

ШЕСТЬ ШАГОВ К ПРЕЗЕНТАЦИИ

Как сделать хорошую презентацию? Увы, этому не учат ни в школе, ни в вузе. А ведь это необычайно важный навык: не будет внятного и эффектного выступления – не будет нового проекта или сделки. Как продемонстрировать свои идеи и достижения, не наделав ошибок? Как составить текст выступления, в котором нет ничего лишнего и есть все, что нужно?

С этой проблемой сталкиваются и начинающие, и те, кто провел уже не один десяток презентаций. Каждый раз подготовка содержания выступления начинается с нуля и становится уникальным творческим актом. Бизнес, безусловно, можно отнести к творчеству. Но к творчеству, где максимальное число процессов формализуется, благодаря чему оно превращается в технологию.

Презентация сегодня

Что представляет собой деловая презентация сегодня? Инструмент продаж, формирования общественного мнения, мотивирования, маркетинга, рекламы, PR. В англоязычной деловой культуре понятие «presentation» более широкое, чем русское «презентация». Оно подразумевает практически любое публичное выступление, кроме speech – очень короткой речи, не имеющей целью что-либо продать или к чему-либо склонить.

Деловая презентация – частный случай публичного выступления. Ее цель – изменить мнение, убеждения и, возможно, заблуждения аудитории в отношении объекта презентации. И приемы, позволяющие добиться успеха в ее подготовке, вполне применимы и к другим жанрам публичных речей. Все публичные речи делятся на три жанра: речи побуждающие (выступления на митингах, рекламные выступления, выступления командиров перед своими солдатами), речи ритуальные (тосты, поздравления, открытие и закрытие чего-либо, представление кого-либо) и речи информирующие (доклады, лекции, отчеты).

Целью побудительных речей является некое действие, к которому склоняют аудиторию. Цель ритуальных речей – чувства, эмоции аудитории. Цель же информирующих речей – понимание аудиторией новой информации или изменение мнения об известной. Результатом презентации является действие аудитории по отношению к презентуемому объекту. Подписать контракт, проголосовать

за политика, пожертвовать деньги на благотворительную акцию, утвердить план – наиболее распространенные цели презентации. Таким образом, презентацию мы относим к жанру побудительных речей.

Кризис бизнес-презентации?

Презентация – уникальное мероприятие: вы непосредственно контактируете с людьми, от решения которых зависит весь смысл вашей работы или даже жизни. Вы можете управлять их эмоциональным состоянием, мнением. И видеть, ощущать, как это мнение меняется. Мы так часто упускаем эту возможность!

Под презентацией многие понимают ее визуальную, вспомогательную часть. Роль выступающего в этом случае сводится к чтению текста со слайдов. Как будто в зале сидят слепые вперемежку со зрячими и надо угодить всем. При этом, разумеется, темп чтения с листа и темп речи ведущего не совпадают. В голове слушателя образуется каша, он быстро утомляется и теряет интерес к происходящему. Отлично! Презентатор смотрит на экран вместе с участниками и воспроизводит им текст, как мама читает маленьким детям титры к диафильму. Произнеся последнее слово и тяжело вздохнув, он походкой борца сумо, валящегося с ног от усталости, движется к кулисам. Оваций не слышно. Неудивительно.

Презентация начинается слайдом и слайдом заканчивается. И их десятки, а иногда и сотни. На каждом – «ковер» цифр, диаграммы, графики, таблицы. Даже там, где они не нужны. Ошибочно считается, что визуальная часть презентации должна быть самодостаточной. Слайды – это не комиксы, а иллюстрации к «Войне и миру». Они должны не заменять собой презентацию, а лишь помогать ее провести.

Как сегодня готовят презентации? Довольно часто их проводят «потому что надо», не понимая ни смысла, ни

значения. Поэтому и готовят, и проводят так, как получается: неинтересно, неярко, безрезультатно. Подготовка к презентации воспринимается как тяжелая общественная нагрузка, доводок к основной работе.

Начавшись за месяц до выступления, окончательный вид она приобретает за сутки или даже за час до начала. Нередко переделывается абсолютно все.

Это происходит потому, что нет опоры, стержня, составляющего основу презентации. Отсутствует матрица, которая помогла бы определить, что действительно необходимо включить в презентацию, а что является лишним, и главное – в какой последовательности изложить нужную информацию.

Этапы подготовки

Как только вы узнали, что вам предстоит выступить с презентацией, скажите себе: «Супер!!!» Используйте этот прием в других ситуациях и убедитесь, что жизнь стала доставлять вам меньше хлопот и больше удовольствия.

Итак, шаг номер ноль – скажите себе: «Супер!»

Шаг первый: «Вопросы жизни и смерти»

Зададим несколько вопросов самим себе. Чтобы вам лучше запомнились эти вопросы и их порядок, представьте себе сцену из фильма ужасов. Красавица оказалась в темной пещере. Звучит тревожная музыка, мы слышим прерывистое дыхание девушки. Вдруг рядом раздаются зловещие шаги, и красавица задает вполне логичный вопрос: «Кто здесь?» Она слышит ответ «Это я, чудовище». Красавица пытается прояснить ситуацию: «Что тебе нужно?» Чудовище отвечает: «Стать прекрасным принцем!» И последний вопрос красавицы: «Что я должна делать?»

Невозможно сократить эту цепочку вопросов. Она позволяет за самое короткое время дать четкий ответ на вопрос «Что теперь делать?» Мы будем учиться у этой красавицы и тоже спросим себя: «**Кто будет в зале?**», «**Что мне от них нужно?**» и «**Что я должен (должна) делать?**»

Кто будет в зале?

Что это за люди, где они работают?
Сколько им лет?
Чем они занимаются помимо работы?
Каковы их политические пристрастия?
Доход?
Семейное положение?

Каков их социальный статус?
Каков уровень их компетентности в теме презентации?
Каково их отношение к теме презентации и компании, которую вы представляете?
Уровень их образования?
Что они будут делать с полученной информацией?
Что их пугает (очень важно!)?
Что радует?
Каковы их опасения?
К чему они стремятся?
Что думают о вас и представляемом вами продукте, например?

Часто приходится слышать возражения, что люди в аудитории очень разные и общий портрет составить невозможно. Это не совсем так. Если люди собрались в одном помещении в одно время по одному и тому же поводу, значит, что-то их объединяет. Просто найдите это. В крайнем случае ориентируйтесь на портрет тех людей, которые принимают нужное вам решение. Тех, на кого вы и будете работать во время выступления.

Если же вам слишком мало известно об этих людях – найдите способ получить необходимую информацию. Зайдите на сайт компании, поищите сведения о ней в прессе, расспросите других людей. Ходить на свидание вслепую – развлечение, где нечего терять. Делать вслепую презентацию – потерять все.

Что мне от них нужно?

Самое главное – определить, что сделают эти люди после вашего выступления. Или, точнее, что они должны сделать. А еще точнее – что бы вы хотели, чтобы они сделали. Это как раз и является целью вашей презентации.

Продавец на рынке, красиво выложив на прилавке черешню, проводит своеобразную презентацию, подзывая потенциальных покупателей и демонстрируя PowerPoint в виде пирамидки аппетитных ягод. Подкрадемся-ка к нему и огорошим вопросом: «В чем цель твоей презентации?» Разве он ответит: «Донесение информации о возможности приобретения у меня спелой и вкусной черешни?» Он наверняка скажет что-то вроде: «Я хочу, чтобы у меня купили всю черешню». Давайте учиться у таких передовиков презентаций.

Таким образом, формулируя цель презентации, мы должны учесть два обстоятельства.

Первое – цель презентации реализуется после ее окончания. Это следует из определения цели, которое

гласит: «Цель любой деятельности лежит за пределами этой деятельности». Второе обстоятельство – цель презентации – формулируется в понятиях действия со стороны аудитории. Вопрос «Что мне от них нужно?» следует переформулировать в вопрос «Что они сделают?».

Что я должен делать?

Какие аргументы могут аудиторию убедить?

Какие факты и идеи могут ее оттолкнуть?

Какие приемы и ходы допустимы в презентации, а каких лучше избегать?

Какие слова и выражения не стоит использовать, а какие пригодятся?

Какие образы задействовать при подготовке визуальной части презентации?

Какие шутки, анекдоты будут уместны и понятны?

Какие примеры следует приводить?

На каких значимых для этой аудитории персон мне следует ссылаться?

И наконец, какие блоки презентационного конструктора следует выбрать для составления текста презентации?

Многие презентаторы находятся под влиянием иллюзии, что люди, приходящие на их презентации, являются носителями тех же ценностей, что и они сами. Поэтому они и приводят аргументы, убедительные для них самих. А потом удивляются, почему «публика с треском провалилась». Мы уже смеемся над рекламодателями, подбирающими для своего ролика тот канал, который смотрят сами, а не тот, который смотрят потенциальные потребители. Мы уже смеемся над пьяницей, восклицаящим: «А кто не пьет?! Нет, ты назови!» Но еще готовим несмешные презентации так, как будто в зале будут сидеть наши клоны. Теория аргументации упрощает нам работу. Необходимо знать, что аргументы делаются на три группы.

Первая – аргументы достижения.

Условно их можно обозначить словами: «Сделай – и будет лучше». Вы легко можете определить, в каких рекламных роликах на телевидении используются аргументы этой группы: «Шелковистость волос повысится», «Девочки будут ходить за тобой толпами», «Мальчики будут валиться под ноги штабелями».

Вторая группа – аргументы избегания.

Иначе говоря: «Сделай – и тебе не будет так плохо» или «Сделай – и тебе не станет плохо». В рекламе это: «Тяжесть в желудке?..», «Город старит!..» и «Жизнь скучна...». Такой рекламы до 70%.

Третья группа аргументов – аргументы подражания.

«Делай, как все» или «Делай, как авторитет». «А ты где одеваешься?» с Кристиной Орбакайте, «Savage» с Ксенией Собчак – характерные примеры. Так и в деловой презентации: в зависимости от состава и настроения аудитории следует еще до подготовки основной части определить, аргументы из какой группы будут вами использованы. Будете ли вы предлагать объект презентации как способ достичь большего, как способ избавиться от возможной проблемы или призывать «сделать это, как сделали уже тысячи успешных компаний до нас».

Легко заметить, что ответ на каждую последующую группу вопросов возможен только при условии ответа на предыдущую. Здесь перечислены не все вопросы, входящие в каждую группу. Я просто записывал их по мере того, как они приходили в голову, и не пытался привести все. Мне было важно, чтобы вы поняли модель, после чего смогли бы формулировать бесчисленное количество вопросов к самому себе, руководствуясь конкретной ситуацией.

Главное, чтобы первая группа вопросов была об участниках, вторая – о цели, а третья – об инструментах для ее достижения.

Шаг второй: «Структура презентации»

Время сформировать структуру. Лучше всего это делать в соответствии с законами композиции.

Шаг третий: «Репетиция»

Даже если вы не приступите тут же к составлению текста презентации – ничего страшного. Мозг ваш будет работать и днем и ночью, и вы будете время от времени генерировать новые идеи для вашей блестящей презентации. Самое главное – ни в коем случае (если выступать будете сами) не пишите дословно текст. Этим вы умертвите свою презентацию. Ваша задача – поговорить с публикой. Так что же делать? Просто устройте репетицию. Проговорите от начала до конца все, что собираетесь сказать. Важно, чтобы вы не просто решили: «Тут я скажу об этом, а здесь об этом». Говорите так, как будто публика уже перед вами. Постепенно у вас сложится логика презентации.

Шаг четвертый: «Фиксация»

Превосходным способом зафиксировать текст презентации являются слайды. Это иллюстративный материал и шпаргалка одновременно. Однако важно не пово-

рачиваться все время к публике спиной, чтобы увидеть, о чем говорить дальше.

Если презентация проходит без слайдов, пожалуйста, все равно не пишите текст презентации на бумаге. Один ваш вид с листами формата А4 будет навевать такую тоску на слушающих, что вам трудно будет даже начать. Могу привести пять доводов в пользу того, почему не следует писать текст презентации дословно.

1. Разговорная речь отличается от письменной. И даже если мы воспроизводим текст наизусть, он звучит неестественно.

2. Если текст будет написан, а вы не сможете его зачитать, вам придется не отрываясь смотреть в шпаргалку, что лишит вас зрительного контакта с аудиторией.

3. Если вы будете отрываться от текста, то, возможно, собьетесь. Тогда вам придется искать нужное место в тексте. Не факт, что вы найдете его сразу.

4. Вам придется держать бумагу в руках, а это закрепостит вас и не позволит жестикулировать. Если же вы положите бумагу перед собой, это привяжет вас к месту и не даст возможности перемещаться.

5. Вероятно, в ходе презентации вам придется корректировать ее продолжительность. Заранее написанный текст не даст вам такой возможности.

Лучше написать тезисы. Текст презентации – это рельсы, по которым вам волей-неволей придется ехать, и любое отклонение чревато неприятными последствиями. Тезисы же подобны колею, по которой вы можете ехать, а можете и свернуть в сторону, если понадобится. Только не дробите их чересчур сильно. Даже самая продолжительная презентация сводится не более чем к семи основным мыслям. Зафиксируйте именно их. Конечно, если в вашей презентации используются сложные числа, которые необходимо привести точно, особенно если вы собираетесь процитировать первоисточник, включите их в тезисы.

Напишите тезисы по одному на маленьких цветных карточках размером с игральные карты. Шрифт может быть достаточно крупным. На этих же карточках напишите сложные числа и цитаты, расположив их в нужном порядке. Теперь вам остается на презентации лишь время от времени сверяться с карточками. Такие карточки можно

заламинировать. Вид у них будет опрятнее, и использовать их можно будет неоднократно.

Шаг пятый: «Коррекция»

Подготовка презентации должна не более чем на 50% состоять из работы над ее содержанием и не менее чем на 50% из репетиций. Главное, с первого же раза постарайтесь все сделать так, как будто вы уже на сцене.

Конечно, вы тут же поймете, что в презентации следует изменить. Во-первых, узнаете, сколько времени на самом деле занимает ваша презентация. Затем к этому времени прибавьте еще одну пятую. Именно столько продлится ваша презентация на самом деле. Учтите: лучше ваша презентация будет длиться на десять минут меньше объявленного, чем на десять минут дольше. Во-вторых, станет понятно, какие части выступления затянуты, а где не хватает информации. Теперь вы можете презентацию подкорректировать. После чего надо провести еще одну репетицию. И снова при необходимости коррекцию. И опять репетицию.

За день-два до презентации порепетируйте в том помещении, где будете выступать. Попросите подключить всю технику, которую вы планируете использовать. Посадите в зал друзей, чтобы настроиться на работу с живыми людьми, а не со стульями. Пусть они задают вам вопросы и инсценируют другие варианты поведения участников презентации. В итоге презентация должна пройти без сучка без задоринки. Если же у вас нет возможности попасть именно в это помещение, найдите комнату, максимально похожую. Воспроизведите те условия, в которых вам придется проводить презентацию.

Шаг шестой и последний: «Заслуженный отдых»

Если вы учились в музыкальной школе, то наверняка запомнили, как педагог рекомендовал вашим родителям за сутки до экзамена или академконцерта закрыть инструмент на ключ и ни в коем случае не давать вам играть. Это позволит избежать эффекта «запиливания» или «заигрывания», когда чрезмерные репетиции могут навредить.

Конечно, эти рекомендации относятся к ключевым, ответственным презентациям. Но и повседневные можно готовить более эффективно, несколько сократив алгоритм, но сохранив его суть. Со временем вы увидите, что подготовка проходит у вас с каждым разом все проще. Недостаток времени вполне компенсируется ежедневно обновляемым опытом.

Радислав Гандапас, бизнес-тренер