

Presentationsteknik



En bra presentation...

...kan ha **enorm** påverkan



En bra presentation...

...kan ha **enorm** påverkan

dessvärre ärdettas antäven förmotsatsen



Vad utgör en bra presentation?

Det är många komponenter i en presentation, fler än man kanske normalt tänker på.

ex)

- Presentatören
- Åhörarna
- Audiovisuella hjälpmmedel
 - Presentationsbilder
 - Whiteboard / blädderblock
 - Hand-outs
 - Video / ljud
- Lokalen
- Demonstrationer
- Objekt (prover, exempel, modeller)
- Tidsramar
- Innehållet

Vad utgör en bra presentation?

Det är många komponenter i en presentation, fler än man kanske normalt tänker på.

ex)

- Presentatören
 - Åhörarna
 - Audiovisuella hjälpmmedel
 - Presentationsbilder
 - Whiteboard / blädderblock
 - Hand-outs
 - Video / ljud
 - Lokalen
 - Demonstrationer
 - Objekt (prover, exempel, modeller)
 - Tidsramar
 - Innehållet
- För att lyckas med en *fenomenal* presentation, behöver man vara duktig inom alla områdena
- För att göra en *bra* presentation behöver man lyckas med några
- Att “bara” fokusera eller engagera sig inom ett av dessa områden räcker sällan till något annat än en *medioker* presentation.

Diskussion

Diskutera i smågrupper: Vilka områden brukar du arbeta med när du planerar en presentation?

ex)

- Presentatörer
 - Åhörarna
 - Audiovisuella hjälpmmedel
 - Presentationsbilder
 - Whiteboard / blädderblock
 - Hand-outs
 - Video / ljud
 - Lokalen
 - Demonstrationer
 - Objekt (prover, exempel, modeller)
 - Tidsramar
 - Innehållet

För att lyckas med en *fenomenal* presentation, behöver man vara duktig inom alla områdena

För att göra en *bra* presentation behöver man lyckas med några

Att “bara” fokusera eller engagera sig inom ett av dessa områden räcker sällan till något annat än en *medioker* presentation.

Hur gör man en fenomenal presentation?

För att åstadkomma en fenomenal presentation krävs mycket arbete.

Det finns inga genvägar - men gör man det flera gånger kommer vissa moment att gå allt fortare, och en del bli nära på automatiserade.

För att lyckas behöver man;

- Förstå sin publik
 - kan kräva en del research
- Bli klar över vad man vill förmedla - mer än bara innehållet i presentationen!
 - ex) överföra budskapet att deras affär är i trygga händer
- Skaffa full kontroll över alla tekniska delar
 - lokalen, datorer, mikrofoner, klockor, mm
- Planera och skapa en bra presentation
 - struktur, layout, ordval, retorik
- Öva, öva och öva
 - helst med feedback, ökad självkänedom, och ännu mer övning...
- Våga och orka

Låt oss gå djupare i detaljerna

En aldrig så bra presentation kan gå åt skogen om åhörarna ändå inte lyssnar. Så det är en god idé att börja med dem när du planerar en presentation.

Att få andra att lyssna

Lär om möjligt känna din målgrupp. Försök ta reda på relevant information om dem och det företag eller den organisation de representerar.

- Vilka är de?
- Hur formella är de? Vilken klädsel är då lämplig?
- Vad har de för förväntningar?
- Vilken kunskap har de om ämnet?
- Vilka attityder och åsikter har de i det ämne du ska prata om?
- Vad vill de ha ut av din presentation?

notera att det du får fram inte måste visa sig vara detsamma som du tänkt, önskat eller vill.

Om du börjar tala inför en grupp och träffat fel, ex om du underskattar deras kunskaper eller är allt för formell och ditt material för komplicerat – kan det blir svårt att reparera skadan och återfå åhörarnas förtroende.

Tid och rum

Parallelt med att ta reda på och förbereda för åhörarnas förväntningar, behov och egenheter, behöver du ta reda på eller bestämma din presentations tidsramar. Har du möjlighet att själv bestämma detta är det på många sätt en fördel, men det blir då även mer viktigt att välja en omfattning som sedan känns rimlig för åhörarna.

I din tidsram måste du även avgöra hur stor del som skall åt till respektive del av 'presentationen'

ex) 5 minuter komma i ordning, 2 minuter uppstart/introduktion, 35 minuter huvudpresentation, 8 minuter diskussion, 3 minuter avslut, 2 minuter packa ihop, 5 minuter dröja kvar och prata individuellt = 60 minuter totalt i rummet.

Har du möjlighet att själv påverka vilket rum du presenterar i finns det flera saker att ta ställning till som kan påverka, hjälpa eller stjälpa, din presentation.

luftigt? ljust? intimt? formellt? lugnt? hjälpmittel i rummet? bekvämlighet? mm

Oavsett om du själv väljer lokal eller ej, kan du ofta påverka en hel del i rummet ända;

Finns en klocka? var? förfriskningar? skrivmaterial eller ej? möblering? mikrofon? talarstol? projektör och sladdar? etc, etc.

Att presentera - i rätt tillstånd

Ditt 'tillstånd' är oerhört viktigt när du ska presentera - hur du känner dig inombords styr ditt beteende så mycket att fel 'tillstånd' resulterar i en dålig presentation. (Fördelen är att rätt tillstånd hjälper dig lika mycket!)

Tänk själv efter. Tänk tillbaka på ett tillfälle när saker och ting inte gick så bra. Bara att tänka på detta minne kan få dig att må lite dåligt även nu.

Tänker du nu istället på ett tillfälle när du presterade väl, som du kan känna dig stolt över, känner du sannolikt en liten självförtroende-boost och mår klart bättre.

Att presentera – i rätt tillstånd

Hur kan vi då gå till väga för att förändra oss till ”rätt tillstånd” inför, och under, en presentation?

Här är några knep för att byta fokus:

- Tag ögonkontakt med ett vänligt ansikte, dvs någon du känner eller som ser trevlig ut.
- Föreställ dig hur alla gillar din presentation och applåderar kraftigt
- Repetera inombords ett antal gånger att ”åhörarna är på min sida och vill att jag lyckas!”
- Ta fram minnet av en tidigare framgångsrik presentation; hur kände du dig då? Hur såg den publiken ut? Vad hörde du sägas?

...och du kan påverka ditt fysiska tillstånd;

- Tag ett par djupa andetag
- Drick något (varmt är bättre än kallt)
- Gå omkring, bekanta dig med rummet, rör på kroppen
- Tag några s.k. ”power poses” om möjligt, finn ditt center genom att stå stadigt, sträck på dig, och kör igång...

Att presentera – kroppsspråk, rösläge, mm

Som i all kommunikation är det skrivna och talade ordet en mycket liten del av själva budskapet. När du presenterar måste du i högsta grad utgå från att hela kroppen är ett verktyg och en del av presentationen.

Vi börjar med ögonen och jobbar oss nedåt.

ögonen

Ögonen sägs vara själens spegel. De är i vart fall en stor och viktig del av hur vi kommunicerar.

I vissa presentationsmetoder uppmanas man fästa blicken ovanför åhörarnas huvud, men fundera gärna själv över hur det känns om någon du lyssnar till hela tiden tittar ovanför dig? Vilket förtroende får du för en person som inte tar ögonkontakt?

Det ger mycket bra kontakt med åhörarna att söka upp deras blick och möta den.

- Sök aktivt upp ett par ögon i publiken när du talar, håll ett par sekunder och flytta dig sedan vidare.
- Låt inte blicken fladdra för mycket hit och dit, till synes okontrollerat. Fäst den istället medveten på ett par, sedan ett annat, säg något, byt par, säg något igen, byt igen, osv.
- Ett knep är att varje gång du får ögonkontakt så tänker du dig att du talar till bara den personen.
- Det kan gå att fånga en distraherad åhörares intresse genom att ta ögonkontakt och prata tydligt rakt till den personen.

Att presentera – kroppsspråk, rösläge, mm

Rösten

Vi är i regel känsliga för hur vi låter, även om vi idag är mer vana att höra våra egna inspelade röster.

(Vi tror dock ofta att vår röst låter sämre än vad den egentligen gör)

Nervositet är oftast det som ställer till det mest med vår röst. Man kan då ta till några praktiska knep, här tre från talpedagogen William Rush:

- *Tala långsammare* - Det är lättare att hålla kontrollen vid lägre hastighet
- *Slappna av i överkroppen* - “Tag ett djupt andetag, rulla axlarna och försök spänna av i nacken”
- *Andas med magen, inte med bröstet* - diafragman arbetar bättre, rösten låter mindre spänd.

Se upp med monoton röst! Det är tråkigt att lyssna på och åhörarna tappar snabbt intresset. Se därför till att variera din röststyrka, ditt rösläge och annat, tex hastigheten;

Att presentera – kroppsspråk, rösläge, mm

Gester

Det finns ett enkelt sätt att avgöra om gester är bra eller dåliga i din presentationsteknik. Om gesten är en del av förstärka och förtysdliga det du just nu talar om - är det en bra gest. Allt annat är dåliga gester och bör undvikas.

Särskilt dåliga gester är återkommande saker du gör som distraherar åhörarna. Det kan vara att rätta till dina glasögon, pilla med en fjärrkontroll, penna, etc - stoppa handen i fickan och fingra på ett gem eller telefonen, ordna till håret ideligen, harkla dig ofta och andra 'vanehandlingar'.

Bra gester är en tillgång. Inte bara kan du förstärka ditt budskap, och övertyga åhörarna om innebördens och att du själv tror på det du säger och är ärlig. Det ger dig dessutom något genomtänkt och bra att göra med dina händer (och armar, mm) - se därför till att öva in några bra gester till din presentation. Dessa blir trygga milstolpar på vägen och gör det dessutom lättare att komma ihåg ditt manus.

Att presentera – kroppsspråk, rösläge, mm

Kroppsställning

Generellt sätt bör din kroppsställning återspeglar ditt budskap, eller åtminstone förstärka den bild av dig själv du vill ge åhörarna.

Se till att sträcka på dig och försök att bibehålla en bra hållning hela presentationen. En bra grundregel kan vara att sträcka på dig inför varje ny presentationsbild.

Se upp med att sjunka ihop vid talarplatsen – det kan t ex uppfattas som slött, osäkert eller lite förolämpande.

Se upp med ansträngt beteende, som hårt hoppessade händer tex – det skickar fel signaler

Undvik “tics” som att väga på härlarna, ‘studsa’ upp på tå, guppa fram och tillbaka, mm.

Det enklaste sättet att få bukt med önskad kroppsställning är genom feedback – dra nytta av en vän, bekant eller kollega – eller filma dig själv.

Att presentera – kroppsspråk, rösläge, mm

Helheten

Ögon, röst, gestik och kroppsspråk - tillsammans skall de övertyga åhörarna, och kanske dig själv, om dina budskap.

De flesta 'vanliga' människor överbedömer hur mycket (många) tydliga signaler de sänder ut när de talar inför andra. Dvs, i många fall tror vi att vi varit tydliga med en åsikt eller känslouttryck, när vi utan problem kunde ha gått upp flera nivåer utan att verka det minsta konstiga.

När vi presenterar något vill vi i allmänhet övertyga åhörarna - kroppsspråket är utmärkt till detta, särskilt tillsammans med extra betoning i rösten.

ett exempel;

"Vi har en fantastisk, ny, borrmaskin som kommer att revolutionera marknaden". Som uttalas med en trevlig, men inte så engagerad röst. jämfört med;

*"Vi har en FANTASTISK, ny borrmaskin som kommer att **r e v e l u t i o n e r a** marknaden". Utalat med stor emfas vid de viktigaste orden, med tillhörande förstärkande gester och en stolt, säker kroppshållning rakt över.*

Övning - kroppsspråk, rösläge, mm

Sök upp en teknikpryl på nätet - tex via pricerunner, och leta fram en beskrivande (säljande) text om den. ex så här;

"Med denna brödrost från SMEG får du inte bara ett effektivt köksredskap, du rostar även med stil då denna retroinspirerade, 50-tals-modell vunnit prestigefyllda designpriser som "Red Dot Design Award" och "IF Design Award" för sin underbara design.

De två breda facken för två skivor som är självcentrerande ger dig utrymme för större skivor och du får jämnt fördelad värme på hela dina brödkivor. Tre olika program gör att du enkelt väljer om du vill återuppvärma, tina eller rosta med valfritt reglerad temperatur till en nivå på 6 olika steg för att passa alla smaker. "

Läs upp texten för varandra, som att det är en del av en presentation.

Jobba sedan med texten. Välj ut (och stryk under) de ord du tycker är viktigast. Fundera på vilka gester som kan användas. Förbered dig, öva lite för dig själv och presentera sedan för varandra igen - nu med mer emfas i rösten och matchande gester.

Återkoppla till varandra kring upplevd effekt.

Med denna brödrost från SMEG får du inte bara ett effektivt köksredskap, du rostar även med stil då denna retroinspirerade, 50-tals-modell vunnit prestigefyllda designpriser som "Red Dot Design Award" och "IF Design Award" för sin underbara design.

De två breda facken för två skivor som är självcentrerande ger dig utrymme för större skivor och du får jämnt fördelad värme på hela dina brödkivor. Tre olika program gör att du enkelt väljer om du vill återuppvärma, tina eller rosta med valfritt reglerad temperatur till en nivå på 6 olika steg för att passa alla smaker.

När du är klar med användningen och du mot förmoden vill förvara din brödrost i ett skåp kan du enkelt ta bort smul-brickan för tömning och rengöring och även praktiskt snurra anslutningskabeln underrill för lätt och trasselfri hantering.

Egenskaper

- 36 mm breda brödfack
- 6 effektnivåer för rostning
- 3 förinställda program
- Borttagbar rostfri smul-bricka
- Anti-glid fötter
- Automatisk brödlyft
- 950 W effekt
- 310 × 195 × 198 mm
- 2,450 kg



Själva presentationen - innehåll och layout - balans

När det är dags att skapa själva presentationen finns det också där mycket att tänka på.

En av de viktigaste sakerna handlar om **balans**.

Det finns ett uttryck som kommer av ett av de mer använda presentationsprogrammen;

Death by Powerpoint

...vilket då och då är välförtjänt och passande.

Uttrycket handlar om när presentationer är alltför fullbelamrade med fakta, siffror, koncept och modeller, mm - ofta i hopp om att i vart fall någon av åhörarna skall gå därifrån med något nytt eller viktigt.

I sådana lägen kan det vara intressant att fråga föreläsaren vad som var målet med presentationen, vad var det tänkt att åhörarna skulle tänka, känna eller göra annorlunda som resultat av presentationen?

Oroande svar på frågan skulle kunna vara;

“Att få folk att förstå...”

“Att förklara...”

“Att dela...”

Problemet med sådana svar är att det blir mycket svårt bedöma om målet är nått.

Själva presentationen – innehåll och layout – balans

När du skall ta fram en presentation, fundera då från början kring vad du vill att dina åhörare skall kunna tänka, känna eller göra annorlunda som resultat av presentationen? Skriv ner några tankar kring detta.

Konstruktiva varianter kan vara: "Efter min presentation kommer åhörarna...

...kunna beskriva den 5 stegen i problemlösning

...kunna komma ihåg de 10 delarna i en bra presentation

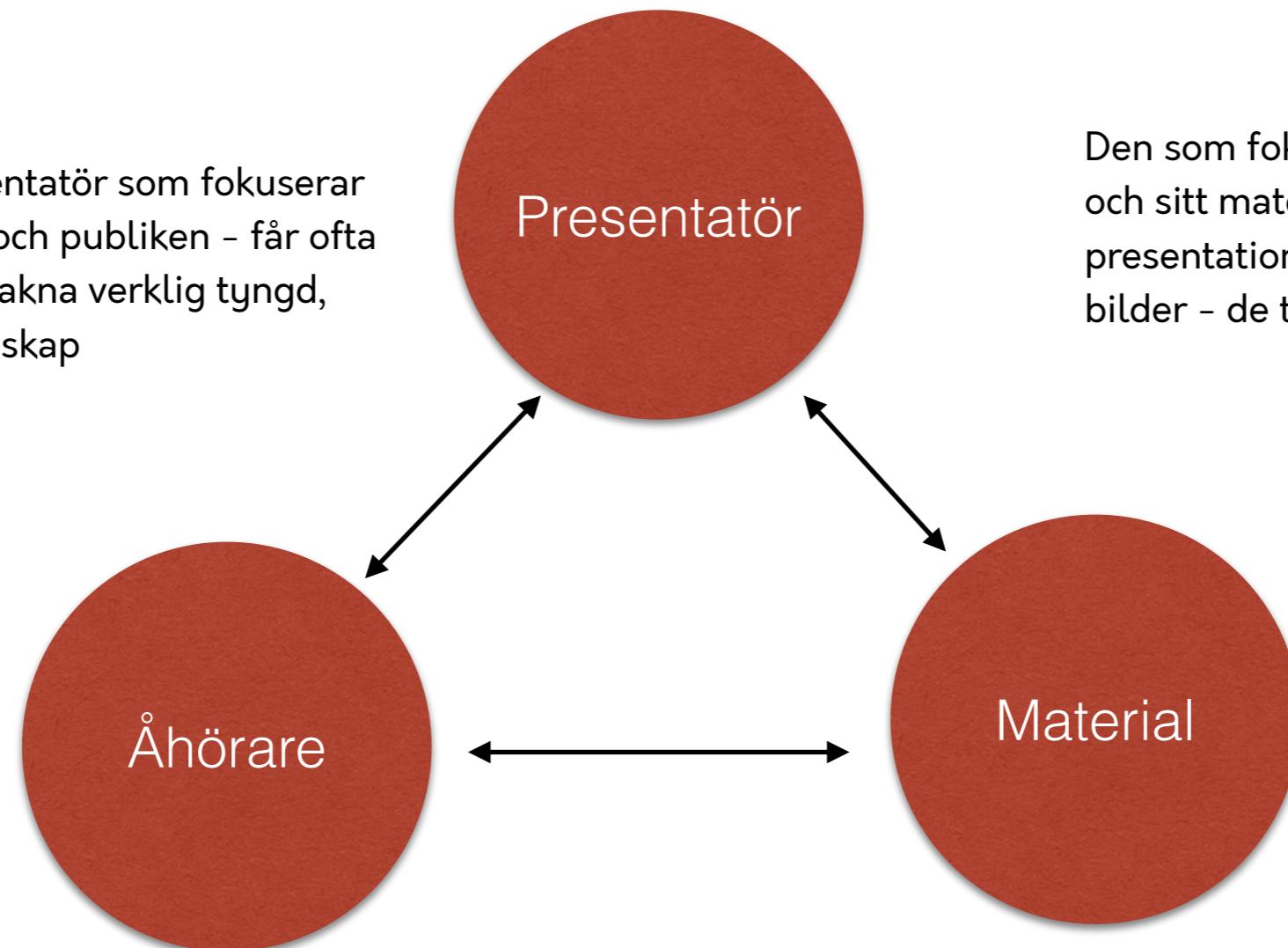
...anse mig vara en förtroendegivande leverantör"

Genom att ha ett sådant mål med presentationen blir det lättare att både skapa och leverera den på ett bra sätt. Det gäller att hitta balansen mellan detaljerna på olika presentationsbilder och att förmedla sådant som leder till att huvudmålet nås.

Själva presentationen - innehåll och layout - balans

En underhållande presentatör som fokuserar för mycket på sig själv och publiken - får ofta stort gehör men tycks sakna verklig tyngd, substans och huvudbudskap

Den som fokuserar för mycket på sig själv och sitt material spenderar ofta stor tid av presentationen med att titta på sina egna bilder - de tappar publikkontakt.

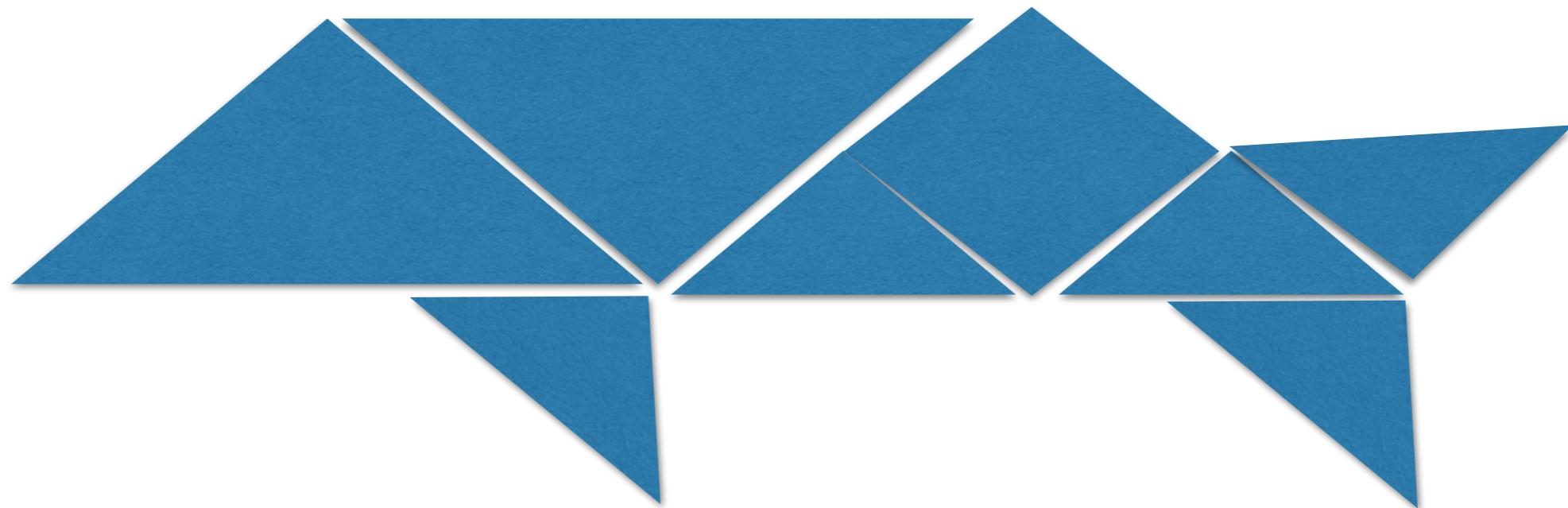


När presentatören lyckas fånga åhörarna
intresse och engagemang i materialet
kommer budskapet och innehållet i regel
fram - men talaren själv blir bortglömd och
är nära på överflödig

Fiskmodellen

Det finns flera olika grundmodeller för en bra presentation. Här skall vi se på “fiskmodellen”

En bra presentation innehåller en minnesvärd **inledning**, kortare **bakgrund**, ett centralt tema baserat kring **huvudbudskapet** följt av ett uppryckande **avslut**. Den här enkla formen kan man tänka på som en fisk.



Fiskmodellen



Fisknosen - en stark start

En bra intressefångare i starten kan göra skillnaden mellan om folk sitter upp och lyssnar från första ordet eller om de börjar kolla mail i telefonen.

Det finns många bra intressefångare, men att välja rätt är en del av konsten. Anpassa så långt som möjligt efter publiken.

Ett exempel; "Vid en presentation för att få godkänt nya kvalitetsstandarder inom ett läkemedelsbolag, något som ofta är stelt och trist att diskutera, inledde presentatören med att hälla ut en handfull piller i handen, varav ett var rött. Hon höll ut sin hand mot åhörarna och frågade hur de skulle känna sig om de var föräldrar som skulle ge sitt barn medicin och detta hände? Medan tystnaden hängde i luften avslutade hon med - När vi är klara med den här presentationen kan jag garantera att vi aldrig behöver ta ställning till det"

Saker som kan fungera som intressefångare generellt är;

ett provocerande uttalande - nyheter - visionära utspel - mysterier, gåtor och tester - en fråga - humor - en dikt eller ett citat - vetenskapligt rön / statistisk fakta - mm

Fiskmodellen



Fiskstjärten - ett avslut att minnas

Allra bäst mins vi inledningen och avslutet av en presentation - så det är där vi bör lägga extra energi.

Allt för många även bra presentationer avslutar lamt med ”några frågor?”

Använd istället sista delen av presentationen till någon ”uppryckande” maning;

- ett inspirerande citat
- en ärlig komplimang till åhörarna
- dela din framtidsvision
- återupprepa huvudbudskapet
- uppmana alla att göra något - nu!
- avsluta med humor
- återkoppla gärna till inledningen (fisknosen)

Var beredd att rensa bland bilderna

Vi har ofta för många presentationsbilder.

Ett knep då är att ge varje bild en av tre kategoriseringar;

- A) Måste vara med
- B) Borde vara med
- C) Kan vara med

Rensa bort alla C-bilder, överväg även så många B som möjligt.

(I vissa program kan du välja att hoppa över C och B om du har ont om tid eller valt att ”stanna längre” vid andra, A-bilder)

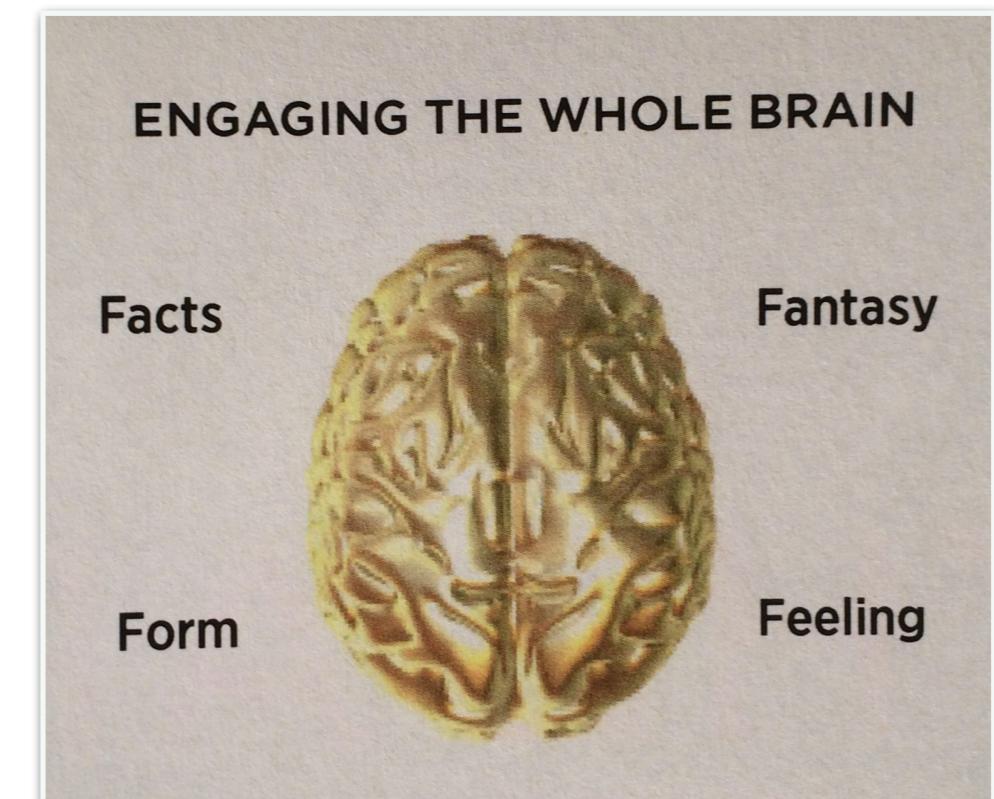
Engagera åhörarnas hjärnor – så mycket som möjligt.

Modern(are) hjärnforskning visar att hjärnan är oerhört komplex, och att vi använder den på olika sätt. Vissa är mer fokuserade på siffror och abstrakt tänkande, andra på fantasi och kreativitet, ytterligare andra på att känna, smaka, lukta, mm.

Då vi sällan vet vad våra åhörare har för preferens, och det dessutom är enklare att ta till sig och komma ihåg saker om flera delar av hjärnan engageras – är det bra att rikta in sig mot alla delar av hjärnan i sin presentation.

För att förenkla det kan vi använda oss av fyra olika områden; Fakta, Form, Fantasi och Feelings

Fakta <ul style="list-style-type: none">• Siffror• Bokstäver• Logiska resonemang• Beräkningar• Analys	Fantasi <ul style="list-style-type: none">• Bilder• 'Story'• Färger• Metaforer• Visioner
Form <ul style="list-style-type: none">• Struktur• Diagram• Kartor• Figurer• Grafer	Feeling <ul style="list-style-type: none">• Provokationer• Musik• Personligt• Deltagande (interaction)• 2-vägskommunikation



Grafisk design

Det finns många sätt att jobba med grafisk design – eller formspråk – i presentationer.

Ibland är du styrd av fasta ramar – ex en förbestämd företagsmall, logotyper, typsnitt, färgkoder, mm.

Dessa är mer eller mindre fasta och i många fall mer begränsande än bra. (Ur presentationssynvinkel)

Vi skall titta på några mer generella saker:

- Signal vs Noise Ratio
- Picture Superiority (en bild säger mer än tusen ord)
- Empty Space

Signal versus Noise Ratio

Vill du vara säker på att åhörarna ska tappa bort dig så gör komplexa och svårtydda bilder.

Signal to noise ration är ett koncept hämtat från el-läran och beskriver graden av distorsion, (förvrängning) kontra det rena värdet i en elektrisk signal.

När det är för hög förvrängning, eller för mycket 'noise' (brus), blir själva signalen förvanskad.

På samma sätt kommer ditt huvudbudskap att tappas bort eller förvrängas om du har för mycket onödiga saker på dina presentationsbilder.

Exempel på saker som kan komma i vägen för en ren design;

- olämpliga diagram
- logotyper
- former och bilder som inte spelar någon roll för budskapet

Ett sätt att nå fram!

Även titeln är en möjlighet att förtydliga ditt budskap.

Jämför ex)

Finansmarknaden framstår betydligt lugnare

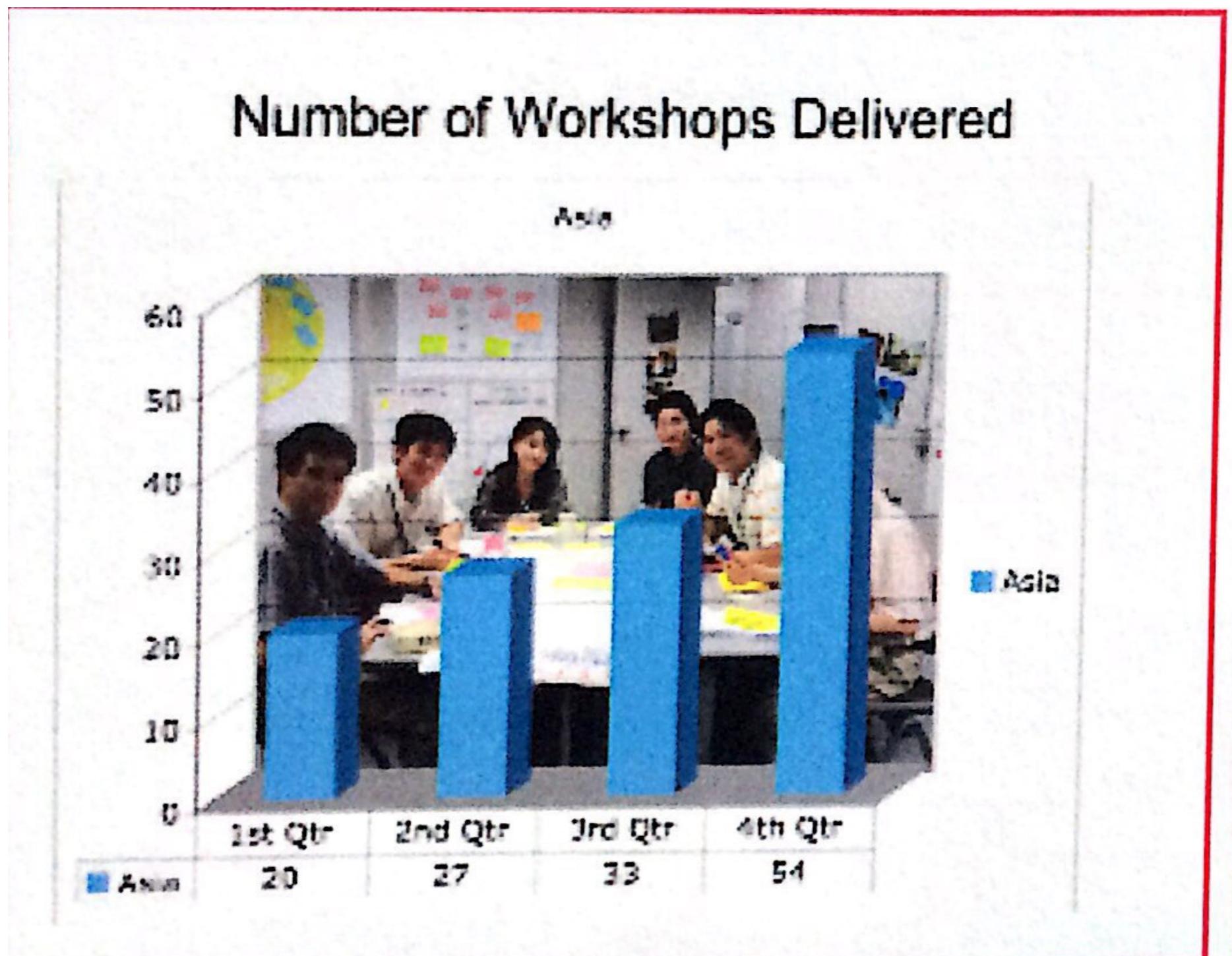
med)

Bakgrund

Låt oss se på ett före- och efter-exempel

Signal versus Noise Ratio - Före/efter

Före



Signal versus Noise Ratio - Före/efter

Efter



Picture Superiority (en bild säger mer än tusen ord)

Man kan få stor effekt i presentationsbilder genom att våga vara lite djärv.

En bild säger mer än tusen ord. punkt. (kontra alla punktlistor)

Låt oss titta på två exempel här med;

Det första återger föreläsarens ord. (Det blir nästan ett lästest).

Den andra vill istället förstärka föreläsarens ord och budskap.

Det fotot är djärvt, har effekt, åhörarna behöver inte ens läsa utan kan fokusera helt på föreläsaren.

Picture Superiority (en bild säger mer än tusen ord)

Man kan få stor effekt i presentationsbilder genom att våga vara lite djärv.

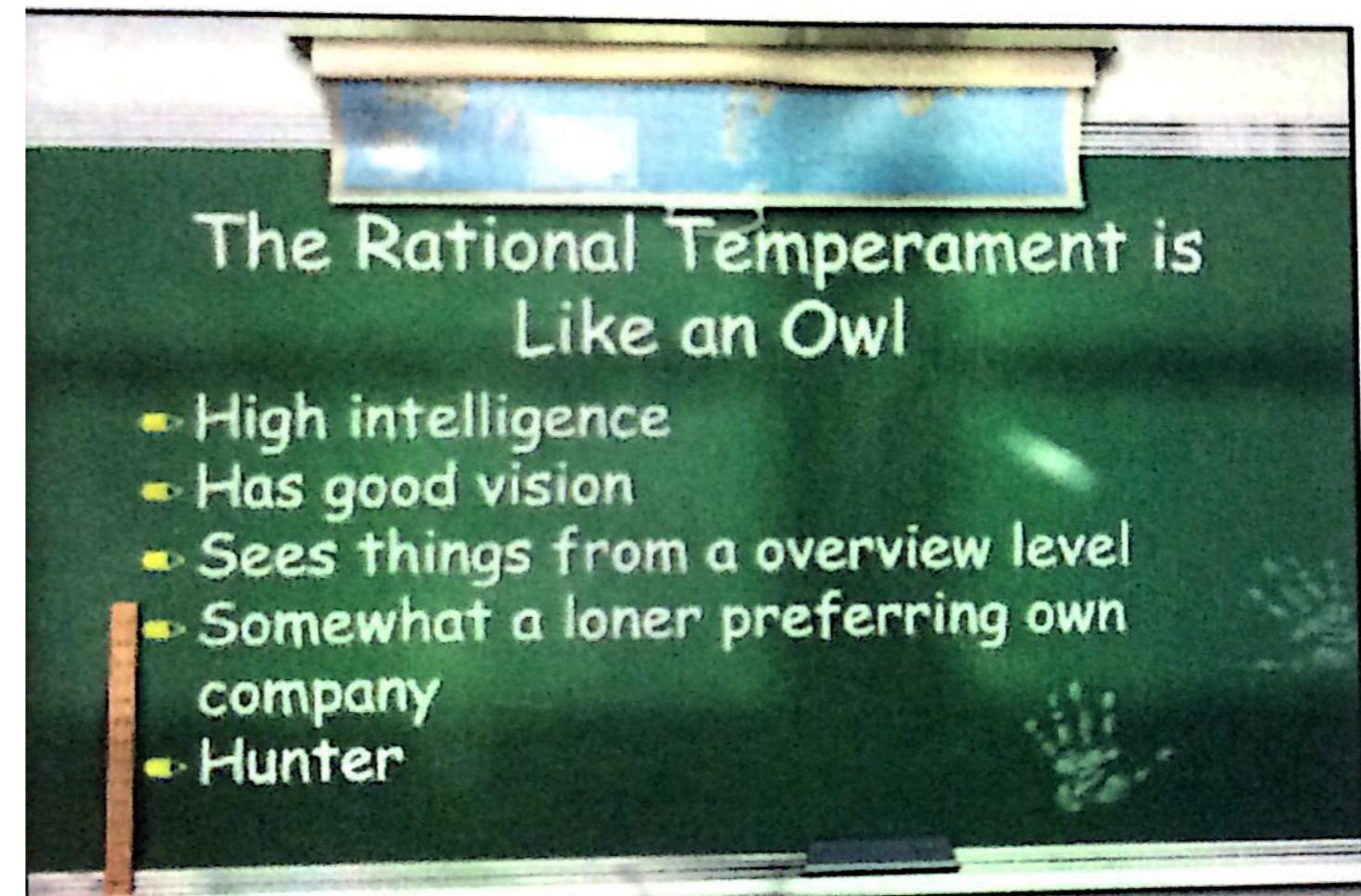
En bild säger mer än tusen ord. punkt. (kontra alla punktlistor)

Låt oss titta på två exempel här med;

Det första återger föreläsarens ord.
(Det blir nästan ett lästest).

Den andra vill istället förstärka
föreläsarens ord och budskap.

Det fotot är djärvt, har effekt,
åhörarna behöver inte ens läsa utan
kan fokusera helt på föreläsaren.



Picture Superiority (en bild säger mer än tusen ord)

Man kan få stor effekt i presentationsbilder genom att våga vara lite djärv.

En bild säger mer än tusen ord. punkt. (kontra alla punktlistor)

Låt oss titta på två exempel här med;

Det första återger föreläsarens ord.
(Det blir nästan ett lästest).

Den andra vill istället förstärka
föreläsarens ord och budskap.

Det fotot är djärvt, har effekt,
åhörarna behöver inte ens läsa utan
kan fokusera helt på föreläsaren.

The Rational



Empty Space

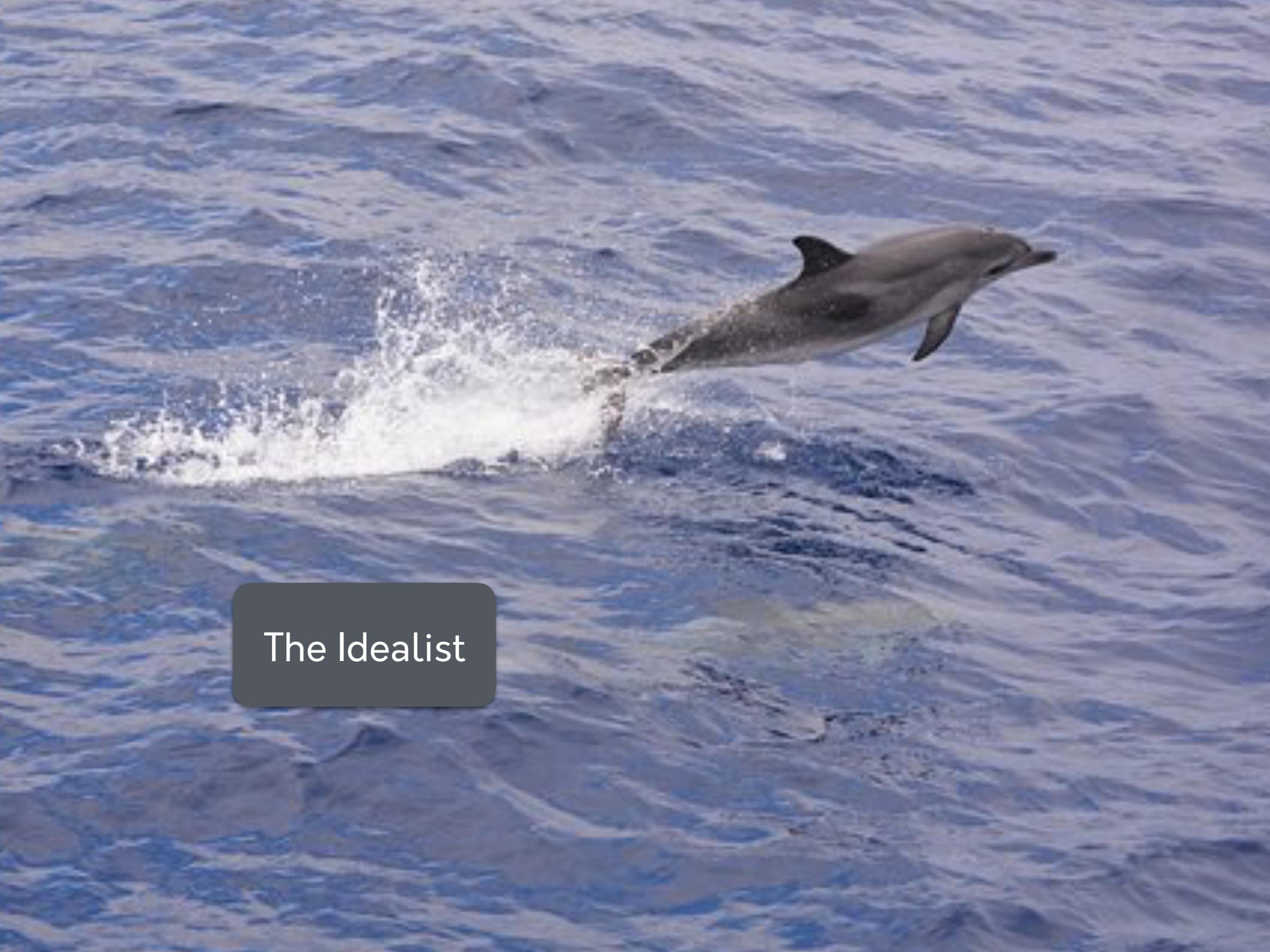
- Många presentationer följer färdiga mallar, tex i Powerpoint.
- Det blir lätt att fylla i där det “finns plats”, det blir nästan en tävling i att fylla dem...
- Det är vanligt att dessa mallar sätter titlar och annat centrerat (i mitten)
 - Det tar upp ‘ledig’ plats runt dessa element och gör bilden “stökgig”

Det finns sätt att skapa “empty space” - luft - i presentationsbilder

- En metod är att låta bilder (ex foton) ta upp hela bilden, och lägga text på den,
 - det skapar paradoxalt mer utrymme.
- Två exempel på detta – den första använder centrerade objekt, den andra helskärmsbild och asymmetriskt placerad text – som får den att känna proffsigare och mer avancerad.
- Man kan även dra nytta av det gyllene snittet för att få bra proportioner.
- exempel på detta



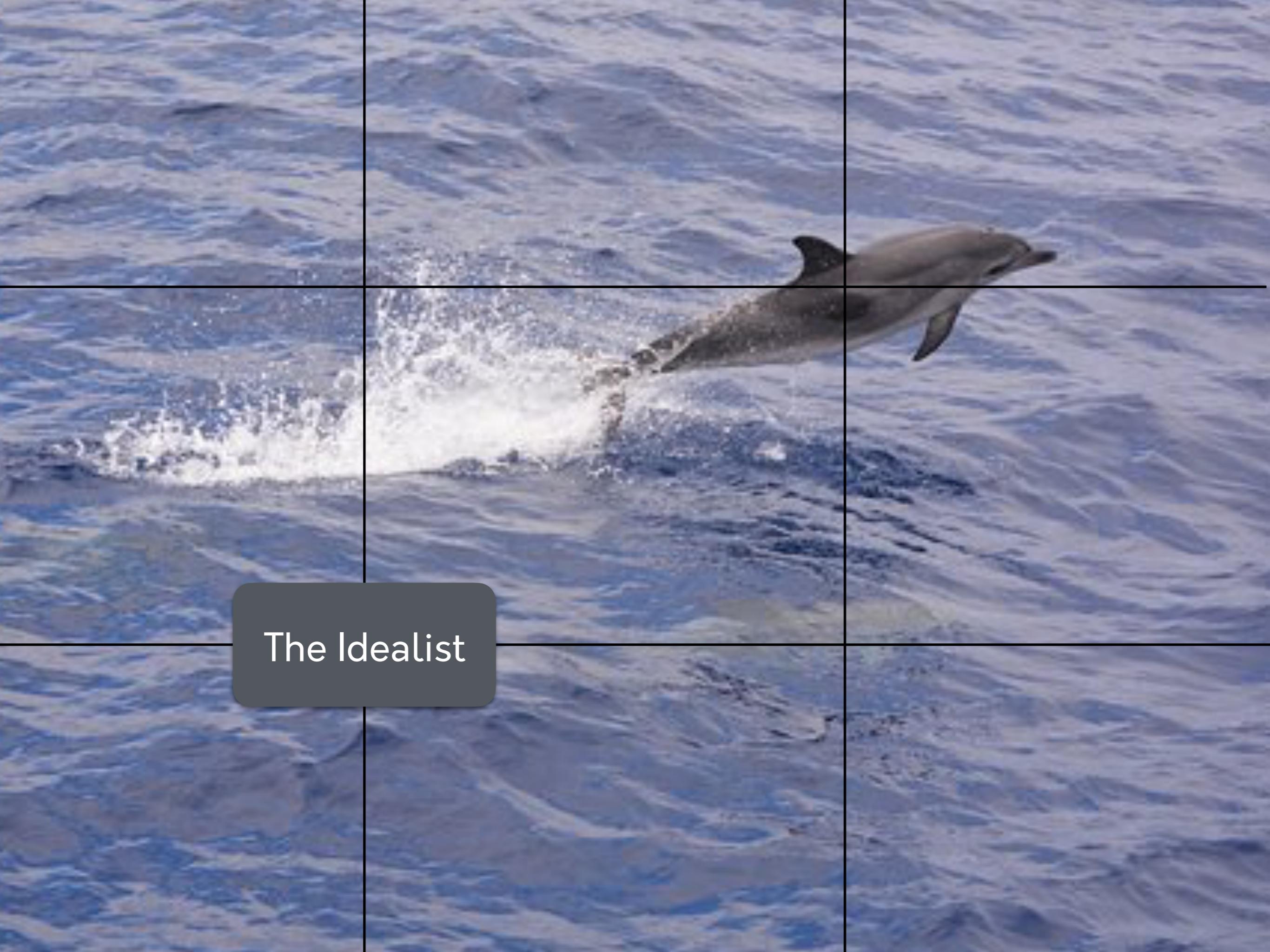
The Idealist



The Idealist

The rule of thirds – ‘tredjedelsregeln’

- The rule of thirds kommer från det gyllene snittet
 - Denna metod kan enkelt snygga till en presentationsbild
- Metoden används bland annat av fotografer för att få bra komposition
- Motiv som ligger mitt bilden kan bli ointressant (i sig, till följd av kompositionen)
 - genom att dela i nio delar med hjälp av två linjer skapas s.k. power points, som är ideala platser för det viktigaste.
 - Vi betraktar delfinen igen.

A photograph of a dolphin leaping out of the ocean. The dolphin is positioned in the upper right quadrant, its body arched as it moves from left to right. It has a dark dorsal fin and a light-colored belly. The background consists of blue, slightly choppy water with white foam from previous jumps. A black crosshair is overlaid on the image, with the text "The Idealist" located in the bottom-left square.

The Idealist

insert greatness here...



Lycka till med era presentationer i framtiden!