

## Работа с презентацией

Психологи заметили, что люди запоминают 10% прочитанного, 20% услышанного, 30% увиденного, 100% того, что вызвало у них живой интерес и эмоциональную вовлеченность. Наверное, поэтому встреча-презентация остается одним из самых эффективных инструментов маркетинга и PR. Стимулируя такие формы восприятия, как зрение, слух, а также ощущения, эмоции, презентационное мероприятие позволяет добиться максимального результата.

Презентация (от лат. praesentatio) – Общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например: книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации. Презентация представляет сочетание компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Как правило, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя современными компьютерными средствами возможность взаимодействия с изображением.

Презентация – это обычно рекламный или информационный инструмент, позволяющий пользователю активно взаимодействовать с ним через меню управления. Презентация обычно содержит в себе текст, иллюстрации к нему и выдержана в едином графическом стиле. Сегодня информационные технологии позволяют создавать презентации с использованием аудио- и видеовставок, делать презентации динамичными и интерактивными, использовать в них гипертекстовые ссылки.

### **Навыки презентации и организационное обучение**

В какой-то момент нашей жизни, вероятно, все мы сталкиваемся с необходимостью провести ту или иную презентацию: возможно в школе, возможно в связи с той или иной социальной ролью или профессиональными задачами. Фактически, требования, предъявляемые к нам «веком информации» таковы, что необходимость проводить презентации становится частью нашей повседневной жизни. Эффективная презентация требует от нас способности осуществлять коммуникацию и устанавливать отношения с другими людьми. Хотя эти навыки относятся к самым базовым, обучение им, как правило, не входит в программу традиционного образования и профессиональной подготовки. Цель данной книги – предложить читателям некоторые важнейшие практические навыки коммуникации и отношений, необходимые для эффективной презентации.

**Можно выделить четыре основные цели презентации в отношении других людей:**

- сообщить информацию;

- развлечь;
- научить;
- создать мотивацию.

Сообщить информацию – это значит дать другим людям ключевую информацию или знания, как правило, в форме когнитивной карты. Развлечь – значит создать у других людей позитивный опыт или перевести их в позитивное состояние. Научить – означает связать знания или информацию с релевантным референтным опытом и поведением, которые необходимы, чтобы перевести знания или информацию в действие. Создать мотивацию – значит обеспечить контекст или стимул, которые придавали бы такой смысл знаниям, опыту или поведению, чтобы люди захотели действовать. Разумеется, большинство презентаций преследуют сразу несколько целей из этого списка или даже все. Хотя навыки, описанные в данной книге, подходят для любых презентаций, она, в основном, адресована тем людям, для которых презентации являются частью их профессии. В частности, основное внимание уделяется презентациям, проводимым в целях обучения или тренинга, т.е. тем, которые имеют отношение к организационному обучению. Это, очевидно, относится в первую очередь к тренерам и преподавателям, но также затрагивает менеджеров, консультантов и вообще всех, у кого возникает необходимость делиться знаниями или информацией с другими людьми. Часть миссии данной книги – поддержать развитие тех организаций, которые стремятся стать «обучающимися организациями».

### **Появление обучающихся организаций**

Новое понимание и новая концепция роли организационного обучения появились как ответ на ускоряющиеся изменения в технологиях и в обществе. Достижения в методах управления, технологии и бизнеса сделали очевидным тот факт, что способность к обучению, как на уровне отдельного человека, так и структуры в целом, стала насущной необходимостью для организации, которая хочет выжить и преуспеть. Компании (и другие социальные системы) начали понимать, что эффективное обучение должно быть поступательным, целенаправленным, структурированным процессом и что удовлетворение потребностей в обучении, возникающих в сложной системе, требует постоянных организованных усилий. Осознание этого и привело в последние годы к появлению концепции обучающейся организации. Эффективная обучающаяся организация – это организация, в которой процесс обучения поддерживается по всем направлениям, т.е. где стремятся научиться тому, как учиться. Для этого необходимы оценка и понимание процесса обучения. Эффективной обучающейся организации

необходимо поддерживать не только тех, кто учится или обучает, но и всех, кто вовлечен в контекст обучения внутри нее.

Питер Сенге (Senge, 1990) выделяет пять принципов («дисциплин»), которым должен следовать каждый человек в организации, для того, чтобы она действительно могла называться обучающейся:

- осознание и исследование ментальных карт и аксиом;
- достижение личного мастерства;
- развитие видения;
- командное обучение;

Описание навыков презентации в данной книге построено таким образом, чтобы адресоваться к каждому из этих принципов («дисциплин»).

### **Основные принципы эффективной презентации**

Назначение первой части

- Обеспечить основу для понимания как процессов обучения и преподавания в общем, так и важности навыков коммуникации и отношений.

- Рассмотреть и определить ключевые элементы процесса обучения: а) отдельного человека;

- в общении между отдельными людьми;
- в группе.

- Разработать:

- терминологию;
- концепции;
- модели для поддержания различных процессов обучения и стилей обучения и управления ими.

- Определить и применить конкретные принципы и методы повышения эффективности презентации.

### **Глава 1. Проблемное пространство эффективной презентации**

Дает определение некоторым ключевым элементам эффективной презентации и помогает читателю:

1) понять свою осознанную и неосознанную компетентность, связанную с проведением презентации;

2) научиться выявлять и наблюдать эти процессы у других людей.

На постсоветском пространстве PR или связи с общественностью – явление новое. Обычно, людей, которые занимаются этой профессией, воспринимают стереотипно, полагаясь на образы в художественных фильмах. Типичный стереотип заключается в том,

что связи с общественностью – это отличная сфера, потому что дает возможность встречаться с большим количеством новых людей, ходить на вечеринки и просто хорошо проводить большую часть рабочего времени.

На самом деле связи с общественностью или пиар – это процесс, который включает множество тонких и незаметных аспектов. Например, исследования и анализ, формулирование стратегии, коммуникацию и получение обратной связи от различных аудиторий. Специалисты по связям с общественностью работают на двух уровнях: в качестве консультантов для своих клиентов или топ менеджменту организации и как специалисты, которые создают и распространяют сообщения посредством различных средств массовой информации.

Лучшее определение того, что такое пиар в современном понимании было предложено профессорами Лоренсом Лонгом и Винсентом Хэйзелтоном: «Связи с общественностью – это коммуникативная функция менеджмента, с помощью которой организации адаптируются к, изменяют или сохраняют свою среду для достижения организационных целей». Их подход видит PR как нечто большее, чем убеждение.

### **Эффективное поведение за подиумом**

Исследования показывают, что интерпретируя сообщение, слушатели в пять раз больше полагаются на невербальные сигналы, чем на смысл слов. Мы оцениваем невербальное поведение каждую секунду, пока мы находимся рядом с человеком. Вербальное же поведение оценивается лишь тогда, когда человек говорит. Этот принцип особенно заметен при формировании первого впечатления. И хорошее первое впечатление особенно важно для вашего выступления.

Чтобы стать более эффективным спикером, вам необходимо постараться осознавать невербальные сигналы, которые вы посылаете своей аудитории. Невербальные элементы коммуникации могут выражать наши чувства по отношению к самим себе, предмету выступления и целям нашей речи. Ваша цель – направить вашу нервную энергию таким образом, чтобы невербальные сигналы соответствовали вашим словам.

#### **Поза**

Когда вы говорите, нужно стоять прямо, но не слишком вытянувшись. Не переносите вес с ноги на ногу, не скрещивайте ноги и не склоняйтесь над подиумом. Ваша поза должна выражать стабильность и уверенность.

#### **Зрительный контакт**

Зрительный контакт играет огромную роль при выступлении. Выступающий, который не смотрит на аудиторию, представляется отрешенным и не вызывающим

доверия. Кроме того, если вы не смотрите на слушателей, вы упускаете возможность получать обратную связь в форме.

#### **Массовая культура. 10 забавных тем для публичного выступления:**

- Пластическая хирургия
- Тексты хип-хоп песен
- Образы женщин в прессе
- Нелегальное скачивание музыки
- Жестокие видео игры
- MoiKrug как социальный феномен
- Киберсталкеры в Интернет
- Влияние сотовых телефонов на общество
- Влияние iPod'ов на общество
- Сохранность персональных данных в Интернет

#### **5 элементов эффективного выступления**

Существует 5 элементов, которые могут помочь Вам подготовить эффективное выступление.

1. Цель: какая цель у выступления? Ответ на данный вопрос лучше всего сформулировать в одном предложении. Наличие цели помогает Вам сосредоточиться во время выступления. Цель помогает аудитории запомнить то, что Вы хотите им сказать.

2. Захват внимания в начале и финальный аккорд в конце – это два разных элемента, но они выполняют одну функцию. Это еще возможность подчеркнуть преимущества и приблизить цель. В идеале, финальный аккорд должен быть связан с началом, чтобы придать речи завершенность.

3. Преимущества. В центре выступления находитесь не Вы, а Ваша аудитория. Напишите преимущества работы с Вами (Вашей компанией), покупки Вашей продукции или использования Ваших идей. Каждое преимущество сопроводите вопросом: «Ну и что с того?» или «Чем это так уж хорошо?». Такой метод позволит Вам понять, насколько точно вы можете соответствовать потребностям и желаниям аудитории.

4. Истории. Люди взвешивают информацию умом, но покупают сердцем. Если Вы создаете эмоциональную связь с Вашими слушателями, вы создаете дополнительные возможности для бизнеса. Как создать эмоциональную связь? С помощью историй.

Мультимедийная презентация – это мощный и многофункциональный маркетинговый инструмент. Возможность использовать мультимедиа в самых разных отраслях бизнеса позволяет практически неограниченно расширять сферу применения интерактивных презентаций.

## Образовательные программы, тренинги и семинары

Прогрессивные технологии в сфере образования на современном этапе очень востребованы. В частности, все большую популярность приобретают презентации с анимированными схемами производств, которые наглядно демонстрируют технологический процесс производства. Графическое отображение маркетинговых процессов, диаграммы продаж и схемы финансовых операций – все это, и многое другое, в легкой для восприятия и запоминания форме можно отобразить именно в мультимедийной презентации. При этом использование презентации в ходе обучающих семинаров или тренингов, дает возможность в сжатые сроки изложить учебный материал и представить информацию в более эмоционально привлекательной форме.

## Интернет-приложение

Мультимедийная презентация является отличным приложением к любому корпоративному сайту, Интернет-проекту или электронному магазину, так как с помощью мультимедиа можно создать оригинальную фотогалерею товаров, быстро сформировать прайс-листы и список продукции. Кроме того, мультимедийная презентация легко адаптируется для использования в качестве промо-сайта.

## Каталоги продукции и услуг

Использование каталогов традиционно считается одним из самых эффективных методов при продвижении товаров и услуг. Однако современный рынок требует не только постоянного обновления ассортимента, но и наличие актуальной информации о скидках, ценах, производителе и дистрибьюторе продукции.

Оптимальным вариантом решения подобной проблемы является использование мультимедийной презентации, выполненной в виде интерактивного каталога товаров и услуг. Использовать интерактивный каталог целесообразно не только в отделе продаж, но и при ведении складских операций. Грамотно структурированная презентация позволяет пользователю легко ориентироваться по таким разделам продукции как: новые поступления, товары со скидкой, продовольственные, промышленные товары, бытовая химия, косметика и парфюмерия и пр. Список разделов, конечно, зависит от специфики деятельности конкретной компании, поэтому детальная структура блоков и модулей мультимедийной презентации может быть различной.

Все товары и услуги сопровождаются подробным описанием свойств, срока годности, реквизитов компании-производителя, ценами, фотографиями и другими дополнительными сведениями. Демонстрировать интерактивный каталог можно как в присутствии клиента, отвечая на возникающие в ходе презентации вопросы, так и

размещать его в Интернет-магазине, дарить в качестве сувенира или раздаточного рекламного материала.

#### Почтовая рассылка

При рассылке мультимедийных презентаций курьерской доставкой или почтой обычно используется сочетание презентации и носителя. Мини-диск или электронная визитная карточка выполняют роль оригинального рекламного материала, привлекая внимание клиента нестандартной формой носителя. Рассылка по электронной почте отличается только тем, что по адресам клиентов или партнеров отправляется файл, содержащий саму мультимедийную презентацию. Однако как в случае рассылки традиционной, так и электронной почтой, отклик получателя презентации в несколько раз больше, чем при использовании общепринятых рекламных печатных материалов.

#### Ресторанное меню

В настоящее время процесс автоматизации ресторанного бизнеса стремительно набирает обороты. Тем более это касается заведений быстрого питания, где время обслуживания посетителей сокращается до минимума. Система электронного мультимедийного меню позволяет клиенту не только самостоятельно выбрать понравившиеся блюда, закуски или напитки, но и без участия официанта просматривать и оплачивать счет. Мультимедийная меню-презентация предоставляет посетителю возможность листать разделы, в которых блюда и напитки сгруппированы по определенным критериям, выбирать и просматривать описания, время приготовления, фотографии блюд и закусок.

#### Конференции, симпозиумы, конгрессы

Любой доклад, сопровождаемый мультимедийной презентацией, позволяет представить значительно больший объем информации и наглядно обосновывать свои аргументы. Динамичный доклад, сопровождаемый яркой и эффектной мультимедийной презентацией, привлекает значительно больше внимания.

#### Выставочные мероприятия

Мультимедийная презентация является оптимальным вариантом оформления выставочного стенда, привлекая внимание посетителей выставки динамичным сюжетом рекламного ролика и выразительным звуковым рядом. Кроме того, дополнительным вариантом использования презентации на выставке является распространение носителей в качестве раздаточного материала. Несмотря на обычно хорошую распространяемость рекламной полиграфии на выставках, большинство красочных буклетов и листовок рано или поздно оказываются в мусорной корзине. Тогда как мультимедийные презентации, тиражированные на мини-носителях, будут обязательно просмотрены.

## Приложение к купленной продукции

Обычно разработка мультимедийных презентаций, которые предназначены для приложения к покупке, проводится с учетом определенных критериев: яркий юмор, увлекательная сюжетная линия и впечатляющий видеоряд. Маркетинговая эффективность такой мультимедийной презентации, записанной на носителе и прилагаемой к покупке, возрастает не менее чем на порядок. Ведь покупатель, просмотрев ее, обязательно покажет своим друзьям и знакомым, тем самым, организовывая своеобразную «вирусную рекламу». В случае если носитель с записанной на нем презентацией прилагается к покупке компьютера, сканера или принтера, мультимедийная презентация может быть использована как оболочка для драйверов или утилитов, в то же время, выполняя и рекламную функцию.

## Использование носителя презентации в качестве дисконтной карты

Поддержка лояльности потребителя к бренду с помощью мультимедийных презентаций особенно эффективна, когда мини-носитель с презентацией является одновременно и дисконтной картой на последующие приобретения. В этом случае, оптимальным вариантом станет использование в качестве носителя электронной визитной карты.

## Личные контакты в деловом общении

Личные встречи с клиентами, партнерами или инвесторами являются неотъемлемой частью любого бизнеса. При этом важным фактором проведения результативных контактов является грамотное и наглядное изложение Вашего предложения.

Во-первых, с помощью мультимедийной презентации преимущества и достоинства продукции или услуг Вашей компании будут продемонстрированы максимально наглядно и реалистично. Во-вторых, деловое общение с использованием интерактивной презентации будет проходить более динамично и эффективно, так как управляя сюжетом и порядком представления информации, Вы сможете сфокусировать внимание собеседников на ключевых моментах Вашего общения. В-третьих, мультимедийная презентация является важнейшим инструментом продаж, что особенно важно для менеджеров по сбыту. И, наконец, презентовав носитель с мультимедиа, Вы можете быть уверены, что после окончания переговоров Ваши собеседники самостоятельно смогут повторно и более внимательно посмотреть мультимедийную презентацию, детально изучив преимущества Вашей компании.

## Дополнение к печатной полиграфии



Мультимедийная презентация может стать удачным дополнением к традиционной рекламной полиграфии. Упакованный в полиэтиленовую оболочку или красочную бумажную упаковку, мини-носитель с презентацией прикладывается к обложке профильного журнала. В этом случае, мультимедийная презентация особенно результативна, так как будет просмотрена именно потенциальными клиентами целевой аудитории. Экономические затраты при реализации такого способа распространения презентации по стоимости сопоставимы с обычной рекламой на обложке журнала. При этом эффективность воздействия мультимедийной презентации на порядок превосходит стандартную печатную рекламу.

#### Рекламные акции

При организации PR-акций и масштабных публичных мероприятий, важным фактором является не только привлечение внимания аудитории, но и возможность длительное время это внимание удерживать. В этом случае использование мультимедийной презентации на большом экране позволяет привлечь и удержать внимание посетителей акции. Кроме того, интерактивная презентация значительно повышает престиж и узнаваемость бренда, усиливая результативность PR-акций.

#### Широкоформатные экраны

Все более популярным способом использования мультимедийных презентаций становится их трансляция на широкоформатных экранах. Светодиодные табло, плазменные панели или телевизионные экраны, установленные в кафе, барах, кинотеатрах и клубах, являются идеальным способом эффективной представления мультимедийной презентации. Низкая стоимость, ориентированность на конкретную целевую аудиторию и возможность практически непрерывной демонстрации – это неотъемлемые преимущества использования мультимедийных презентаций в публичных местах.

#### BTL-акции

Мультимедийные презентации, предназначенные для дополнения BTL-акций, обычно разрабатываются с учетом их максимальной креативности. При этом сюжет презентации должен быть построен так, чтобы его было интересно не только смотреть самим, но и показать друзьям и знакомым. Таким образом, значительно увеличивается время просмотра презентации и количество вовлеченных в BTL-акцию потенциальных клиентов.

#### Информационные киоски в публичных местах

Как правило, информационные киоски и банкоматы устанавливаются в гипермаркетах, аэропортах, торговых или развлекательных центрах. На сенсорном экране киоска посетитель может просмотреть карту торгового центра и расположение

интересующих его магазинов или объектов. При этом в качестве экранной заставки или вставок между основными разделами меню, может использоваться презентация услуг или продукции Вашей компании. Ненавязчивые, короткие и яркие мультимедийные презентации привлекают внимание пользователей информационными киосками и значительно повышают узнаваемость Вашего бренда. Телевизионные рекламные ролики

Мультимедийные презентации – универсальный маркетинговый продукт, поэтому при их разработке обязательно учитывается возможность последующей адаптации для трансляции на телевидении. Как правило, для этой цели используется первая часть мультимедийной презентации – рекламный ролик. Причем экономические затраты на изготовление мультимедийного ролика значительно ниже, чем съемки стандартного рекламного ролика.

#### Экранные заставки

Мультимедийная презентация может быть использована не только в качестве рекламного продукта.

Одним из способов формирования корпоративного стиля и культуры компании является использование мультимедийных презентаций: презентация адаптируется для ее применения в качестве хранителя экрана или экранной заставки. Компьютеры всех сотрудников компании оснащаются адаптированной корпоративной презентацией, которая для этой цели может быть использована частично или целиком. Демонстрация мультимедиа на мониторе начинается после некоторого времени простоя компьютера.

Использование мультимедийной презентации в роли корпоративного хранителя экрана или экранной заставки позволяет повысить авторитет компании не только в глазах клиентов и партнеров, но и Ваших сотрудников.

#### Оптимизация корпоративного документооборота

Современные мультимедийные презентации – это не только красочное и эффектное шоу. Новым и весьма перспективным направлением в использовании презентаций является внедрение мультимедиа в процесс работы с корпоративными документами. Для этой цели используется специализированная разновидность презентации, которая выполняет функцию программной оболочки. Она позволяет объединить электронные документы компании, а удобная система навигации по структуре разделов, и возможность в любое время просмотреть выбранный документ, обеспечивает максимальную открытость и прозрачность системы документооборота.