

**ТАШКЕНТСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ**

Мирпулатова М.А.

Алиева М.

**«ДИЗАЙН ПРЕЗЕНТАЦИЙ»**

**Учебное пособие**

**для направления 5A150901 – Дизайн**

Ташкент 2020

**УДК:**

**Авторы:** Мирпулатова М. А., Алиева М. «Дизайн презентаций». Учебное пособие.

Учебное пособие «Дизайн презентаций» выполнено в соответствии с учебным планом и типовой программы для студентов бакалавров 1 года обучения по направлению образования 5А150901 – «Дизайн».

В данном учебном пособии рассматриваются основные теоретические и практические аспекты дизайна и технологии презентаций.

Учебное пособие содержит текстовые и иллюстративные материалы из различных отечественных и зарубежных источников, данные периодических изданий и Интернет-сайтов, а также перечень использованной литературы и глоссарий.

**Рецензенты:**

Рейимбаев Ш. С. – декан архитектурного факультета ТАСИ, к.арх.,доц.

Абиджанова Ф. А. – Главный учёный секретарь Академии Художеств Узбекистана, к. филос. наук

## **АННОТАЦИЯ**

Учебное пособие «Дизайн презентаций» выполнено в соответствии с учебным планом и типовой программы для студентов бакалавров 3 года обучения по направлению образования 5A150901 – «Дизайн».

В данном учебном пособии рассматриваются основные теоретические и практические аспекты дизайна и технологии презентаций.

Учебное пособие содержит текстовые и иллюстративные материалы из различных отечественных и зарубежных источников, данные периодических изданий и Интернет-сайтов, а также перечень использованной литературы и глоссарий.

## **ANNOTATSIYA**

«Taqdimotlar dizayni» o'quv qo'llanmasi 5A150901 – «Dizayn» ta'lim yo'nalishi uchun 3 yillik tahsil olayotgan talabalar o'quv rejasi va namunaviy dasturga muvofiq tayyorlangan.

Ushbu o'quv qo'llanmada taqdimotlar dizaynining asosiy nazariy va amaliy jihatlar va texnologiyalari masalalari ko'rib chiqiladi.

O'quv qo'llanmada turli mahalliy va xorijiy manbalardan olingan matnli va rasml materiallar, davriy nashrlar va internet saytlari ma'lumotlari, shuningdek ishlatilgan adabiyotlar ro'yxati va lug'at mavjud.

## **ANNOTATION**

The training manual “Presentations Design” was made in accordance with the curriculum and the standard program for bachelor students of 3 year of study in the field of education 5A150901 - “Design”.

This tutorial discusses the basic theoretical and practical aspects of design and presentation technology.

The training manual contains textual and illustrative materials from various domestic and foreign sources, data from periodicals and Internet sites, as well as a list of used literature and a glossary.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....                                                                                           | 9  |
| <b>ГЛАВА 1</b> .....                                                                                            | 11 |
| Что такое презентация? Идеология презентаций.....                                                               | 11 |
| Цели и задачи. Составляющие презентации.....                                                                    | 12 |
| Виды презентаций.....                                                                                           | 14 |
| Методы создания успешных презентаций.....                                                                       | 16 |
| Ошибки выступающих.....                                                                                         | 19 |
| Сторителлинг.....                                                                                               | 19 |
| Три принципа презентации: фокус, контраст, единство.....                                                        | 21 |
| Информационная составляющая и стилистика презентаций.....                                                       | 22 |
| Флеш анимация.....                                                                                              | 30 |
| Визуализация данных в презентации.....                                                                          | 31 |
| Ментальные карты.....                                                                                           | 44 |
| Интерактивные презентации.....                                                                                  | 47 |
| Презентация объектов архитектурной среды.....                                                                   | 56 |
| Вопросы по 1 главе.....                                                                                         | 62 |
| <b>ГЛАВА 2</b> .....                                                                                            | 63 |
| Популярные программные продукты и интернет ресурсы для создания презентаций.....                                | 63 |
| Современные технические средства презентаций. Аксессуары и средства визуализации. Аудио и видео устройства..... | 68 |
| Планирование презентации. 4 основных вопроса.....                                                               | 71 |
| Цель и тема презентации.....                                                                                    | 73 |
| Время и место проведения презентации.....                                                                       | 74 |

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| Анализ успешных презентаций мировых брендов и компаний.....   | 76         |
| Вопросы по 2 главе.....                                       | 85         |
| <b>ГЛАВА 3.....</b>                                           | <b>86</b>  |
| Типы публичных выступлений.....                               | 86         |
| Презентация в стиле TED.....                                  | 90         |
| Эмоциональная составляющая презентации.....                   | 93         |
| Методы вовлечения аудитории.....                              | 97         |
| Представление инвестиционных проектов.....                    | 103        |
| Виртуальные презентации.....                                  | 108        |
| Мастерство публичных выступлений.....                         | 116        |
| Вопросы по 3 главе.....                                       | 116        |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>                                        | <b>120</b> |
| Контрольное мероприятие – питч-сессия проектов студентов..... | 124        |
| <b>ТЕСТЫ.....</b>                                             | <b>126</b> |
| <b>ГЛОССАРИЙ.....</b>                                         | <b>129</b> |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>                                        | <b>131</b> |
| <b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ.....</b>          | <b>132</b> |

## MUNDARIJA

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>KIRISH .....</b>                                       | <b>9</b>  |
| <b>1 BOB .....</b>                                        | <b>11</b> |
| Taqdimot nima? Taqdimotlar mafkurasi .....                | 11        |
| Maqsad va vazifalar. Taqdimotning tarkibiy qismlari.....  | 12        |
| Taqdimotlar turlari .....                                 | 14        |
| Muvaffaqiyatli prezentatsiyalarni yaratish usullari ..... | 16        |
| Vizual idrok psixologiyasi .....                          | 19        |

|                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Storitelling .....                                                                                                              | 21  |
| Taqdimotning uchta printsiplari: fokus, kontrast, birdamlik.....                                                                | 22  |
| Ma'lumot komponenti va taqdimot uslubi .....                                                                                    | 30  |
| Flash animatsiya .....                                                                                                          | 31  |
| Taqdimotda ma'lumotlarning vizualizatsiyasi.....                                                                                | 44  |
| Aqliy xaritalar .....                                                                                                           | 47  |
| Interfaol taqdimotlar .....                                                                                                     | 56  |
| Arxitektura muhiti ob'ektlarining taqdimoti .....                                                                               | 62  |
| 1 bob savollari.....                                                                                                            | 62  |
| <b>2 BOB</b> .....                                                                                                              | 63  |
| Taqdimotlar yaratish uchun ommabop dasturiy mahsulotlar va Internet-<br>resurslar.....                                          | 63  |
| Taqdimotlarning zamonaviy texnik vositalari. Aksessuarlarni vizualizatsiya qilish<br>vositalari. Audio va video qurilmalar..... | 68  |
| Taqdimotni rejalashtirish. 4 ta asosiy savol .....                                                                              | 71  |
| Taqdimotning maqsadi va mavzusi .....                                                                                           | 73  |
| Taqdimot vaqti va joyi .....                                                                                                    | 74  |
| Global brendlar va kompaniyalarning muvaffaqiyatli taqdimotlari tahlili .....                                                   | 76  |
| 2 bob savollari.....                                                                                                            | 85  |
| <b>3 BOB</b> .....                                                                                                              | 86  |
| Ommaviy nutq turlari .....                                                                                                      | 86  |
| TED usulidagi taqdimotlar.....                                                                                                  | 90  |
| Taqdimotning hissiy tarkibiy qismi .....                                                                                        | 93  |
| Tomoshabinlarni jalb qilish usullari .....                                                                                      | 97  |
| Investitsion loyihalarning taqdimoti .....                                                                                      | 103 |
| Virtual prezentatsiyalar .....                                                                                                  | 108 |
| Ommaviy nutq so'zlash mahorati .....                                                                                            | 116 |
| 3 bob savollari.....                                                                                                            | 116 |

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| ILOVA .....                                                | 120 |
| Nazorat tadbiri - talabalar loyihalarining sessiyasi ..... | 124 |
| TESTLAR .....                                              | 126 |
| GLOSSARY .....                                             | 129 |
| HULOSA.....                                                | 131 |
| ADABIYOTLAR VA ELEKTRON RESURLAR RO'YXATI.....             | 132 |

## CONTENTS

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCTION.....</b>                                                                                | <b>9</b>  |
| <b>CHAPTER 1.....</b>                                                                                   | <b>11</b> |
| What is a presentation? The ideology of presentations.....                                              | 11        |
| Components of the presentation .....                                                                    | 12        |
| Types of presentations.....                                                                             | 14        |
| Methods for creating successful presentations.....                                                      | 16        |
| Psychology of visual perception.....                                                                    | 19        |
| Storytelling .....                                                                                      | 19        |
| Three principles of presentation: focus, contrast, unity .....                                          | 21        |
| Information component and presentation style .....                                                      | 22        |
| Flash animation .....                                                                                   | 30        |
| Visualization of data in the presentation .....                                                         | 31        |
| Mental maps .....                                                                                       | 44        |
| Interactive presentations .....                                                                         | 47        |
| Presentation of architectural objects.....                                                              | 56        |
| Questions for chapter 1.....                                                                            | 62        |
| <b>CHAPTER 2.....</b>                                                                                   | <b>63</b> |
| Popular software products and online resources for creating presentations.....                          | 63        |
| Modern technical means of presentations. Accessories visualization tools. Audio and video devices ..... | 68        |
| Presentation planning. 4 main questions .....                                                           | 71        |

|                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| The purpose and theme of the presentation .....                           | 73         |
| The time and place of the presentation .....                              | 74         |
| Analysis of successful presentations of global brands and companies ..... | 76         |
| Questions for chapter 2.....                                              | 85         |
| <b>CHAPTER 3 .....</b>                                                    | <b>86</b>  |
| Types of public speaking .....                                            | 86         |
| TED style presentation.....                                               | 90         |
| The emotional component of the presentation.....                          | 93         |
| Methods of engaging the audience.....                                     | 97         |
| Presentation of investment projects .....                                 | 103        |
| Virtual presentations .....                                               | 108        |
| The skill of public speaking .....                                        | 116        |
| Questions for chapter 3.....                                              | 116        |
| <b>APPENDIX.....</b>                                                      | <b>120</b> |
| Control event - pitch-session of student projects .....                   | 124        |
| <b>TESTS.....</b>                                                         | <b>126</b> |
| <b>GLOSSARY .....</b>                                                     | <b>129</b> |
| <b>CONCLUSION .....</b>                                                   | <b>131</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHY .....</b>                                                 | <b>132</b> |

## ВВЕДЕНИЕ

Повышение качества высшего образования является одной из актуальных проблем, решение которых связано с модернизацией его содержания, оптимизацией способов и технологий организации образовательного процесса. В общем контексте тенденций развития образования его цель стала соотноситься с формированием ключевых компетенций (компетентностей) и реализацией в образовательном процессе компетентного подхода.

В перечень требуемых работодателями компетенций входят: коммуникативность (отзывчивость в общении, структурированность речи, убедительность аргументации, обращение с возражениями и т. д.); умение наглядно и убедительно проводить презентацию своих идей; готовность к нестандартным, креативным решениям.

Таким образом, овладение умениями профессиональной коммуникации выступает важнейшим условием подготовки специалиста. Каждый профессионал должен осуществлять эффективное речевое взаимодействие в различных ситуациях профессионального общения, к которым относятся презентация, дискуссия и т. д. Это является важной частью профессиональной подготовки студента в вузе и результатом развития личности будущего специалиста. Следовательно, одной из главных целей современного высшего образования является подготовка специалистов, способных успешно общаться в любой коммуникативной ситуации в сфере профессиональной деятельности.

Презентационные умения являются универсальными (надпрофессиональными) и выступают структурным компонентом коммуникативной компетентности как способности применения усвоенных языковых знаний и речевых умений в различных социально детерминированных коммуникативных ситуациях. В научной литературе под презентационными умениями понимается совокупность коммуникативных, проектировочных, аналитических, прогностических, социальных и организаторских умений, определяющих успешность публичной презентации

с использованием средств вербальной и невербальной коммуникации. Хотя овладение умениями проведения публичных выступлений – одна из задач школьного образования, на наш взгляд, в вузе следует существенно больше внимания уделять инкорпорированным обучающим программам по развитию презентационных умений, чтобы умение проведения презентаций на родном языке было сформировано на должном уровне. В зарубежной практике многие университеты включают в первый семестр первого курса модульную программу обучения публичным выступлениям, где студентам объясняют основы построения и проведения презентаций. Умение выступать публично расценивается как важная составляющая профессиональной успешности.

Как уже было сказано, презентация является одной из важных ситуаций профессионального общения и выполняет большую дидактическую роль в обучении будущих специалистов всех направлений подготовки. Опыт участия в презентациях очень значим для выпускников вузов, так как связан с овладением специфическими умениями профессионально-ориентированной коммуникации. Формирование данных умений в период обучения в вузе является значимой областью речевого и когнитивного развития студентов.

Предложенные нами модель и система учебно-коммуникативных ситуаций позволяют организовать и направить деятельность обучающихся таким образом, чтобы они смогли продемонстрировать готовность высокого уровня к проведению успешной презентации. Внедрение разработанной модели формирования у обучающихся презентационных умений в образовательный процесс вузов, (в частности, в рамках дисциплины «Дизайн презентаций») может способствовать повышению у студентов уровня владения презентационными умениями, тем самым обеспечивая высокий уровень конкурентоспособности будущих специалистов.

## Глава 1.

### Что такое презентация?

Современную жизнь невозможно представить без презентаций. Презентация является одним из важных инструментов ведения бизнеса, благодаря которой на рынке создаются новые бренды, запускаются производство новых продуктов, открываются новые компании, появляются новые услуги. Представителями какой бы профессии мы не являлись и какую бы должность мы не занимали, почти каждый день мы создаем презентации. Учителя готовят презентации лекций, директора крупных компаний презентации новых бизнес-планов, менеджеры работают над новыми маркетинговыми стратегиями, дизайнеры и архитекторы готовят презентации своих новых творческих проектов.

Слово «презентация» происходит от латинского «*praesento*» и переводится как «представление». Каждый из нас на протяжении всей своей жизни представляет миру свои идеи и замыслы. Презентация или те же слайды, являются способом визуального выражения наших мыслей, одновременно являясь мощнейшим способом коммуникации. Навыки визуальной коммуникации высоко ценятся в нашем обществе как никогда. Теперь чтобы быть профессионалами своего дела от нас требуются не только коммуникабельность, аналитическое и креативное мышление, но и умение работать с зрительными образами.

Презентация – это не просто слайды. За этими слайдами должна прослеживаться четкая концепция идей, логический порядок их изложения, грамотный графический дизайн слайдов. Слайды являются опорой и дополнением вашей вербальной коммуникации, то есть ваших слов, и плюс ко всему, для успешной презентации нужны ораторские способности, уверенность в себе и навыки тайм менеджмента. Презентатор (человек представляющий презентацию) должен быть чутким психологом и профессионалом своего дела, чтобы убедить слушателей в правильности своих предложений.

### Идеология презентаций

«Упрощать – значит избавляться от ненужного, чтобы нужное могло говорить» говорил Ханс Хоффман, в этой цитате заключается основная идеология всех успешных презентаций. Настоящие презентации помогают аудитории сфокусироваться на речи презентующего, которая отражает основные идеи презентации. Слайды же должны лишь подкреплять эту речь, являясь ее визуальным доказательством. Если слайд, например, содержит более 75 слов он становится документом. Аудитория перестанет слушать и будет лишь читать такого рода презентацию. Если слайды содержат около 50 слов, то презентующий будет пользоваться слайдами как подсказкой, иногда даже поворачиваясь к аудитории спиной, чтобы прочесть ее, что приведет к потере доверия и коммуникативной связи между выступающим и слушателями. При создании презентаций важно понимать, что аудитория будет либо слушать, либо читать.

Баланс, гармония, сдержанность и естественность – вот основные качества удачных презентаций.

Баланс должен быть между количеством текста и картинками, между слайдами и речью. Гармония должна быть в подаче информации, в дизайне слайдов, в речи, поведении, одежде выступающего. Презентация должна быть сдержанной, без излишеств, сфокусированной только на самом главном. Сам процесс презентации от слайдов до выступающего должны быть естественны и просты, аудитория должна верить им, даже если на репетицию презентации и подготовки речи ушли часы упорного труда и подготовки.

Что касается программ, в которых создаются презентации, то это лишь сосуды для идей, а не способы их создания. Учитывая все разнообразие презентационных программ, их выбор неограничен в наши дни. Можно создавать презентацию в нескольких программах, используя слайды, анимацию или видео.

### **Цели и задачи презентации**

Цель любой презентаций – завоевание аудитории и побуждение к действию. Всё зависит от того, кем и для кого проводится презентация. Это может быть

проведение лекции или семинара, презентация новых проектов для привлечения инвестиций, представление новой продукции или услуги.

Главная задача любой презентации – это грамотно подать идею. Ваша презентация должна отвечать на следующие вопросы: что вы презентуете или что является предметом вашей презентации; зачем и для чего нужна ваша идея, ее основные свойства и область применения; как применить вашу идею в жизни, внедрить на практику, на производство и т.д.

### Составляющие презентации

Подготавливая речь, выступление или презентацию, мы, в первую очередь, задумываемся о смысле нашего послания. С какой целью мы выступаем, как и чем мы будем привлекать аудиторию что должно получиться в результате.



Любая презентация должна иметь четкую структуру. Грамотно составленная структура презентации является гарантией ее успеха. Она должна делать презентацию убедительной и запоминающейся. Есть 2 варианта подачи информации в презентации:

#### *1. Проблема – Пути решения – Результат*

В данном варианте сначала мы красочно описываем рассматриваемый вопрос, немного преувеличивая его значение, как бы запугивая аудиторию. Далее предлагаем свой путь решения этой проблемы, делая акценты на его преимуществах. И в конце, говорим о том, что произойдет если идти презентуемым нами путем, опять – таки немного украшая полученный результат.

## *2. Проблема – Решение – Доводы*

В этой структуре начало и середина совпадают с предыдущей. Только в заключении приводятся доводы, чтобы окончательно убедить аудиторию в верности вашего решения, приводя все аргументы «за».

Каждый из пунктов данных вариантов подачи может быть подкреплён слайдами. В слайдах важна концепция, которая может быть абстрактной или реалистичной.

К абстрактным концепциям относятся:

- Поток (линейный, круговой, дивергентный, конвергентный, разнонаправленный)
- Структура (матрица, дерево, уровни)
- Кластер (наложение, смыкания, вложения, соединения)
- Лучи (из одной точки, с ядром, без ядра)

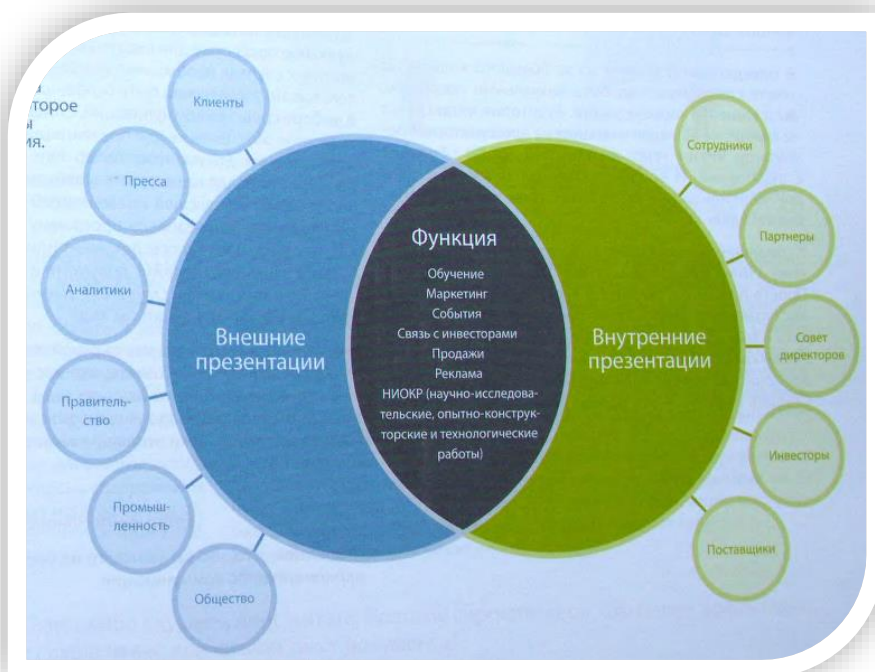
К реалистичным концепциям относятся:

- Иллюстрации (процесс, раскрытие, направление, расположение, влияние)
- Отображение данных (сравнение, закономерность, распределение)
- 

## **Виды презентаций**

Существует несколько видов и типов презентаций. Различные виды презентации, как правило, отличаются своей функциональностью и стоимостью. Чем красивее и технологичнее презентация, тем сложнее ее

сделать и тем она дороже. Если нужно представить информацию в школе или университете, то можно обойтись простенькой презентацией, выполненной в Microsoft Power Point или формате PDF, но если необходимо произвести впечатление на серьезную публику, от решения которой будет зависеть успех вашего дела, то на создание презентации лучше не скупиться.



Презентации можно разделить на следующие виды по типу их носителя:

### 1. Бумажные презентации:

Бумажные презентации, как правило, используются в качестве раздаточного материала во время выступления, либо могут быть представлены отдельным лицам для индивидуального ознакомления. В плане восприятия они не очень эффективны. Ведь, если бумажные презентации используются во время выступления, то источник получения информации не один для всех, а у каждого свой, поэтому при таком виде презентации бывает сложно добиться синхронизации внимания и понимания всех участников мероприятия. К тому же возможности бумаги как источника получения информации достаточно ограничены: можно улучшать качество полиграфии и графики, но произвести такой эффект вовлеченности аудитории, как с помощью интерактивных или мультимедийных презентации не получится.

## 2. Электронные презентации:

Электронные презентации демонстрируются на экране монитора, плазменной панели или с помощью проектора. Этот вид презентаций имеет все технологические и функциональные возможности, необходимые, для наиболее понятного визуального представления информации и произведения хорошего впечатления на публику. Такие презентации поддерживают анимацию, видео, звук и интерактивные элементы – все эти возможности можно направить на создание незабываемого эффекта.

*Виды электронных презентаций по технике их демонстрации:*

1. Интерактивные презентации, выполняющиеся под управлением пользователя. Используются при демонстрации материала докладчиком перед аудиторией. Процессом демонстрации такой презентации управляет ведущий, сопровождая демонстрацию презентации своими комментариями. Также презентации такого типа могут показываться в выставочных и торговых залах на экранах информационных киосков, только в этом случае презентацией управляет зритель - человек, которому адресована эта информация.
2. Непрерывно выполняющиеся презентации. Презентации такого вида используются без участия пользователя. В основном демонстрируются на плазменных панелях и мониторах в презентационных, торговых залах, выставочных стендах и других местах скопления целевой аудитории.

*Виды электронных презентаций по способу представления информации:*

1. Статичные презентации – вид презентаций, на которых информация представлена в статике в виде картинок и текста.
2. Анимированные презентации – вид презентаций, на которых информация представлена с использованием анимации.
3. Мультимедийные презентации – вид презентаций, в которых применяются анимация, графика, текст, интерактивные элементы, звук, видео.

4. Видео презентации - вид презентаций, в которых информация представлена в виде видеофильма;
5. 3D-презентации - вид презентаций, в которых информация представлена с использованием трехмерной графики и трехмерной анимации.

*Виды презентаций по их назначению:*

1. Маркетинговые презентации.
2. Обучающие презентации.
3. Научные презентации.

В независимости от выбранного вами типа и вида презентации, главным остается ее содержание и качество исполнения. Только качественно созданный контент способен оставить хорошее впечатление у аудитории и тем самым помочь воплотить планы в жизнь. Профессиональный дизайнер способен сделать красивую презентацию как в статическом виде, так и в мультимедийном формате. Поэтому, если вы хотите, чтобы ваша презентация произвела впечатление на публику, обращайтесь к профессионалам.

### **Методы создания успешных презентаций.**

Хорошая презентация начинается с вопросов самому себе. Самую важную часть вы можете сделать в блокноте, даже не включая компьютер. Сначала вы выбираете тему, определяете цель, распределяете аргументы в нужном порядке. И только теперь можно открыть программу и поискать картинки для презентации.

Большая ошибка начинать с поиска картинок. Так появляются плохие презентации с рыхлой структурой и без цели.

Если у вас мало времени, картинки можно вообще не искать. Черный текст на белом фоне смотрится вполне достойно, если он осмысленный и помогает доносить мысль.

*Формулировка темы*

Трудно слушать собеседника, который перескакивает с одного на другое, поэтому у презентации должна быть только одна тема. Иначе получится долгий рассказ ни о чем. Тема должна быть достаточно узкой, чтобы в конце предложить решение проблемы. Сужайте тему до тех пор, пока презентацию нельзя будет изложить в десяти коротких пунктах. Определить хорошую тему легко — она сама подсказывает структуру выступления.

### *Определение цели*

Хорошая презентация меняет сложившуюся картину мира. Например, люди начинают бережнее относиться к окружающей среде или бегут за новым смартфоном. Цель не обязательно должна быть амбициозной, главное — конкретной.

Хорошая цель презентации начинается с вопроса: что я хочу изменить в поведении слушателей.

Когда у выступления есть цель, становишься точным в поведении и содержании.

*Чтобы сформулировать цель презентации, продолжите фразу: я хочу чтобы...* Опишите, что должно произойти со слушателями в результате вашего выступления: что они сделают, куда пойдут, о чем изменят мнение, что купят. Чем конкретнее, детальнее будет формулировка, тем более точные аргументы вы сможете подобрать и тем выше ваши шансы попасть в цель.

### *Продумывание сценария*

Цель презентации — это то, что вы хотите изменить в голове слушателя, а сценарий — это то, как вы к этому придете к этим изменениям. Представьте, что вы сочиняете историю. Слушателя надо заинтриговать, придумать интересного героя, провести его через трудности к успешному финалу. Это и есть базовая структура любого текста и презентации. На такой структуре держатся сказки, сценарии фильмов и реклама продуктов:<sup>1</sup>

*Ввести в курс дела.* С первого слайда зритель должен понимать, что именно он сейчас получит или узнает. Лучше обойтись без креатива, и на обложке или первом слайде прямо указать, что будет дальше.<sup>2</sup>

*Заинтриговать.* Создайте мотивацию, чтобы человек не ушел со второго слайда. Объясните пользу от презентации или создайте напряжение.<sup>3</sup>

*Тезис.* Это основной мотив презентации, то, чему вы хотите научить людей.<sup>4</sup>

*Антитезис.* Показывайте обратную сторону медали. Это вызывает доверие и предостерегает от проблем, с которыми человек может столкнуться на практике.

*Заключение.* Плохая презентация заканчивается словами «это всё». В завершении дайте краткое резюме или вывод. После вашего выступления человек должен понимать, что

Чтобы подготовить сценарий, можно использовать ментальные карты. Для их создания существует множество сервисов, например, MindMeister и Xmind. Ментальные карты помогут визуализировать все ваши идеи и связи между ними. Так вы увидите презентацию целиком, поймете, где не хватает аргументов, а где история пошла не в ту сторону. После этого делать отдельные слайды будет проще.

### *Демонстрация примеров*

Меньше теории — больше жизни. Показывайте, как работает ваш продукт и как им пользуются люди. Посмотрите, как это делают на Кикстартере. Реальные истории людей, скриншоты программ и живые фотографии продукта смотрятся убедительнее, чем сухой текст и фотографии с фотостоков.

### *Чередование слайдов*

Презентация — как текст. Если текст состоит из предложений одинаковой длины и одного вида, читать будет скучно. Нет ритма. Поэтому чередуйте текстовые слайды и слайды с изображениями, добавляйте графики. Иногда можно и пошутить.

В презентации должен быть баланс. 80 слайдов из лаконичного текста — визуально скучно. Утомляет. 80 креативных слайдов — обратная ситуация — взорвётся мозг от креативности.

### *Перспективы*

Плохое выступление заканчивается так: «Это все, теперь вопросы». Так вы оставляете слушателя наедине с его мыслями. Хорошая презентация дает четкую инструкцию, что делать дальше. Это не обязательно призыв к действию. В конце можно еще раз пройтись по выводам, подчеркнуть основной тезис или сказать, где взять дополнительную информацию. Заканчивайте инструкцией или выводом.

### *Меньше цветов*

В презентации должно быть 1–2 основных цвета. Например, для фона, текста и иконок. Соблюдайте выбранную последовательность и не меняйте цвета без необходимости. Самостоятельно выбрать цвета достаточно сложно, особенно, если вы не дизайнер. Если вы делаете корпоративную презентацию, используйте фирменные цвета. Если фирменных цветов нет, воспользуйтесь сайтами по подбору цветов. Там представлены готовые сочетания, на которые приятно смотреть.

### *Больше контраста*

Белый на голубом может приятно смотреться на вашем компьютере с экраном Retina. Но если придется показывать презентацию через проектор, текст читаться не будет. Поэтому используйте контрастные цвета. Самый большой контраст: черный и белый. Остальные можно проверить с помощью сервиса проверки контрастности.

### *Меньше шрифтов*

Для создания презентации вполне достаточно одного шрифта. Возьмите современный шрифт без засечек: Open Sans, Roboto, PT Sans (это шрифты можно использовать бесплатно). Это простые шрифты, которые легко читать. Проверить это просто: отойдите от экрана и попробуйте прочесть заголовок. Если читать легко — вы угадали. Акценты можно делать, меняя насыщенность шрифта.

### *Правило третей*

Это правило создания презентаций помогает расположить объекты на слайде так, чтобы глаз сразу выделял самое важное. Разделите слайд на трети вдоль и поперек. Значимые объекты располагайте на пересечениях. Значимые объекты — это заголовки и иллюстрации.

### *Тексты короче*

Один слайд — одна мысль. Такой слайд легко прочитать и запомнить. Если вы выступаете публично, он будет поддерживать внимание аудитории. Сколько именно текст будет на слайде, зависит от размера аудитории. Если человек читает презентацию на экране, абзац текста его не испугает. Если вы выступаете перед аудиторией в сто человек, читать больше десяти слов на слайде будет уже трудно.

### *Расчёт количества слайдов в презентации*

Простое правило, которое можно взять за основу при создании презентаций — один слайд в минуту. Если ваше выступление рассчитано на 30 минут, то оптимальное количество слайдов тоже 30!

### *Добавление изображения*

Фотографии и иконки помогают раскрыть содержание, но не должны его заменять. Если вы нашли красивую фотографию «в тему», которая не помогает раскрыть мысль, не используйте ее.

### *Взаимосвязь слайдов*

В презентации все элементы должны дружить, то есть быть однотипными. Тогда она воспринимается легко, потому что оправдывает ожидания. Сделайте несколько шаблонов для каждого типа слайдов: слайд с текстом, с изображением, графиком. Дальше просто дублируйте слайды и изменяйте только текст и изображения. Презентация, где однотипные элементы занимают одно и то же место на каждом слайде, выглядит аккуратно.

Часто выступление не удастся, потому что спикер неправильно готовится. Например, сразу начинает рисовать слайды или заучивает написанный текст.

**Самые частые ошибки выступающих:** *Говорить о себе.* Кажется, что чем больше выставить наград, тем весомее будет презентация. Но это не так — сплошные регалии и достижения только утомляют. Расскажите о себе ровно столько, чтобы люди поняли, почему вам можно доверять.

*Навязчивость.* Чтобы привлечь внимание, в ход идут пошлые картинки и мемы. Да, секс и коты привлекают, но то ли это внимание, которое вам нужно? Лучше будьте конкретны: цифры, графики и изображения продукта привлекают не меньше и к тому же точнее раскрывают тему. Если работаете на сцене, возьмите с собой что-то интересное. Например, Стив Джобс как-то вынес на сцену конверт, в котором оказался Macbook Air.

*«Я хочу вас развлечь».* Дальше обычно идет забавная история и шутки. Но это тупо и не работает на тему. Лучше пообещайте аудитории что-то весомое, расскажите, какие новые знания и умения они получают к концу выступления. После такого обещания люди станут внимательнее, потому что им действительно хочется получить обещанное.

## **Сторителлинг**

Сторителлинг — это просто не лучший способ передать информацию человеку так, чтобы он ее прочувствовал и запомнил. Это вообще единственный способ, на котором построено все — от фильмов и книг до рекламных кампаний.

### *Техники сторителлинга*

- *Мономиф или путь Героя*

Путешествие героя — самый распространенный прием создания истории. Эта концепция “цепляет” тем, что персонаж испытывает трудности, преодолевает

их и приходит к классическому хеппи-энду. Например, русские сказки о достижениях богатырей — классический мономиф. Использовать этот прием просто — но также просто и создать с ним скучную историю. Чтобы избежать этого, детально продумайте сюжет и придерживайтесь законов драматургии, создав в истории начало, кульминацию и развязку.

- *Гора*

Этот прием похож на предыдущий, но в “Горе” героя не ждет хеппи-энд. Персонаж терпит неудачу, но знает, что пройденный путь был не зря. Классическая история “Гора” — это рассказы о фейлах в бизнесе, которые принесли бесценный опыт.

- *Рамка*

В этой технике основная история играет роль “рамки” для остальных. По такой концепции, например, построена “Тысяча и одна ночь”, где дворец царя Шахрияра обрамляет истории, рассказанные Шахерезадой.

- *Sparklines (как есть и как могло бы быть)*

Эта концепция построена на контрасте — сравнении реальной ситуации и того, какой бы она могла быть. Подобный прием из-за его наглядности используют в рекламе. Например, Sparklines использована в знаменитом ролике 90-х Fairy про деревни Вилларибо и Виллабаджо.

- *Начинаем с конца*

Этот прием называется “реверсивная драматургия” и часто используется в киноиндустрии. Например, по такой концепции снят первый сезон сериала “Большая маленькая ложь”. Здесь читатель сразу отправляется к кульминации истории, интригующей и непонятной. А затем возвращается к началу, чтобы постепенно понять, как главный герой оказался в подобной ситуации. В создании такой истории важно быть осторожным, и до конца не раскрывать все карты, удерживая внимание читателя.

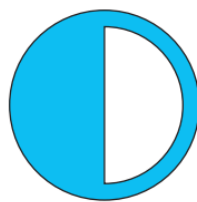
- *Фальстарт*

Это прием, который начинается со скучной истории, где ничего не предвещает... Затем все рушится, и история начинается заново. Ожидания читателя ломаются, его внимание на пределе, и теперь он не знает, чего ждать от вас дальше — а нам только того и надо! Очень яркий пример фальстарта — первый сезон Игры Престолов. Сериал начинается, как добротная история про жизнь Эддарда Старка. А затем, в первом же сезоне, палач сносит ему голову.

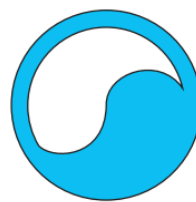
### Три принципа презентации: фокус, контраст, единство



Фокус



Контраст



Единство

*Фокус.* Принцип фокуса гласит, что каждая история, каждый слайд и каждое выступление должно иметь главную фокальную точку, привлекающую внимание. На слайде фокальная точка — это обычно самый яркий, самый большой или самый эмоциональный элемент композиции, привлекающий к себе взгляд. Зачем нужен фокус? Затем, что вы не можете рассказать все, что знаете, а аудитория не сможет запомнить все, что вы расскажете.

*Контраст.* Как говорится в одной старой поговорке, "не отведав горького, не узнать и сладкого". Проблема большинства презентаций состоит в том, что они состоят из одних только фактов. Факты сами по себе не обладают каким-то смыслом. Они обретают смысл в сопоставлении с другими фактами. Конфликты привлекают внимание у людей. У конфликтов непредсказуемый итог. За ними интересно следить. Но типичная бизнес-презентация небогата конфликтами. Вот почему аудитория засыпает. Выступающий представляет только позитивную сторону вещей.

*Единство.* Элементы слайда должны стыковаться так, чтобы производить впечатление единого целого. Если фон слайда имитирует дерево, то буллеты перечня должны быть похожи на шапки гвоздей — вот что такое согласование.

Ниже приведена схема создания презентации с использованием трех принципов создания презентаций по книге Алексея Каптерева «Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир».

|         | ФОКУС                                                                                                    | КОНТРАСТ                                                                                          | ЕДИНСТВО                                                                                                  |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| История | Какова цель?<br>Какова идея?<br>Каковы поддерживающие 3–4 идеи?                                          | В чем проблема?<br>В чем проблема для аудитории?<br>Кто с кем борется и за что?                   | Следует ли история S-образной кривой?<br>Какова общая, объединяющая тема?<br>Можно ли что-нибудь удалить? |
| Слайды  | Какова цель этого слайда?<br>Где находится фокусная точка слайда?<br>Подходят ли они друг другу?         | Что и с чем я сравниваю?<br>Насколько фокусная точка отличается от вторичной, фоновой информации? | Какого стиля придерживается слайд?<br>Подходит ли этот шрифт такому фону?<br>Можно ли что-нибудь удалить? |
| Подача  | Насколько я понятен?<br>Поддерживаю ли я зрительный контакт с аудиторией?<br>Реагирую ли я на ее отклик? | С кем я борюсь?<br>В чем мой внутренний конфликт?<br>Провоцирую ли я аудиторию по-настоящему?     | Кто мой герой?<br>Как я обыгрываю свои ошибки?<br>Двигаюсь ли я в потоке?                                 |

### Информационная составляющая презентации.

#### ИНФОРМАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ



**Аудиальные (речь)**



**Визуальные (слайды, видео)**

К информационным составляющим презентации, безусловно, относятся слайды, видео и речь выступающего. Именно из них аудитория получает основной поток передаваемой информации. Не все презентанты являются превосходными ораторами, чтобы скрыть этот недостаток, многие из них делают акцент на визуальные составляющие презентации.

Общеизвестно, что около 35% населения являются визуалами. Этот тип мышления, направлен на *анализ восприятия*. Люди такого типа в процессе

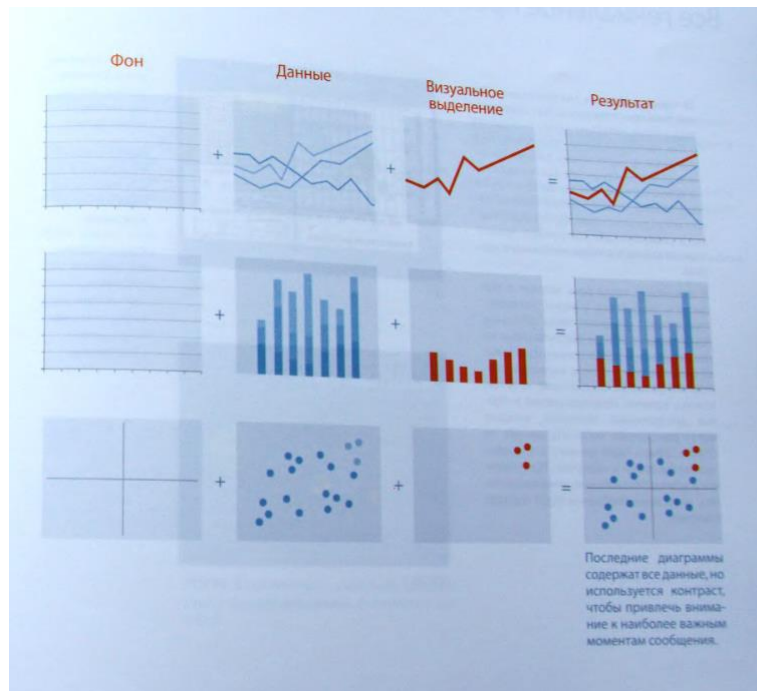
мышления формируют в своем сознании образы. Для них характерны такие выражения, как: «Вы можете мне это показать?».

В процессе общения с людьми визуального типа мышления необходимо, передавая информацию, рисовать словесные картины (в частности, пользуясь соответствующими метафорами), кроме того, продумывать, как во время передачи информации можно использовать наглядные пособия вроде графиков, диаграмм, ксерокопий, аудиовизуальных средств.

При создании презентации очень важно дифференцировать информацию, выделяя обязательные (главные) сведения и дополнительные (второстепенные). Акцент всего выступления делается на главных сведениях, которые отражают основные идеи, цели и задачи презентации. Второстепенные же данные служат дополнением основной информации, конкретизируя ее. Дополнительной информации должно быть не слишком много, иначе презентации может стать утомительной, и внимание аудитории переключится от основной идеи к второстепенным.

*Использование статистических данных.* Когда речь идет об отображении показателей в ваших презентациях, во главе должен стоять один принцип – ясность. Слайды с какими-либо данными, показателями, статистикой на самом деле не об этих цифрах, а о том смысле, который они несут.

Чтобы статистика выглядела убедительно в презентации необходимо соблюдать следующие правила: говорить правду (быть готовым предоставить полный набор данных и ответить на все вопросы после презентации), доходить до сути (четко сформулировать выводы, которые должны быть сделаны аудиторией), выбирать верный инструмент (графики, диаграммы), выделять важное (фон, данные, визуальное выделение), придерживаться простоты.



## Стилистика презентации.

Стилистика презентации зависит от текста и шрифтов, цветовых коммуникаций и изображений в слайдах.

### *Использование текста в презентации*

Шрифт имеет одновременно эстетическое и функциональное значение: он может быть, как красивым, так и полезным. Когда вы пишете слово каким-либо шрифтом, то наделяете его кроме словарного значения еще и визуальной формой. Всегда ориентируйтесь на людей в последнем ряду. Если вы не можете разобрать текст в режиме «Сортировщик слайдов» своей программы для создания презентаций, то он слишком мелок и для вашей аудитории.

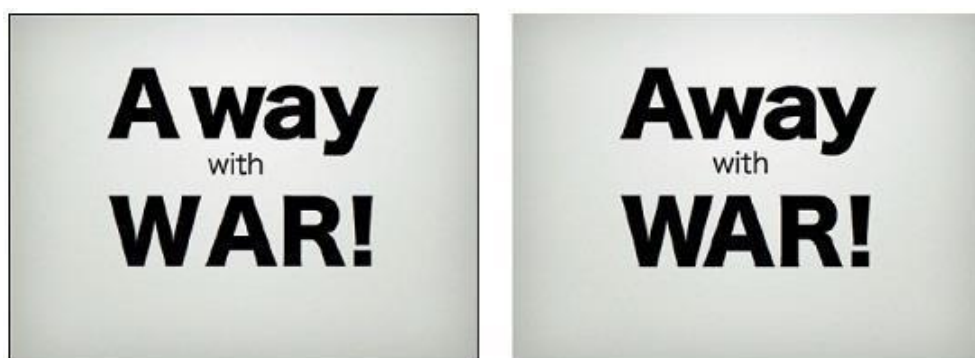
Для коротких заголовков или одиночных слов использование только прописных букв приемлемо и помогает увеличить силу воздействия, но длинные фразы, написанные только прописными буквами, тяжело воспринимаются глазами (и мозгом).

Основной принцип простоты — исключение неважного. Добавление лишних декоративных элементов часто приводит к тому, что иллюстрация становится беспорядочной, и это ослабляет значимость текста.



Избегайте лишних элементов. Слева: хотя данные сами по себе просты, восприятие затруднено, если используется слишком много шрифтов и других элементов. Справа: Этот улучшенный слайд показывает главные тенденции, а детали рассказываются устно.

Когда вы делаете буквы большими, что часто случается при работе со слайдами, обратите внимания на промежутки между буквами, чтобы достичь максимальной удобочитаемости. Когда расстояния между парами букв в тексте выглядят неравными, приходится выравнивать их вручную, используя то, что в типографике называется кернингом (в PowerPoint меню *Главная* → *Шрифт* → *Межзнаковый интервал*). Все промежутки между буквами должны иметь равный оптический размер, но не быть реально равными.



Кернинг. Видите ли вы разницу между этими слайдами? На первом расстояние между буквами в парах Aw и WA слишком большое. Второй слайд выполнен грамотнее.

Увеличивая размер текста на слайдах, вы можете обнаружить, что вертикальное расстояние между строчками (интерлиньяж) неоправданно увеличилось. Вручную уменьшите его до значения 0,9 или даже меньше



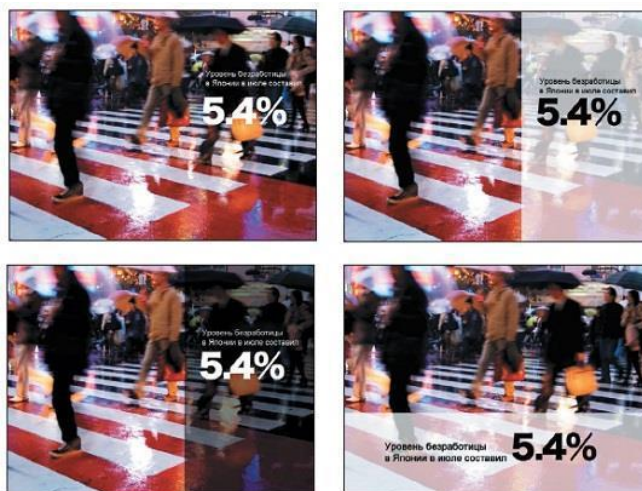
Интерлиньяж. В верхнем левом углу значение интерлиньяжа слишком велико, как это часто случается при его автоматической установке. Выглядит так, будто на слайде семь элементов – шесть текстовых и рисунок. В верхнем правом углу строчки текста расположены слишком тесно. На нижнем слайде интерлиньяж гораздо меньше, но не слишком мал. Выглядит так, будто на слайде три элемента – заголовок, список и рисунок.

Обычно для слайдов лучше всего шрифты без засечек, но при больших размерах приемлемы и шрифты с засечками, такие как Garamond. В книге *Typography Essentials* дизайнер Ина Зальц приводит пример шести необходимых шрифтов: Caslon, Garamond, Baskerville, Helvetica, Futura и Gill Sans. Существует так много шрифтов, что иногда сложно соблюдать ограничения, поэтому шесть или десять шрифтов, которые вы хорошо понимаете, для начала могут стать хорошей базой.

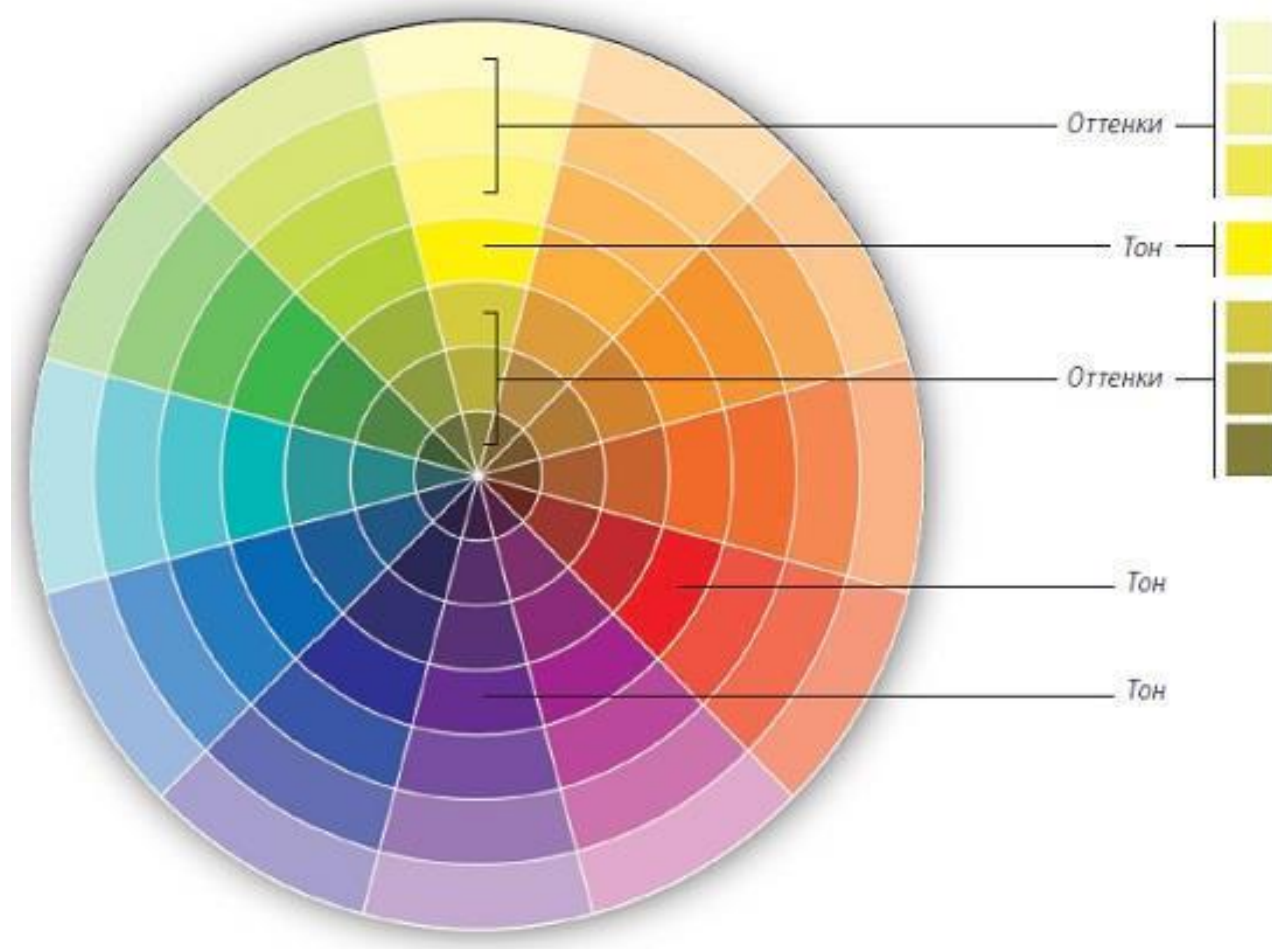
Профессиональные графические дизайнеры часто применяют повернутый текст, так как он выделяется: это может подразумевать движение, неформальность, нонконформизм, власть, перемены и т.д.

Размещение текста на динамичном изображении с небольшим объемом свободного места всегда приводит к проблеме с читабельностью. Один из способов решения этой проблемы заключается в наложении сплошных или

полупрозрачных плашек с текстом на изображение, чтобы отделить строчки от картинки и вынести их на передний план.



### *Цветовая коммуникация*



Насыщенность, или интенсивность, цвета — это относительная чистота тона, то есть его яркость или приглушенность. Насыщенные тона выглядят ярко и четко выделяются на фоне других цветов, ненасыщенные же приближаются к нейтральному серому.



Внешний вид презентации можно значительно улучшить, используя одну из трех базовых цветовых схем, основанных на цветовом круге: монохроматической, аналоговой или контрастной. Четвертая комбинация, которая нравится мне больше всех, называется ахроматической — в ней



Монохроматическая схема

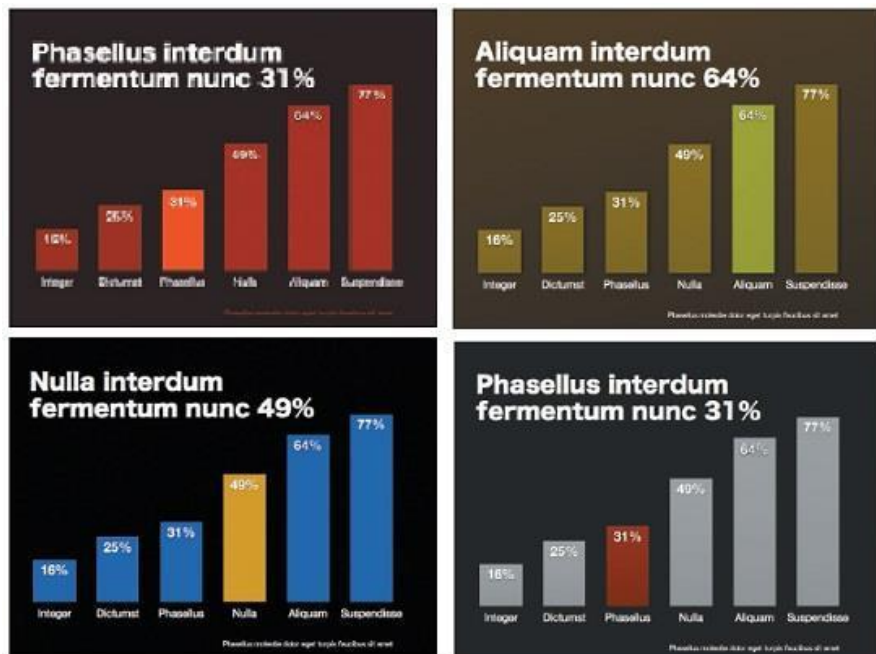


Аналоговая схема



Контрастная схема

используется только сочетание черного и белого цветов с добавлением одного тона для выразительности.



## Цветовые комбинации

Примеры использования цветовых схем; вверху слева – монохроматическая, справа – аналоговая, внизу слева – контрастная, справа – ахроматическая.

Все цвета подразделяются на две большие группы - теплые и холодные. Тона и оттенки, находящиеся на цветовом круге ближе к красному, оранжевому, желтому и коричневому, называются теплыми. Группа, состоящая из оттенков синего, зеленого и фиолетового, — это холодные цвета. Теплые цвета лучше выделяются на изображении, они как бы движутся по направлению к зрителю, в то время как холодные обычно растворяются на заднем плане. Именно поэтому холодные тона чаще всего используют для фона, а теплые - для элементов переднего плана.

Для презентаций, проходящих в темных помещениях, пользуйтесь темным фоном слайдов, потому что светлый будет слепить зрителей. Если в помещении достаточно естественного освещения, белый или светлый фон предпочтительнее.



*Юмор во время презентации.*

Если вы хотите добавить юмор в ваши выступления, у меня для вас две новости. Плохая новость в том, что навык шутить — это результат практики и особого чувства, которое подобно музыкальному слуху дано не всем. Но есть решения, которые позволяют добавить юмор в серьезные презентации, при этом не выглядеть клоуном-самоучкой. Один из любимых приёмов — панч-слайд. Этот приём не требует таланта юмориста и особенно полезен стеснительным ораторам или тем, кто хочет оставаться достаточно серьезным на сцене. Панч-слайд — это ровно то, что вам нужно, если вы хотите пошутить, но боитесь удариться в клоунаду.

Этот приём называется панч-слайдом по аналогии с термином *punch line*, который используют стендаперы. *Punch line* — это фраза и/или действие, которое запускает реакцию на шутку. В анекдотах, например, это последняя фраза, после которой люди начинают смеяться. Но сначала слушатели или зрители вводятся в контекст, который задаёт определённый вектор развития истории. Непосредственно перед *punch line* рассказчик часто делает короткую паузу, и вот — произносит фразу, ломающую или даже взрывающую ожидаемую развязку. И люди смеются.

Этот приём успешно использует Кен Робинсон в своих остроумных и ярких выступлениях. Даже когда говорит о серьёзных проблемах в образовании. Например, на третьей минуте одного из своих обращений к аудитории он как бы делает вступление: «Итак, я хочу поговорить об образовании. Еще хочу поговорить о креативности. Я утверждаю, что креативность сегодня так же важна в образовании, как грамотность». «И мы должны придать ей ту же значимость». Раздаются аплодисменты. «Спасибо». И вдруг: «На этом всё, в общем-то. Большое спасибо». В зале — смех и аплодисменты. Фраза: «На этом всё, в общем-то» — тот самый *punch line*.

**Flash-анимация** – это создание небольших видео (мультфильмов) из уже готовых изображений или же фрагментов фильмов. Кроме того, что создание *flash-анимации* – увлекательнейшее занятие, оно ещё и может быть достаточно полезным. Анимированный (движущийся) баннер скорее привлечёт внимание, чем неподвижный.

Симпатичная анимированная заставка на вашем сайте или же анимированный аватар не только выразит ваше мироощущение, но и может стать настоящей виртуальной визитной карточкой, благодаря которой вас будут узнавать.

Правильно подобранная анимация для сайта значительно повышает его популярность и посещаемость. «Живой», пылающий огонь или же будильник с вылетающей из него кукушкой придадут сайту, тепла и уюта. Красивая, интересная анимация для телефона поднимет настроение и подчеркнёт вашу индивидуальность.

Многочисленные художники и дизайнеры увлечённо спорят о том, какая программа для создания flash анимации лучше.

Все программы для создания flash-анимации можно условно разделить на две группы:

- онлайн сервисы для создания flash-анимации;
- обычные программы для создания flash-анимации.

И те, и другие работают примерно по одному принципу: в программу или специальный сервис загружаются отдельные изображения, фрагменты видео, указывается длительность каждого кадра, вставляются разнообразные спецэффекты, и в результате получается нечто среднее между обычным мультфильмом и клипом.

### **Визуализация данных в презентации.**

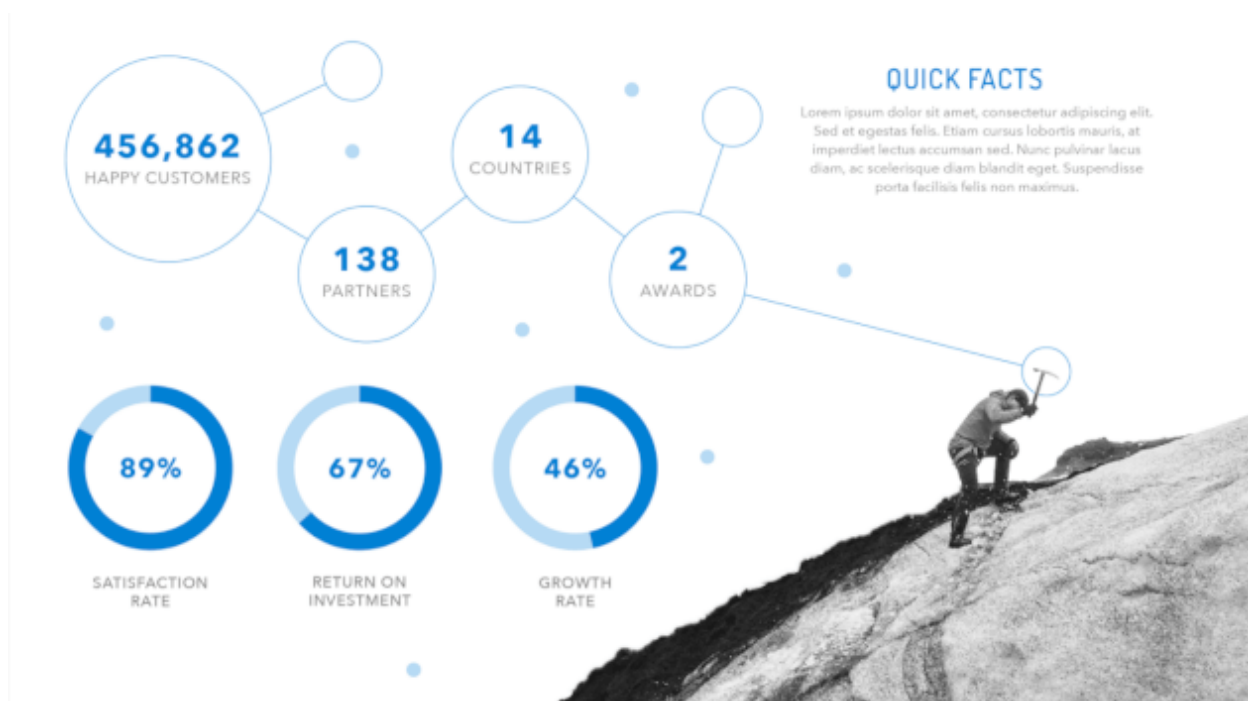
#### *Минималистичный дизайн при подаче данных*

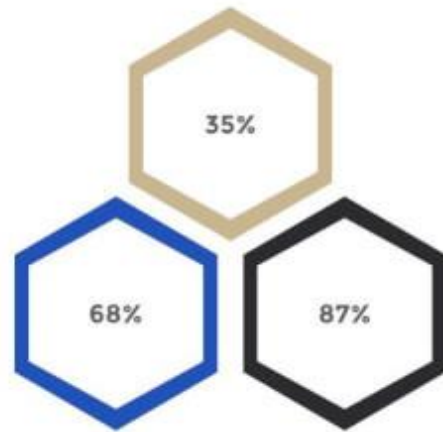
Меньше — значит больше. Знаю, вы часто это слышали. Это не новая идея. Но если вы посмотрите на современные презентации, то увидите, что шрифты худеют, становясь все мельче, а картинки выглядят проще и понятней. Люди предпочитают чистую и четкую визуализацию вместо нагромождения информации на слайдах.

В борьбе за внимание аудитории концепция дзен-презентации как никогда актуальна. Например, как на этих изображениях:



Белое пространство не является пустым: оно имеет столько же ценности, как картинка или текст.





### *Dashboard (дашборды)*

Числа, цифры, таблицы. Почему они так важны в деловом мире, в отчетах и презентациях? Одна из причин — цифры дают понимание и инсайты.

Ни одно бизнес-решение не может быть принято без учета ключевых факторов, которые генерируют прибыль, или веб-трафика, а также других показателей эффективности и движения бизнеса.



Другими словами, панель является зрительным представлением вашей деятельности или важнейших процессов. Одним из способов визуализации такой информации является dashboard, который на одном слайде дает мгновенный обзор всех основных данных.

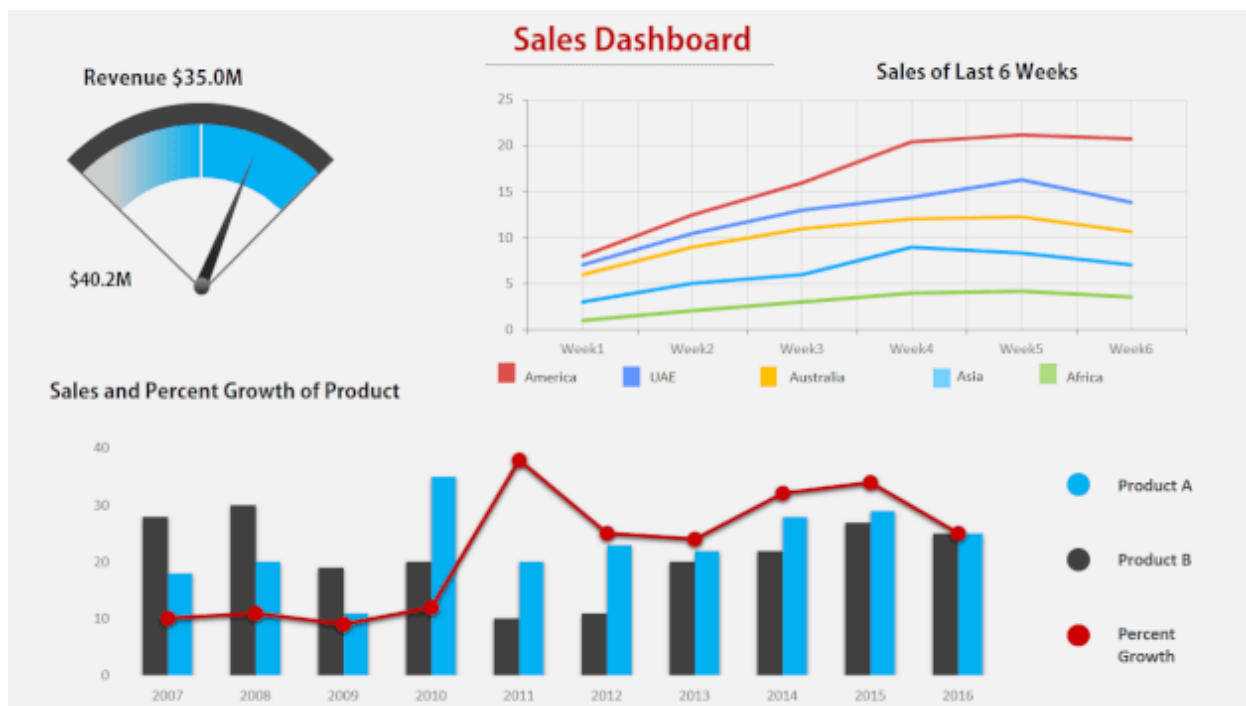
Сразу отмечу, что это больше подходит для презентации на отправку. И PowerPoint не всегда является лучшим инструментом для их создания и отображения.

Например, у Microsoft для этого существует Power BI, который интегрирован с PowerPoint и может выгружать отчеты сразу в слайды.

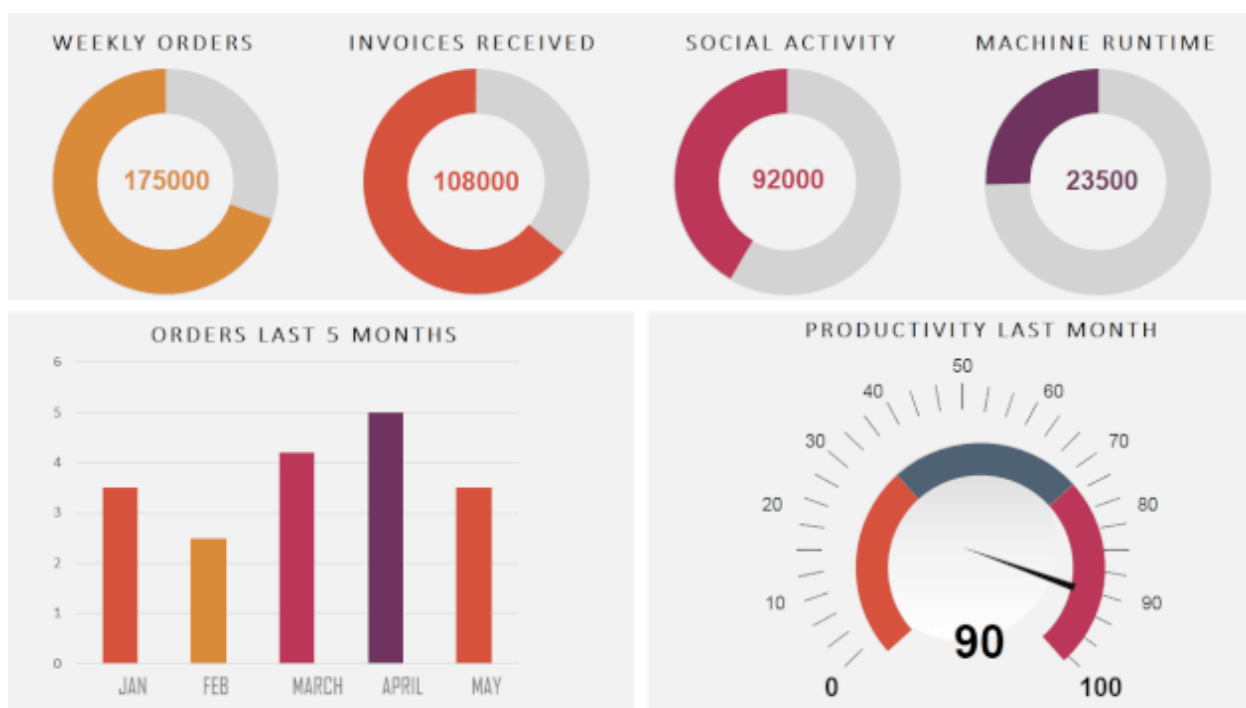
Вот так может выглядеть дашборд по продажам для быстрого анализа:



Или, используя вот такой дашборд панели продаж, можно посмотреть ключевые результаты, прогнозы на этот месяц, показатели по регионам, общую сумму закрытых сделок и полученную прибыль.

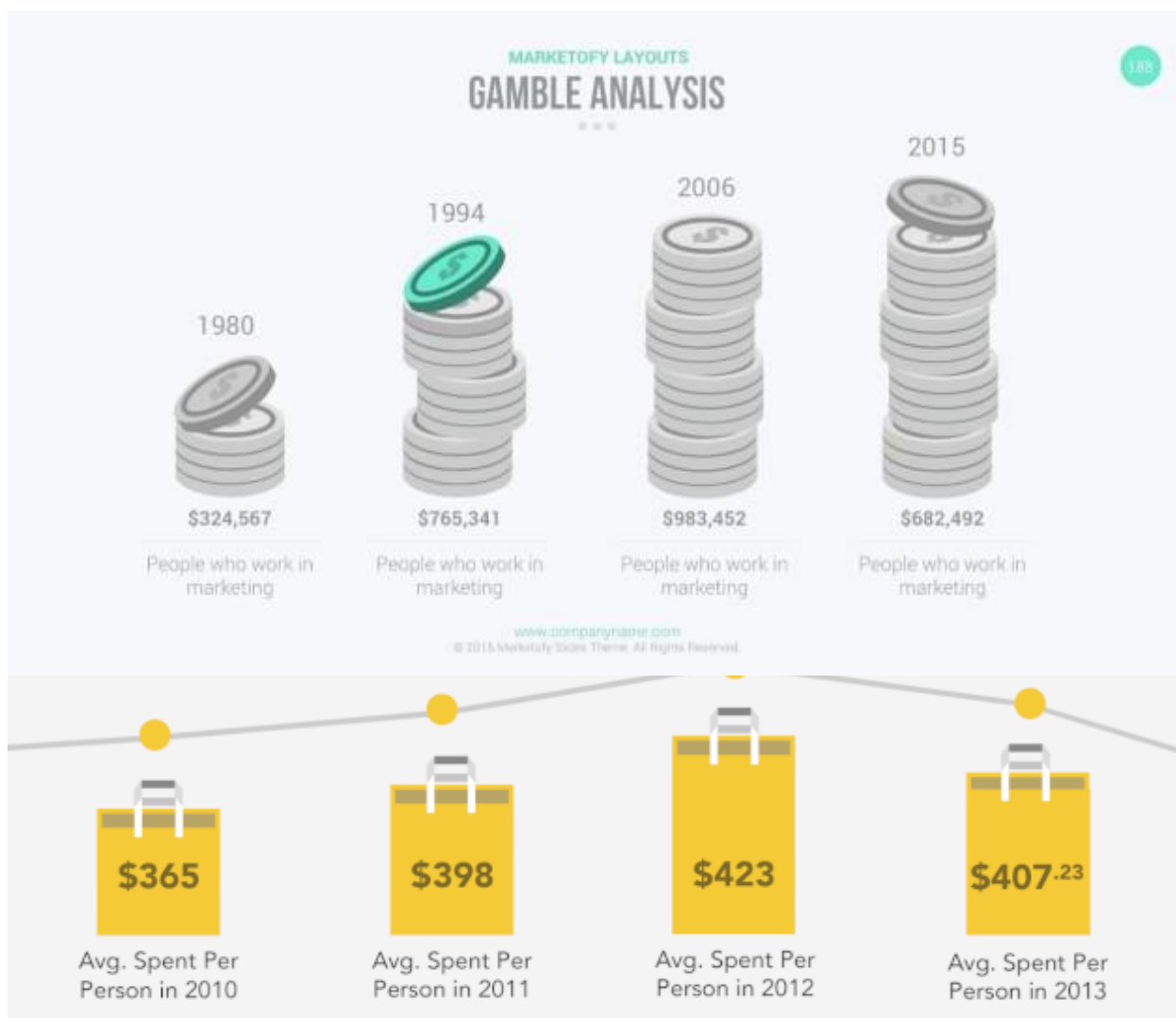


Наполнение дашборда зависит только от вашей фантазии и основных данных. Но здесь важно не перегрузить информацией и использовать не более 4-6 графиков.



*Дизайн в стиле инфографики*

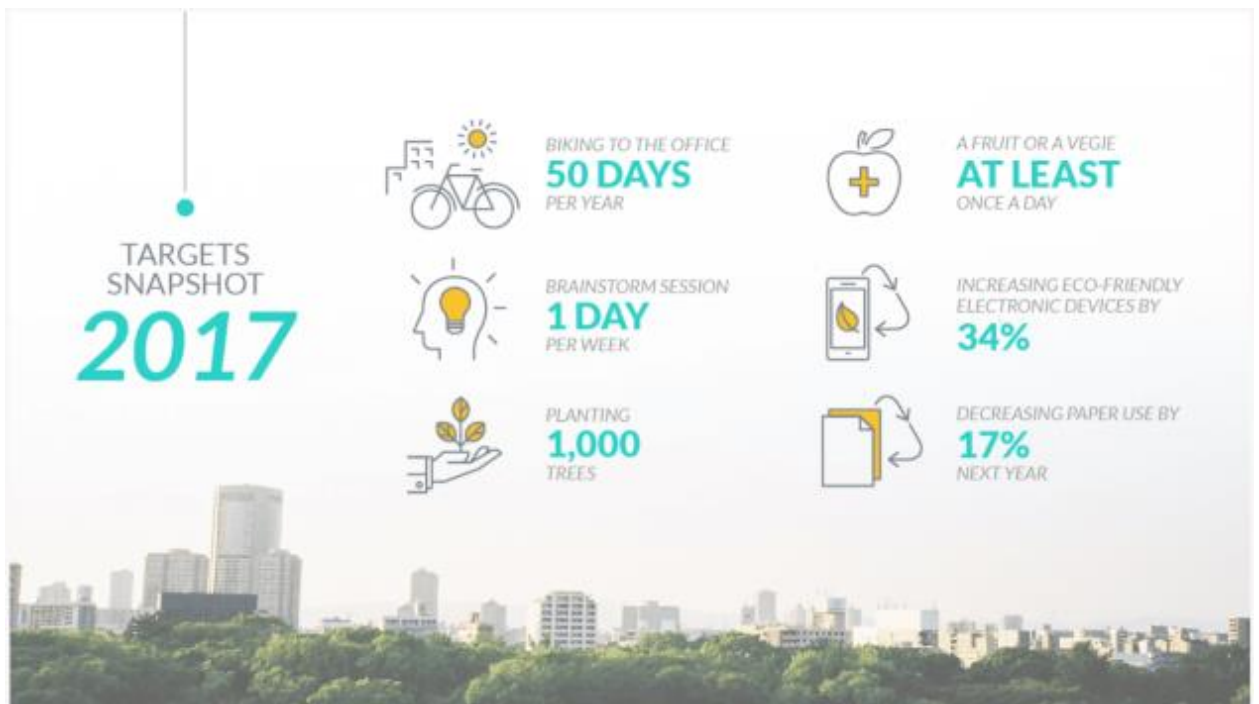
Инфографика в презентации помогает превратить скучные факты в привлекательный контент с помощью визуализации данных, типографики, интересных цветовых схем и аккуратно вставленного текста.



Если у вас много цифр и статистики, то инфографика в презентации должна стать для вас приоритетом.

Например, вот так можно отобразить информацию о количестве покупателей в "черную пятницу" и их среднем чеке.

Или вот так изобразить какие-то финансовые показатели:

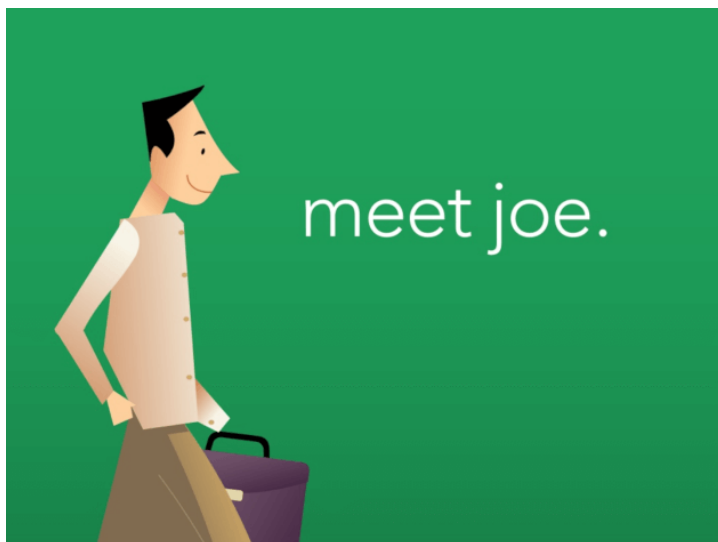


И вот еще один пример отличной визуализации данных с помощью иконок:

*Визуализация с помощью историй*  
Важно не только красиво рассказывать и показывать факты, но и "завернуть" их в историю.

Все больше компаний используют этот инструмент визуализации и стремятся распространить свою информацию более эффективно и гораздо быстрее.

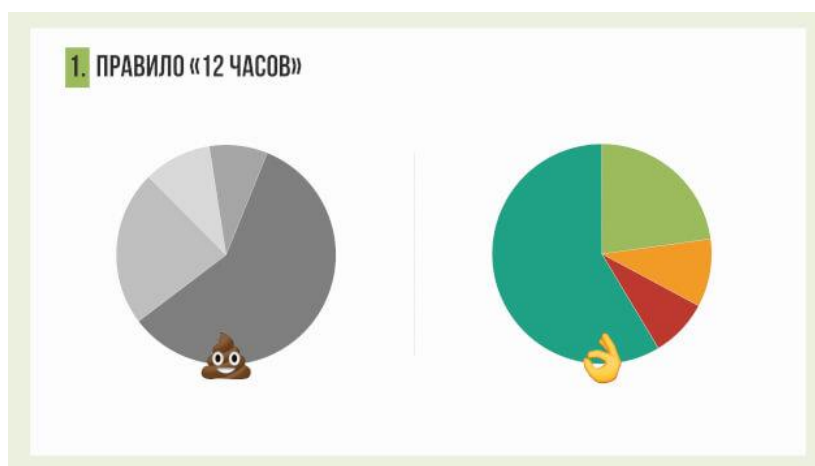
Теперь уже все чаще презентации начинаются именно так:



*Круговая диаграмма*

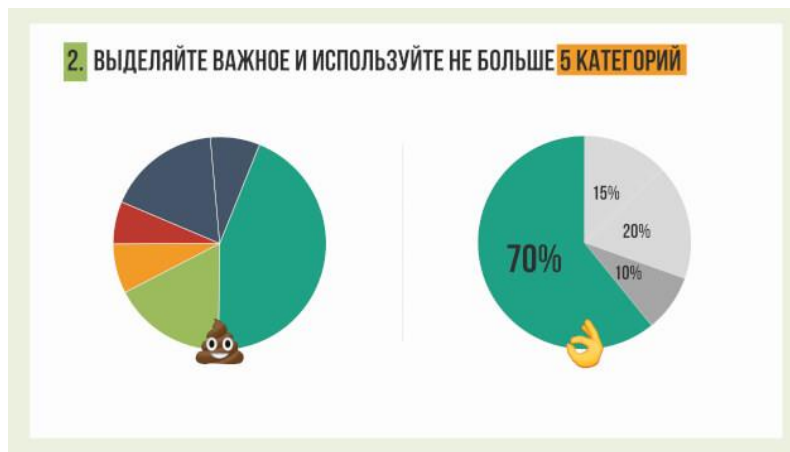
*Правило 12 часов*

Поверните диаграмму главным сегментом на 12 часов.



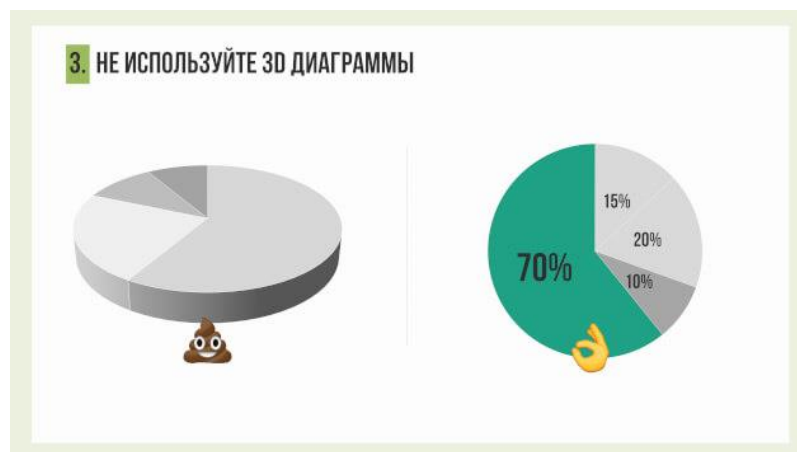
*Фокус на контраст*

Выделяйте главное контрастным цветом, дайте возможность аудитории сразу же уловить ваш вывод.



*Не используйте 3D*

Визуально углы диаграммы меняются и некоторые сектора становятся больше.



*Гистограмма*

Всегда фильтруйте данные от большего к меньшему, а если мы говорим о временном промежутке, то от прошедшего к настоящему. Именно так мы привыкли воспринимать информацию.

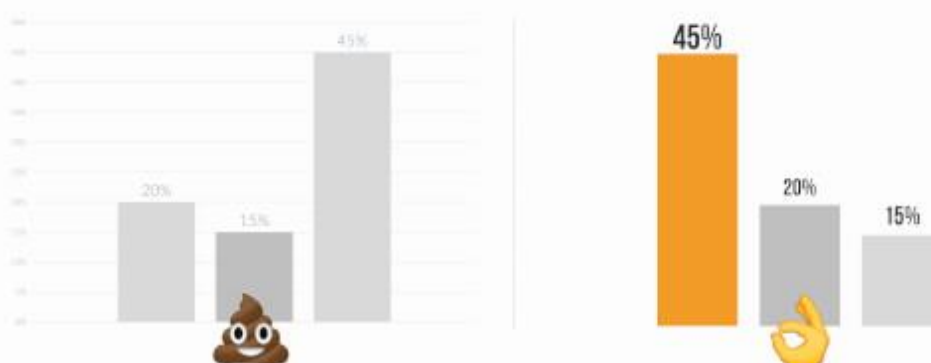
## 1. ПРИДЕРЖИВАЙТЕСЬ ЛОГИЧЕСКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ И КОНТРАСТА



*Или шкала, или подписи значений*

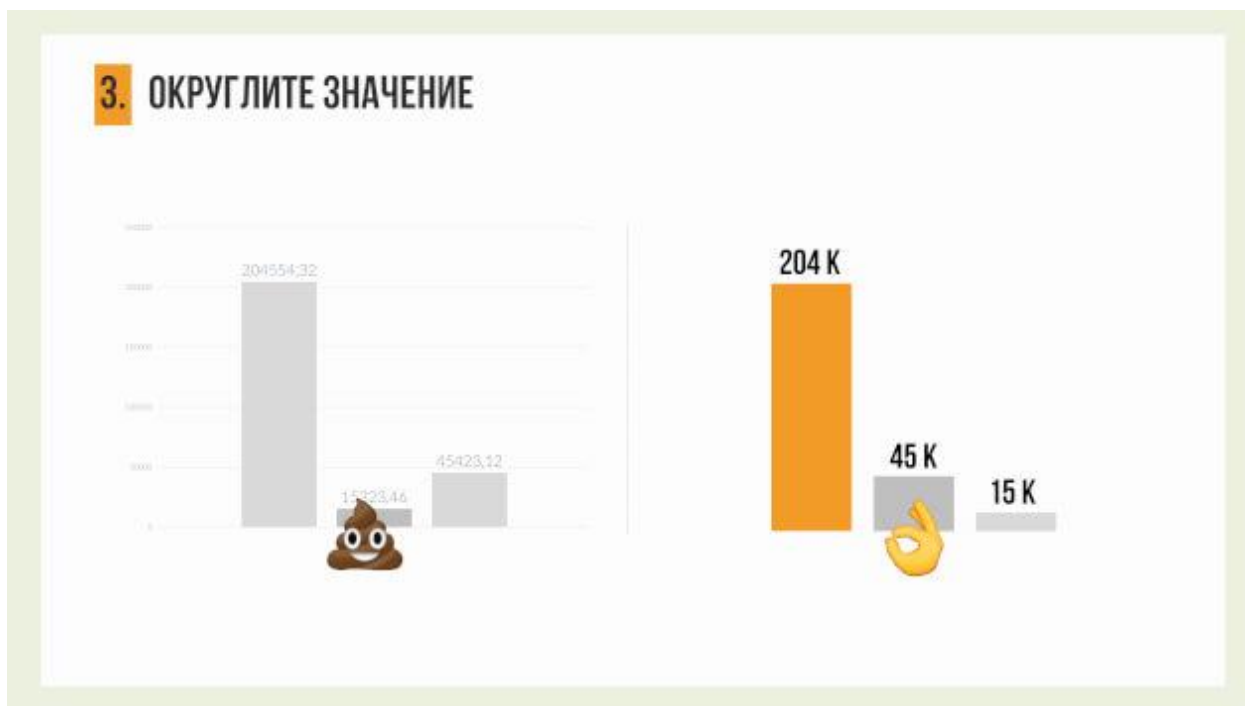
Не перегружайте график лишней информацией, остановитесь на чем-то одном.

## 2. ШКАЛА ИЛИ ПОДПИСИ ЗНАЧЕНИЙ



### *Округлите данные*

Когда вы показываете цифры, не обязательно фокусироваться на десятых и сотых — аудитория их просто не запомнит. Максимально упростите вашу информацию.



### *График*

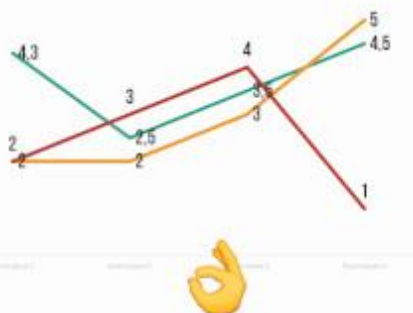
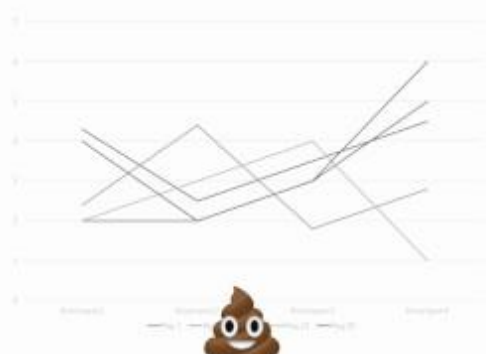
*Используйте максимум 4 графика*

Человеку сложно воспринимать большее количество — все данные начинают сливаться.

### ***Шкала или подпись***

Повторюсь, не перегружайте график, просто выберите, как вы будете показывать информацию: подписывать ее на самом графике или использовать шкалу.

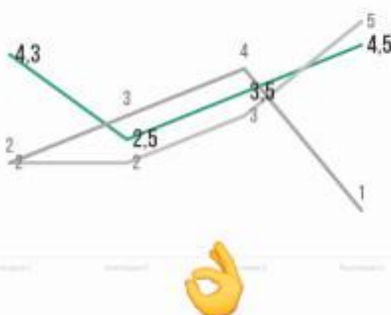
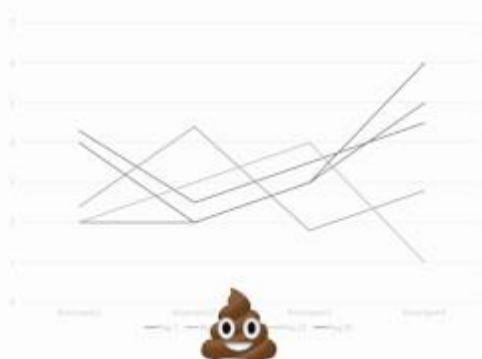
## 2. ШКАЛА ИЛИ ПОДПИСИ ЗНАЧЕНИЙ



Фокус

Любой график — это вывод, не забывайте его показывать

## 3. ВЫДЕЛЯЙТЕ ВАЖНОЕ



## Что делать с таблицами в презентации

Избегайте таблицы по умолчанию. Как правило, они сильно перегружены для человеческого глаза. Вот несколько универсальных принципов визуализации таблиц.

### Свободные границы

Таблицы должны быть простыми и стильными. Не используйте слишком яркие цвета, особенно для границ. Выбирайте для них тонкие светло-серые линии.

**1. НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЯРКИЕ ЦВЕТА ГРАНИЦ ТАБЛИЦЫ**

The image shows two side-by-side tables comparing different pricing plans. The left table has thick yellow borders, while the right table has thin gray borders. Both tables have the same content: headers for 'Basic Plan', 'Professional', 'Popular', and 'Xtreme', followed by rows for 'First Service', 'Second Service', 'Third Service', and 'Fourth Service', and a final row for prices: '\$9.99', '\$19.99', '\$49.99', and '\$79.99'. A poop emoji is placed below the left table, and a thumbs up emoji is placed below the right table.

| Basic Plan    | Professional   | Popular        | Xtreme         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| First Service | First Service  | First Service  | First Service  |
| -             | Second Service | Second Service | Second Service |
| -             | -              | Third Service  | Third Service  |
| -             | -              | -              | Fourth Service |
| -             | -              | -              | -              |
| \$9.99        | \$19.99        | \$49.99        | \$79.99        |

Сделайте цветную заливку для ваших заголовков таблицы, а все остальное оставьте без цвета.

Иногда если у вас много столбцов можно использовать светло-серый для контраста между ними.

## 2. СДЕЛАЙТЕ ТАБЛИЦУ «ЧИСТОЙ» И ПОНЯТНОЙ

| Basic Plan    | Professional   | Popular        | Xtreme         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| First Service | First Service  | First Service  | First Service  |
| —             | Second Service | Second Service | Second Service |
| —             | —              | Third Service  | Third Service  |
| —             | —              | —              | Fourth Service |
| —             | —              | —              | —              |
| \$9.99        | \$19.99        | \$49.99        | \$79.99        |



| Basic Plan    | Professional   | Popular        | Xtreme         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| First Service | First Service  | First Service  | First Service  |
| —             | Second Service | Second Service | Second Service |
| —             | —              | Third Service  | Third Service  |
| —             | —              | —              | Fourth Service |
| —             | —              | —              | —              |
| \$9.99        | \$19.99        | \$49.99        | \$79.99        |



*Цель каждой таблицы — это сравнение характеристик для разных категорий продуктов.*

Помогите вашей аудитории понять вывод, к которому вы пришли, что лучше выбрать в итоге.

## 3. СДЕЛАЙТЕ ВЫВОД И ПОКАЖИТЕ ЕГО

| Basic Plan    | Professional   | Popular        | Xtreme         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| First Service | First Service  | First Service  | First Service  |
| —             | Second Service | Second Service | Second Service |
| —             | —              | Third Service  | Third Service  |
| —             | —              | —              | Fourth Service |
| —             | —              | —              | —              |
| \$9.99        | \$19.99        | \$49.99        | \$79.99        |



| Basic Plan    | Professional   | Popular        | Xtreme         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| First Service | First Service  | First Service  | First Service  |
| —             | Second Service | Second Service | Second Service |
| —             | —              | Third Service  | Third Service  |
| —             | —              | —              | Fourth Service |
| —             | —              | —              | —              |
| \$9.99        | \$19.99        | \$49.99        | \$79.99        |



## Воронка

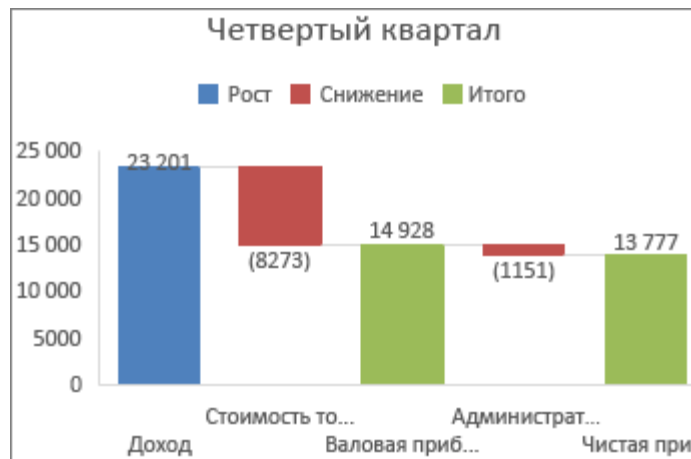
На воронкообразных диаграммах отображаются значения на разных этапах процесса.

Например, с помощью этого вида графики можно показать количество потенциальных покупателей на каждом этапе в канале продаж. Как правило, значения постепенно уменьшаются, так что полосы диаграммы визуально напоминают воронку.



## Каскадная диаграмма

Каскадная диаграмма показывает нарастающий итог по мере добавления или вычитания значений. Это помогает понять, как серия положительных и отрицательных значений влияет на исходную величину (например, чистую прибыль).



### *Диаграмма "Солнечные лучи"*

Идеально подходит для демонстрации иерархических данных. Каждый уровень иерархии представлен одним кольцом или кругом, а ее верхом является самый близкий к центру круг.

Диаграмма "Солнечные лучи" предназначена для того, чтобы показать, как одно кольцо разбивается на составляющие его фрагменты.



Таким образом, от представления информации может зависеть, достигнете ли вы своей цели или нет, поймет вас инвестор или руководитель. Иногда как раз правильная визуализация цифр напрямую связана с финальным исходом всей вашей презентации.



Техника кажется интуитивно понятной, однако приведенные ниже правила помогают существенно повысить ее эффективность.

- Пишите *одно* слово на одной ветви. Такой подход значительно экономит время и место и способствует лучшей читаемости карты. Это сначала кажется непривычным, — у вас может возникнуть опасение, что вы забудете остальные слова. На самом деле не забудете, если выберете в качестве ключевых слов наиболее характерные, яркие, запоминаемые, «цепляющие» слова.

- Располагайте лист горизонтально — такую карту будет удобнее читать.

- Пишите ключевые слова печатными буквами, черным цветом, как можно яснее и четче.

- Ключевые слова размещайте прямо на линиях, отображающих их взаимосвязь. Не заключайте их в какие-либо рамки. Пишите на каждой линии только одно ключевое слово.

- Длина линии должна быть равна длине слова — не делайте линии длиннее слов. Не прерывайте линий.

- Используйте разные цвета для основных ветвей, чтобы они не сливались визуально.

- Варьируйте размер букв в надписях и толщину ветвей в зависимости от степени удаленности от главной темы.

- Располагайте ветви равномерно — не оставляйте пустого места и не размещать ветви слишком плотно.

- Используйте рисунки и символы (как минимум — для центральной темы, лучше — для всех основных ветвей).

- Если вы рисуете сложную карту, есть смысл вначале набросать мини-карту с основными ветвями, чтобы определить структуру будущей карты, поскольку выбор основных ветвей влияет на организацию и читаемость карты.

Ментальные карты — это способ записи, альтернативный по отношению к тексту, спискам и схемам (например, «деревьям» или диаграммам связей). Главное отличие ментальных карт от других способов визуализации прежде всего тем, что ментальные карты *активируют память*. Списки, сплошной

текст, деревья и схемы однообразны. Ментальные карты, наоборот, используют все возможные способы, чтобы активировать восприятие посредством разнообразия: разная толщина линий, разные цвета ветвей, точно выбранные ключевые слова, которые лично для вас являются значимыми, использование образов и символов. Техника ментальных карт помогает не только организовать и упорядочить информацию, но и лучше воспринять, понять, запомнить и проассоциировать ее.

### *Когда использовать ментальные карты?*

1. В самообучении. Изучение любого материала может идти быстрее, если фиксировать основные мысли в форме ментальной карты. Даже если вы просто читаете книгу, сделайте ментальную карту, и вы увидите, насколько это удобный способ осмыслить прочитанное (не говоря уже о том, что эта карта может вам очень пригодиться, если вы впоследствии захотите быстро освежить в памяти содержание книги).

2. Для создания идей. Напишите задачу в центре и располагайте на ветках идеи или ассоциации, от них — следующие ассоциации, все время задавая себе вопрос, как это может решить вашу задачу.

3. Чтобы разобраться в новой области. Бывают ситуации, когда вы чувствуете, что тема ускользает от понимания. Напишите ее в середине и располагайте на исходящих из центра ветвях все, что к ней относится. Когда карта станет большой и хаотичной, перерисуйте ее, используя несколько основных ветвей в качестве структурных.

4. Чтобы представить большое количество информации в емкой форме. Вы можете делать это для большей наглядности, например в ходе презентаций, или для себя самого (например, чтобы не забыть что-то важное во время выступления).

### *Рекомендации*

Старайтесь получать удовольствие от самого процесса рисования ментальной карты. Сделайте свою карту красивой, ведь для этого ведь нужно

совсем немного — аккуратный текст печатными буквами, ровные линии той же длины, что и ключевые слова, разные цвета для ветвей, чтобы они не путались между собой, самые простые рисунки-символы, обозначающие важные для вас моменты... Разумеется, степень «красоты» может варьироваться в зависимости от задачи, однако не жалейте времени, особенно в начале освоения техники. После определенной практики его будет уходить совсем немного.

Интересный момент в ментальных картах — то, что они являются не только средством наглядного представления процесса нашего мышления, но и одновременно его диагностикой. Сама форма карты, то, как она визуально выглядит, многое говорит о вашем отношении к теме, о том, насколько понятны вам ее отдельные аспекты (представленные основными ветвями), о вашем способе восприятия этой информации.

Очень рекомендуем начать с рисования ментальных карт руками. Для начинающих кажется быстрее и легче воспользоваться компьютерными программами, но это не дает ни навыков самого майндмэппинга, ни полезного эффекта организации собственного мышления в процессе этого. Программа для построения ментальных карт никогда не позволит вам нарисовать неправильно закомпонованную карту, и это на самом деле проблема, потому что, думая за вас, она лишает вас возможности диагностировать свое мышление. Дело в том, что благодаря рисованию руками Вы можете наглядно увидеть, как и насколько эффективно организовано Ваше мышление по какой-то теме.

### *Принципы*

Если обобщить приведенные выше рекомендации и правила, то в их основе лежат несколько принципов:

- Ментальная карта должна активировать восприятие и память.

- Стремление к большей четкости и удобочитаемости карты дает больше осознанности в мышлении.

- Анализ уже нарисованной вами карты дает подсказки к «устройству» вашего мышления по теме.

Идея ментальных карт основывается на сходствах между изображением процесса мышления при помощи ментальной карты и устройством человеческого мозга: во-первых, ментальная карта имеет, как и нейрон, радиальную структуру, а во-вторых, мысли на физическом уровне отображаются как «деревья» биохимических импульсов.

### **Интерактивные презентации.**

*Интерактивная презентация* — это диалог между компьютером и человеком, в котором человеку предоставляется возможность искать и находить для себя информацию самостоятельно, по мере необходимости. Все интерактивные авторские и презентационные программы имеют общее свойство: они управляются событиями. Это означает, что, когда происходит некоторое событие (нажатие клавиши, позиционирование курсора на экранный объект), программа в ответ выполняет соответствующее событию действие. Другой отличительный признак интерактивной презентации — это заложенное в ней свойство увлекать пользователя и поддерживать в нем интерес к представляемому материалу. Лучшие интерактивные презентации содержат элементы неожиданности, которые способствуют стимуляции интереса пользователя к дальнейшим исследованиям. Порции информации могут быть представлены самыми разнообразными способами: графически, в текстовом виде, с помощью анимации или видеоклипов, путем зачитывания текста "от автора" и использования звуковых эффектов, и их различных сочетаний.

## *Торговая презентация*

Конечно, главный момент во взаимодействии покупателя и торгового представителя — это презентация. Если рассматривать личные продажи как межличностное взаимодействие, то презентация должна отвечать потребностям и ожиданиям потенциального клиента.

Кроме того, теория коммуникации описывает характерные черты эффективной торговой презентации.

Качество торговой презентации — это фактор, значимый, как для обеспечения благоприятного первого впечатления, так и для стимулирования к совершению покупки. Теория коммуникации гласит, что торговый представитель должен сначала возбудить интерес и выявить потребности покупателя, а затем показать, каким образом предлагаемый продукт может удовлетворить эти потребности. Он должен сначала изложить покупателю аргументы в пользу покупки, а обсуждение «негативных» моментов, таких как цена, приберечь для последнего этапа презентации. Если это возможно, торговый представитель должен добиться от покупателя, чтобы тот принял обязательства на ранних этапах процесса принятия решения. Для этого нужно, чтобы покупатель сначала принял ряд второстепенных решений, а потом согласился с утверждениями о ценности продукта.

Пример набора слайдов торговой презентации.

Преимущества ПВХ-плитки

- Безупречный стиль и комфорт
- Идеальный выбор для любых комнат
- Легкая укладка
- Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый
- Легкая уборка
- Укладка на любое основание

Безупречный стиль и комфорт

Вдохновляйся природой, имитирующей идеальную природную поверхность, которую практически невозможно отличить от натурального дерева или камня.

Создай уютную атмосферу в своем доме, используя ПВХ-плитку. Благодаря современным технологиям, покрытие имеет идеальную структуру, которая создает ощущение тепла и комфорта.

Преимущества ПВХ-плитки

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Подобрав идеальную ПВХ-плитку, вы сможете создать уютную атмосферу в своем доме. Благодаря современным технологиям, покрытие имеет идеальную структуру, которая создает ощущение тепла и комфорта.

Легкая уборка

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Легкая укладка

Преимущества ПВХ-плитки

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Красивый интерьер начинается с любой основы

Преимущества ПВХ-плитки

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Glue. Укладка на чистый и ровный пол

Преимущества ПВХ-плитки

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Ambient

Преимущества ПВХ-плитки

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

Укладка на любое основание

Укладка на любую поверхность

Создай свое собственное жилое пространство

Экологичность

Безупречный стиль и комфорт

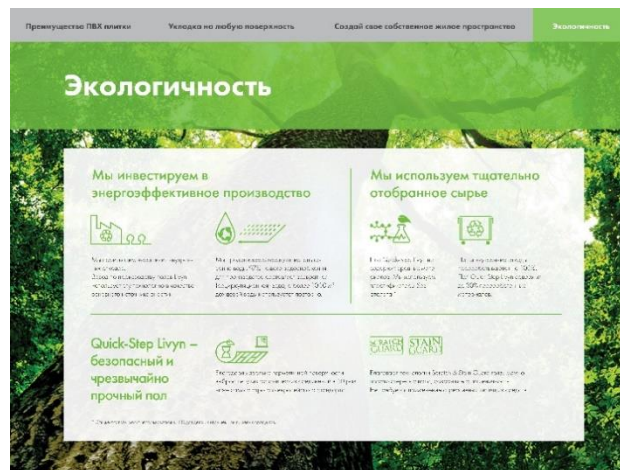
Идеальный выбор для любых комнат

Легкая уборка

Теплый, тихий, мягкий, водонепроницаемый

Легкая укладка

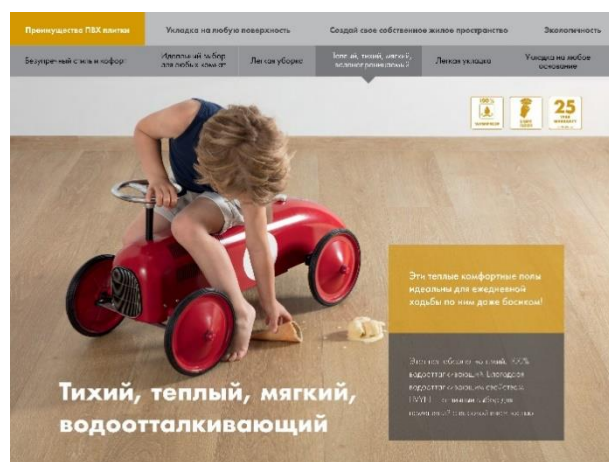
Укладка на любое основание



## Мотивационная презентация

Само по себе понятие “мотивационные презентации” можно интерпретировать по-разному. Для кого-то это презентации для поднятия духа, для стимулирования человека к достижению чего-то. В целом так оно и есть. Главное не путайте это со школьными презентациями о теориях мотивации!

В маркетинге мотивационные презентации направлены на то, чтобы с помощью ораторского искусства и сопроводительных визуальных материалов сформировать в человеке интерес, а потом и потребность в том, чтобы купить определенный продукт, последовать какой-то идее.



Еще в 1930 году американский профессор Элан Монро разработал стратегию, которая используется для мотивационных выступлений до сих пор. За основу было взято древнегреческое ораторское искусство. На базе этого им было придумано 5 простых шагов для стимулирования интереса у аудитории к вашей презентации.

*ШАГ ПЕРВЫЙ: внимание.*



И не просто внимание! Старайтесь поддерживать диалог и убедитесь, что аудитория говорит об одном и том же и плывет по течению вместе с Вами. Важно не только следить за концентрацией внимания слушателей, но и стараться быть с ними на одной волне.

*ШАГ ВТОРОЙ: актуальность.*

Объясните слушателям, почему Ваше выступление необходимо им. И не просто необходимо, а важно для них здесь и сейчас! Изъясняйтесь простым языком, но аргументируйте свою позицию. Актуальность – это то, что люди понимают как важность для себя в данный момент времени, и от этого зависит, сколько времени и внимания они готовы потратить на ваше выступление. Помните, что главное – понимание.

Объяснение актуальности уже настраивает аудиторию на определенный мотивированный лад. Они становятся более разговорчивыми, особенно если понимают, что разговор идет об их интересах или нуждах. Чтобы наладить контакт, установить позитивную атмосферу и убрать возможное напряжение пробуйте заставлять людей соглашаться с Вами: говорите очевидные вещи, предугадывайте то, что они хотят услышать.

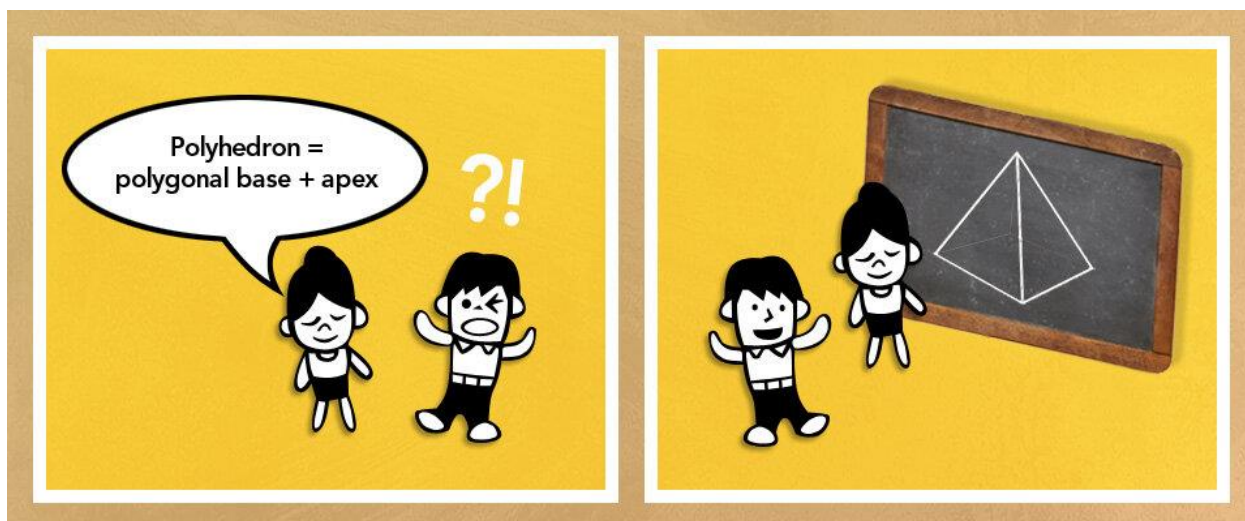
*ШАГ ТРЕТИЙ: удовлетворение потребности.*



Теперь, когда Вы заинтересовали аудиторию, и она готова выйти на контакт. Предложите им Ваш продукт, как решение некой проблемы, о которой Вы могли говорить при объяснении актуальности. Помните, что перед Вами аудитория, которая доверяет Вашим словам. Она готова помочь в решении какой-то задачи, теперь важно убедить её, что этим самым решением является Ваш продукт, идея или услуга.

Четко сформулируйте то, что требуется от слушателей. Если ранее вы использовали факты, статистику или другую подобную информацию, то на этом этапе следует объяснить, как Ваше решение поможет изменить действующую ситуацию. То, что это произойдет в интересах аудитории, при правильных действиях было уже сказано на предыдущем этапе.

Помните, что решение проблемы – центральный элемент любой подобной презентации. Это то, что вы предлагаете или продаете. Если вдруг такого решения нет, или оно не сформулировано – ни в коем случае не



разочаровывайте аудиторию, говоря им об этом. Предложите им поучаствовать. Организуйте обсуждение. На этом шаге очень важно дать высказаться слушателям, чтобы они почувствовали определенное удовлетворение от участия в процессе. Это усилит их стимул и подогреет интерес к Вашему выступлению.

#### *ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ: визуализация.*

Нужны ли графические и другие визуальные материалы в презентации? Ведь все известные гениальные ораторы прошлого прекрасно справлялись и без них. Цицерон на римском форуме, речь Мартина Лютера Кинга о гражданских правах, инаугурация Джона Кеннеди... Примеров множество и ни в одном из них – ни одной картинки!

Ответ найдем в известной поговорке “Картина стоит тысячи слов”. НР выпустила отчет под названием The Power of Visual Communication («Сила визуальной коммуникации»). В нем компания, ссылаясь на девять источников, делает интересный вывод о том, что визуальная коммуникация по воздействию сильнее вербальной, поскольку люди усваивают и запоминают информацию, представленную визуально, намного лучше, чем вербальную.

На данном шаге необходимо в красках обрисовать результаты Вашего решения, описывайте его эффективность, расскажите о позитивных

изменениях, которые принесет ваш продукт или идея. И обязательно скажите, что будет, если это проигнорировать!

*ШАГ ПЯТЫЙ: призыв к действию.*



Финальный этап презентации, который часто пропускается. И пропускается зря: зачем же организовывать встречу, готовить информацию, выступать с идеей, увлекать аудиторию, если не призывать их в итоге к действию?

Часто ошибочно предполагается, что в результате всех предыдущих шагов, люди сами поймут, что пора что-то делать. Начальство, например, зачастую считает, что достаточно предоставить сотрудникам данные, и они начнут работать. Но это не так. Люди устроены по-другому и надеяться на понимание Вашей мысли, продолжение Ваших идей не стоит – слишком уж неблагодарная затея.

Поэтому в завершении выступления сообщите слушателям о том, чего Вы от них ждете. Помните, что цель презентации – расшевелить аудиторию, склонить их к определенному действию. Этого можно достичь и личным примером: описать свои будущие шаги, задать организационный шаблон. Здесь снова требуется быть предельно прямолинейным и ясным.

Важно не совершать ошибок в конце, не переборщить с эмоциями и избегать негатива.

Весь запал от вашей презентации угаснет, как только человек поймет, что не знает, куда двигаться. Дайте направление, поставьте цель, расшифруйте действия.

И не забудьте сказать: “Спасибо за внимание!”.

*Брифинг* это короткая пресс-конференция, целью которой часто является небольшое по времени, но важное по значимости заявление, иногда без последующих вопросов от журналистов, а иногда при минимальном их количестве.

Слово «brief» в переводе с английского, собственно, и означает «краткий», а в качестве глагола его можно перевести как «оповещать». Брифинги часто устраиваются после саммитов, а также в связи с какими-нибудь чрезвычайными происшествиями.

Обучающие презентации. Применяются преимущественно в сфере образования: во время изложения нового материала, для контроля знаний учащихся, при самостоятельном освоении учебного материала обучающимися и в других учебных ситуациях.

*Пример обучающей презентации*

# САМАЯ ЛУЧШАЯ ПРЕЗА

ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ В СЛАЙДАХ

## ВЫБЕРИ ОРИГИНАЛЬНЫЙ ФОН

Покажи всем, что у тебя есть фантазия!  
Черным по белому пишут скучные дураки.  
А ты не такой.

## ПОИГРАЙ СО ШРИФТАМИ

Комбинируй Times New Roman и Comic Sans.

Почаще меняй **КЕГЕЛЬ**, **начертание**,  
и **расстояние между символами**.

## ЭТО ВСЕ, СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

## ЭТО ВСЕ, СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Уловил? К черту логичную структуру!

## К ЧЕРТУ ЛИНЕЙКИ И НАПРАВЛЯЮЩИЕ!

Можно подумать,  
ты на глаз не видишь...

## ДОЛОЙ НОМЕРА СЛАЙДОВ И ГИПЕРССЫЛКИ!

Не стоит подсказывать короткий путь к нужной информации.  
Пусть все еще раз заценят твою презу целиком.

## СДЕЛАЙ ВЫКЛЮЧКУ ПО ФОРМАТУ

Так текст будет смотреться  
ровнее и читабельнее.  
Красиво, правда?

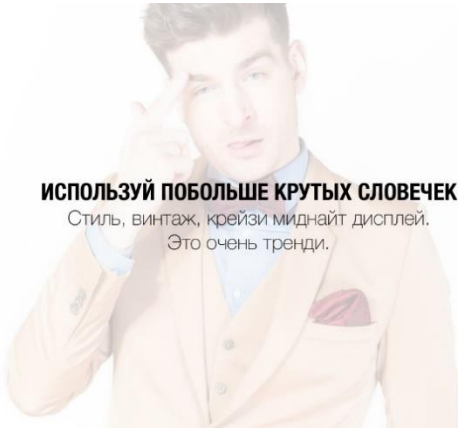
### БЕЗ КАРТИНОК НЕ ОБОЙТИСЬ?

Выбери что-нибудь оригинальное.  
Возьми наименьшего размера, чтобы преза не весила гигабайт.  
И уважай чужой труд – оставь вотермарк фотохостинга.



### ИСПОЛЬЗУЙ ПОБОЛЬШЕ КРУТЫХ СЛОВЕЧЕК

Стиль, винтаж, крейзи миднайт дисплей.  
Это очень тренди.



### ЗАПОЛНЯЙ ТЕКСТОМ ВЕСЬ СЛАЙД

Удали со слайда все картинки. Ты же не в детском саду, ей-Богу! К тому же, слушатели могут подумать, что ты просто схалтявил, и поэтому принес не презентацию, а комикс какой-то. Да и тебе же проще – записал весь текст на слайд, и стоишь читаешь. Забей на то, что аудитория сама видит текст. Люди любят, когда им читают. Вспомни себя в детстве. Мама тебе сказку читает, а ты довольный такой засыпаешь. Главное, не сталкивайся ни с кем взглядом, это может напугать или вызвать агрессию. Лучше развернись спиной к аудитории и смотри на свой слайд. Как он прекрасен! Так ты поставишь себя на место слушателя и сможешь как бы слиться с ним воедино. Ну, это, как бы, в смысле, типа, как сказать,

### СТАВЬ ТОЧКИ ПОСЛЕ ЗАГОЛОВКОВ.

но на некоторых слайдах можно начинать предложения со строчной буквы или отказаться от знаков препинания  
это твой стиль твоя преза

## ПОБОЛЬШЕ АНИМАЦИИ СЛАЙДОВ!

Вращения, затемнения, вот это все.  
Покажи зрителю настоящее шоу!

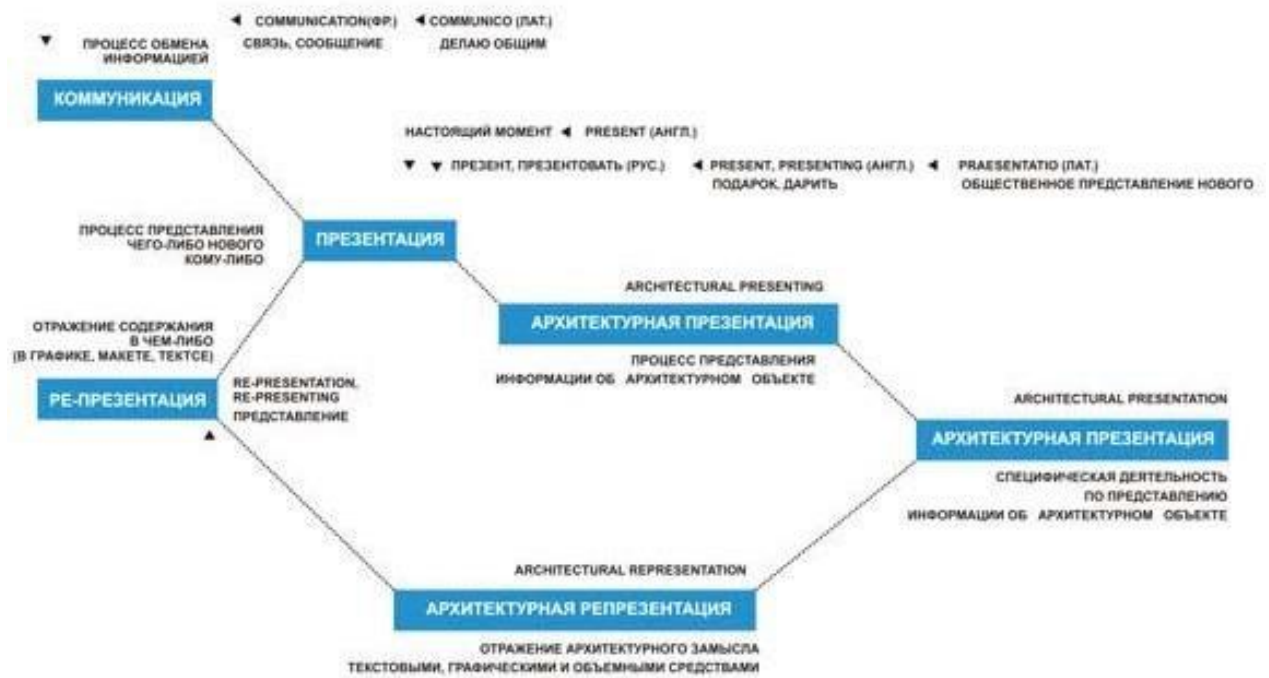


## Презентации объектов архитектурной среды.



В архитектурную литературу понятие «презентация» стало входить во второй половине XX века и использоваться для описания процесса представления архитектурных проектов. В литературе по архитектуре термин «презентация» («presentation») используется в разных контекстах «как процесс коммуникации идеи архитектора, концепции и намерения» или как комплекс, формируемый для продажи архитектурного проекта - «selling package». Попытка специального научного определения архитектурной презентации среди зарубежных авторов представлена в научном исследовании С.Я. Ислеевой. Автор определяет архитектурную презентацию как «совокупность графических, объемно-пространственных и речевых способов представления информации о проекте для потребителя».

Архитектурная презентация — это специальная область архитектурной деятельности по подготовке и представлению целевой аудитории информации об архитектурном проекте, объекте или творчестве архитектора (архитектурной компании) в графической, объемной или вербальной форме.



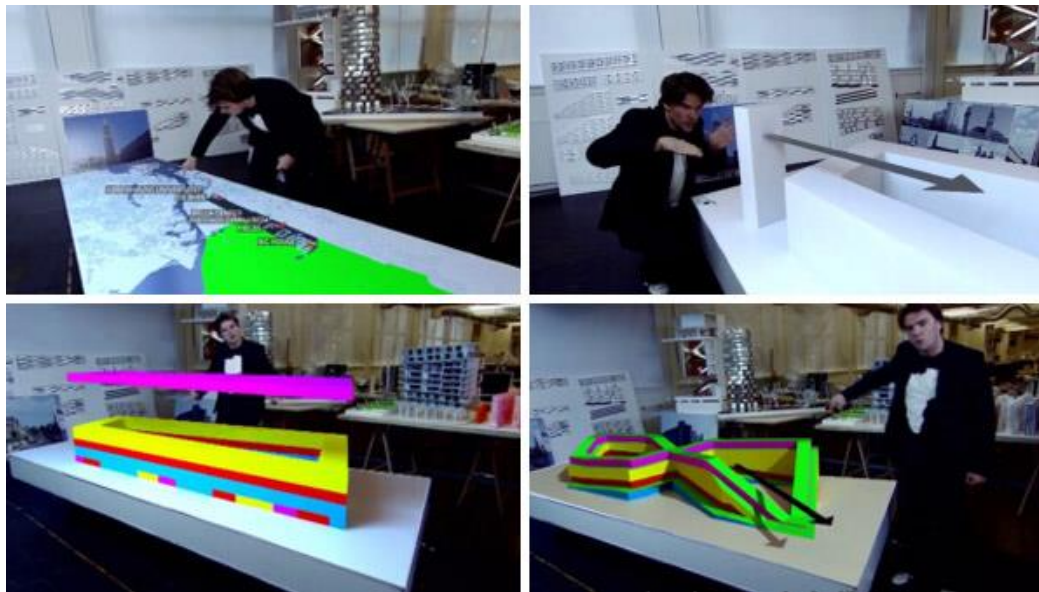
*Как архитектор может использовать видео для презентации проекта?*

В 2014 году Бьярке Ингельсу, основателю бюро BIG, исполнилось 40 лет. По архитектурным меркам его всё еще можно назвать молодым архитектором, хотя для большинства он уже давно вошел в сакральный круг звездных архитекторов. Такая популярность пришла к датскому архитектору не только благодаря его проектам, но и, в том числе, манере презентации своих идей.



## 8 House

2009 год. Бьярке Ингельс, уже прогремевший на весь мир жилыми домами VM и Mountain Dwelling, разрабатывает со своим бюро новый проект — 8 House — самый крупный жилой комплекс Дании. Вместо традиционной к тому времени 3D-анимации, архитектор сам появляется в кадре и, легко управляясь с виртуальными объемами здания, рассказывает о концептуальной стороне проекта.



Хоть видео уже более шести лет, оно до сих пор выглядит очень современно. Наверное, поэтому архитекторы студии снова решили вернуться к этому приему для рассказа об одном из последних своих проектов — жилого дома в Ванкувере.



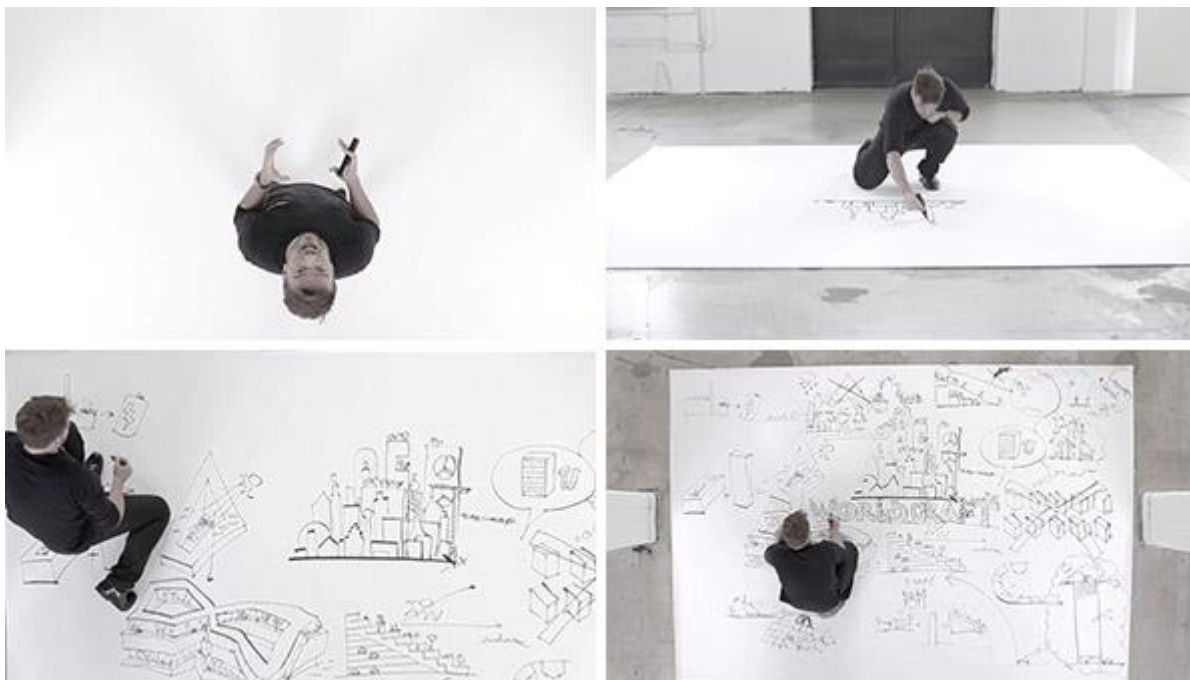
### Mountatin Dwelling

В тоже время как проектировался 8 House, режиссер-документалист Каспар Шродер (Kaspar Astrup Schröder) начал снимать фильм о Mountatin Dwelling. Видео интересно тем, что в отличии от стандартных архитектурных съемок, которые часто бывают довольно унылыми, режиссер вводит второй параллельный сюжет — в фильме два любителя паркура исследуют жилой дом через свои трюки и прыжки, добавляя дополнительную динамику объекту.



## Worldcraft

На этом сотрудничество Ингельса и Шродера не закончилось. В сентябре прошлого года в рамках проекта Future of Storytelling был опубликован ролик, где архитектор с помощью маркера и огромного листа бумаги за 6 минут в схемах и зарисовках рассказывает о своем видении архитектуры.



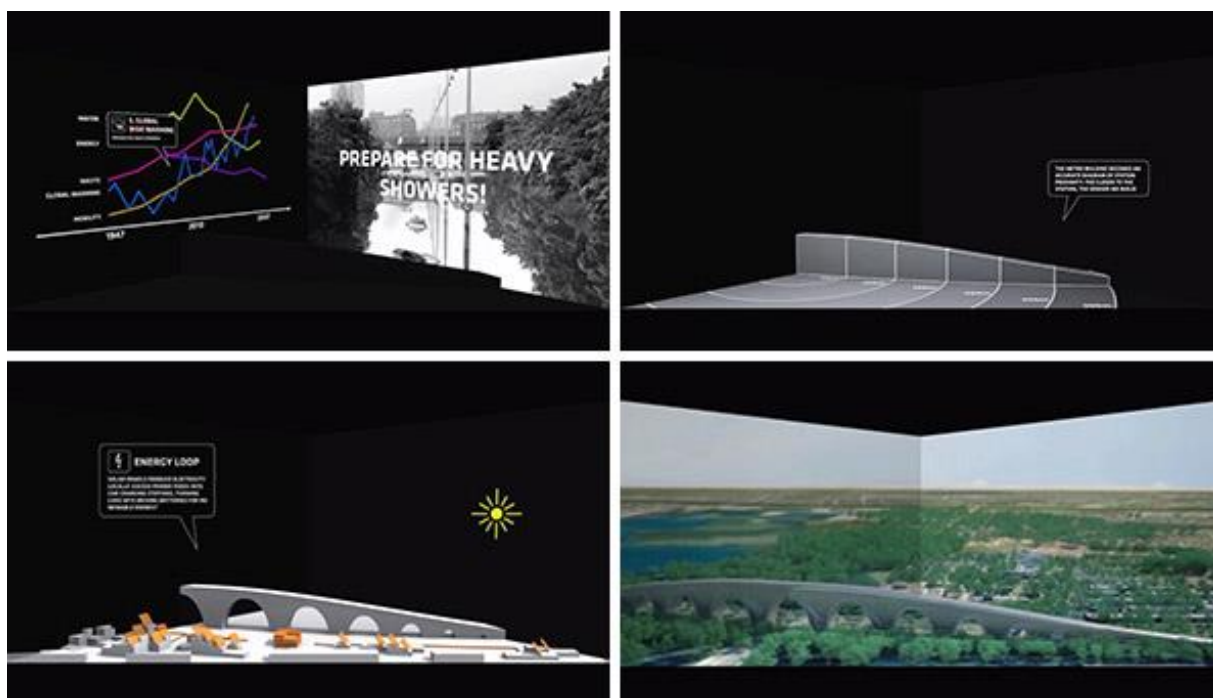
## ЭКСПО 2010

Для ЭКСПО в Шанхае 2010 года BIG разрабатывали павильон Дании, который должен был рассказать о велосипедной культуре страны. В итоге из павильона получился велосипедный маршрут, интересно завернутый в объем на подобие



цилиндра. Презентовать объект архитекторы решили на велосипеде, проехавшись по всему детально спланированному маршруту.

## LOOP CITY

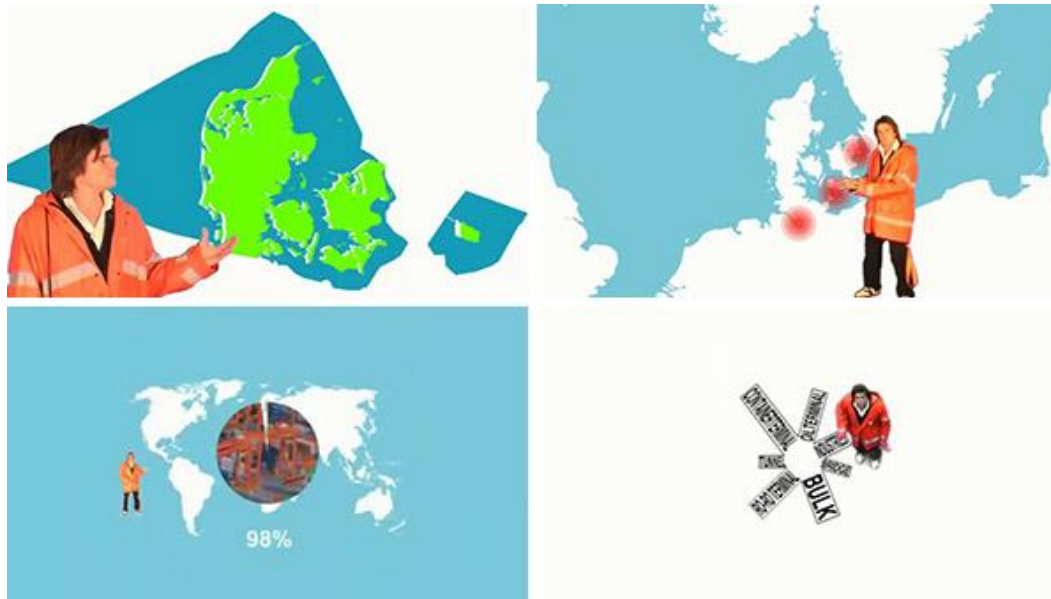


На фасадах видео-технологии используются пока не так часто, зато в интерьере видео быстро вошло в обиход, особенно в рамках выставок и экспозиций. Пока другие архитекторы всё еще соревновались в компоновке планшетов, в BIG для Венецианской Бьеннале разработали видео-презентацию проекта новой ветки метро Копенгагена.

При этом получилась не банальная проекция на противоположной стене, а самодостаточный объект. Две стены формируют пространство, внутри которого размещается главный элемент — фрагмент моста. По ходу видео мост превращается то в часть диаграммы, то в схему, то просто сливается с фоном.

## Super Port

В 2003 году для проекта Super Port Ингельс вошел в кадр в форме портового работника. Искусственный Остров в виде семи-конечной звезды должен был разгрузить морские порты Дании, но так и остался на полке. Зато тогда еще начинающий архитектор смог опробовать новые визуальные приемы.



## Dryline

В Нью Йорке уже есть парк High Line, планируется также построить Lowline — первый в мире подземный парк, а BIG предложили Dryline — 16 километров общественных пространств на набережной Манхэттена, которые должны служить в том числе и защитным экраном от разрушительной силы будущих ураганов.



Прямо на видео существующий ландшафт трансформируется в новые общественные зоны. Всё это сопровождается живой графикой и чередуется с опросами местных жителей, которым пририсовывают то инопланетян, то маску с трубкой для подводного плавания. В итоге всего за три минуты в веселой манере объясняется концепция серьезного проекта без лишних описаний и слайдов.

### Вопросы по 1 главе

1. В чем заключается идеология презентаций?
2. Что такое флеш анимация?
3. Составление презентаций по ментальным картам. Основные особенности
4. Презентации объектов архитектурной среды. Методы презентаций

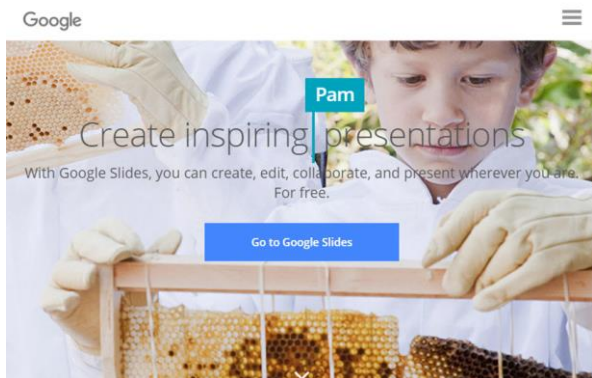
## 5. Применение метода сторителлинга

### Глава 2

#### **Популярные программные продукты и интернет ресурсы, которые используются при создании презентаций разных видов.**

Когда приходится выбирать software для презентаций, есть много вариантов, помимо PowerPoint. Вот список некоторых из лучших альтернатив PowerPoint со своими особенностями в каждом:

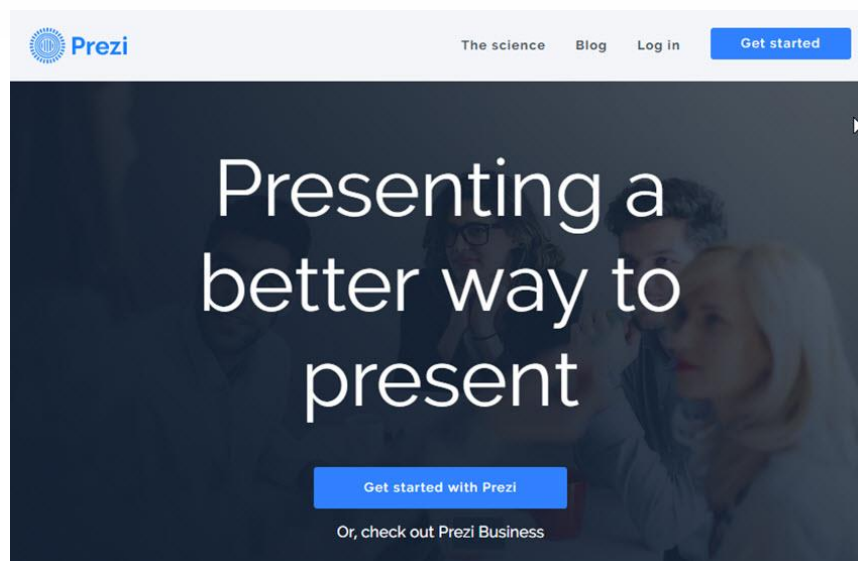
**Google Slides** Если у вас есть учётная запись Google, вы можете использовать Google Slides.



Google Slides является одной из самых популярных альтернатив для презентационного software PowerPoint в 2017 году. Он доступен, когда вы регистрируете учётную запись Google в рамках Google Drive. Количество потенциальных пользователей Google Slides огромно: любой, кто имеет учётную запись Google может бесплатно получить доступ к основным функциям Google Slides.

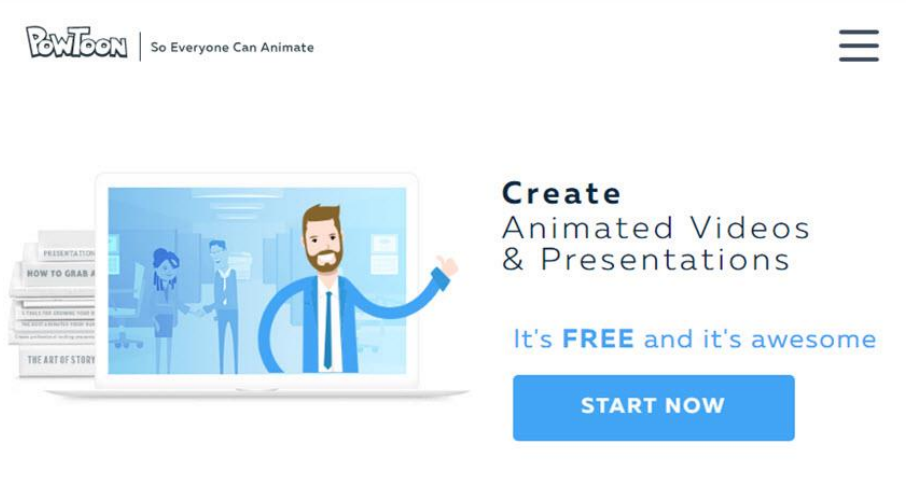
Совместное использование в Интернете - одна из сильных сторон Google Slides, поскольку это облачный инструмент. Вы можете легко использовать его для совместной работы в реальном времени или публикации слайд-шоу онлайн. Он работает на ПК, Mac или даже мобильном устройстве, если есть подключение к Интернету. Google slides предлагают широкий спектр инструментов форматирования и специальных эффектов.

## Prezi



Популярная альтернатива PowerPoint, Prezi рассматривает себя как презентационный ресурс. Вместо слайдов вы используете холст для создания своей презентации. Он нелинейный, поэтому вы можете сразу просмотреть всю презентацию или увеличить масштаб в определённых местах. Нелинейный подход делает его идеальным для менее формальных презентаций общения. Как и многие другие пакеты software для презентаций, Prezi может работать на любой платформе. Вы можете сотрудничать online и публиковать в Интернете.

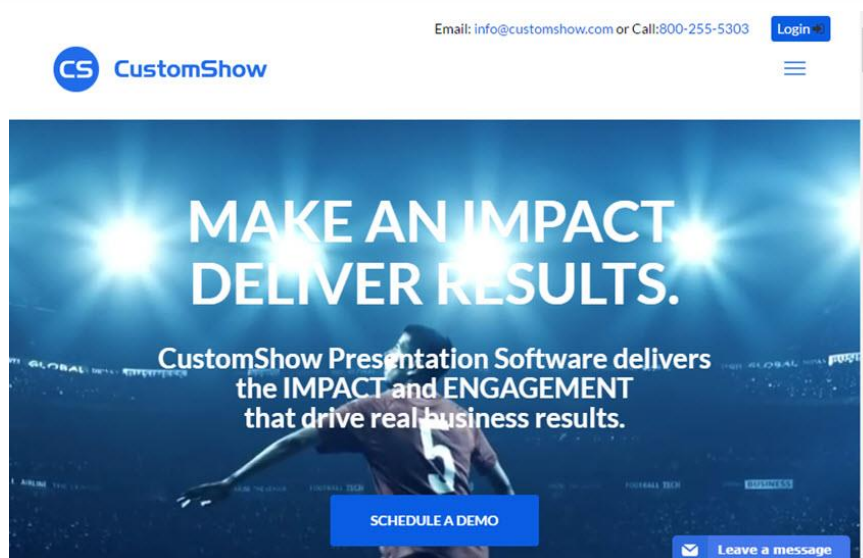
## PowToon



Используйте PowToon для создания анимированных презентаций и коротких видеороликов.

PowToon специализируется на создании анимированных презентаций и коротких видеороликов. Сотрудничайте с другими, чтобы создать свою собственную анимационную презентацию. Вы можете использовать этот инструмент для создания анимированных графиков и диаграмм. Воспользуйтесь их бесплатной библиотекой музыки и стилей. Их шаблоны работают «перетаскиванием» для удобства использования. Специальные цены доступны для студентов и для работы в классе.

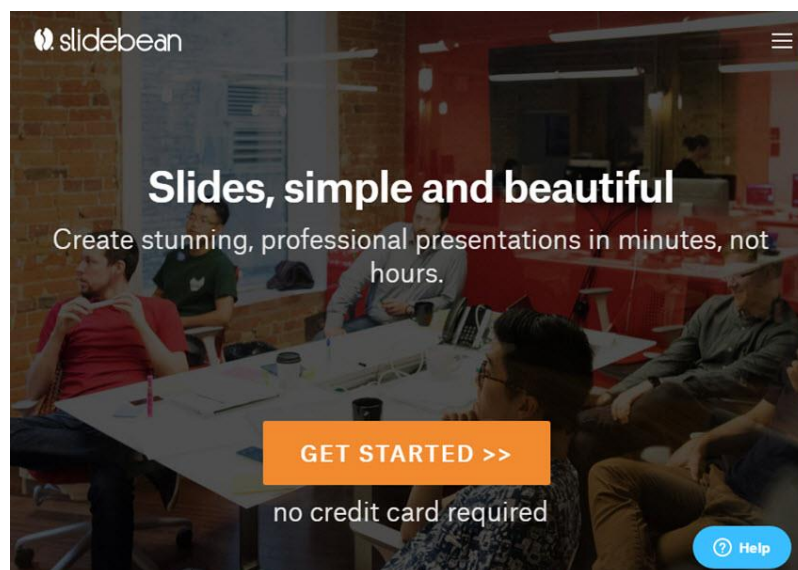
### CustomShow



### **CustomShow интегрируется с Salesforce.**

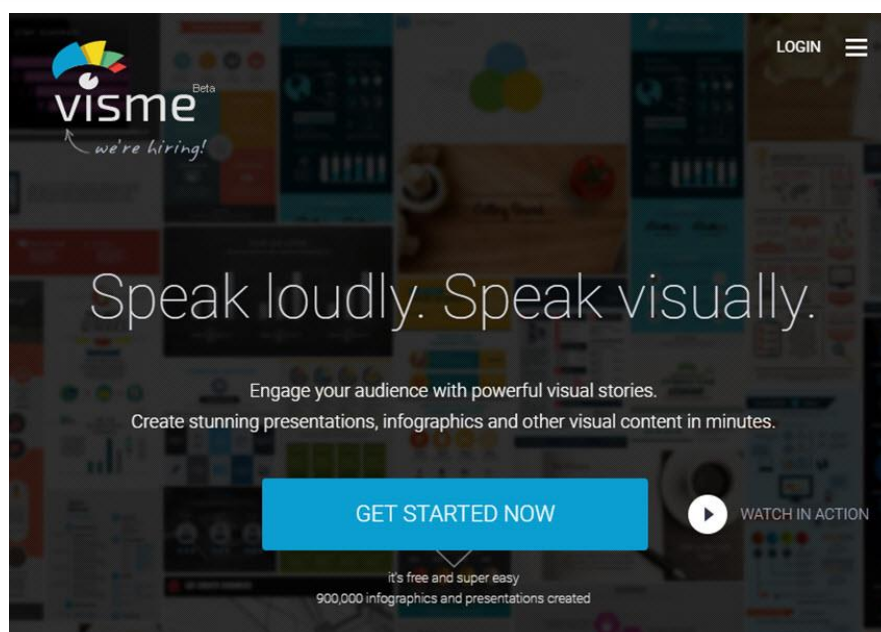
CustomShow предназначен для B2B продаж и презентаций по маркетингу. Это облачное приложение, которое позволяет создавать и предоставлять презентации в online с использованием самых разных платформ, с сотрудничеством в реальном времени. Это позволяет вам создавать библиотеку слайдов, которую ваша команда может настраивать по мере необходимости. Особенностью, которую оценят профессионалы в области маркетинга, является интеграция с Salesforce.

## Slidebean



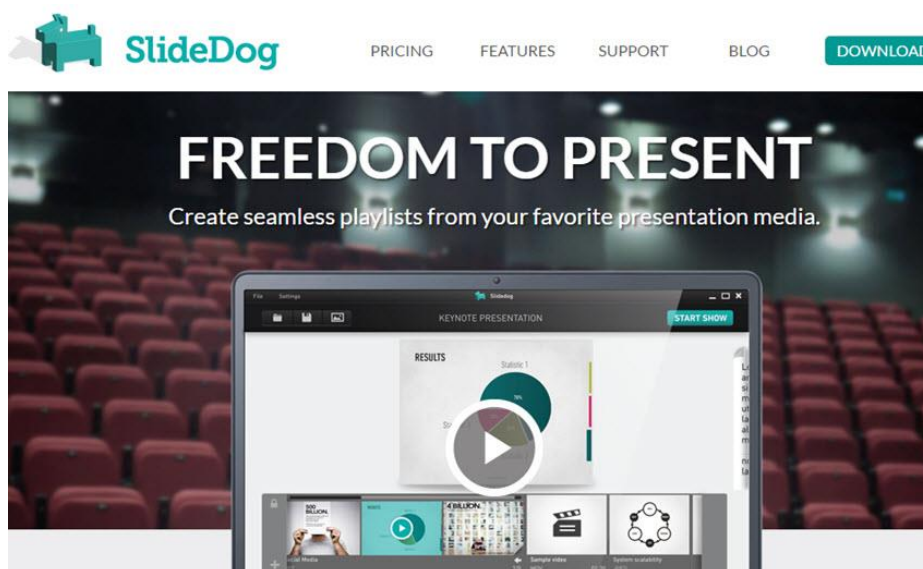
Slidebean - ещё один маркетинговый инструмент для презентации. Дополнительным преимуществом этого software презентаций является возможность консультации с их дизайнерами, чтобы получить советы и рекомендации для премиум-пользователей. Премиум-пользователям назначается специальный агент поддержки для ответов на вопросы. В Slidebean имеются инструменты, позволяющие отслеживать, кто просматривает ваши презентации, и определить, насколько они заняты.

## Visme



Можно использовать Visme не только для презентаций, но и для создания других типов визуального контента, в том числе инфографики, отчётов, проекций и другого. Поделитесь своими презентациями в Интернете или загрузите их в офлайн-режиме. Инструмент имеет возможность анимировать объекты, добавлять ссылки, всплывающие окна и переходы. Скидки предоставляются студентам и преподавателям, а также некоммерческим организациям.

### SlideDog



Используйте SlideDog для объединения различных типов мультимедиа в презентацию.

Этот инструмент презентации позволяет вам объединять различные типы медиа в презентацию. SlideDog поддерживает широкий спектр типов файлов, включая PowerPoint, PDF-файлы, Prezi, видео (включая YouTube), файлы изображений, веб-страницы, файлы Microsoft Word и Excel. Это хороший вариант, если ваши презентации опираются на материалы из многих источников. Этот инструмент поддерживает живой обмен материалами и интерактивные опросы аудитории.

## Genially



### **Genially нацелен на интерактивные эффекты.**

Genially полезный инструмент для создания визуальных медиа, таких как презентации, инфографика, mind maps и многое другое. Основа Genially - интерактивность, и почти всё, что создано с его помощью, интерактивно. Он поддерживает сотрудничество и анимацию в реальном времени. Кроме того, статистика помогает определить эффективность вашей презентации.

## Emaze



Emaze - это online приложение для создания презентаций в браузере.

Emaze легко пользоваться. Это интерактивное приложение для создания презентаций в браузере, которое имеет различные инструменты для создания профессиональных презентаций. Он работает в самых разных браузерах на Mac или ПК. Может работать со смартфонами. Специальные эффекты включают 3D Zoom и видео-фон. Есть скидки для студентов, преподавателей и некоммерческих организаций

**Современные технические средства презентаций. Аксессуары средства визуализации, аудио- и видеоустройства. (указки, презентёры/кликеры, экран, прозрачный сенсорный экран, интерактивный дисплей, монитор-компьютер, проекторы, осветительное оборудование, разновидности видеокамер, типы микрофонов и т.д.)**

Основная задача любой презентации - качественно и доступно передать нужную информацию большому числу слушателей. При проведении различных встреч, пресс-конференций, презентаций - презентационное оборудование помогает легко и эффективно иллюстрировать высказываемую выступающим мысль, сопровождая ее тщательно подобранным аудиовизуальным или видеорядом. Особенно это важно, когда анализируется большой объем данных или, используются различные носители информации.

Современное и профессиональное презентационное оборудование позволяет оперативно решить все проблемы, возникающие при проведении презентаций.

Оборудование для презентаций делится на 2 основных вида:

- Стационарное использование. Оборудование, устанавливаемое для постоянного пользования в специальных комнатах или залах (как пример отдельно выделенные конференц - залы, конгресс-холлы, учебные комнаты, пр.);

- Съёмное, мобильное использование. Применяться для разовых презентаций, выездных конференций, сезонных мероприятий. Обычно требуется для домов отдыха, отелей, арендованных конференц залов, везде, где нет возможности постоянно использовать презентационное оборудование.

К видам оборудования, которое необходимо для больших презентаций в конференц холлах, можно отнести:

- Конференц-системы (цифровая, беспроводная, мультимедийная, цифровая дискуссионная, цифровая конгресс система)



- Системы синхронного перевода



- Видеоконференцсвязь



- Микрофонные системы и микрофоны
- Оборудование звукоусиления
- Системы отображения информации (профессиональные дисплеи и видеостены, бесшовные панели, выдвижные мониторы, светодиодные экраны, проекторы)



- Видеокамеры и устройства записи и трансляции



- Документ-камеры
- Интерактивные устройства (интерактивные ЖК дисплеи, сенсорные дисплеи)



- AV-коммутиация



- Оборудование управления
- Системы электронного голосования



### **Планирование презентации. Четыре основных вопроса.**

Выступление, спланированное с учетом этих особенностей, непременно будет успешным. Нельзя объять необъятное, презентация — это всего лишь презентация, а не выпускной экзамен для ее ведущего. Включите в сценарий только то, что может заинтересовать всю аудиторию.

План - каркас всей презентации. Чем он прочнее, тем выше шансы на успех.

На подготовительном этапе необходимо:

- подобрать и структурировать материал, который будет в основе выступления, сделать его наглядным;
- предусмотреть формы взаимодействия с аудиторией, подготовиться к трудным вопросам;
- спланировать сценарий презентации с учетом времени;
- предположить развитие взаимоотношений с клиентами после презентации.

При планировании презентации можно использовать карту визуальной истории.

| карта визуальной истории |            |                                          |                 |                                    |
|--------------------------|------------|------------------------------------------|-----------------|------------------------------------|
| К                        | СОДЕРЖАНИЕ | <i>Почему</i>                            |                 | <i>Что</i>                         |
|                          |            | <i>Как</i>                               |                 | <i>Что если</i>                    |
| А                        | АУДИТОРИЯ  | <i>Кто</i>                               |                 |                                    |
|                          |            | <i>Стили обучения и принятия решений</i> |                 |                                    |
| Т                        | ИСТОРИЯ    | <i>Структура</i>                         | <i>Персонаж</i> | <i>Ощущение безотлагательности</i> |
|                          |            | <i>План подачи материала</i>             |                 |                                    |
| А                        | РАССКАЗ    | <i>Дизайн</i>                            |                 |                                    |
|                          |            | <i>Проверка</i>                          |                 |                                    |

Сначала необходимо проработать контент презентации, который бы отвечал на все вопросы «Содержания» визуальной карты. Ваша история должна давать четкие объяснения почему надо действовать – ответ на вопрос «почему». Вопрос «что» касается определения того, что нужно изменить. Вопрос «как» помогает связать «что» и «почему». Если аудитория четко уловит связь между

причинами, по которым ваша история важна для нее, и предложенным планом, она убедится, что вы разобрались в проблеме. Любому плану всегда есть альтернатива, вопрос «что если» помогает сделать ваш контент более расширенным, что поможет убедить вашу аудиторию следовать за вами здесь и сейчас.

Процесс планирования не ограничивается только подготовкой выступления. Если вы хотите добиться результатов, а не просто провести время, просчитывайте свои ходы. Вдохновение и импровизация необходимы на театральной сцене, но не гарантируют успех во время презентации.

### **Цель и тема презентации.**

Цель вашей презентации — это критерий для отбора материалов, подлежащих включению в выступление. Ситуация, когда презентация перегружена информацией, очень опасна. Окружающие это почувствуют, и первая их защитная реакция будет не в вашу пользу.

Ранжируйте по степени важности всю информацию: тексты, иллюстративный материал, а также выявите необходимость использования визуальных средств.

Выделите то, что следует:

- а) обязательно включить в сообщение;
- б) желательно включить;
- в) стоит упомянуть, если останется время.

При таком подходе составляется несколько сценариев одной и той же презентации. Допустим, вас попросили продолжить... Если вы готовились по

самому лаконичному варианту презентации, подобное предложение может застать врасплох.

Цель презентации — это то, зачем вы выступаете. *Чтобы что?* С цели начинается подготовка выступления и как результат появляется тема:

*Я хочу развеять миф о том, что таргетированная реклама в ВК не работает для крупного бизнеса, и поэтому расскажу о тонких настройках/ о поиске правильной аудитории/ про 10 лайфхаков.*

Цель помогает спикеру ограничить материал и выделить важное. Но чаще подготовка начинается сразу с темы выступления, а цель становится как бы ее производной. В таком случае спикеру редко получается сформулировать жгучую и понятную тему:

Тема: что-то о таргетинге ВКонтакте

Цель: рассказать о таргетинге ВКонтакте

Без цели спикер не может ограничивать поток информации. Все кажется важным, поэтому придется говорить, пока не выдохнешься или не попрут со сцены. Слушателям не легче. Что хватать из этого потока информации - не известно. Это как ходить в магазин, не зная, что будешь готовить. Возвращаешься с десятью пакетами, а в итоге нужных продуктов все равно не хватает.

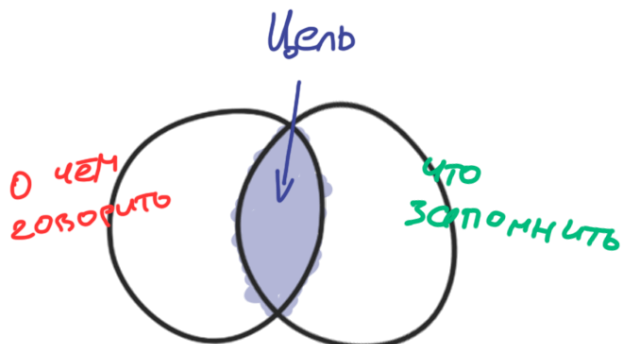
Если начать с цели, всем сразу проще:

Цель: сломать стереотип, что реклама в соцсетях не работает для B2B

Тема: настройки таргетинга, важные для B2B

Спикеру цель помогает сузить тему и расставить акценты. Сразу ясно, о чем говорить, а что вообще не работает на цель, хоть и кажется интересным.

Аудитории цель помогает интерпретировать материал и отбрасывать ненужное. Это как список покупок. С ним вы точно знаете, что бросать в тележку, а в какие отделы даже не надо заходить.



Чтобы сформулировать цель, достаточно закончить фразу: «Я хочу, чтобы после моего выступления аудитория...» поняла/ узнала/ прекратила, выберите нужное.

### **Время и место презентации.**

Существуют различные мнения и практики относительно длительности презентации. Как правило, регламент презентации определяется заранее в зависимости от места, цели и задач, аудитории, количества презентующих и т.д.

Тем не менее, можно утверждать, что большинство презентаций имеют временные рамки выступления от 10 до 15 минут. Значительно реже встречаются и более экстремальные варианты – презентацию необходимо провести за 5 минут. Вместе с тем, практикуются и щадящие представления с длительностью выступления до 20 минут. Ответы на вопросы заинтересовавшихся темой презентации могут занять от 5 до 10 минут.

В итоге, полное время, отводимое на презентацию, может варьироваться от 10 до 30 минут.

Что же можно сделать, чтобы уложиться в столь жесткие временные рамки?

1) Зная регламент проведения презентации, можно заранее спланировать и количество слайдов, и время выступления на один слайд. Например, за 15 минут можно показать 15 слайдов, затратив на каждый слайд по 1 минуте. И не нужно забывать, что титульный и заключительный (контактная информация) слайды требуют гораздо меньших временных затрат.

2) Будьте предельно лаконичны – как в подготовке слайдов презентации, так и в самом выступлении. Предельно сокращайте свои тексты, оставляйте только самое важное – какие-то детали можно осветить при ответе на вопросы.

3) Используйте иллюстрации – диаграммы, схемы, графики. Помимо того, что они существенно улучшат визуальное восприятие презентации стартап-проекта, сделают выступление более понятным, они очень сильно экономят время. На усвоение информации, представленной на схеме и прокомментированной одним-двумя предложениями, можно затратить при чтении текстового эквивалента и пересказ во время выступления существенно большее время.

4) Не пересказывайте информацию, размещенную на слайдах – инвесторы грамотные люди и умеют читать. Дополняйте ее тем, что не отражено на слайдах.

5) Подготовьте текст выступления заранее. Напишите если не доклад, то краткие тезисы. Не стоит полагаться на импровизацию, кураж. Волнение, неизбежно присутствующее в ходе выступления, может вычеркнуть из памяти все умные слова.

6) Репетируйте. Предварительно прогоните презентацию с часами в руке – сразу станет понятно, укладываетесь ли вы в определенные временные рамки. Корректируйте текст выступления и репетируйте до тех пор, пока не будете уверены, что укладываетесь в отведенное время.

## **Выбор места для проведения презентации.**

Решение о месте проведения презентации должно быть принято на самых ранних этапах ее планирования и некоторые соображения не имеют ничего общего с содержанием и механизмом проведения как таковыми. Этими соображениями при проведении мероприятий руководствуется все здравомыслящие люди, но, возможно, последовательное их изложение, поможет вам в волнениях и хлопотах не забыть их учесть при выборе зала.

- Постарайтесь устроить ваше мероприятие в месте, до которого будет удобно добираться всем (или хотя бы большей части) его участникам и гостям.
- Выбор места проведения должен учесть тип планируемого мероприятия, а также состав его участников (например, менеджеры разных уровней, руководители компаний, технический персонал, пресса и т.п.). Здесь ключевую роль должны играть чувство меры и вкуса, согласованные с вашими финансовыми возможностями.
- Если у вас есть возможность провести презентацию в своем офисе, предпочтите такой вариант всем другим: это уменьшит количество непредвиденных промахов.
- Выбор между залами, один из которых чуть маловат, а другой великоват, лучше сделать в пользу первого (разумеется, если это не создаст дискомфорта): неприятно проводить презентацию в полупустом зале, а вот картина зала, «набитого до отказа», напротив, бодрит.
- Разместите слушателей таким образом, чтобы исключить возможность каких-либо действий за спиной ведущего. Двери, в которые входят опоздавшие и посыльные, окна, за которыми что-то происходит, могут стать частью презентации, и неизвестно еще, какая часть покажется интереснее

зрителям.

- Если выбранное помещение располагается в здании со сложной конфигурацией, предусмотрите яркие аккуратные указатели и стрелки, которые помогут вашим гостям легко найти дорогу в гардероб, зал, буфет, ...
- Проверьте, возможности освещения зала: соответствуют ли они вашим задачам?
- Не выбирайте помещение, в которой говорящие кажутся силуэтами на фоне яркого света (например, из окна). Это мешает зрителям видеть их лица.
- Обратите внимание на климат в выбранном зале (комнате): трудно убеждать или учить людей, если им жарко, душно, или, наоборот, - холодно. Если вы не в состоянии повлиять на климат, позаботьтесь о прохладительных напитках, проветривании помещения, горячем чае или кофе в перерывах.
- Если вы используете какое-нибудь презентационное оборудование, требующее электропитания, заранее выясните возможности его подключения и продумайте, как проложить электрические кабели, чтобы присутствующие о них не спотыкались.

### *Анализ аудитории*

Чтобы максимально эффективно использовать свое время в центре внимания, вам нужно много знать о своей аудитории, прежде чем начинать готовиться. Сделайте эти заметки частью вашего контрольного списка презентации.

- Является ли возраст вашей аудитории в целом одинаковым? (Пожилые люди, молодые люди, дети или общий возраст?)

- Эта аудитория неформальная или формальная толпа?
- Вероятно, они имеют одинаковый уровень образования или одинаковое положение на работе?
- Они живут поблизости или со всех концов страны?
- У них есть общие интересы — (тип работы, хобби, бизнес, школа)?
- Является ли доход членов аудитории фактором?
- Почему они здесь — потому что они хотят быть или потому что их компания послала их (возможно, неохотно)?
- И, самое главное, они считают минуты до обеда или засыпают от того, что слишком много едят во время обеда? Будьте готовы к любому сценарию.

*Почему ваша аудитория пришла на вашу презентацию?*

Самая простая «работа по продажам» (и давайте посмотрим правде в глаза, каждая презентация — это работа по продажам, независимо от темы) — это заполнить аудиторию людьми, которые хотят узнать все, что вы можете им сказать. Это было бы в идеальном мире. Тем не менее, этот сценарий обычно не так.

Ваша аудитория, скорее всего, состоит из людей из одной из этих трех групп, и вам придется иметь дело с каждым набором по-разному.

1. Пользователи, которые не знают о вашем продукте/концепции и действительно хотят изучать. Это идеальная группа. Просто будьте осторожны, чтобы не быть таким восторженным, что вы находитесь на грани излишнего убийства. Аудитория отключается, когда вы продолжаете включаться, еще долго после того, как вы высказали свое мнение. (Визуализируйте своего подростка здесь и как они могут настроить вас).

2. Пользователи, которые чувствуют, что знают намного больше, чем вы, но хотят быть там на всякий случай, если вы можете предложить самородок полезной информации. Пригласите этих членов аудитории поделиться своими обширными знаниями. Вы не только заставите их чувствовать себя важными, но вы также можете узнать что-то, чего не знали сами.
3. Пользователи, которые полностью с вами не согласны и хотят сообщить вам, что

Если вы можете адаптировать свой доклад таким образом, чтобы участники могли по-другому взглянуть на эту тему или даже подвергнуть сомнению свои собственные мысли, то вы на пути к победе. Прозрачные и краткие факты, а не теории, будут билетом здесь.

Любое время, потраченное на исследование и анализ вашей аудитории до презентации, всегда тратится хорошо.

### **Анализ успешных презентаций мировых брендов и компаний.**

#### ***Гениальные презентации как у Стива Джобса: три лайфхака***

Стив Джобс никогда не был инженерным гением: технические инновации и революционный дизайн для продуктов Macintosh и Apple создавали совсем другие люди. Но именно Джобс был визионером компании и великим коммуникатором. Его выступления на Macworld стали легендарными и превратились в пособие по бизнес-презентациям.

Джобс группировал тезисы «по тройкам» — именно так, как советуют психологи и эксперты по риторике. Секреты Стива Джобса не в миллионных бюджетах ежегодного шоу. Великим коммуникатором он стал потому, что мастерски владел риторическими приёмами и умел дирижировать аудиторией! Далее представлены уроки убеждения от Стива Джобса.

## *Урок первый: создайте историю*

Вы удивитесь, насколько хорошая презентация по внутренней структуре похожа на классическую сказку или увлекательный роман. В ней есть злодей, герой, повод для сопереживания и хеппи-энд.

Как это было у Джобса? В презентации первого iPhone в 2007 году он обозначил «врага»:

«Самые продвинутые телефоны называются смартфонами. Проблема в том, что они не такие уж „смарт“ и пользоваться ими непросто. Все они имеют в нижней части клавиатуру, управляющие клавиши одинаковы для всех приложений. Её нельзя оптимизировать под функции каждого приложения».

Представил «героя»:

«Мы избавились от клавиатуры и сделали огромный экран. Чтобы управлять телефоном, вам не потребуется мышь, клавиатура или стилус, который легко потерять. Мы изобрели технологию „мультитач“: вы будете использовать для управления лучший указывающий инструмент в мире — ваши пальцы».

И обеспечил хеппи-энд:

«„Мультитач“ намного точнее сенсорных экранов. Он подстраивается под все приложения. Это похоже на волшебство!»

Логика его презентации проста. И вместе с тем она апеллирует к проблемам, понятным каждому пользователю смартфонов образца 2007 года. Она «включила» аудиторию в процесс повествования и аккуратно провела её до нужного финала (и решения о покупке iPhone).

Усилить презентацию просто: превратите её в логичную историю. И вы увидите, насколько вырастет её эффективность!

## *Урок второй: управляйте впечатлениями и эмоциями*

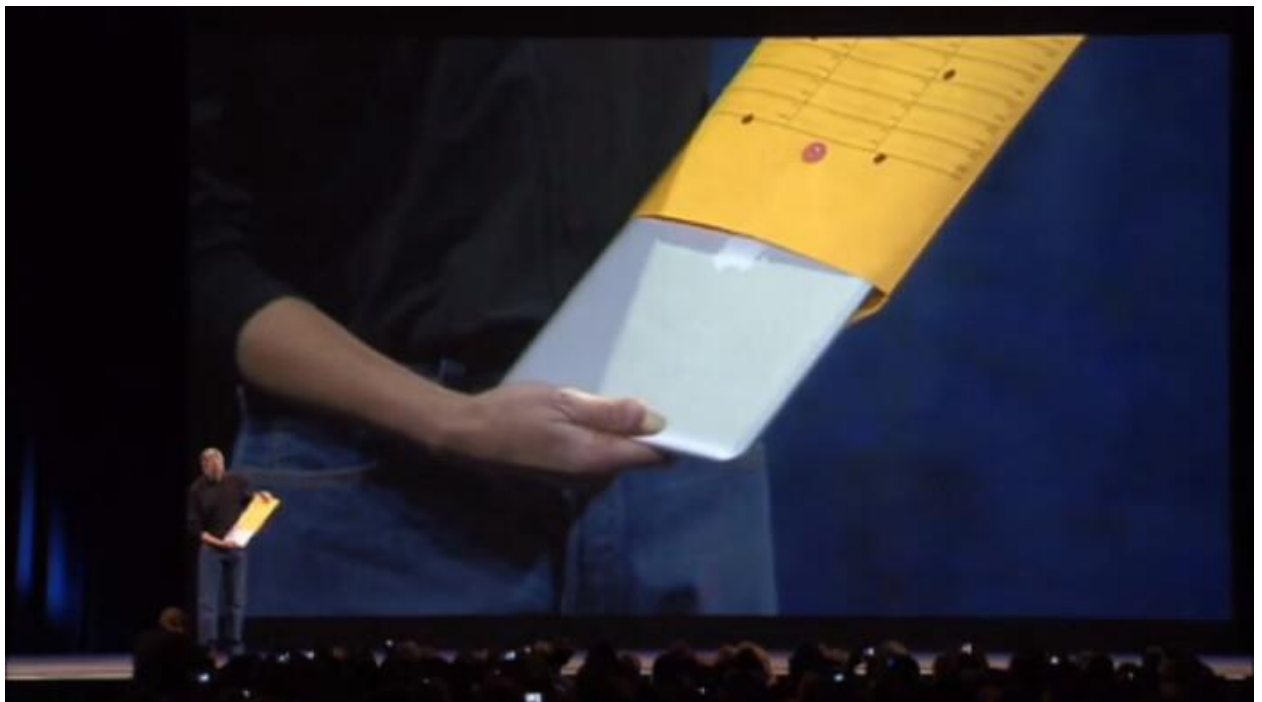
Люди забудут гирлянды из цифр. Люди забудут, что именно вы показывали. Но свои эмоции и впечатления они запомнят! Поэтому: удивляйте, вовлекайте, демонстрируйте то, что вашей аудитории понятно и близко. И помните: Стив Джобс предупреждает — буллит-поинты\* убивают (интерес).

Буллит-поинты — маркеры, которыми отмечаются элементы в маркированном списке, например в презентации.

Сравните это:

- Высота 0,4-1,94 см
- Ширина 32,5 см
- Глубина 22,7 см
- Масса 1,36 кг

И это:



Одна и та же информация, но насколько разная подача!

«Голые» цифры и буллит-поинты аудитории сложно ощутить. Обычный офисный конверт понятен людям — они знают его размеры и вместительность. Они уже чувствуют фантомный MacBook Air в своих руках!

Великий коммуникатор Джобс эксплуатировал все возможные каналы, чтобы усилить свою презентацию. Он использовал живые слова — эмоционально наполненные, тактильные, экспрессивные. Он мастерски интонировал свои выступления, подчёркивая голосом самые важные моменты и заставляя прислушиваться к себе на ключевых фразах. Он не боялся дирижировать жестами: посмотрите, как чётко поставлено его выступление на Macworld 2003!

«Два года назад мы представили этапный продукт для Apple. Titanium PowerBook немедленно стал лучшим ноутбуком в отрасли. Объектом вожеления номер один».

Поднимает указательный палец.

«Об этом говорилось в каждом обзоре».

Разводит руки в стороны ладонями вверх.

«И знаете что? За эти два года нас никто не догнал».

Поднимает два пальца на правой руке.

«Почти все обозреватели сегодня по-прежнему говорят, что это ноутбук номер один в отрасли. Никто к нам даже не приблизился».

Рубит воздух левой рукой.

*Нет, цифры тоже важны. Но они должны быть вписаны в контекст!*

Четыре миллиона — это много или мало? 5 % — это достойная доля рынка или пора уходить из бизнеса? Сравнивайте, упрощайте, рассказывайте истории, удивляйте.

### *Урок третий: репетируйте (и репетируйте снова), улучшайте*

Посмотрите любое выступление Стива Джобса. Он выглядит на сцене расслабленным, уверенным и удивительно непринуждённым. Кажется, он импровизирует и выступает так же естественно, как дышит...

Но на самом деле эта спонтанность — результат многочисленных репетиций. Джобс репетировал каждую сцену и реплику десятки раз. Часами. Днями. Улучшая свою речь и сценические эффекты, которые должны были обеспечивать другие люди.

### *Правило 10 минут*

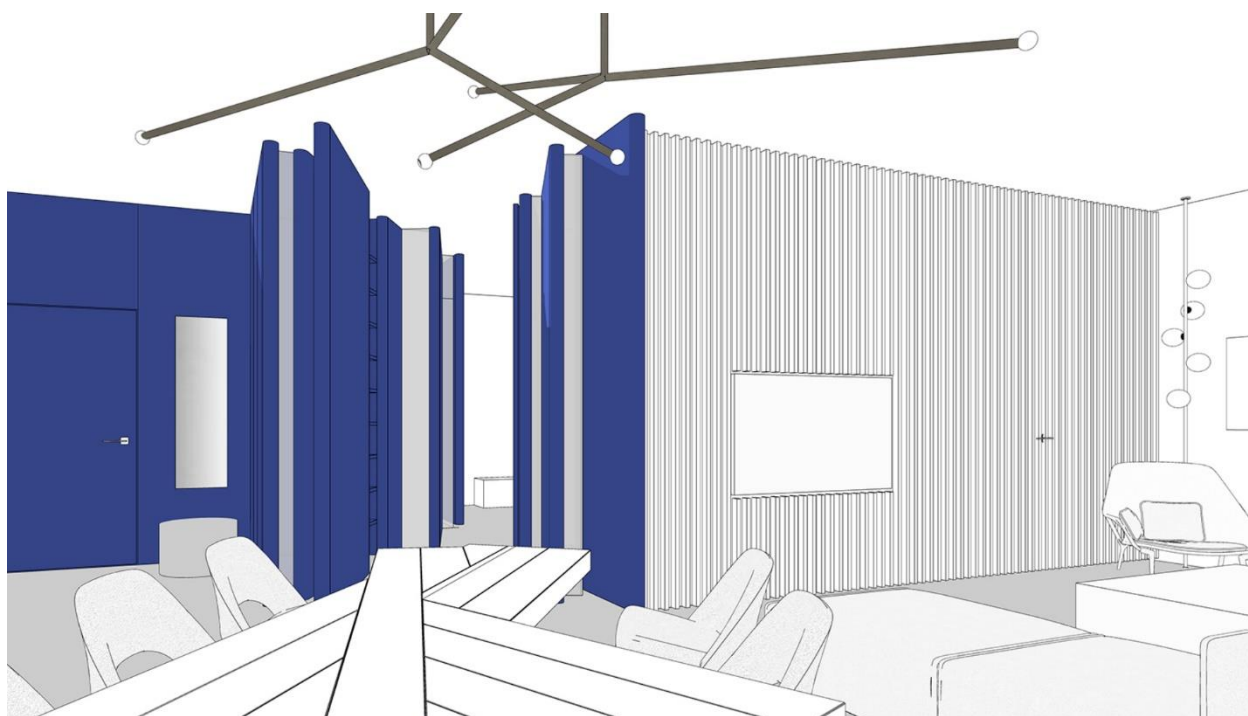
Через 10 минут после начала презентации внимание аудитории начинает «плыть». Если вы планируете более длительное выступление, продумайте способы вернуть внимание слушателей. Предложите интерактив. Покажите клип. Включите музыку. Раздайте образцы продукции. Переключите внимание и разбудите ощущения!

Выступления Стива Джобса длились до полутора и даже двух часов, но раз в 10 минут он обязательно делал что-то такое, что позволяло ему удерживать зал «на краю кресла» с первых до последних секунд.

Выступления Стива Джобса — это отличный кейс по эффективным презентациям. Каждое из них стоит разбирать с карандашом в руке, делая заметки и выводя закономерности.

### *Как продать свои идеи: опыт дизайнера*

Чтобы успешно продать свой проект, его надо облечь в привлекательную форму: удачно выполненная презентация поможет убедить заказчика



Квартира в ЖК «Сити-Парк». Стадия: эскиз, один из предложенных вариантов. Представлен в программе SketchUp.

«Любой, кто имеет способности и хороший глаз, может стать дизайнером интерьера, но, чтобы стать успешным дизайнером — надо знать, как взаимодействовать с клиентом». В этих словах лондонского декоратора Небихе Джихан заключена суть профессии. *Мало придумать блестящую идею — еще надо убедить заказчика, что это именно то, что ему нужно. И здесь важна каждая деталь.* Кирилл Истомин вспоминает, как в юности проходил практику в нью-йоркской компании Parish–Hadley, среди клиентов которой были семья Рокфеллеров и Жаклин Кеннеди: начинающего декоратора учили, среди прочего, и тому, в каком конверте следует отправить заказчику презентацию проекта и как этот конверт правильно подписать.

Презентация дизайн-проекта — кульминация творческого процесса и важнейший этап работы с клиентом. Конечно, в наши дни общение нередко осуществляется посредством интернета, особенно если клиенты живут в

другом городе или стране. Но нельзя недооценивать тактильный контакт с вещественным носителем. Опытom делится дизайнер Екатерина Федорова, она же предоставила образцы рабочих материалов.



«Если есть возможность, я всегда готовлю презентацию на бумаге и во время личной встречи торжественно вручаю ее клиенту. Она представляет собой увесистый, красиво оформленный брошюрованный альбом, который аккумулирует весь мой труд, вложенный в этот проект. Альбом включает три блока, отражающих три этапа рабочего процесса.



Квартира в ЖК «Полянка/44». Стадия: разработка концепции, коллаж. Подача в программе Photoshop.

### **ТРИ БЛОКА КАЖДОГО ДИЗАЙН-АЛЬБОМА**

*Создание концепции, рождение пространства.* Начиная от эскизов, линейных черно-белых изображений, коллажей, и заканчивая 3D-визуализацией, которые и фиксируются в альбоме. 3D-изображение не только облегчает для клиента понимание проекта, но и помогает мне в работе: позволяет учесть массу узлов и соединений, которые в акварельном эскизе я могу не учесть.

*Подбор материалов, мебели, света.* Я его называю «тактильным»: клиенту демонстрируются дерево и камень, металл и стекло, обивки мебели и портьерные ткани — все, что формирует пространство. В альбоме этот этап представлен сметой, а также небольшими фотографиями предметов и материалов.

*Рабочая документация.* Планы, развертки, проработанные сечения, узлы, мебель индивидуального производства — мы разрабатываем весьма подробные чертежи. Так, на недавно завершенную 180-метровую квартиру подготовили альбом с дизайн-проектом в 100 листов.

Чрезвычайно важно, как презентация будет оформлена. Ведь одно дело вручить подарок в целлофановом пакете и совсем другое — в нарядной коробке, перевязанной лентой; подарить букет в обычной пленке или мастерски упакованный в крафтовую бумагу. Изысканно оформленная, хорошо поданная презентация импонирует клиенту, он считывает в ней уважение к себе и к проекту. Процесс согласования проходит проще и быстрее.

Для презентационного альбома я использую специальную бумагу, предназначенную для печати фотографий. Предпочитаю матовую. Бархатистая поверхность бумаги, глубинные цвета создают ту самую «вкусную» подачу, которая так привлекает клиента. Правильная бумага необходима не только для фотографий, но и для печати чертежей: позволяет воспроизвести тончайшие линии и нюансные оттенки.

Успешно согласовать проект помогает ваша сила убеждения, умение отстаивать свои идеи. Я представляю клиенту проект, лишь если сама в нем уверена на сто процентов и получаю от него удовольствие — мне легче убедить заказчика, когда он ощущает исходящую от меня волну положительных эмоций. Хорошо выполненная презентация повышает мою уверенность в себе и позволяет наглядно продемонстрировать достоинства найденных решений — например, удачное сочетание цветов.

Ключевую роль в подготовке презентации играет принтер. Мое первое требование к нему — корректная цветопередача. Расскажу об одном случае. Не так давно я отправляла проект на конкурс. У меня хороший принтер, но я хотела получить идеальный результат, а для этого объездила многочисленные печатные салоны. И в каждом я столкнулась с искажением цветов: то был крен в зеленый спектр, то в синий, то в розовый. Лишь в одном месте я нашла приемлемый для себя вариант».



### **Вопросы по 2 главе**

1. Назовите основные технические средства для проведения презентаций
2. Особенности планирования презентаций
3. Значение времени и места проведения презентаций
4. Приведите примеры презентаций успешных архитектурных бюро и сделайте их анализ

## **Типы публичных выступлений**

В ораторском искусстве выделяют наиболее распространенные виды публичных выступлений по цели:

***Первое, информационное. Цель — сообщить некоторую информацию.***

Такая речь называется информационной. Информационный жанр используется в научном докладе, сообщении, лекции перед студентами, в монологе учителя при объяснении, в рассказе о каком-либо случае или при описании некоторого явления, в ответе ученика на уроке. Инструкция, объявление о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

***Второе, протольно-этикетное. Цель — соблюсти некоторый общепринятый ритуал, протокол, этикет.***

В этом случае можно говорить о протольно-этикетном выступлении: приветствие официальной делегации, официальное поздравление юбиляра, вступительное слово перед каким-либо мероприятием, выступление с оценкой заслуг человека или организации (похвальное слово), речь на траурном митинге, официальный тост и др.

***Третье, развлекательное. Цель — развлечь собравшихся.***

В таком случае мы будем иметь развлекательное выступление. Таковы, например, многие неофициальные тосты, речи на банкетах, рассказы об интересных происшествиях, смешных случаях из жизни и др.

***Четвертое, убеждающее. Цель — убедить.***

Убеждающая речь в ораторском искусстве призвана показать правильность занимаемой оратором позиции, укрепить или изменить мнение аудитории этому вопросу. Типичные случаи убеждающих выступлений выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

Цели, которые ставит перед собой оратор, могут сочетаться, в результате чего выступления могут приобретать, комплексный характер. Можно, например, говорить об информационно-этикетных, информационно-развлекательных, информационно-убеждающих выступлениях, возможны также и другие смешанные типы.

***Также, можно выделить виды публичных выступлений по форме:***

Доклад — развернутое сообщение, которое раскрывает или важную научную или общественно-политическую проблему, на определенную тему. По времени доклады могут длиться от 10 —15 мин до 2 — 3 ч (например, доклады правительства).

Сообщение — небольшое по времени (5—10 мин) выступление, в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщения обязательно должны быть короткими, содержать конкретную, фактическую информацию, наглядные примеры и исчерпывающе раскрывать одну небольшую тему.

Выступление — подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо заранее объявленного вопроса. Выступления всегда кратки — 3-5 мин, тема может быть выбрана заранее (в рамках обсуждаемой проблемы) либо сформулирована в ходе обсуждения проблемы (импровизационное выступление).

Лекция — связное, развернутое научное или научно-популярное изложение какого-либо вопроса специалистом. Лекции обычно бывают по длительности от 20—30 мин до 1—1,5 ч (вузовская лекция).

Беседа — развернутый, подготовленный (т.е. заранее продуманный оратором) диалог со слушателями. Беседа может включать достаточно продолжительные отрезки речи оратора (монологи), но она предполагает обязательное задавание вопросов слушателям, выслушивание, анализ и комментирование их ответов.

### ***Правила подготовки презентации к дипломной работе.***

Существуют общепринятые правила оформления презентации к диплому:

- Не делайте в презентации более 15 слайдов, потому что меньшее количество не охватывает объем нужной информации, а большее — не несет в себе главного смысла, превращаясь в формальное действие.

- Первый слайд должен быть таким же, как последний. На нем указаны: название учебного заведения, тема дипломной работы, фамилия, имя и отчество студента и руководителя, название специальности, на которой учится студент, год и город написания дипломной работы. Это, своего рода, титульный лист презентации.

- Первый слайд служит для ознакомления комиссии с темой дипломной работы, а последний — дает возможность обратиться к студенту уважительно, то есть по имени и отчеству. Поэтому и начинать, и заканчивать презентацию нужно одинаково.

- Далее располагаются слайды, которые относятся непосредственно к содержанию дипломной работы, о них мы поговорим позже.

- Фон должен быть светлым, неброским. На нем должен быть виден темный шрифт. Размер шрифта — не менее 28. Заголовки нужно выделить, шрифт заголовков — не менее 36.

- Чтобы вы читали речь одновременно со слайдами, попросите партнера перелистывать слайды, когда придет время.

- Обязательно перепроверьте текст презентации на отсутствие ошибок. Это очень важно, поскольку на светлом фоне большой шрифт бросается в глаза, и ошибки любого рода не останутся незамеченными.

Помните, что текст презентации должен соответствовать вашей речи.

### ***Приступаем к оформлению презентации к диплому***

Основная часть презентации к диплому состоит из нескольких слайдов. Не забывайте, что очень много текста на одном слайде тяжело воспринимается мозгом, поэтому распределяйте информацию равномерно, последовательно, грамотно, соблюдая структуру дипломной работы.

Для начала укажите актуальность дипломной работы. Актуальность – это значимость вашего исследования в современной науке. Этот пункт можно взять из введения к дипломной работе и лаконично поместить его на слайд.

На следующем слайде укажите объект и предмет исследования. Напишите, чем один отличается от второго. Как правило, предмет – это конкретный аспект проблемы, а объект – определённая часть научных знаний, подвергающаяся исследованию.

Далее опишите проблематику вашего исследования. Опишите кратко, какие проблемы решает ваша работа.

Обязательно укажите цель дипломной работы. Цель – это конечный результат исследования.

Распишите задачи дипломной работы. Каждая задача должна не просто указываться в презентации, но и озвучиваться в вашем тексте защиты.

Иногда на отдельном слайде указывают структуру дипломной работы. На самом деле, это не несет особой важности. Вы можете добавить этот слайд, если считаете, что для вашей темы это важно.

Укажите основные понятия, которые вы использовали при исследовании темы. Можно также написать цитаты, используемые в теоретической части дипломной работы, с указанием автора этих цитат.

Далее на отдельных слайдах изобразите таблицы, графики и другие статистические данные, которые вы использовали в ходе исследования. Подкрепляйте каждый слайд своей речью, и не забывайте над каждым графиком указывать заголовок.

Помните, что продолжительность вашего рассказа – 5-7 мин. Каждый слайд рекомендуется делать не более чем в 10 строк горизонтального текста. Вертикальное написание недопустимо – это усложняет восприятие материала.

Каждая основная часть должна описывать не только теорию, но и выполнение практических задач. Опишите основные методы, которыми вы пользовались при решении, сделайте собственные выводы, дайте рекомендации.

Рекомендуется в презентации к дипломной работе указать этапы вашего исследования по порядку. Конечно, эта информация должна быть правдивой и освещаться в выводе к дипломной работе.

Следите, чтобы показ каждого слайда длился примерно одинаковое время, равномерно распределяйте смысловую нагрузку.

### ***Распространенные ошибки при создании презентации к дипломной работе***

Чтобы вы могли избежать ошибок в создании презентации, рассмотрим самые распространенные из них среди студентов.

Слишком длинные заголовки. Задайте себе вопрос: «О чем я сейчас буду рассказывать?» Не выкладывая всей сути, напишите краткий смысловой заголовок, который не освещает всю тему, а лишь говорит о том, что сейчас будет показано.

Бессмысленное фоновое изображение. Если вы рассказываете об экономике страны, не стоит на фон ставить красивую природу или архитектурные строения. Лучше оставьте фон белым, чем используйте ненужные рисунки.

Много воды в тексте. Сократите каждую формулировку, выбросив ненужные слова или слова, которые не имеют смысла. Лучше дополните слайд своей речью, чтобы осветить вопрос более подробно.

Чрезмерное употребление декораций. Блестящие яркие рамки ни к чему в презентации к дипломной работе. Делайте акцент на содержание, а не на внешний вид.

Подводя итог, стоит сказать, что формула отличной презентации, которая в сочетании с грамотной речью даст отличную оценку, заключается в предельно простых слайдах с минимумом полезной информации. Оставляйте в презентации только основную мысль, остальное дополните грамотной речью.

Презентация – это, своего рода, шпаргалка, которая разрешена комиссией, не забывайте об этом. Если из головы вылетела написанная речь, просто читайте текст с презентации. Наверняка опираясь на него, вы вспомните хотя бы часть материала, который вы учили.

## Презентации в стиле TED.

### Что такое TED Talks



TED TALKS — это название лекций, которые читаются умнейшими и знаменитыми людьми планеты с 1984 года в рамках проекта TED. Перевод (расшифровка) этой аббревиатуры звучит как Технология, Развлекательные проекты, Дизайн (Technology, Entertainment, Design). По первым буквам этих английских слов и составлено название мероприятия, которое проводится фондом Sapling FoundaTion.

Его основатель и бессменный руководитель американский бизнесмен Крис Андерсон получил права на проект ТЕД в 2001 году и определил новые приоритеты. Девиз этих регулярных конференций зазвучал как «Идеи, достойные распространения». TED конференция когда-то была первым местом, где показали компьютер Macintosh, где заговорили о глобальном потеплении и искусственном интеллекте. С 2014 года мероприятие проходит в канадском Ванкувере.

TED Talks слова, которые меняют мир

Выступление в стиле TED стали очень популярным форматом во всем мире, что привело интересному феномену движения национальных ТЕД конференций.

Вам нужно знать, что:

- Во многих странах, в том числе в России и других странах созданы и успешно развиваются проекты по типу TED Talk;
- Эти конференции называют TEDx, на русском языке конференции в стиле TED проводятся с 2009 года;
- TEDx на русском, поднимает массу интересных и актуальных вопросов, лучшие

TED выступления привлекают большое внимание общественности, как в США, так и в остальном мире. Интеллектуалы всей планеты смотрят TED Talks с субтитрами, в переводе на национальные языки. Перевод TED осуществляется в основном энтузиастами.

TED ED — это отдельный образовательный проект TED.com (официальный сайт TED). Лекции TED всегда привлекали продвинутую молодежь, которая тянется к знаниям. Формат видеолекций для распространения общеобразовательных знаний. Вы также сможете смотреть TED ED в переводах на национальные языки.

TED ED видео являются хорошим помощником для учителей в образовательном процессе. Они короткие, лекторы говорят на простом и понятном языке. Детям и студентам в TED Video объясняются многие интересные факты, на которые они не обращали внимания в повседневной жизни.



TED talks представляет исследователям возможность презентовать себя той аудитории, с которой они не могли бы столкнуться на конференции или научном симпозиуме.

*10 правил, которые помогут подготовиться к выступлению на площадках такого формата.*

1. Выйдите из зоны комфорта. Формат выступления предполагает, что среди слушателей в основном будут не специалисты. Поэтому стройте свою речь таким образом, чтобы понять ее могли все без исключения.

2. Много смысла, но мало деталей. Ваши данные, полученные нелегким трудом, хороши и прекрасны, но трудно воспринимаются, когда их много. Так что не стоит использовать и показывать их полностью. Расскажите ваши концептуальные идеи, персонализируйте их.

3. Не забудьте про сторителлинг. Выступление воспринимается лучше, когда оно личное и у него есть сюжет.

4. Время – это инвестиция. Уважайте свое время и время своих слушателей. Если у вас есть определенный тайминг по выступлению, то придерживайтесь его.

5. Но не торопитесь! Да, ваше время ограничено, но люди могут и не поспеть за вашей мыслью. Будьте вдумчивы!

6. Не больше 2-3 минут на один слайд, иначе вы будете говорить не с аудиторией, а с экраном.

7. Говорите громче. Даже если у вас в руках микрофон, сидящие далеко от вас люди могут не услышать вашу речь.

8. Покажите энтузиазм! Наука и технологии увлекательны. Не давайте вашей аудитории забыть об этом.

9. Глупых вопросов не бывает. Будьте готовы к тому, что спросить у вас могут, о чем угодно. Не смотрите на свою аудиторию свысока, даже если кажется, что у вас спросили чушь.

10. Получайте удовольствие! Чем больше практики, тем легче и приятнее выступать. Помните, что это не страшное испытание, а увлекательный опыт как для спикера, так и для его аудитории.

Пункт-бонус для тех, кто дочитал до конца. Огромная аудитория не всегда сложнее маленькой. Опытные спикеры делятся, что выступать перед сотнями глаз, которые не видно, намного легче, чем перед 5-10 внимательными, а порой и скептически настроенными, слушателями.

## **Эмоциональная составляющая презентации.**

### *Мимика и жесты докладчика*

*Один из самых сложных для многих людей моментов — это выступление перед публикой.* В наше время это особенно актуально. Потому, что спикерами на бизнес-мероприятиях, зачастую, выступают не профессиональные бизнес-тренеры, а обычные люди. Ну, не совсем обычные, но тем не менее, навыков публичных выступлений у многих нет.

Вы знаете, на самом деле, это очень сложно. Я как профессионал, это знаю точно. Ведь прежде всего надо преодолеть страх публичных выступлений. Не у каждого человека хватает духу вот так взять и выйти на аудиторию. Потом, конечно-же, необходимо запомнить текст выступления и следить за презентацией. Ещё и тайминг. Вот столько факторов надо учесть при выступлении. И честь, и хвала каждому спикеру, который преодолевая все это выступает для нас и доносит нам важную и интересную информацию.

Однако, сегодня я хочу поговорить вот ещё о чем. Начну издалека. Надо сказать, что в обычной жизни мы, к сожалению, редко задумываемся о том, какие сигналы подаёт наше собственное тело. Если о закрытых и открытых позах у нас мало-мальски люди слышали и имеют об этом хоть какую-то информацию. То о том, как использовать сигналы собственного тела, мимику, позы представление имеют очень не многие. В основном, все происходит на интуитивном уровне или в зависимости от культурности человека. Да-да, не удивляйтесь, именно культура и культурность привносит в наш язык тела особую интонацию. Обратите внимание, как двигаются люди королевской крови и привыкшие к дворцовому этикету. Или вспомните, как в кафе пользуются приборами люди разных социальных принадлежностей.

Так вот, поведенческие ошибки больше всего заметны именно в публичных выступлениях. Особенно у людей, кто не изучал специально невербальное поведение для публичных выступлений. От этого иногда даже

самое интересное выступление самого грамотного и значимого спикера может проигрывать.

И хотя в последнее время очень популярным трендом в публичных выступлениях стала концепция "я такой, проходил мимо, думаю, дай заскачу и выступлю", даже такое выступление требует подготовки и соответствующего сопровождения мимикой, позами и жестами.

Перво-наперво поговорим о выходе. Конечно, волнение. Его никто не отменял. Но на некоторых конференциях принят такой ход, когда выход спикера сопровождается какой-нибудь мелодией, которую выбирает сам спикер. Она отражает характер спикера или выступления. Хороший ход. Позволяет настроиться. Так вот, если нет такой возможности, то перед выходом просто прокручивайте в голове вашу привычную и заряжающую мелодию и выходите как бы под неё. Но главное, как выходить. Походка уверенного человека отличается широким шагом, пружинит и самое главное, следует слегка развернуть корпус к публике. Этот приём помогает настроиться публике на вашу "волну" и выглядит располагающе. По какому бы поводу вы не выходили перед аудиторией, всегда следует проявить к ней уважение. Разумеется, если обратное не входит в ваши планы.

Когда вы говорите в зал, помните, что каждый человек в зале должен ощущать, что вы говорите именно для него. Это одно из главных условий интересного выступления. Если люди не ощущают вашего внимания, то просто могут посчитать, что вы неинтересный спикер. Для общения с большой аудиторией и не очень большой, кстати, разделите всю аудиторию на 4 сектора. И поворачивайтесь к каждому сектору по очереди. Время обращения к каждому сектору должно быть не менее минуты. Грубо говоря, ваше выступление разбиты на блоки по 4–5 минут, которые вы обращаете к каждому сектору. Это, во-первых, придаст динамики вашему выступлению. Во-вторых, позволит оказать внимание практически каждому вашему слушателю.

Сейчас я говорю о том, если вы выступаете стоя перед аудиторией. Помните, что информация лучше всего усваивается, когда вы стоите лицом к аудитории. Не следует от неё {аудитории} отворачиваться. Особенно я говорю для тех спикеров, которые любят поворачиваться к своей презентации, обычно идущей сзади. Поверьте, со спины вы не всегда настолько эффектны, как спереди. Если вам необходимо что-то показать аудитории на своей презентации или флипчарте, используйте "египетский" поворот. Помните, как выглядят древнеегипетские изображения людей? Голова повёрнута в сторону демонстрации, корпус развернут в сторону слушателей, одной рукой вы показываете на изображение, а вторая развёрнута в сторону слушателей и открыта. Сделать это проще, чем читать, поверьте. Это придаст вашему выступлению уверенности. И тогда не возникает ощущение, что вы не сами не знаете, что изображено в вашей презентации.

При выступлении на большую аудиторию используйте широкие внешние жесты. Это придаёт вес словам и создаёт ощущение обращения ко всем и к каждому в отдельности. Что тоже будет плюсом в вашу карму спикера. Но избегайте таких жестов, как указывание пальцем, размахивание руками около гениталий, скрещивание рук и ладоней. По возможности, не используйте пирамиду из пальцев. Если вы ощущаете неловкость, вам хочется все-таки прикрыться от агрессивных высказываний группы. Используйте планшет под предлогом свериться с планом выступления. И не стоит прикасаться к лицу и волосам. Разумеется, если эти жесты не призваны продемонстрировать ваши слова.

Избегайте любого перекрещивания ног и перенос веса на одну ногу. Ваши ноги должны плотно стоять на поверхности. Возможно, слегка расставлены, носки обуви параллельно и смотрят в зал или слегка разведены.

Есть свои правила и для спикеров, выступающих сидя. Кстати, и для тех, кто сидит перед аудиторией во время выступления других. Очень большая просьба к мужчинам — не разваливайтесь и не разводите широко ноги, демонстрируя всему залу ваши... нереально раздутое хрустальное эго. Это

по меньшей мере, не вежливо. И конечно, для каждого представителя мужского пола этот жест демонстрация своей уверенности и мужественности. Однако вопрос. Вы демонстрируете соперничество или превосходство над аудиторией? Для чего вам это? По крайней мере, это просто не вежливо. Во-вторых, раз вы уже выступаете перед аудиторией, значит вы уже чего-то достигли, поэтому не следует демонстрировать ещё что-то сверх. Для демонстрации вашего превосходства достаточно прямой спины, лёгкого поворота корпуса и плотно стоящих на поверхности ступней ног. Для женщин в такой ситуации не следует использовать позу нога на ногу. Неизвестно, что могут увидеть в такой позе ваши слушатели. Поэтому ноги вместе, либо наклонены в одну сторону, либо одна нога чуть впереди другой. Это позволит вам держать осанку без мышечного напряжения.

И да, когда вы выступаете сидя, как раз избегайте широких жестов. Сидящий человек выглядит нелепо, размахивая руками. В случае выступления сидя избегайте, так же скрещивания рук и ног. Прикосновение к лицу и голове так же должны быть исключены. Здесь лучше всего использовать мимику и наклоны корпуса. Когда вы подаётесь корпусом немного вперёд, и при этом слегка подчёркиваете это движение рукой, ваши слова будут выглядеть более убедительно. Но правило 4 секторов действует и в этом случае.

Вот такие маленькие хитрости, которые помогут вам достойно выступить перед слушателями, даже если вы не профессиональный спикер. Конечно, публичное выступление требует все-таки, особого состояния души и навыков. Разобраться с обоими пунктами вам может помочь профессионал. Научиться как вести себя при публичном выступлении вы можете на курсах актёрского мастерства, пройдя курс НЛП или у профессионального тренера по невербальному поведению.

## **Контакт с аудиторией.**

Когда человек смотрит в глаза, вы видите, что он разговаривает именно с вами, а не со шнурками ботинок. Это всегда греет душу. Точно так же, когда вы объясняете кому-то свою идею или рассказываете анекдот и при этом смотрите собеседнику в глаза, ваш собеседник находится в твердой уверенности, что все объяснения, рассказы и анекдоты адресованы именно к нему, что вы им интересуетесь. Что не может его не радовать. Почему-то многие об этом забывают, когда дело доходит до презентации. А ведь заинтересованность докладчика в аудитории в этом случае куда как выше, чем при рассказе анекдота приятелю. Так почему бы не показать, что ваши слушатели вас интересуют, что вы заинтересованы во всех них и в каждом в отдельности? Зрительный контакт показывает, что ваша аудитория вам интересна! Как же наладить зрительный контакт? Ведь тут речь идет не об одном человеке, а о довольно большом количестве людей. Тем не менее, общий принцип остается тем же. Ведь неважно, складываете вы два и два, или гораздо более крупные числа. Принцип сложения от этого не меняется. Обратите внимание на телеведущих, которых вы каждый день видите в программах новостей. Куда они смотрят? Правильно — на вас! Совершенно ясно, что видеть они вас не могут, но тем не менее изображают взгляд, направленный прямо к слушателю. Посмотрите на артистов, выходящих на эстраду. Что артист делает в первую очередь прежде, чем начать выступление? Осматривает зал. А ведь огни рамп способны ослепить не только летучую мышь, и зал для артиста сливается в неясное пятно, чуть расцвеченное радужными кругами. Но он смотрит! Как грамотная летучая мышь, он ориентируется по ультразвуковым волнам, и каждый зритель получает свою долю его заинтересованности. И вы, находясь в зале, хоть и понимаете прекрасно, что он вас не видит, все равно отвечаете доброжелательным взглядом. В глубине вас просыпается ребенок, которому наплевать на все логические заключения, он знает одно — если ему улыбаются, то нужно улыбнуться в ответ. И когда после такого взгляда вы слышите произнесенную

фразу, этот ваш ребенок считает, что она предназначена для него. И радуется. И слушает дальше. Он заинтересован. И вы вместе с ним. Перед тем, как начать выступление, необходимо выдержать паузу. Ведь кто-то в зале еще усаживается, кто-то беседует с соседом, кто-то рассматривает собственное отражение в зеркале. Используйте эту паузу для установления зрительного контакта. Не молчите, осуждающе вперившись глазами в потолок. Не ждите, что аудитория, увидев вас на сцене, сразу замрет в ожидании. Привлеките ее внимание. Перед началом выступления подарите вашим слушателям взгляд! Не пропустите никого. Помните рекомендацию Коровьева: «...хоть улыбочку... хоть малюсенький поворот головы...» (М. Булгаков, «Мастер и Маргарита»). Слушатель, обделенный вниманием, будет все ваше выступление составлять каверзные вопросы, которые потом с радостью выпалит: он автоматически настраивается на отрицание всего, что вы ему пытаетесь предложить. Ведь с его точки зрения, вы предлагаете вовсе не ему! Кому угодно, Иванову-Петрову-Сидорову, дяде Васе из соседнего подъезда. Но на него вы даже не посмотрели, значит — он вам не интересен. А что можно ожидать от обиженного человека? Совершенно, верно, исключительно чего-нибудь неприятного. Не забывайте: нужно не осматривать зал со скучающим видом или с таким выражением лица, будто вы там кого-то разыскиваете, а — заглянуть в глаза каждому присутствующему. Глаза — зеркало души, вот и налажьте прямой контакт с душами ваших слушателей. Выберите одного человека в зале, адресуйте ему высказываемую мысль, закончив фразу — обратитесь к следующему. Человеку, поддерживающему зрительный контакт с аудиторией, прощается многое. Огрехи в выступлении, которые другому были бы поставлены в вину, не замечаются у того, кто смотрит в глаза. Если он спотыкается, над ним не смеются, ему сочувствуют и тут же забывают о его неловкости. Зрительный контакт — основа для взаимопонимания! Перемещайтесь по сцене таким образом, чтобы охватывать взглядом и края зрительного зала — с центрального места они попадают в «слепое пятно», и в результате именно там оказывается группа риска,

которая после окончания вашего выступления задаст самые неприятные вопросы. Предупредите их. Поддерживайте зрительный контакт во время всего вашего выступления, и вместо каверзных вопросов вы услышите аплодисменты. Существует простое правило, согласно которому можно выбрать место для выступления таким образом, чтобы поддерживать зрительный контакт со всем залом. Следует встать так, чтобы между вами и крайними зрителями слева и справа в первом ряду образовался равносторонний треугольник. Помня об этом правиле, вы легко определите то самое идеальное место, в котором вам нужно находиться в начале выступления. Потом, конечно, вы будете перемещаться по сцене, но точка в вершине равностороннего треугольника поможет вам наладить первый зрительный контакт. Услышав шорохи, шевеление, шуршание, шелканье ручек — посмотрите, откуда раздаются эти звуки. Улыбнитесь человеку, шуршащему оберткой шоколадки. Поверьте, он тут же ее уберет и будет слушать вас вдвое внимательнее, да еще и займется изобретением аргументов в вашу пользу. Не бегайте глазами по залу. Беспокойный взгляд всегда производит отрицательное впечатление. Сделайте лицо «как-я-счастлив-вас-всех-видеть!», и с таким выражением спокойно поддерживайте зрительный контакт на протяжении всего выступления.

## Методы вовлечения аудитории.



Экспериментально доказано, что запоминание человеком любого сюжета или процесса пропорционально степени его вовлеченности в него. Кроме того, человек, участвующий в процессе, психологически присваивает не только часть его результатов, но и часть ответственности за происходящее. Поэтому вовлечение аудитории в общее действие используется многими ораторами.

Вовлечение аудитории в процесс выступления — это не просто способ привлечения и удержания внимания, он подразумевает исполнение слушателями наблюдаемых действий. Так, умение оратора в процессе выступления формировать в сознании слушателей определенные вопросы и в последующем представлять им соответствующие ответы является важным для управления вниманием, но это не вовлечение аудитории. При вовлечении аудитории как социальной группы необходимо добиваться (мягко, дружелюбно) действий слушателей в виде конкретных ответов и реакций, которые могут наблюдаться всеми членами этой группы. И неважно, что в какой-то момент активное взаимодействие вы осуществляете только с одним человеком, например, если вы попросили его чем-то помочь вам в процессе выступления. Аудитория ощущает себя единым организмом и воспринимает

это как «мы помогли». Поэтому вовлечение аудитории в процесс выступления является важным условием, во многом повышающим его успешность, по крайней мере, эмоциональную.

*Наиболее часто используемые приемы вовлечения, следующие:*

- заботливое уточнение у присутствующих об условиях: насколько им хорошо слышно; достаточно ли света; хорошо ли видно изображение проектором презентации; не отсвечивает ли доска и т.п. При этом спрашивать нужно только о таких условиях, которые выступающий действительно может и готов изменить;

- вовлечение присутствующих в совместное изменение этих условий (просьба помочь раздать материалы, передвинуть экран, найти выключатель и включить свет и т.п.). При этом необходимо высказывать именно просьбу помочь. Например, «Пожалуйста, помогите мне раздать материалы», а не «Пожалуйста, раздайте материалы». Слушатели должны вовлекаются в совместную деятельность с выступающим, а не выполнять его поручения;

- обращение к экспертному мнению специалистов в зале или высказывание различных просьб, например, «Поднимите руки те, кто...» и т.п.

При использовании описанных выше приемов поначалу следует ожидать от аудитории выполнения только простых действий. Не нужно рассчитывать на активное вовлечение еще неподготовленной аудитории. А если вы ее все же «разогрели», то и содержание выступления должно быть достойным. Серьезная аудитория не прощает манипуляций.

*Снятие напряжения по параметру «свой — чужой».* В некоторых видах публичного выступления решающее влияние на его успешность может оказывать эффект «свой — чужой». Практика показывает, что если кто-либо предлагает даже выгодное предложение, но воспринимается аудиторией как

«чужой», то его предложение, как правило, отклоняется. Это связано с тем, что в предложении «чужого» человека мы заведомо склонны предполагать наличие какого-либо подвоха, невидимой уловки или ловушки. Поэтому снятие напряжения по параметру «свой — чужой» имеет особенное значение в бизнес- презентациях и выступлении перед сложившейся социальной или профессиональной группой, если ставится цель склонить людей к принятию какого-либо решения (подписать предложение о сотрудничестве, приобрести товар, услугу и т.п.).

Для снятия подобного напряжения необходимо понимать психологические механизмы отнесения людей к «своим» или «чужим». Так, «своими» для нас являются те, кто относится к нашей группе (культуре) или к другим схожим или дружественным по отношению к нам группам. А тот, кто относится к инородным, оппозиционным группам, обычно воспринимается как «чужой», а соответственно — враждебный. Этот процесс идентификации производится оценивающей стороной во многом автоматически на уровне подсознания. И решающее значение в этом процессе имеет подобие, схожесть. Человек как бы бессознательно задает себе вопросы: «Насколько он такой же, как я?» или «Что в нас общего? Что нас объединяет?» Соответственно, для снятия напряжения по параметру «свой — чужой» необходимо показать аудитории общие, объединяющие с ней элементы. Это может быть наличие общих интересов, ценностей, традиций, привычек, прошлого и т.п. Для определения этих элементов и собирается соответствующая информация о слушателях перед выступлением.

Выступая перед представителями определенной профессиональной группы, необходимо иметь достаточные представления о специфике их деятельности, а также значимых событиях, произошедших в данной профессиональной сфере. Также может иметь значение предпочитаемый в их организационной культуре стиль одежды, особенности профессионального языка (традиционные приветствия и обращения). При этом главное в

использовании этих знаний — не «перегнуть». Подозрение аудитории в том, что вы ведете себя неискренне и только пытаетесь «пристроиться» в их ряды, может только навредить.

### *Вопросы и ответы во время презентации.*



Завершающим, но не всегда простым и удачным этапом презентации выступают вопросы слушателей. Не стоит бояться этой части выступления, ведь вопросы свидетельствуют о том, что оно сумело задеть аудиторию. Однако для того, чтобы встретить финал презентации во всеоружии, стоит учесть несколько важных правил относительно вопросов из зала.

### *Готовьте сани летом*

Во время подготовки презентации попробуйте предугадать возможные вопросы слушателей и составьте на них ответы. Просто представьте себя сидящим в зале и отметьте места выступления, в которых у зрителя могут появиться сомнения, непонимание или, напротив, усилится интерес.

Проанализируйте также свежие события или популярные аспекты обсуждений, связанные с тематикой Вашей презентации. Это поможет в ведении содержательной дискуссии после выступления.

Вспомните последнее, увиденное Вами выступление известного политика. Наверняка он сумел отлично «выкрутиться», отвечая даже на вопросы с подвохом или освещая волнующие слушателей темы. Не секрет, что залог успеха подобных диалогов с общественностью в заранее подготовленном профессионалами в написании речей списке ожидаемых вопросов и, естественно, наиболее удачных ответов к ним.

### *Предоставьте зрителю слово*

Успешное выступление не должно быть монологом. По своей природе большинство из нас больше любят говорить, а не слушать. Игнорирование вопросов не добавит, а скорее отнимет у Вас условные баллы за презентацию.

### *Регламентируйте общение*

Обязательно очертите временные рамки для ответов на вопросы аудитории. Короткую презентацию не стоит обрывать на полуслове. Поэтому лучше предложить залу отмечать возникающие вопросы на протяжении выступления и задать их после его окончания. Достаточно объемный спич весьма уместно оживить общением после окончания каждого отдельного его блока. Форма, в которой зрители утолят свою жажду высказаться, также должна быть оговорена заранее (записки, живое общение по поднятию руки).

### *Будьте наблюдательны*

Зрители также могут выражать свое желание что-либо уточнить, разъяснить или опровергнуть, используя визуальный контакт с презентующим. Отмечайте детали взгляда слушателей и, если заметите ярко выраженное несогласие, недоумение, удивление и т.п., то смело берите инициативу на себя. «Вы хотели бы задать вопрос?», «Какая-то часть моего выступления нуждается в разъяснении?» – вполне уместные и тактичные вопросы на этот случай.

### *Дойдите до точки*

Бывает так, что кому-то из зала не терпится задать вопрос и он выражает желание сделать это, когда Вы еще не успели закончить мысль. Прервавшись и предложив ему высказаться, Вы рискуете разрушить логику рассуждения и сбить остальных присутствующих с толку. Лучший выход – это дать вопрошающему сигнал, что он замечен, а после завершения своего высказывания обязательно предложить озвучить его вопрос.

### *Не бойтесь повторений*

Если Вам удалось расслышать глас из зала, то не факт, что и все присутствующие это сделали. Поэтому заданный вопрос необходимо громко и внятно ретранслировать аудитории. Ведь резкая смена темы без видимой (слышимой) с дальних рядов причины может только запутать зрителя.

Также, отвечая на вопросы, не отсылайте слушателей вспоминать ту или иную часть Вашей речи. Фразы наподобие «Это было освещено в моей презентации, Вы просто не заметили/прослушали/недопоняли» являются неприемлемыми. Раз вопрос уже возник и задан – сделайте нужные разъяснения.

### *Не отдавайте предпочтений*

Ошибкой будет считать, что ответ на вопрос из зала принадлежит только задавшему его зрителю. Пока Вы будете удовлетворять его любопытство, остальная аудитория начнет терять интерес к теме разговора. То есть, отвечая на вопрос, обращайтесь с ответом ко всем присутствующим.

### *Разложите вопрос по полочкам*

Не начинайте отвечать на вопрос, если смутно уловили его суть. Правильнее будет сначала уяснить его содержание с помощью уточняющих фраз. Затем переформулировать его и получить подтверждение у

интересующегося зрителя, что он хочет узнать именно этот аспект. Только затем передавайте вопрос всей аудитории и начинайте излагать ответ.

### *Уверенно управляйте диалогом*

Если Вы видите, что слушатель, не имея конкретного вопроса, просто хочет озвучить свои мысли по теме или вступить с Вами в спор, смело прерывайте такого оратора. В этом случае вполне логичны фразы: «Уточните, пожалуйста, каков Ваш вопрос?», «Пожалуйста, сформулируйте свой вопрос» и т.п. Не бойтесь прервать зрителя, если озвученный Вами в начале выступления формат общения не предусматривает длительных дискуссий.

### *Пользуйтесь положением*

Помните, что ведете презентацию Вы, а значит на данный момент Вы главный. Поэтому нет повода волноваться при возникновении трудностей с безотлагательным ответом на вопрос из зала. Не можете на ходу сформулировать мысль по какой-то теме? Просто возьмите паузу и вежливо предложите автору вопроса ответить на него во время перерыва или в другом формате после презентации. Это даст Вам время подготовить качественный содержательный ответ, который удовлетворит аудиторию.

### *Не растекайтесь мыслью по древу*

Будьте лаконичны. Чрезмерное углубление в детали во время ответа может привести к тому, что не останется времени на вопросы остальных слушателей или Вы вынуждены будете прервать свое выступление. Поэтому излагайте мысли коротко, но, по сути, чтобы удовлетворить интерес аудитории и соблюсти регламент.

### *Начните ответ благодарностью*

Один из принципов нетворкинга гласит, что ритуал взаимной благодарности помогает успешно поддерживать отношения с

другими людьми. Возьмите его на заметку, ведь, задав вопрос, зритель проявил заинтересованность в вашей презентации и в Вас лично как ораторе. Обязательно благодарите за заданные вопросы и не стесняйтесь делать им комплименты.

### *Не допускайте длительных пауз*

Иногда получается, что на призыв задавать вопросы не следует никакого отклика из зала. Не теряйтесь! Есть несколько способов «выйти сухим» из такой ситуации:

- Можно после паузы подтолкнуть аудиторию к началу диалога приободряющей фразой: «Я буду рад ответить на любые Ваши вопросы, поэтому, пожалуйста, не бойтесь их задать».
- Можно заранее предусмотреть в содержании выступления несколько моментов, которые обеспечат 100% отклик публики.
- Можно, окончив презентацию, поблагодарить аудиторию за внимание, обозначить свою готовность ответить на вопросы от каждого присутствующего (если они возникнут) и начать уходить в зал. Это поможет избежать неприятного момента, если вопросы так и не возникнут.
- Можно дать слушателям время подготовиться, предложив ответы на вопросы, «заданные Вам перед презентацией», «часто задаваемые Вам по этой теме» или самому озадачив публику вопросом. Это подтолкнет присутствующих к началу общения.

### **Представление инвестиционных проектов.**

Главная цель презентации проектов и бизнес-планов — это логичное убеждение инвесторов в реальной конкурентоспособности проекта на основе расчетов и последовательного обоснования его эффективности. Успешная презентация и представление инвестиционных проектов считается многими

менеджерами компаний лидеров искусством. Но этому искусству можно и нужно обучаться. Можно определить следующие типичные ошибки презентации и способы их предотвращения.

В условиях конкуренции между инвестиционными проектами за привлечение инвестиций на наиболее выгодных условиях точная и эффективная презентация инвестиционных проектов и бизнес-планов может определяющим образом повлиять на судьбу проекта.

Российские системы подготовки кадров в этом отношении разделяются на две, как правило, крайние группы. В одних презентация является центральной частью подготовки, на которой сосредоточено все внимание в ущерб содержанию. Главное — эффектно представить любую, пусть даже самую ненадежную и непродуктивную, идею, чтобы инвестор на нее клюнул. Ни о каких серьезных проработках и методах расчета проектов при этом нет и речи, а проекты крайне примитивны и нежизнеспособны. В других учебных программах, наоборот, презентация считается чем-то несущественным, важнее знать сложные методы расчетов, представление же проекта — это дело третьестепенное.

Но обе крайности неверны.

Презентация проекта — это больше, чем продажа, так как при правильной постановке задачи презентации она может способствовать росту эффективности проекта в период подготовки к ней.

*Главная цель презентации проектов и бизнес-планов* — это логичное убеждение инвесторов в реальной конкурентоспособности проекта на основе расчетов и последовательного обоснования его эффективности.

Таким образом, в центре внимания должна быть

*конкурентоспособность проекта*, а его представление и презентация — это не попытка продажи любой ценой своих идей, а логичное,

последовательное и эффективное доказательство преимуществ представляемого проекта по сравнению с другими.

Оперирование наилучшими показателями проекта, старательный обход всех возможных зон риска, психологическая обработка инвестора уводит проект, инвестора и самих разработчиков в область будущих глубоких разногласий и конфликтов, потерь финансов, времени, перспектив дальнейшего сотрудничества. Серьезные расхождения неизбежно начнутся, когда вдруг выяснится, что реальные показатели эффективности гораздо ниже презентационных, фактическая доходность инвестиций совершенно не удовлетворяет инвестора, ряд условий не соблюдается, а многие факторы неверны. В результате проект будет либо досрочно прекращен, либо вместо стратегического сотрудничества с инвестором будет краткосрочное взаимодействие и поиск нового инвестора. Но при этом разработчики и собственники проекта теряют главное — свой имидж, историю своих удачных проектов, репутацию, что всегда в деловом мире имело важное значение для привлечения инвестиций.

Опыт показывает, что *вторая цель — установление стратегических отношений с инвесторами* — должна быть всегда во главе угла разработчиков и собственников проекта, если они хотят получить крупные прибыли от него и высокую доходность. Это означает отчетливое понимание, того, что инвестор выступает не только как источник инвестиций, но и мощный источник формирования положительной или негативной репутации и имиджа разработчиков и собственников проекта.

Поэтому не могут не вызвать удивление поступки некоторых руководителей компаний, тратящих огромные суммы на рекламу своих компаний и одновременно проигрывающих свою репутацию и имидж в судах с инвесторами, которых им удалось, по их глубоко ошибочному мнению, загнать в угол. Но на самом деле они загнали в угол свою репутацию и обесценили ее, а заодно и свою компанию.

*Третьей целью должно быть установление обстановки взаимного доверия, открытости и доброжелательности взаимодействия с инвесторами на всех этапах, обеспечения его доступа ко всей необходимой информации, предоставления возможности влиять на ход проекта, в успехе которого он заинтересован не менее, чем разработчики и собственники проекта.*

Только после того, как разработчики проекта определились с указанными стратегическими целями взаимодействия с инвестором, можно переходить ко второму этапу — *построение плана взаимодействия с инвестором и проведения презентации.*

Прежде чем выступать с представлением инвестиционного проекта, следует по возможности

*тщательно изучить свою аудиторию, потенциальных инвесторов.* Часто приходится видеть, как эти презентации проходят, мало чем отличаясь от заурядных рабочих совещаний в компаниях. В сочетании со стрессом выступающего, негативный эффект презентации может быть поразительным.

Эффективная презентация и представление инвестиционных проектов считается многими менеджерами компаний лидеров искусством. Но этому искусству можно и нужно обучаться. Презентация — это не выступление на рабочем совещании, она имеет свои особенности и тонкости, нарушение которых оборачивается для компании потерей инвесторов и соответственно конкурентоспособности.

Дефицит инвестиций компании в условиях рынка отражает неумение ее менеджеров эффективно представлять инвестиционные проекты. В первую очередь это отражение непонимания ее руководства, что в рыночных условиях инвестиции достаются тем, кто более подготовлен к конкуренции на рынке инвестиций, а для этого нужно готовить свой персонал на уровне конкурентов.

Хороший способ подъема инвестиционной конкурентоспособности компаний, но крайне редко встречающийся в российских компаниях,

организация внутренней конкуренции между инвестиционными проектами, их презентации внутри компании.

Можно определить следующие типичные ошибки презентации и способы их предотвращения (см. табл. 1). Эти принципы обязательно нужно учитывать при разработке и проведении презентаций.

*Таблица 1. Типичные ошибки презентации, их следствия и способы предупреждения*

| <i>Типичные ошибки презентации и их следствия</i>                                                                                                                                                                                                                         | <i>Способы их предупреждения</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Потенциальная аудитория не изучается, не продумывается характер доведения точной информации до каждого участника, формы и способ подачи информации.</p> <p>В результате выступление безадресно, информация большей частью не доходит до инвесторов или искажается.</p> | <p>В зависимости от состава аудитории следует изменять характер подачи информации. Темп и громкость речи должны соответствовать аудитории. Если присутствуют иностранные инвесторы, в построении доклада и выступления необходим несколько более медленный темп речи (но не слишком) и обязательны небольшие паузы в наиболее важных местах. Помимо подчеркивания смысла, они необходимы, чтобы переводчик успел перевести сложные термины и цифры.</p> |
| <p>Выступлению не предшествует управленческий тренинг, в результате выбранный</p>                                                                                                                                                                                         | <p>Каждой презентации инвестиционного проекта должна предшествовать серьезная работа</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>«естественный стиль» оборачивается небрежностью, нарушает общепринятые в деловом мире правила проведения презентации.</p> <p>Разрушается имидж менеджеров компании, и в целом создается неблагоприятные выводы об уровне их управленческой культуры.</p> <p>Это негативное восприятие в дальнейшем трудно изменить.</p>                                                                                                    | <p>со специалистами в области построения и проведения презентаций, которые со стороны видят то, что сам выступающий не ощущает.</p> <p>Необходима целенаправленная подготовка команды по проведению презентации (доклад, подготовка иллюстративных материалов, сбор данных об участниках, характере аудитории, особенностях места проведения мероприятия).</p>                                                                                                                        |
| <p>Выступление не сопровождается временным графиком изложения вопросов и расстановкой их приоритетов.</p> <p>В результате главная информация не доходит до инвестора, а второстепенные данные ему малоинтересны.</p> <p>Одна из главных ошибок — это доклад с позиции собственных интересов, например «Нам нужны инвестиции» (инвестиции сегодня нужны многим; докажите, что ваши условия и ваш проект более выгодны, чем</p> | <p>Докладу должен предшествовать тщательный отбор смысловых блоков информации, отвечающих излагаемым вопросам. В пределах 10-20 минут не следует излагать более 3-5 основных вопросов. К ним следует отнести:</p> <p>предельно краткое наименование сути проекта, по сути его резюме; краткое описание объекта инвестирования, его потенциала и проблем развития;</p> <p>сущность предлагаемого инвестиционного проекта, его основные количественные характеристики эффективности</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>другие проекты). В этом смысл презентации.</p> <p>Практически всегда пренебрегают рисками проекта и не находят нужным объяснить, в чем гарантии защиты интересов инвестора, обеспечивают ли ему доступ к необходимой информации по использованию инвестиций.</p> <p>Презентация теряет смысл, так как главная цель — доведение объективной информации — не реализуется.</p> | <p>(экономические результаты, рентабельность, срок окупаемости доходы инвестора и другие);</p> <p>риски проекта и способы их минимизации;</p> <p>механизм защиты интересов инвестора и его инвестиций;</p> <p>рыночные перспективы проекта и возможные выгоды для инвестора при дальнейшем сотрудничестве.</p> |
| <p>Пренебрежение к оформлению; своего доклада слайдами, буклетами, видеоматериалами, демонстрацией на компьютере или изготовление их на низком уровне.</p> <p>Информация слабо воздействует на инвестора, создает у него впечатление о слабой подготовке менеджеров.</p>                                                                                                       | <p>Презентация обязательно должна сопровождаться иллюстративными материалами, демонстрацией их на экране, желательно использование мультимедиа. Зарубежным инвесторам целесообразно вручить материалы с краткой характеристикой преимуществ и перспектив проекта на английском или их родном языке.</p>        |
| <p>Инвестору представляют данные только о проекте, но ничего не говорится о команде менеджеров по его управлению,</p>                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Важно помнить, что самые лучшие проекты много раз становились неудачными из-за слабой подготовки команды менеджеров,</p>                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>их квалификации, опыте, владению необходимыми технологиями. Такой команды или нет вообще, либо она составлена из совершенно случайных людей, либо все будет выполняться функциональными службами.</p> <p>Все эти варианты показывают, что менеджментом проектов в компании не владеют.</p> <p>Инвестиции доверяют конкретным людям, объединяемым в команды по управлению проектом. Если инвестор их не видит, то думает, что методы работы командами не применяются, доверие к проекту у него снижается.</p> | <p>бюрократии и безответственности внутри компании.</p> <p>Поэтому готовая команда квалифицированных менеджеров, владеющих методами и технологиями инвестиционного менеджмента, является мощным фактором противодействия рискам проекта.</p>         |
| <p>Закрытость информации по проекту и объекту инвестирования. Инвесторы не любят иметь дело с неизвестными объектами типа «черный ящик», когда известно только, что есть на входе в систему и что на выходе, а что</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Сотрудничество с инвестором будет тем успешнее, чем яснее вы сможете показать, что готовы к обсуждению любого вопроса и рассматриваете его как партнера. При возникновении проблем он понимает, что от него ничего не скрывали и сам начинает</p> |

|                                                  |                                                   |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| происходит с проектом внутри,<br>от него скрыто. | предпринимать активные действия<br>по их решению. |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------|

### **Виртуальные презентации.**



Создание уникальных виртуальных презентаций с учетом специфики бизнеса клиента. Яркие и оригинальные решения.

Жесткая конкуренция в сфере бизнеса требует новых форм и подходов в подаче информации. *Виртуальная презентация* – это возможность предоставить партнерам, заказчикам, посетителям полную информацию о деятельности своей компании, ее услугах и товарах, производственных цехах и т.д.

Если вы занимаетесь добычей нефти, то вряд ли сможете устроить экскурсию людям, заинтересованным в вашем продукте на смотровую площадку вашей нефтедобывающей компании. Предоставить инвесторам информацию о строящемся объекте, если строительство еще не закончено

тоже будет нелегко. Виртуальная презентация поможет справиться с этой задачей, не покидая кабинет, конференцзал или выставочный павильон, где проходит презентация. Вы сможете красочно, эффективно подать информацию, чтобы заинтересовать потенциального клиента, партнера, покупателя.

Для создания виртуальной презентации вам не потребуется много усилий. Достаточно обратиться к нам, чтобы получить готовый качественный продукт. Наши специалисты:

- Разработают визуальный контент;
- Подберут качественные анимационные изображения;
- Напишут программное обеспечение;
- Предоставят в аренду и подключат оборудование.

Виртуальная презентация поможет решить несколько важных задач:

- Предоставит полную информацию о ваших услугах, товарах;
- Продемонстрирует ваш продукт или сферу деятельности, подчеркнув лучшие стороны;
- Поможет добиться 100% wow-эффекта, для достижения которого используются современное оборудование: набор очков и пультов. Такая система виртуальной презентации позволяет показать любой масштабный проект, независимо от его места расположения: нефтедобывающая платформа, производственный цех, строительная площадка, выставочный зал.

В зависимости от масштабности и цели проекта, наша компания подберет необходимые формы и оборудование для проведения презентации. Мы используем интерактивные доски, столы, системы проекционного изображения. Грамотно подготовленная визуальная презентация может из обычного информационного контента превратиться в настоящее визуальное

шоу, которое вызовет повышенный интерес клиентов и инвесторов к вашему проекту. Ведь успех любой презентации зависит не только от качественной и полной информации о демонстрируемом объекте, но и от аудиовизуальной подачи.

Современные технологии, различные типы приложений позволяют создать уникальную, яркую 3-Д анимацию в реальном времени, привлечь внимание клиентов, инвесторов, посетителей, гостей мероприятия и погрузиться в виртуальную реальность с ощущением полного присутствия.

Виртуальный музей из картинок и изображений вашего объекта позволит вашим клиентам и инвесторам полностью погрузиться в ваш проект, рассмотреть представленные объекты со всех ракурсов, что вызовет положительный эмоциональный отклик у всех присутствующих на просмотре презентации.

Главное требование к виртуальной презентации – она должна быть уникальной, информативной, зрелищной и запоминающейся. Наши специалисты креативно подойдут к решению ваших задач, спроектируют интерактивный стенд, разработают оригинальный контент и организуют виртуальную презентацию, предоставив и настроив оборудование.



*Виртуальная презентация* – это эффективный инструмент современного бизнеса, который позволяет продемонстрировать лучшие свойства вашего продукта в глазах инвесторов и клиентов, предоставить полную информацию и создать нужное настроение.

Говорят: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Четкие, яркие иллюстрации и изображения, предоставят полную информацию клиенту, продемонстрировав ваш продукт и выразив ваше ключевое послание.

Воздействие видеоконтента на участников презентации огромно. С помощью видеоочков 3-Д проекции превращаются практически в реальный мир, где участники ощущают себя в центре событий, находясь среди объемных изображений.

Видеоконтент наглядно предоставляет конструктивных особенностей проекта, технологических процессов, наглядность архитектурных и ландшафтных проектов, позволяет виртуально посетить производственные цеха, выставочные залы, музеи и использованием 3-д изображений, продемонстрировать туристические услуги с эффектом присутствия в реальном времени.

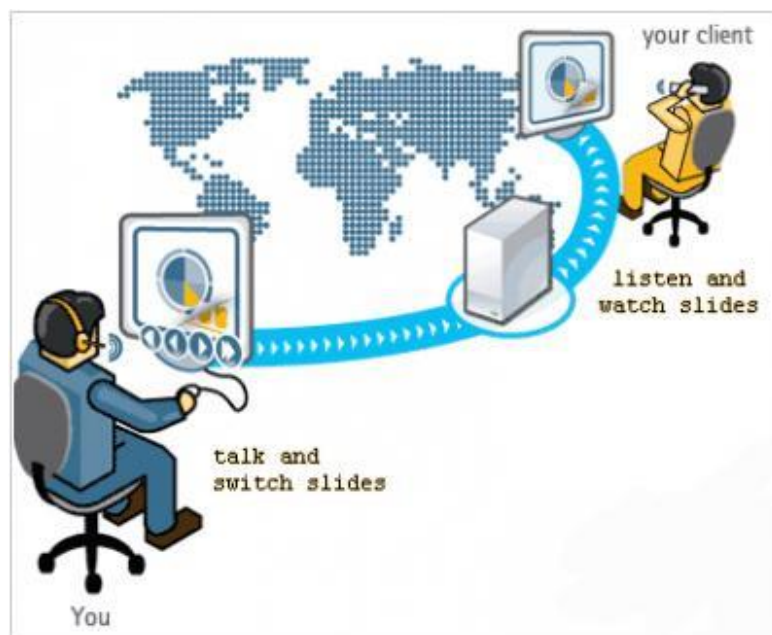
## *Онлайн презентации.*



Проведение презентации через интернет имеет ряд преимуществ перед презентациями "вживую". Во-первых, конечно, это экономия времени и денег на поездки. Во-вторых, сервисы для web-презентаций предоставляют дополнительные возможности:

- практически неограниченное число зрителей, каждый из которых может посмотреть и поучаствовать в презентации со своего рабочего места
- возможность записать ход презентации для ее просмотра и анализа
- возможность опубликовать презентацию на сайте, чтобы все заинтересованные могли получить к ней доступ 24/7
- возможность создавать более эффектные и интерактивные презентации с использованием видео, звуковых эффектов и анимации
- возможность совместной работы при создании презентации через интернет

Инструменты для Web-презентаций могут быть доступны в качестве отдельного сервиса или в составе комплексного решения для web-конференций

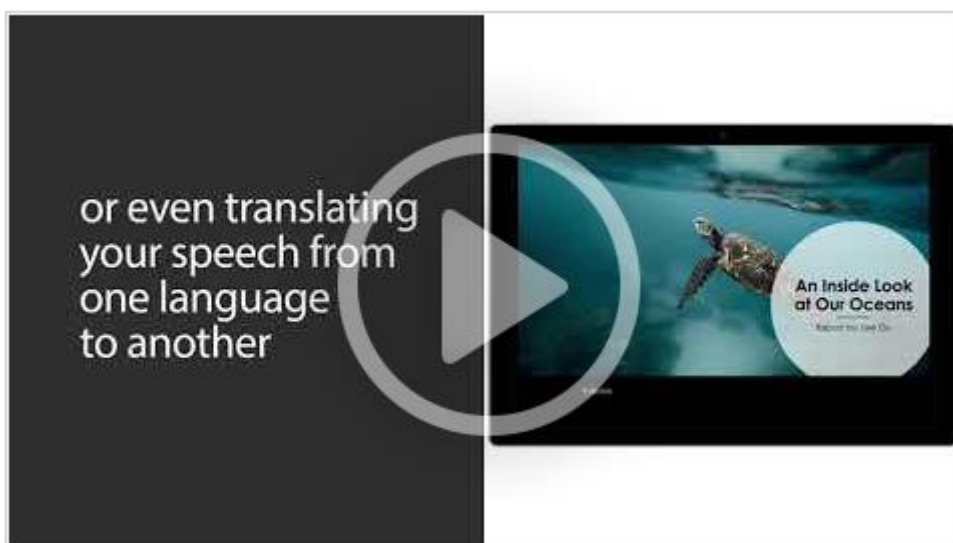


Для демонстрации презентации интернет-сервисы могут предоставлять инструменты коммуникаций со зрителями: чат, видеосвязь, а также средства для сбора обратной связи (например, интерактивные опросы, оценки). Также, может присутствовать панель инструментов для аннотации экрана, которая позволяет делать пометки поверх презентации. Это очень полезно для правильного управления вниманием зрителей.

Создать веб-презентацию, как правило, можно в веб-редакторе, находящимся в вашем аккаунте. Там же могут храниться все ваши готовые презентации и библиотека графических элементов, которые можно использовать в следующих презентациях. Как правило, сервисы для интернет презентаций предоставляют возможность импортировать презентацию в формате Power Point, но стоит отметить, что иногда при таком импорте появляются искажения. Для совместной работы над презентацией служит система контроля доступа, система контроля версий, инструменты для обсуждения презентации.



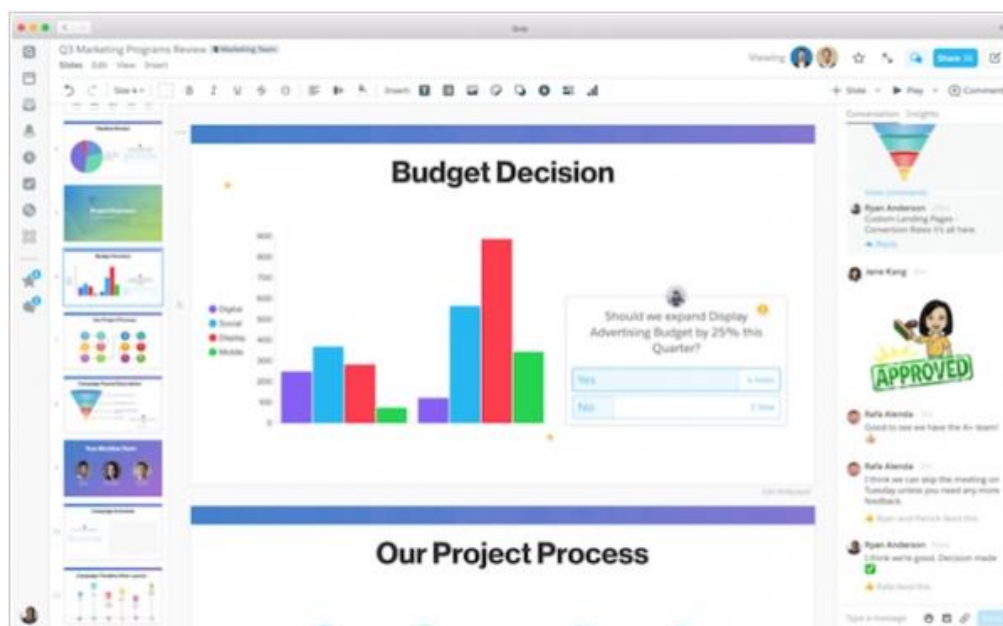
2018. В Skype и PowerPoint появятся автоматические субтитры



В ближайшее время в Skype и PowerPoint появится возможность включать автоматические субтитры. Это не только полезно для людей с плохим слухом, но и вообще для любой презентации и сеанса видеосвязи, чтобы улучшить фокусировку внимания и избежать потери информации. В PowerPoint можно будет настроить стиль субтитров, чтобы они соответствовали внешнему виду презентации. В Skype субтитры будут показываться пока только в видеозвонках один-на-один. Также, в Microsoft заявили о намерении добавить

к автоматическим субтитрам перевод речи на 20 языков, включая русский (до сих пор синхронный перевод работал только в Skype для 6 языков, не включающих русский).

2018. Salesforce представила конкурента Microsoft PowerPoint



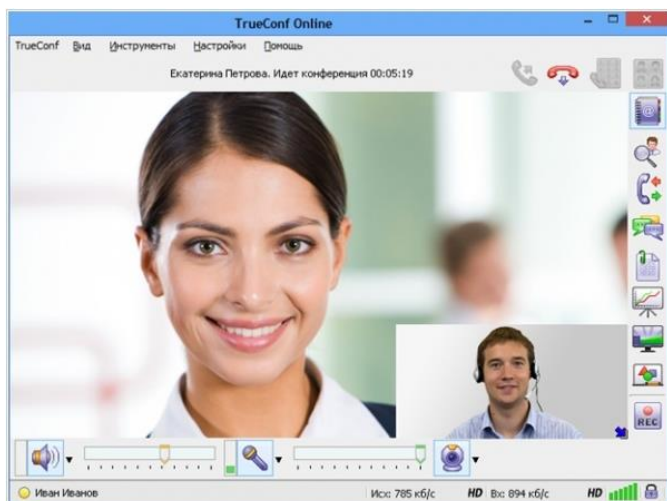
Salesforce разрабатывает ПО для менеджеров по продажам, поэтому логично, что в ее арсенале появилась программа для презентаций - Quip Slides. Ради этой затеи они 2 года назад купили стартап Quip за \$582 млн. Чтобы отбить затраты Salesforce назначила цену от \$10 до \$25 за пользователя в месяц. Как и Microsoft Powerpoint, программа Quip Slides позволяет создавать и демонстрировать стандартные презентации из слайдов. Однако бонусом является возможность проводить интерактивные презентации. Пользователи могут задавать вопросы во время онлайн-презентаций и получать комментарии от своих коллег без прерывания презентации. Кроме того, они могут отслеживать, просматривают ли зрители их слайды, а также насколько далеко была пролистана презентация. И конечно, в презентации можно вставлять динамические графики прямо из Salesforce CRM.

2014. YouTube для презентаций - SlideShare - становится полностью бесплатным



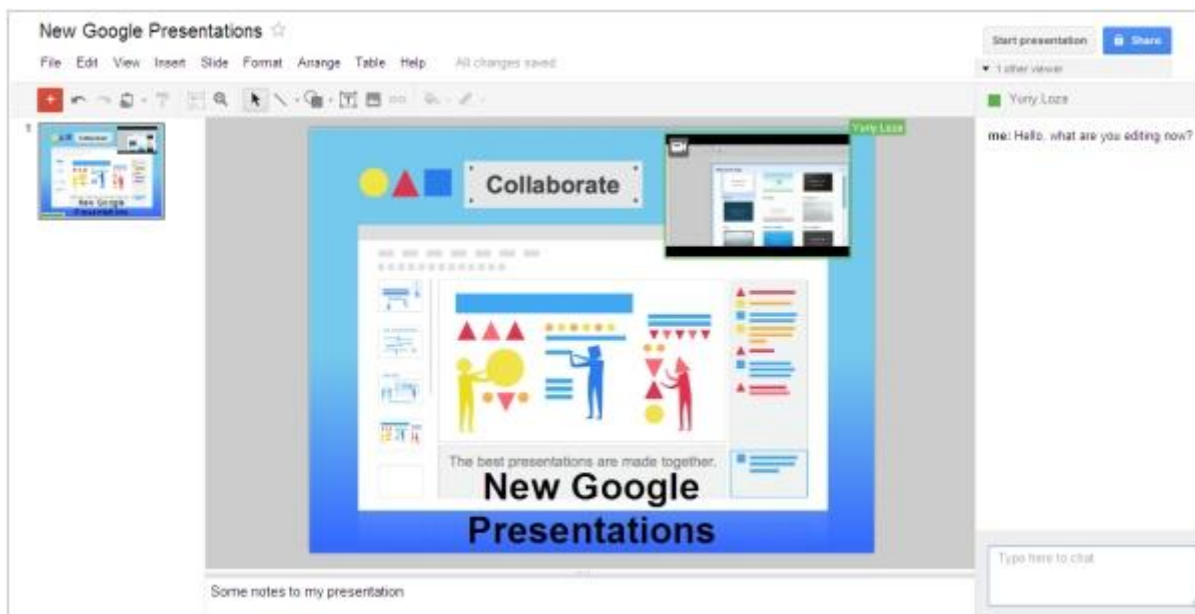
Сервис SlideShare, который позволяет публиковать презентации в интернете подобно как YouTube позволяет публиковать видео, 2 года назад был куплен социальной сетью LinkedIn. И теперь, когда LinkedIn процветает, его руководители решили что можно отказаться от платных аккаунтов SlideShare, чтобы привлечь с помощью этого сервиса больше бизнес-пользователей. Платные аккаунты стоили от \$19/мес и предоставляли дополнительные возможности: аналитика (статистика просмотров презентаций по времени, городам, сайтам и пользователям LinkedIn - т.е. вплоть до конкретных имен и должностей), возможность настройки внешнего вида своего профайла в корпоративном стиле, возможность размещать приватные презентации и давать на них доступ только определенным людям. Все эти функции в течении осени будут постепенно появляться в бесплатных аккаунтах SlideShare.

2013. TrueConf Online сделал презентации и трансляцию экрана бесплатными



Сервис для онлайн web/видео конференций TrueConf Online расширил возможности ко всем инструментам для совместной работы бесплатного тарифа, а именно: к показу презентаций и слайдов, демонстрации удаленного рабочего стола и удаленному управлению им, а также записи видеоконференций. Ранее это было возможно только с платным тарифом Начальный. При этом список прочих бесплатных возможностей не стал меньше: Full HD видеозвонки 1-на-1 и многоточечные видеоконференции для трех человек, возможность участия во всех типах видеоконференций, электронная доска, передача файлов, обмен мгновенными сообщениями и история звонков. \*\*\*

2011. В Google Presentations появилось real-time совместное редактирование



Google стремится не отставать от Zoho и SlideRocket в плане навороченности редактора онлайн презентаций. Сегодня Google выкатил полностью обновленный сервис Google Presentations. В нем появилось более 60 новых фич, но главная из них — это возможность совместной работы над презентацией в режиме real-time. Все сделано так же само, как ранее в Google Docs и Google Spreadsheets: в правой панели можно видеть, кто сейчас работает над презентацией, разговаривать с ними в чате. А на самой презентации вы можете видеть, кто что в данный момент изменяет (изменяемый объект выделяется цветом соответствующего пользователя). И напомним, что с помощью Google+ Hangouts во время совместного создания презентации, вы можете также общаться с коллегами по видеосвязи. \*\*\*

2011. Онлайн презентации переходят на HTML5: SlideShare и Zoho Show



Похоже, дни Flash в качестве платформы для богатых (Rich) веб-интерфейсов действительно подходят к концу. Сервисы онлайн презентаций, для которых Rich-интерфейс наиболее важен, переходят с Flash на HTML5. В прошлом году лидер рынка, SlideRocket выпустил HTML5-просмотрщик, а сегодня то же самое сделал самый популярный сервис для публикации презентаций - SlideShare. Причем, SlideShare не просто добавил опцию просмотра презентаций в HTML5, а полностью убрал Flash-опцию. Разработчики говорят, что новый HTML5-просмотрщик на 30% быстрее и отлично отображает презентации на планшетах (для iPad) и смартфонах. Кроме того, теперь можно выделять и копировать текст из презентаций мышкой.

### **Мастерство публичных выступлений**

Выступление перед небольшой группой у большинства людей может вызывать чувство страха. Следующие 10 советов от Дейла Карнеги из книги "Искусство публичных выступлений" помогут вам преодолеть это чувство и сделать вашу презентацию хорошей практикой, как для вас, так и для вашей аудитории.

## *1. Будьте уверены перед аудиторией*

Выступление перед людьми может пугать вас. А некоторые люди могут еще и возразить, что если выступать перед небольшой аудиторией, то это даже более страшно. Чтобы преодолеть страх перед публичными выступлениями, Карнеги рекомендует:

- Прорепетируйте несколько раз
- Погрузитесь в вашу тему
- У вас есть нечто особенное, что сказать
- Рассчитывайте на успех
- Возьмите на себя контроль над вашей аудиторией

## *2. Тема и Подготовка к публичному выступлению*

Понимайте, что вы говорите, и держите ваши мысли организованными. Если есть исследования и факты, то дополните ими вашу речь. Создайте план публичного выступления, и после того, как вы подготовили презентацию, не бойтесь пересмотреть его.

## *3. Эффективность благодаря изменению высоты тона голоса*

Карнеги советует, что для каждого изменения в ваших рассуждениях, ваш голос должен изменить высоту тона. При выступлении следите, как ваш голос меняется, когда вы говорите. И помните, что при большем количестве интонаций ваш голос будет звучать более приятно для вашей аудитории.

## *4. Пауза и ее Сила*

Знание, как использовать паузы, может значительно помочь вашему ораторскому мастерству. Паузы могут быть использованы по ряду различных причин. Например, дать вашей аудитории мысленно подготовиться к

следующей мысли, или создать интригу, или позволить вашему сообщению поглотиться аудиторией.

### *5. Чувства и Восторг*

Вложите чувства в свою речь и выразите их. Не бойтесь поначалу, даже если почувствуете, что перестарались. Будьте в восторге от вашей темы, это поможет вашей аудитории быть в восторге от нее тоже. Большая взволнованность и вовлечение вашей аудитории в вашу презентацию, и скорее всего, ваше сообщение будет резонировать с ней.

### *6. Голос*

Разговорный голос имеет большое значение для публичных выступлений, но как научить себя владеть им? Для начала, вы должны расслабиться. Не позволяйте себе нервничать, потому что нет причин, чтобы нервничать. Следите за дыханием и попробуйте произносить гласные звуки, чтобы расслабиться и подготовиться к своей речи.

### *7. Соответствие жестов вашей Речи*

Жесты должны быть отражением того, что вы чувствуете, помогая вам передать то, что вы хотите донести до вашей аудитории. Они должны быть естественными и должны быть одной единственной незапланированной частью речи. Убедитесь, что ваши движения постоянно меняются и совпадают с тем, что вы говорите в этот самый момент.

### *8. Влияние на толпу*

Каждая толпа нуждается в лидере. Будьте лидером для вашей аудитории! Руководите своей аудиторией через свои мысли и держите ее занятой. Утвердите себя в качестве лидера и получите уважение вашей аудитории. Это

поможет вам руководить ими и добиться от них действий, которые вам необходимы.

### *9. Пополняйте свой словарный запас*

Каждое слово в вашем лексиконе означает три вещи: вы знаете его значение; вы знаете, как оно сочетается с другими словами; и вы знаете, как правильно его использовать. Когда вы услышите новое слово, то сделайте все необходимое, чтобы узнать о нем эти три вещи. Если вы услышите слово, которое вы уже знаете, но оно используется по-другому, то это также отличный способ увеличить свой словарный запас. Если вам непонятен смысл его использования, то посмотрите в словарь и запомните его значение.

### *10. Тренировка памяти*

Вы, вероятно, не захотите или не сможете запомнить всю вашу речь слово в слово, но на основные идеи, имеющие большое значение для гладкого прохождения вашей презентации, следует обратить внимание. Это также просто, как запоминание вашего плана. Запомните ключевые моменты вашего выступления и некоторые слова, связанные с ними, и работайте в этом направлении.

Дейл Карнеги, возможно, и предложил эти советы уже много лет назад, но они не подвластны времени. Использование всего нескольких из них поможет вам в преодолении страха публичных выступлений, значительно увеличит вашу уверенность в себе и сделает вас лучшим оратором.

### **Вопросы по 3 главе**

1. Назовите основные типы публичных выступлений
2. Особенности презентаций в стиле TED
3. Какие существуют программы для создания виртуальных презентаций?
4. Какие вы знаете методы вовлечения аудитории?

## 5. Что относится к эмоциональным составляющим презентации?

### ПРИЛОЖЕНИЕ



*Питч* (от англ. pitch — бросок, подача) — краткая структурированная презентация проекта перед потенциальными инвесторами. В индустрию продаж этот термин пришел из бейсбола. Серии коротких выступлений участников — питчинги или питч-сессии — стали типичным форматом конкурсов стартаперов (а также молодых кинематографистов).

Цель питча — заинтересовать инвестора и привлечь финансирование. На выступление отводятся считанные минуты, поэтому оно должно быть максимально доходчивым. Качественный питч имеет жесткую структуру и строится из четких логических блоков. Чем меньше времени, тем меньше блоков.

По длительности выделяют три вида питчей:

- *Elevator pitch* (1 минута) — самая короткая презентация проекта, которую можно успеть сделать во время поездки с инвестором на лифте. Времени

хватит лишь на три блока: проблема, решение и перспектива монетизации проекта.

- *Idea pitch* (3 минуты) состоит из названия проекта, проблемы, решения, объема рынка, бизнес-модели, команды, заключения и контактов.

- *Funding pitch* (7-10 минут) включает все блоки из *idea pitch* плюс описание конкурентов, планы, информацию о том, что уже сделано и сколько нужно денег.

Известный специалист по питчам Билл Джосс считает идеалом емкости лекции лауреатов Шнобелевской премии. Они проходят в формате 24/7: 24-секундное описание открытия и резюме длиной в семь простых слов. На занятии в стартап-академии «Сколково» Билл Джосс просил участников описать свои проекты в семи словах.

Также питчами называют письма инвесторам или журналистам с кратким рассказом о проекте и прикрепленной презентацией.

### Инвесторы о питче:



**Андрей Романенко**

акционер Run Capital

В России еще пока не сложилась культура питчей. В Кремниевой долине проекты уже настолько натренировались в коротких выступлениях, что максимально собранно и кратко презентуют себя при любой возможности: на вечеринках, в кафе, лифте — самопрезентации отскакивают от зубов.

Существуют различные по времени питчи, но в любом случае их объединяет одно четкое правило – за 1-2 минуты презентующий должен завладеть интересом собеседника. Если не «зацепил», сколько бы время у тебя не было, изменить ситуацию будет сложно.

Правила, которых стоит придерживаться:

1. Если можешь что-то показать, лучше покажи, чем описывай.
2. Расскажи суть: какую проблему решает проект, кем и почему он будет востребован.
3. Не вдавайся в детали, не используй узкоспециализированных терминов.
4. Презентуя проект, фаундер в первую очередь презентует себя, свою вовлеченность, опыт, знания и веру в проект.
5. Не забудь представить команду.

И главное: будь готов в одном предложении объяснить, в чем суть проекта.



**Сергей Топоров**

старший менеджер по инвестициям **LETA Capital**

Идеальная длительность питча должна быть такова, чтобы полноценно и без воды описать суть продукта и компании. Главное — успеть рассказать и показать следующие вещи:

- Какую проблему решает проект? Сколько потребителей нуждаются в вашем решении и сколько они готовы за него заплатить? Как вы к этому пришли? Иногда можно неплохо заработать даже на горстке земли — например, если доставить ее из Ирландии стремящимся к корням американцам.
- Насколько ваше решение лучше, чем все то, что предлагалось до него?
- Чем конкретно крута ваша команда, почему в вас нужно поверить? Это может быть внушительный предыдущий опыт или текущие результаты проекта. Идей и рынков в мире много, главное — реализация. Одни команды с тысячей долларов в кармане умудряются делать то, на что другие тратят миллионы. Потому-то стартапы и выживают в мире корпораций.
- Как с вами заработать деньги? Надо ведь делать не просто будущее, а коммерчески успешное будущее.

Не рассказывайте инвестору про оценки рынка в долларах, про его CAGR и т.п. Не уходите в дебри технического описания решения. Лучше давать конкретные характеристики, важные для клиента. Также малопривлекательной для инвестора выглядит информация о победах в стартап-конкурсах. Если от этой победы нет выгоды вашему бизнесу, то зачем об этом говорить?



**Михаил Лобанов**

партнер **Target Ventures**

Если говорить о питче как о презентации перед рядом инвесторов (например, на конференции или на демо-дне), то главное не слайды, а то, как основатель их подает. На первый план выходят навыки презентации: умение четко говорить, не читать текст с экрана, а свободно рассказывать своими словами и делать это крайне энергично. Об этом написано много книг, нет смысла их пересказывать.

Более полезным, мне кажется, рассказать о том, как надо, вернее, как не надо писать письма в фонды с презентацией своего проекта. Каждый день нам приходит несколько заявок от стартапов и везде ошибки одни и те же.

1. Не делайте веерную рассылку по всем фондам, которые вы знаете. Это неуважительно и выводит из себя тех, кто эти письма получает. Таланты, не знакомые с функцией «скрытая копия», инвестиций не получают.
2. Не спрашивайте: «спонсирует ли фонд деньгами?». Почитайте сайт фонда, посмотрите описание и портфельные проекты. И если благотворительность не значится среди направлений деятельности фонда, не пишите слово «спонсирует».
3. Не забудьте сформулировать тему сообщения. В проекты, чьи основатели не озаглавили свое письмо, никто не инвестирует.
4. Не пишите: «Резюме проекта в приложении, буду рад вопросам». Надо

кратко представить себя, проект, объяснить, чем вы занимаетесь, почему ваш проект релевантен фонду (например, похож или дополняет один из портфельных проектов) и так далее.

5. Пишите со своего e-mail. Почтовый ящик «Арсений Митрофанов 9870ks@inbox.ru» в сочетании с подписью «ваш Юрий Лесоруб» не способствует привлечению инвестиций.

6. Не пишите «Есть идея сделать такой проект ...». Идей у всех полно — начните делать и приходите хотя бы с прототипом.

## **ПИТЧ СЕССИЯ ПРОЕКТОВ СТУДЕНТОВ**

Суть итогового задания по курсу «Дизайн презентаций» заключается в организации питч-сессии курсовых проектов студентов по основным профилирующим дисциплинам, таким как «Проектирование», «Макетирование», «Дизайн интерьера» и т.д. или же выпускных квалификационных работ.

На питч сессию студенты должны будут подготовиться так, будто им предстоит выступление перед потенциальными инвесторами, и реализация их проектов будет зависеть от успешности и эффективности их презентаций.

Студентом необходимо будет подготовить слайды с анимацией и видео, отражающие суть их архитектурных проектов. Также необходимо будет подготовить речь, регламентированную временем максимум 10 минут. За это время студент должен будет произвести презентацию своего проекта, рассказать основную идею, отличительные свойства и новаторство, ознакомить с целями и задачами проекта, инженерно-конструкторскими и архитектурно-дизайнерскими решениями, а также примерной сметой.

Цель данной питч сессии – проверить все знания, умения и навыки студентов, полученных в ходе курса «Дизайн презентаций».



## ТЕСТЫ

1. Когда презентация становится документом?
  - a) Если она содержит более 50 слов
  - b) Если она содержит более 70 слов
  - c) Если она содержит более 75 слов
2. Назовите основные составляющие презентации
  - a) Смысл, структура, слайды
  - b) Смысл, структура, слайды, репетиция
  - c) Смысл, структура, слайды, анимация
3. Маркетинговые, обучающие, научные презентации это
  - a) Презентации по назначению
  - b) Электронные презентации
  - c) Презентации по способу представления информации

4. Сколько должно быть основных цветов в презентации?

- a) 1-2
- b) 1
- c) 3

5. Основные принципы презентации это

- a) Фокус, контраст, слайды
- b) Фокус, контраст, регламент
- c) Фокус, контраст, единство

6. Что такое ментальные карты?

- a) Техника создания слайдов
- b) Дорожная карта презентации
- c) Техника визуализации мышления

7. Кто является автором стратегии мотивационных выступлений?

- a) Элан Моро
- b) Элан Монро
- c) Эллан Миро

8. Это короткая пресс-конференция, целью которой часто является небольшое по времени, но важное по значимости заявление

- a) Питч сессия
- b) Конференция
- c) Брифинг

9. Оборудование для презентаций делится на ...

- a) Переносное и стационарное
- b) Дистанционное и стационарное
- c) Онлайн и стационарное

10. В основном, презентации имеют регламент в ...

- a) 10 минут
- b) 10-15 минут
- c) 20 минут

11. Как группировал свои тезисы Стив Джобс?

- a) По двойкам
- b) По тройкам
- c) По пятеркам

12. Что играет ключевую роль в презентации дизайн проектов?

- a) Корректная цветопередача
- b) Поверхность бумаги
- c) Рабочая документация

13. С какого года существуют TED TALKS?

- a) 1984
- b) 1985
- c) 1986

14. К какому виду презентаций можно получить доступ 24 на 7?

- a) Онлайн презентации
- b) Интерактивная презентация
- c) Мотивационная презентация

15. От английского слово «pitch» означает

- a) Кивок, одобрение
- b) Бросок, подача
- c) Подача, принятие

16. В какой программе есть совместное редактирование в реальном времени?

- a) Prezi
- b) Visme

c) Google presentations

17. В каких программах есть автоматические субтитры?

a) Skype, Powerpoint

d) В PowerPoint, Google presentations

e) Prezi, Visme

18. Мимика и жесты это

a) Информационная составляющие

b) Эмоционально составляющие

c) Концептуально составляющие

19. С чего правильно начинать презентацию?

1) С анимации и видео

2) С разогрева

3) С цели

20. Суть правила «10 минут»

a) За 10 минут аудитория начинает «плыть»

b) Нужно уложиться презентовать все за 10 минут

c) После 10 минут презентация не может иметь успеха

## ГЛОССАРИЙ

### **Презентация**

(от лат. *praesento*) (способ представления информации) — информационный или рекламный инструмент, позволяющий сообщить нужную информацию об объекте презентации в удобной для получателя форме.

### **Спикер**

человек, презентующий слайды

### **Сторителлинг**

это способ эффективно донести свой призыв до аудитории. Некоторые истории основаны на фактах, а некоторые приукрашены или импровизированы для более удачного раскрытия основного смысла.

### **Информационные составляющие презентации**

Аудиальная (речь), визуальная (слайды и видео)

### **Эмоционально составляющие презентации**

жесты и мимика

### **Flash-анимация**

это создание небольших видео (мультфильмов) из уже готовых изображений или же фрагментов фильмов

### **Визуализация**

(от лат. *visualis*, «зрительный») — общее название приёмов представления числовой информации или физического явления в виде, удобном для зрительного наблюдения и анализа.

### **HTML**

(от англ. *HyperText Markup Language* — «язык гипертекстовой разметки») — стандартизированный язык разметки документов во Всемирной паутине. Большинство веб-страниц содержат описание разметки на языке HTML (или XHTML). Язык HTML интерпретируется браузерами; полученный в результате интерпретации форматированный текст отображается на экране монитора компьютера или мобильного устройства.

## **Визуальный контент**

это вся визуальная информация, которая сопровождает текст: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и прочее

## **Онлайн презентация**

(от англ. *online* — на линии, на связи и презентация (способ представления информации)) — презентация, проводимая с передачей информации по информационной сети, чаще всего Интернет.

Онлайн-презентация проводится с помощью средств мультимедиа. Основным условием онлайн-презентации является режим интерактивности, когда зритель может влиять на ход презентации, непосредственно участвуя в нём.

Возможность проведения онлайн-презентаций появилась благодаря развитию средств мультимедиа и повышения скорости Интернет-соединения в современном мире.

## **Регламент**

ограничение времени выступления или обсуждения на конференциях, трибунах, заседаниях, собраниях, коллоквиумах, а также при выступлении на защите работ (дипломных, диссертаций, курсовых и т. п.).

## **Инвестиционный проект**

экономический или социальный проект, основывающийся на инвестициях; обоснование экономической целесообразности, объёма и сроков осуществления прямых инвестиций в определённый объект, включающее проектно-сметную документацию, разработанную в соответствии с действующими стандартами. Инвестиционный проект — обоснование экономической целесообразности, объёмов и сроков осуществления капитальных вложений, при этом необходима проектно-сметная документация, а также описание практических действий по реализации инвестиций.

### **Питч-сессия**

*Питч* (от англ. pitch — бросок, подача) — краткая структурированная презентация проекта перед потенциальными инвесторами. В индустрию продаж этот термин пришел из бейсбола. Серии коротких выступлений участников — питчинги или питч-сессии — стали типичным форматом конкурсов стартаперов (а также молодых кинематографистов).

### **Видеолекция**

это специально подготовленная учебная видеозапись.

### **Мультитач**

(от англ. *Multi-touch* — «множественное касание») — функция сенсорных систем ввода (сенсорный экран, сенсорная панель), осуществляющая одновременное определение координат двух и более точек касания

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Как уже было сказано, презентация является одной из важных ситуаций профессионального общения и выполняет большую роль в обучении будущих специалистов всех направлений подготовки. Опыт участия в презентациях очень значим для выпускников вузов, так как связан с овладением специфическими умениями профессионально-ориентированной коммуникации. Формирование данных умений в период обучения в вузе является значимой областью речевого и когнитивного развития студентов.

Курс «Дизайн презентации» дает общее представление о теоретических и технологических аспектах создания презентации, необходимом программно-техническом обеспечении и возможностях применения технологии создания презентаций в различных областях профессиональной деятельности.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ**

### **Основная литература**

1. Дуартэ Н. «Slideology. Искусство создания выдающихся презентаций» Издательство Манн, Иванов и Фербер, Москва, 2012.
2. Ламберт Д. «Microsoft Power Point 2016» Microsoft Press, Вашингтон 2015.
3. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай // Альпина Паблишер. — 2016.
4. Каптерев А. «Мастерство презентации» // Миф. - 2013.
5. Уильямс Робин «Дизайн. Книга для недизайнеров» // ЛитРес. — 2016

### **Дополнительная литература**

6. Рейнольдс Г. Презентация в стиле дзен. Основы дизайна для тех, кто хочет выступать лучше // Манн, Иванов и Фербер. — 2003
7. Роэм Д. «Визуальное мышление» // Манн, Иванов и Фербер, Эксмо. — 2012.

8. Желязны Д. «Говори на языке диаграмм» // Манн, Иванов и Фербер. — 2010.
9. Вайсман Д. «Блестящая презентация» // Питер. — 2011.
10. Бьюзен Т. Интеллект карты, Манн, Иванов и Фербер, Москва 2019

#### **Интернет сайты**

11. [www.edu.uz](http://www.edu.uz)
12. <http://powerpointstore.com>
13. <http://tilda.education/articles-how-to-create-presentation>
14. <https://l-a-b-a.com/blog/show/33>
15. <https://koloro.ua/blog/menedzhment/pravila-sozdaniya-prezentacii-ot-stiva-dzhobsa.html>