

Искусство презентации в популяризации кадрового донорства



Что такое презентация?

Презентация

– один из самых эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации

– передача (распространение) информации от ее инициатора к потенциальному потребителю с целью получения конкретного результата:



в коммерческих проектах
– **прибыли** (выгоды)



в социальных проектах
– **отклика** (участия)



Виды презентации



Презентации для рассылки по электронной почте или раздачи

Предложение о сотрудничестве;
Информационные материалы о проекте



Презентации для публичных выступлений

Слайды
для сопровождения доклада



Видеопрезентации для автоматической демонстрации

Сайт в Интернете;
Видеоролик в открытом доступе;
Презентация на мониторе
выставочного стенда

Публичная презентация



Публичная презентация

– выступление в сопровождении демонстрации слайдов, которые подкрепляют содержание доклада и усиливают впечатление от речи оратора.



Эффективный способ донести свою мысль до слушателей



Вопрос не в слайдах!
Главное – ваши идеи!

Об эффективности



Слайд-документ

Слишком много текста, большие таблицы, сложные графики – такой документ лучше разослать или раздать после презентации



Слайд-суфлёр

Слайд-подсказка для выступающего снижает доверие и внимание зрителей.
Нужна поддержка?
Держите в руках распечатку – план с основными тезисами доклада в нужном порядке



Презентация

Эмоциональные иллюстрации выводов, содержание и образы подкрепляют содержание доклада.
Слайды усиливают впечатление от речи выступающего



Презентация, иллюстрирующая доклад, более эффективна для выступления

О времени



Количество времени,
которое требуется на создание
презентации, прямо пропорционально
её важности.



На что выделить время
при подготовке?
На что обратить особое внимание?

**Правильная
постановка целей.
К кому и зачем
вы обращаетесь?**

Цели

Разделите и сформулируйте цели



Цель всего движения
– это то, ради чего оно создано



Цель вашей организации (группы)
– это тот результат,
ради которого она работает



Цель вашей программы (проекта)
– это решение определенной,
конкретной задач



Цель презентации

– получение конкретного результата от выступления перед определенной аудиторией:
реакции слушателей
в процессе презентации
и их действий после.

К кому вы обращаетесь?

Аудитория презентации



Не думайте об абстрактной «человеческой массе»



Сосредоточьтесь на образе реального человека



Представьте себе определенный тип мужчины или женщины, такой, у которого проект получит отклик



Поймите этих людей. Что их волнует, радует, пугает?



Анализируя будущую аудиторию, разговаривайте с реальными участниками проекта, волонтерами, членами организации, спонсорами

Основные вопросы



Для кого работает ваша программа:



Кто ваши подопечные,
в чьих интересах вы действуете?



Кто приобретёт и что приобретёт
в результате работы вашей программы?

В чьей поддержке вы нуждаетесь?



Перед кем вы выступаете?
Кто ваша аудитория?
К каким изменениям приведет презентация?

Когда информация работает?

1. Организатор Движения, оратор

К кому обращаемся?
С какой целью?



2. Аудитория презентации

Как люди получают информацию, какую?
Что они должны узнать?
Что они должны запомнить?

3. Мотивационное предложение

Что люди должны сделать?

Первый этап подготовки



Чётко поймите, что вы представляете (предентуете):
проект, организацию, идею, мероприятие



Чётко определите, к кому вы обращаетесь



Какой реакции (действия) вы ждете от человека
– слушателя, участника презентации



Только после того, как вам совершенно ясно:
к кому и с какой целью вы обращаетесь, что предлагаете,
что слушатель должен сделать
– начинайте формулировать тезисы доклада

Ключевая идея презентации



Что хотите рассказать?



Рассказ
о проблеме



Рассказ
о решении

Каких действий ждете от аудитории?



Получить единомышленников,
сторонников



Заставить совершить
определенное действие

Разработка структуры презентации

1 Представление
выступающего

2 Представление
организации и проекта

3 Цели. Задачи.
Основная часть

- Существующее положение
- Как решить проблему
- Почему предлагаемое решение эффективно
- Какие ресурсы привлечены
- Каких ресурсов не хватает

4 Вывод. То, что участники
презентации должны
запомнить

5 Установка. То, что участники
должны сделать

Структура AIDA

Классическая форма подачи информации



Приёмы копирайтеров



Вместо выражений «Мы можем, мы делаем...» чаще используйте **«Вы получите, вы станете, вы сможете»**, **«вместе мы сможем»**



Избегайте «канцеляризмов». Рассказывайте истории



Реальные истории действительно мотивируют людей на принятие решения, а сухой официальный стиль – отпугивает, вызывает недоверие



Призывайте к конкретному действию

Презентация будет успешной, если у слушателя появится желание что-то изменить и при этом будет четкое видение первого шага

Начало работы над слайдами



Задача каждого слайда

– подтвердить конкретный тезис
и закрепить определенную мысль
в сознании аудитории.

**Именно такой подход к визуализации
информации позволит сделать
ваше выступление успешным,
а вашу презентацию незабываемой**

Как слайдами поддержать выступление?



Придумать, как преподнести информацию участнику презентации – тому, ради кого она делается



Сделать информацию наглядной и простой для восприятия



Насытить презентацию эмоциями и образами



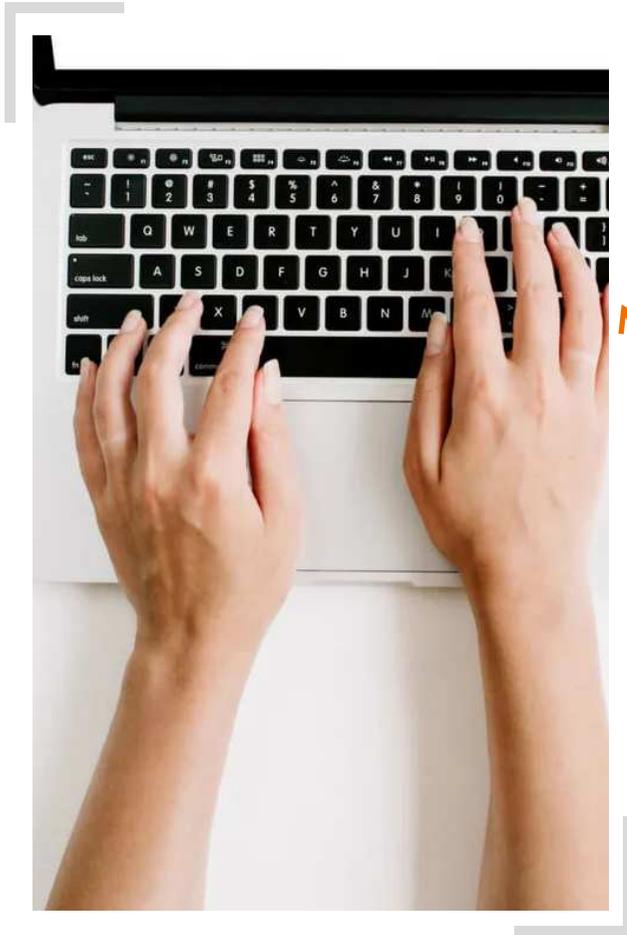
Цели визуализации

донести свою мысль

•
представить новые сведения

•
изменить мировоззрение и получить отклик

Из чего состоит слайд



Заголовок – основная мысль, которую вы хотите донести слайдом



Используйте качественные, яркие, эмоциональные фотографии большого формата



Яркие подложки – только для слайдов, разделяющих разделы



Одна мысль (тезис) – один слайд. Если посыл сложен для восприятия «одним слайдом» – сделайте два



Поле слайда – не более 75 знаков. Маркированный список – 5 позиций

Секреты вёрстки слайда



Обязательны пробелы между словами
в сокращениях:

Адрес: г. Москва, ул. Новый Арбат, д. 11, стр. 1
Т. е., а также т. п.



Для любых текстов, отображаемых на экране
или мониторе (для презентаций, сайта, титров),
обязателен **шрифт без засечек**, такой как Arial



Используйте
кавычки «ёлочки»
и длинное тире

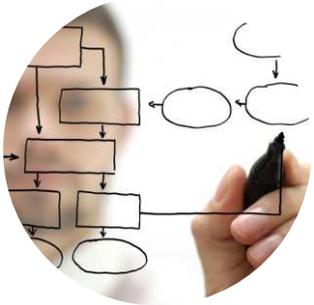
Типы визуализации данных



**Графики,
диаграммы**



**«Говорящие цифры»,
инфографика**



**Схемы,
пошаговые
инструкции**



**Аналогия в иллюстрациях,
фотографии**



Визуальные средства, лишённые ясности,
породят подсознательное чувство недоверия

Пять правил



Говорите правду, доходите до сути



Выберите нужный инструмент



Выделите то, что важно



Придерживайтесь простоты



Делайте выводы и обобщения



Показывайте на слайде только то, что поможет проиллюстрировать и подтвердить ваши тезисы

Репетиция презентации



Выделите достаточно времени на подготовку к самому выступлению



Несколько раз проговорите все, о чем вы хотите рассказать. Важно именно говорить вслух



Проверьте хронометраж: если нужно, сократите доклад и исключите соответствующие слайды



Уточните формулировки, отточите выводы



Запишите себя на диктофон и прослушайте запись, одновременно просматривая слайды. Проверьте динамику: примерно одно время для демонстрации каждого слайда



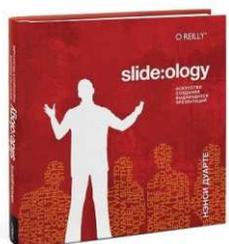
Пригласите друзей участвовать в репетиции презентации: даже один живой слушатель позволит вам лучше настроиться на публичное выступление

P.S.

**В своём желании
получить результат:**

будьте упорны,
действуйте последовательно,
не останавливайтесь
на достигнутом

Литература. Визуализация данных



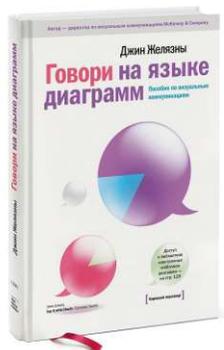
Нэнси Дуарте.
«Slide:ology. Искусство создания выдающихся презентаций»

Издательство «Манн, Иванов и Фербер». Москва 2012



Дэн Роэн.
«Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов»

Издательство «Манн, Иванов и Фербер», «Эксмо», Москва 2013



Джим Желязны.
«Говори на языке диаграмм. Пособие по визуальным коммуникациям»

Издательство «Манн, Иванов и Фербер». Москва 2011



Барбара Минто.
«Принцип пирамиды Минто. Золотые правила мышления, делового письма и устных выступлений»

Издательство «Манн, Иванов и Фербер», Москва 2012
