

Тема 2. Представление информации в виде презентации

Часть 1

Презентации используются для того, чтобы *представить какую-либо информацию визуально*. Это может быть представление компании, продукта или какой-либо другой информации. Для простоты далее буду говорить про презентацию продукта, но концепция презентаций для любой информации остается той же.

Презентации могут быть нескольких **типов**.

1. Информационная

Предназначена для доведения до слушателя основной информации о продукте. Другому ее можно назвать ознакомительной.

Структура такой презентации может быть:

- *линейной*: презентация продукта должна идти от общих, важных, главных функций к дополнительным, детальным, специальным функциям.
- *нелинейной*: общие функции должны быть показаны в отдельных блоках, а специальные функции должны включаться в общие блоки, как части. Эта структура будет возвращать слушателя каждый раз при смене блока к целостной структуре продукта.

Акцент в такой презентации ставится на *общем понимании и полном представлении* продукта. В презентацию могут быть включены:

- таблицы стоимости, сравнения;
- диаграммы времени;
- цифровые данные и т.д.

2. Демонстрационная

Нужна для более глубокого знакомства с продуктом. Она допускает физический контакт с предлагаемым товаром: потрогать, примерить, протестировать. Обычно используется для непосредственного показа всех возможностей продукта, проведения инструкции по пользованию и пр.

В таком случае презентация должна быть сопровождением какой-либо «физической презентации». В ней не должно быть сложной структуры, поэтому использовать нелинейные презентации не стоит. Такая презентация должна призывать покупателей к действию и в ней должно быть как можно больше мотивационного материала. Например, при запуске какой-либо игры или приложения стоит больше уделять внимания тому, насколько удобно пользоваться данной игрой или приложением. Не важно, насколько нова концепция такого продукта, а важна особенность использования.

3. Продающая

Ее главная цель – *продажа*. Зачастую этот вид презентации включает в себя два предыдущих, но может существовать и самостоятельно.

Здесь все: и структура, и наполнение – должно способствовать продаже продукта. Презентация должна привлекать, побуждать к действию. И чем интереснее она будет выглядеть на первый взгляд, тем лучше.

Такая презентация обязательно должна включать в себя:

- все *преимущества* товара: по использованию, по внешнему виду;
- *выгоды* для клиента от приобретения продукта;
- *актуальность* и/или *новизну* продукта.

Но не стоит делать такую презентацию слишком нагруженной цифрами, детальными характеристиками и сложной структурой. Презентация должна быть понятной тому, кому вы продаете продукт.

Главная задача такой презентации – *заинтересовать* и в последствии *продать*.