің коммуникациялық қабілеттерімізді көрсете аламыз.

Осы және алдағы дәрістерде сіз тиімді презентацияны жоспарлау, көпшілік алдында сөйлеу қорқынышын жеңу, аудиторияның сұрақтарына жауап беру мен қосымша коммуникация каналдарын пайдалану жайлы білесіз.

Презентациялар сізге тез әрі дұрыс ойлана алатыныңызды, күрделі бизнес мәселелерді түсініп, шеше алатыныңызды және қиын жағдайдан шығу жолын таба алатыныңызды көрсетуге мүмкіндік береді. Біле білсеңіз, аталған қабілеттер – әрбір басшы өз қызметкерінің бойынан іздейтін қасиеттер.

Егер сөз сөйлеу немесе презентация жасау туралы ой сіздің мазаңызды алып, қобалжитын болсаңыз, келесі үш нәрсені есте ұстаңыз. Біріншіден, көпшілік алдына сөз сөйлейтін барлық адам қобалжиды. Екіншіден, шын мәнісінде, қобалжу – жақсы нәрсе; бұл сіз өз мәселеңіз бен аудиторияңыз жайлы, қызметтік табыс туралы уайымдап, толғанатыныңызды көрсетеді. Үшіншіден, сөйлей-сөйлей сіз қорқыныш сезімін жағымды энергияға айналдыруды және тиімді презентациялар жасауды үйренесіз. Тиімді презентация дайындаудың үш кезеңнен тұратын келесі процесін қолданып, жағдайды өз бақылауыңызда ұстай аласыз.

Бірінші – презентация дайындаудың жоспары. Презентацияны жоспарлау кез келген басқа бизнес-хабарламаны дайындау процесіне ұқсайды. Сіз жағдайды бағамдап, мәлімет жинайсыз, қажетті ақпарат тасымалдаушыны таңдайсыз және хабарламаны жеткізесіз.

Презентация үшін мәлімет жинау басқа жазбаша коммуникациялық жобаларға ақпарат жинаудан қатты ерекшеленбейді. Жоспарлау кезінде кәсіби деңгейдегі бизнес-презентацияларды дайындауға уақыт қажеттігін есте ұстаңыз. Осы тұста мынадай эмпирикалық ереже бар: отыз слайдтан тұратын бір сағаттық презентацияны дайындау үшін мәселені зерттеуге, презентацияны жоспарлауға, әзірлеуге және дайындалуға отыз алты сағаттан тоқсан сағатқа дейін уақыт қажет. Әрине, әрбір сағаттық презентация бір немесе екі апталық дайындықты ақтамауы мүмкін. Дегенмен сіздің карьераңызға немесе компанияңыз үшін маңызы зор презентацияға көп уақыт қажет болады.

Сонымен, жағдайды бағамдаудан бастаңыз. Презентация жасау үшін жағдайды бағамдау сіздің мақсатыңызды анықтау мен аудиторияның профилін жасаудан басталады. Презентациялардың көпшілігі тыңдаушыны хабардар ету немесе белгілі бір позицияны қолдауға көндіру мақсатында жасалады. Уақыт тапшылығы мен іс-шараның ерекшелігін ескере отырып, мақсатыңыздың айқындығына көз жеткізіңіз. Солайша тыңдаушылардың уақытына құрметпен қарайтыныңызды таныта отырып, презентация жасауға берілген бар мүмкіндікті тиімді пайдалана аласыз.

Аудиторияңыздың профилін жасағанда алдын ала олардың сіз презентация жасап жатқанда болатын эмоциялық күйін болжауға тырысыңыз. Егер презентацияны таңертең ерте жасайтын болсаңыз, аудитория мүшелері сіздің презентацияңыздағы идеяларды толығымен қағып алады деп күтпеңіз. Сондай-ақ презентацияны қандай жағдайда жасайтыныңызды ескеріңіз. Сіз жарық пен дыбыстан бастап бөлмедегі ауа температурасына дейінгі жағдайды өз бақылауыңызда ұстай алатын бес адамдық конференц-бөлмеде сөз сөйлейсіз бе? Әлде сіз компания өнімін бір адамнан жүз адамға дейін тыңдаушы болатын, бар жағдайды өз бақылауыңызда ұстау мүмкін бола бермейтін көрмеде таныстырасыз ба?

Аудиторияңыздың барлық мүшесі бір уақытта бір бөлмеде бола ма, әлде бір жартысы презентацияға интернет арқылы қатыса ма? Презентация жасауда қандай құрылғыны пайдаланасыз?

Жеке презентациялар жасау үшін адамдардың аудиторияда жайғасуына ерекше назар аударыңыз. Аудиторияның жайғасуына қатысты кемшілігі мен артықшылығы да бар келесідей төрт форматты қарастырайық: Бірінші формат – бұл барлық орындықтар мен үстелдер спикерге қаратыла орналасқан театрдағыдай жайғасу. Бұл формат саны көп аудиторияның назарын спикерге аудартып, ұзағырақ уақытқа оны басқа дүниеге ауып кетпейтін ұстап тұруға жағдай жасайды. Алайда мұндай схема брейнсторминг немесе тыңдаушылар арасында пікір алмасуды талап ететін басқа да іс-шаралар өткізуге жарай бермейді. Өйткені театрдағыдай жайғасу аудитория мүшелерінің өзара әрекеттесуіне кедергі келтіреді. Екінші формат – бұл келіссөздер үстелі. Мұндай жайғасу бойынша келіссөз үстелінің екі жағын жағалай тыңдаушылар отырады

да, төрде спикер жайғасады. Бұл формат презентацияға қатысушылардың өзара әрекеттесуіне мүмкіндік бергенімен, спикерді аудиториядан бөлменің бір бұрышына қарай шеттеп тастайды.

Үшінші формат – бұл аудиторияны таға тәрізді үлгіде отырғызу. Орындықтар ағылшын әліпбиіндегі U әрпіне ұқсас формада қойылады. Мұндай жайғасу спикердің ары-бері еркін қозғалып, аудиторияның әрбір мүшесімен әрекеттесуіне ыңғайлы.

Төртінші формат – бұл аудиторияны банкеттегідей үстел-үстелге бөлек-бөлек отырғызу. Мұндай жайғасу секциялық және басқа да кішігірім презентацияларға таптырмайтын формат.

Атап өткен форматтың бәрі презентацияның стиліне ғана емес, оның мазмұнына да әсер етеді. Мәселен, адамның көңілін алаңдататын факторларға толы қоғамдық жерде презентация жасайтын болсаңыз контентіңізді жеңіл әрі қысқа нұсқада дайындаңыз. Өйткені презентация кезінде әрбір аудитория мүшесінің назарын ұстап тұру мүмкін емес.

Енді хабарламаны тасымалдаушы мен каналдың ең үздік үйлесімін таңдау туралы сөз етсек. Кейбір презентациялар үшін хабарламаны тасымалдаушы мен каналды аудиторияңыз бен бастығыңыздың қалауы бойынша немесе жағдайға қарай таңдауға тура келеді. Мәселен, онлайн-жиналыстар өткізу үшін сізге арнайы бағдарламалық жабдық немесе жүйе қажет болуы мүмкін. Басқа презентациялар үшін жеке презентациялардан бастап интернет-трансляциялар (яғни, адамдар қарап немесе кейін өздеріне интернеттен жүктеп алатын онлайн презентациялар), скринкасттар (яғни, компьютер бетіндегі іс-әрекет пен кадр сыртындағы аудионың жазбасы) және веб-семинарларға дейінгі көптеген нұсқадан өзіңізге ыңғайлысын таңдай аласыз.

Презентацияны қалай ұйымдастыру керек? Дайындалу жолына қарай бизнес-презентацияны сызықтық және сызықтық емес деп екі категорияға бөліп қарастыруға болады. Сызықтық презентациялар идеяны баяндау тұрғысынан баспа құжаттарға ұқсайды. Яғни, олар қарапайым хабарламалар секілді басынан аяғына дейін алдын ала ойластырылған логикалық жүйеге сүйенеді. Сызықтық модельді сөз сөйлеуге, техникалық және қаржылық презентацияларға және өз хабарламаңызды қадам-қадаммен жеткізгіңіз келетін басқа да презентацияларға қолдануға болады.

Керісінше, сызықтық емес презентацияда баяндаманың логикалық құрылымы нақты қадамдарға қатып қалмай, баяндамашыға тақырыптан тақырыпқа көшуге еркіндік беріп, детальдарды өз қалауы бойынша таңдауға жағдай жасайды. Сізге бірнеше идея арасындағы күрделі байланысты көрсету қажет болса немесе басты идея мен нақты детальдар арасындағы масштабтың жігін көрсету керек болса, сызықтық емес презентацияларды пайдалану ұтымды шешім болады.

Екі категория арасындағы айырмашылықты презентацияны дайындау мен өткізуге арналған бағдарламалық жабдықтаудан да көруге болады. Мәселен, Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, Google Slides сияқты софттар slide deck деп аталатын жекелеген слайдтардың жүйелілігіне негізделген. Аталған бағдарламаларда жасалған презентация слайдтары сызықтық жүйеге сай тәртіппен орналысуы міндет емес. Өйткені спикердің слайдтарды пайдаланып, презентацияның басы мен аяғына қалаған уақытта көшуге мүмкіндігі болады.

Prezi сызықтық емес презентацияларға арналған ең танымал бағдарлама және ол жекелеген слайдтар концепциясына сүйенбейді. Оның орнына сіз презентацияңыздың негізгі идеясын ашатын басты экраннан бастайсыз. Сол жерден текст, сурет және видео сияқты ақпараттық элементтерді презентацияңызға қоса аласыз. Презентация жасау кезінде масштабты кішірейтіп-үлкейту арқылы жекелеген объектілер арасындағы және олардың басты идеямен байланысын көрсете аласыз. Сонымен қатар, сіз бір объекті мен келесі объекті арасын жалғайтын баяндау жолын қолдану арқылы тыңдаушыларға презентацияны өз алдына қарап шығуға мүмкіндік бересіз. Осылайша Prezi-де жасалған презентацияны тиімді жолмен сызықтық презентацияға айналдырасыз. Prezi кейде басқа бағдарламалармен салыстырғанда динамикасы мен тартымдылығы жоғары презентация дайындауда таптырмас софт саналады.

Басты идеяны қалай анықтау керек? Қандай тәсілді таңдамасаңыз да тиімді презентация өзіңіз аудиториямен бөліскіңіз келетін негізгі идеяны сипаттаудан басталады. Алдымен, тақырыбыңыз бен мақсатыңызды байланыстыратын бір ғана сөйлемнен тұратын мәлімдеме

жазудан бастаңыз. Мәселен, келесідей мысалдар сияқты: Техникалық қолдау бөлімін қайта құру клиенттерге қызмет көрсетуді арттыратындығына басшылықтың көзін жеткізу; Директорлар кеңесін компания өнімінің сапасын арттыру үшін Шымкентте жаңа зауыт салуға көндіру.

Бұл екі мәлімдеменің әрқайсысы аудиторияның мүддесіне тікелей қатысы бар презентацияның мақсатын айқын көрсетеді. Сондықтан презентацияға дайындық кезінде басты мақсатыңыз аудиторияның қажеттіліктерін есепке алатындығына әбден көзіңізді жеткізіп алыңыз. Мәселен, жаңа қызметкерлер тобына қауіпсіздік шараларын сақтау компанияға қанша ақша үнемдейтінін және мемлекеттік талаптарға қаншалықты сай келетінін айтудың орнына, қауіпсіздік ережелеріне сай әрекет ету адам өмірін сақтап, жарақаттардың алдын алатынына екпін қойсаңыз, қателеспейсіз.

Презентация тақырыбын тарылту. Презентация тақырыбын тарылту екі себеппен маңызды саналады. Біріншіден, көп жағдайда презентацияны аз уақытта дайындап шығуыңыз керек. Екіншіден, презентацияңыз қаншалықты созылып кетсе, аудитория назарын ұстап тұру соншалықты қиынға түседі.

Әдетте спикерге бір слайдты тарқатып түсіндіру үшін 3-4 минут керек. Дегенмен презентацияңызды ойдағыдай жасап шығу үшін нақты қанша уақыт қажет болатынын таймерді қосып қойып, бірнеше рет дайындалғаннан кейін айта аласыз. Сондай-ақ сөз сөйлеуден бөлек, кофе-брейкке, сұрақ-жауапқа және тағы да басқа жағдайларға кететін уақытты да естен шығармағыныңыз абзал.

Уақыттың шектеулі болуы тиімді презентация жасау дағдыңызды шыңдай түсуге ықпал етуі мүмкін. Өйткені шектеулі уақыт сізді хабарламаңыздың аудитория үшін маңызды деген тұстарына көбірек назар аударуға мәжбүрлейді.

Егер сіз уақыттың аздығынан немесе әу бастан қысқа да нұсқа презентация жасағыңыз келсе, гибрид әдісті пайдаланып көріңіз. Ол бойынша идеяның маңызды тұстарын өзіңіз презентация жасау кезінде атап өтесіз де, қалған детальдарын тыңдаушылардың өзі сіз алдын ала таратып берген материалдан оқып алуына жағдай жасайсыз.

Басты идеяңызды анықтап алғаннан кейін сіз хабарламаңызды презентация түрінде жеткізу үшін дайындыққа кірісуіңізге болады. Егер презентация жасау үшін 10 минут уақытыңыз болса, жазбаша хабарламаны қалай дайындайтын болсаңыз, презентацияның да құрылымын солай дайындаңыз. Егер тақырып жағымсыз жаңалыққа негізделсе немесе алдыңызда аудиторияны өз ұстанымыңызға көндіру міндеті тұрса, жанама әдісті қолданыңыз. Кіріспеде бір немесе екі минутты аудиторияның қызығушылығын оятуға және алда әңгіме қай бағытта өрбитіндігі туралы шолуға жұмсаңыз. Презентацияның негізгі бөлімінде «кім, не, қашан, қайда, неге және қалай» деген сұрақтарға жауап беріңіз. Қорытынды бөлімде айтылған ойларға қысқаша шолу жасап, есте қаларлық мәлімдемемен аяқтаңыз.

Ұзақ презентациялар есептер секілді дайындалады. Егер мақсатыңыз аудиторияны хабардар ету болса, тікелей әдіске жүгініңіз. Ал тікелей әдіске сүйенетін презентацияның құрылымы тақырыпқа қарай әртүрлі болып келеді. Егер мақсатыңыз анализ жасау, нандыру немесе әріптестік орнату болса, материалыңызды логикалық аргумент аясына топтастырыңыз. Аудитория сізге түсіністікпен қарайтын болса, тікелей әдісті, ал қарсы шығатынын білсеңіз, жанама әдісті қолданыңыз.

Презентацияны дайындау барысында оның жазбаша есептерден ең басты артықшылығын ұмытпаңыз: сіз презентацияны керек болса сөз сөйлеп тұрған кезде аудиториядағы жағдайға қарай икемдей аласыз.

Сонымен қатар, презентацияның ұзақтығына қарамастан оның құрылымының қысқа да нұсқа болуына назар аударыңыз. Егер тыңдаушылар презентацияңыздың логикасын жоғалтып алса, олар хабарламаңыздың қалған бөлігін түсінбей қалуы мүмкін. Сол үшін аудиторияға материалды қалай ұйымдастырғаныңызды алдын ала түсіндіріп алыңыз. Айтар ойыңызды 3-4 пунктімен шектеңіз.

Презентация жоспарын дайындау. Презентация жоспары хабарламаңызды дайындауда, сөйлейтін сөзіңіздің негізін жасауда ерекше маңызға ие. Жоспарыңызды келесідей бірнеше кезеңге бөліп дайындаңыз:

Ең алдымен, өз мақсатыңыз бен басты идеяңызды көрсетіңіз. Сосын оларға сүйене отырып, жоспарлаудың қалған бөлігін жасаңыз. Екіншіден, негізгі тармақтар мен тармақша-

ларды жеке-жеке толық сөйлемдер арқылы логикаға сай ұйымдастырыңыз. Үшіншіден, негізгі бөлімдегі басты элементтерді анықтап барып, кіріспе мен қорытындыны жазып шығыңыз. Төртіншіден, басты бөлімдер арасындағы ой байланыстарды айқындап, кейін сол байланыстарды толық сөйлем түрінде жазып шығыңыз. Бесіншіден, пайдаланған әдебиеттер тізімі мен дереккөздерге сілтемені дайындаңыз; сөз сөйлеу кезінде атап өткіңіз келетін дереккөздерді ерекшелеп қойыңыз.

Алтыншыдан, презентацияға дәлелді атау ойлап табыңыз. Оның аудиторияңызды қызықтырып, іс-әрекетке шақыратындай қысқа да нұсқа болуына назар аударыңыз.

Көптеген спикерлер презентацияға дайындалуда егжей-тегжейлі жоспармен қатар, презентация барысында өз матариалдарын таныстыруға қажетті ескертпелерден тұратын қарапайым жоспар да жасап жатады.

Сөз сөйлеудің тиімді жоспарын дайындау үшін келесі іс-әркеттерді орындасаңыз болады. Біріншіден, детальдарды қамтитын презентацияның егжей-тегжейлі жоспарын дайындаңыз да, кейін аудиторияңызға бәрібір айтпаймын деген нәрсенің бәрін өшіріп тастаңыз. Екіншіден, презентацияның негізгі тұстарын, маңызды сөздер мен сөз тіркестерін ерекшелеп қойыңыз. Үшіншіден, тиімді пауза жасайтын немесе визуал құрылғыларды пайдаланатын кездерді ерекшелеп қойыңыз. Төртіншіден, нөмірленген қағаздарға ескертпе жазбаларды дайындап қойыңыз немесе компьютеріңіздегі бағдарламаның ескертпе функциясын пайдаланыңыз.

Презентацияның контентін дайындау. Әдетте сіз презентацияңызда айтатын әрбір сөзіңізді жазып дайындалмайсыз. Дегенмен сіз идеяңызды пісіруде, қосымша элементтерді ойластырғанда, ойлар арасындағы байланысты жоспарлағанда жазу процесіне сүйенесіз. Кейде жағдайға қарай және өзіңіздің сөйлеу стиліңізге байланысты презентацияны жоспарлаған ретпен жасап шығасыз. Ал кейде импровизацияға сүйеніп, презентацияны алдын ала жоспарланған түрден мүлдем басқа түрде жасап шығуыңыз мүмкін. Енді біз презентацияны аудиторияға қарай бейімдеп, дамыту жолдарын талқылаймыз.

Презентацияны аудиторияға қарай бейімдеу. Сіздің презентацияңыздың стиліне оның тақырыбынан бастап аудиторияның көлемі, өтетін орны, мақсаты, бюджеті, оны дайындауға кететін уақытқа дейінгі барлық фактор әсер етеді. Егер сіз өзіңіз бұрыннан танитын шағын топтың алдында презентация жасайтын болсаңыз, олардың талқылауға белсене қатысуына түрткі болатын бейресми сөйлеу стилін таңдай аласыз. Қарапайым визуал эффекттерді пайдаланып, аудиторияны талқылауға қатысуға шақырыңыз. Ауызекі сөйлеу және әңгімелесу әдісіне сүйеніңіз.

Егер сіз үлкен аудиторияның алдында немесе маңызды оқиға бойынша презентация жасайтын болсаңыз, мейлінше ресми атмосфера орнатуға мән беріңіз. Ресми сөз сөйлеу кезінде спикерлер зал толығымен оларды ести алуы үшін немесе камераға жазып алу үшін көбінесе сахнада, трибунадан микрофонмен сөйлейді.

Басқа мәдениет өкілдері алдында презентация жасағанда сізге контентіңізді соларға қарай икемдеу керек болады. Сондай-ақ сыртқы келбетке, сөйлеу мәнеріне және тағы да басқа мінез-құлықтық мәдени ерекшеліктерге назар аударғаныңыз дұрыс. Аудармашы немесе іс-шараны ұйымдастырушы нақты бір аудиторияға немесе нақты бір жағдайға қарай презентацияңызға өзгерістер енгізуді сізге ұсынуы мүмкін.

Жазба құжаттар секілді презентациялар да кіріспе, негізгі бөлім және қорытынды секілді түрлі элементтерден тұрады.

Презентацияның кіріспесі. Жақсы ойластырылған кіріспе аудиторияның презентацияға деген қызығушылығын оятып, сізді мұқият тыңдауға жағдай туғыза алуымен маңызды. Презентацияны алғашқы секундтардан ұтымды бастау үшін кіріспеде айтатын сөзіңіз бен визуал элементтерді нақтылауға біршама уақыт дайындалу керек.

Адамдарға кейбір тақырыптар басқа тақырыптарға қарағанда қызығырақ болуы мүмкін екендігін есте ұстау қажет. Егер сіздің талқылайын деп отырған тақырыбыңыз аудиторияны толғандырып жүрген маңызды мәселе болса, олар сіздің кіріспеңіз қандай болмасын презентацияңызды бәрібір тыңдайды. Ол үшін сізге тақырыпты дауыстап айту жетіп жатыр. Мәселен, «Қызметкерлерді қысқарту» деген тақырып қызметкерлердің бәрінің назарын аудартады. Ал басқа көптеген тақырыптар болса аудиторияның назарын спикерге аударту үшін көп жұмысты талап етеді. Келесі алты тәсіл осы мәселені шешуге көмектеседі:

Біріншіден, аудиторияны ортақ мақсат аясына топтастырыңыз. Тыңдаушылардан проблеманы шешуде көмек сұраңыз, туып тұрған мүмкіндікті бірге тиімді пайдалануды ұсыныңыз немесе презентацияңызға қызықтырудың басқа жолдарын ойлап табыңыз.

Екіншіден, біз алдыңғы дәрістерде қарастырған сторителлинг тәсілін қолданып, қызықты оқиғаны баяндап беріңіз. Кейде керемет айтылған әңгімелер адамдардың қызығушылығын оятып, олардың ойын өзгертуі мүмкін. Ең бастысы, сіздің баяндайтын оқиғаңыз презентацияға қатысы бар оқиға болуы қажет. Әңгіме болсын деген оймен презентацияға қатысы жоқ оқиғаны айтып беру – артық қыламын деп тыртық қылумен тең.

Үшіншіден, презентация алдында аудиторияға компания өнімінің үлгісімен танысуға мүмкіндік беріңіз. Егер компанияңыз тоқыма өндірісмен айналысса, аудитория мүшелеріне компания шығарған маталардың үлгісін ұстап көріп, жақынырақ танысуына жағдай жасаңыз. Аудиторияның сезімін неғұрлым көп оятсаңыз, адамдар сіздің хабарламаңызды соғұрлым есте көбірек сақтап қалады.

Төртіншіден, сұрақ қойыңыз. Сұрақ қою арқылы сіз аудиторияны презентацияңызға белсене араласуын қамтамасыз етуге бір табан жақындай түсесіз. Сондай-ақ, сұрақ қою арқылы сіз аудиторияның талап-тілегін біле аласыз. Бесінші, қызықты статистикамен бөлісіңіз. Күтпеген, төбеден жай түскендей күйге түсіретін деталь аудиторияның назарын баурап алуға көмектеседі. Алтыншы, әзілді пайдаланыңыз. Кіріспе бөлімде өзіңіз жайлы, презентацияның тақырыбы немесе презентацияға қатысты жағдай туралы орынды әзіл қобалжуыңызды ауыздықтап, аудиториямен эмоциялық байланыс орнатуға өз септігін тигізеді. Дегенмен әзілді сақтықпен қолданыңыз. Әсіресе аудитория мен сіздің араңызда тілдік және мәдени ерекшеліктер болса, әзіл-қалжыңға иек артудан бас тартқаныңыз ең тиімді жол болуы мүмкін.

Презентацияның негізгі бөлімі. Презентацияңыздың негізгі бөлімі жоспарыңыздың басты пунктілерін талқылауға арналуы керек. Я тікелей әдісті қолданасыз ба, я жанама әдісті қолданасыз ба, ең бастысы, презентацияның құрылымы анық әрі аудиторияның назарын аудартуға лайық екендігіне көз жеткізіңіз.

Сигнал сөздерді орынды қолданып, тыңдаушыларға бір негізгі ойдан келесі бір маңызды ойға жеңіл ауысуына жағдай жасаңыз.

Сөйлемдер мен абзацтар арасында сөзаралықтарды және «сондықтан, оған қоса, сонымен қатар, қорыта айтқанда» деген секілді тіркестерді қолданыңыз. Презентацияның негізгі бөлімдерін байланыстыру үшін толық сөйлемдерді немесе абзацтарды пайдаланыңыз.

Презентация барысында тақырыптан тақырыпқа көшкен кезде олардың арасындағы байланысты көрсетіп отырыңыз. Айтқаныңызды түйіндеңіз, сосын алда қандай мәселелер сөз болатынына кішігірім шолу жасап отырыңыз. Сондай-ақ басқа тақырыпқа көшерде дене қимылдарын, дауыстың екпінін немесе жаңа слайдқа ауысу секілді визуал элементті де қолдана аласыз.

Кіріспе бөлімінде аудиторияны өзіңізге қаратып алғаннан кейін, оны негізгі бөлімде жалықтырып алмаудың жолын іздеуіңіз керек. Келесі пайдалы кеңестерді пайдалана отырып, ол мақсатыңызға да жетуге болады:

Бірінші – тақырыпты аудиторияның қажеттілігне қарай бейімдеңіз. Адамдарды өздеріне тікелей әсер ететін дүниелер әркез алаңдатады.

Екінші – аудиторияңыздың сұрақтары туралы алдын ала ойланыңыз. Мейлінше презентациядан кейін қойылуы мүмкін сұрақтарға презентация барысында жауап беріп кетіңіз. Сонымен қатар, сізге аудитория тереңірек сұрап қалады-ау деген мәселелер бойынша қосымша материалдар дайындау қажеттілігі де тууы мүмкін.

Үшінші – күнделікті өмірде қолданатын жанды тілде сөйлеңіз. Презентацияңызда абстрактіге толы идеялар көп болса, олардың күнделікті өмірге қандай қатысы бар екенін көрсетіңіз. Таныс сөздерді, қысқа сөйлемдер мен нақты мысалдарды пайдаланыңыз.

Төртінші – аудитория мүшелеріне өздеріне таныс идеялармен сіздің презентацияға арқау болған тақырып арасындағы байланысты барынша ашып көрсетіңіз. Оларға аргументтеріңізді өз алдына жіктеп, саралап және есте сақтауларына мүмкіндік беріңіз.

Бесінші – аудиторияның пікірін сұраңыз немесе сұрақ қоюға қарсы емес екеніңізді білдіру үшін ишарат білдіріңіз. Кері байланыс аудитория сіздің ойыңызды қаншалықты дұрыс түсініп отыр деген сұраққа жауап табуда маңызды рөл ойнайды.

Алтыншы – идеяларыңызды визуал эффектілер арқылы көрсетіңіз. Визуал эффектілер хабарламаңызды жандандырып, аудиториямен тиімді тіл табысуға және олардың сіздің идеяңызды есте сақтауына жағдай туғызады.

Презентацияның қорытынды бөлімі. Презентацияның қорытынды бөлімі ең маңызды қызметті атқарады: біріншісі – тыңдаушыларыңыз презентацияның негізгі тұстарын түсініп, оларды есінде сақтап қалғанына көз жеткізіңіз; екіншісі – презентациядан кейін аудиторияңызға өзіңізге қажетті эмоциялық күй сыйлай білуіңіз керек. Мәселен, егер сіздің мақсатыңыз менеджерлерге олардың оңды-солды компанияның қаржысын шығындауы ұйымның әл-ауқатына қауіп төндіретін ескерту болса, онда сіз олардың шығынды азайту жолын қарастыру туралы оймен бастарын қатыруға жағдай жасау керексіз.

Қорытындыны өз тыңдаушыларыңыздан қандай іс-әрекет жасауын күтетініңізді және олардың не туралы ойланғанын қалайтыныңызды қысқа әрі нұсқа жеткізуге пайдаланыңыз. Мәселен, компанияңыздың басшылары алдында қызметкерлерге компенсация жасау бағдарламасы туралы презентацияны аяқтау үшін сіз өз ұсыныстарыңызды қайталап, оларды іс-қимыл жасауға жігерлендіру үшін есте қаларлық мынадай мәлімдемемен аяқтаңыз:

Біз бәріміз компаниямыздағы өсіммен мақтана аламыз. Дегенмен осы өсімді сақтап қалғымыз келсе, үздік қызметкерлеріміз компаниямызда әрі қарай табысты қызметін жалғастырсын десек, біз келесі төрт қадамды жасауымыз керек. Біріншіден, компенсацияның жалпы көлемін өсіру қажет. Екіншіден, бонустық бағдарлама жасау керекпіз. Үшіншіден, компания акцияларына иелік етуге негізделген түрлі ынталандыру шараларын ұсыну қажет. Төртіншіден, компанияның медициналық сақтандыру және демалыс кезінде төленетін жәрдемақы жүйесін жетілдіре түсуіміз керек. Осы шараларды іске асыру арқылы компаниямыз өз саламыздағы ірі бәсекелестермен тиімді бәсекелесу үшін аса қажетті басқару талантын сақтап қала алады.