

33 KROKI DO WIELKIEJ PREZENTACJI

1 PRZYGOTOWYWANIE PREZENTACJI

1.1 PRZYGOTUJ SWOJĄ PLATFORMĘ

Kiedy najlepszy menedżer piłkarski na świecie, Sir Alex Ferguson, zabrał swoją drużynę do Barcelony lub Bayernu Monachium na decydujący pojedynek, nie pozwolił, by jego drużyna przybyła i grała. Oczywiście trenują w przygotowaniach. Podczas treningu nie tylko krzyczał na nich: "Biegnij szybciej, kopnij mocniej, podawaj dokładniej!" Sir Alex wiedziałby, jaka jest taktyka opozycji, jak zachowują się fani, jak łatwo dostać się na stadion z hotelu, czy trawa byłaby krótko przycinana. Przygotował swój zespół na każdą okazję, aby dać graczom platformę do wykonywania i demonstrowania swoich umiejętności na najwyższym możliwym poziomie. Przygotowanie do prezentacji jest podobne. Nie chodzi tylko o kilkakrotne przesuwanie się po slajdach; chodzi o przemyślenie wszystkich aspektów tych chwil, w których staniesz przed publicznością. Chodzi o zbudowanie platformy zaufania. Ta sekcja Przygotowania pomoże ci zwiększyć odsetek, które będziesz robić dobrze, zanim wypowiesz słowo.

1.2 JAK DUŻY CZAS NA WYPRZEDZENIE

Aby odpowiedzieć na to pytanie, dam ci moją wersję apokryficznej opowieści o Pablo Picasso. Pod koniec życia został zatrzymany przez kobietę na lotnisku. Będąc wielkim fanem, pani nie mogła się powstrzymać i poprosiła artystę, aby nakreślił dla niej szkic chusteczka. Picasso to zrobił, a po przekazaniu powiedziała: "To będzie dziesięć tysięcy dolarów". Kobieta była oszołomiona. "Jak to może kosztować tyle? Zajęło ci to tylko trzydzieści sekund. Picasso spojrzał jej w oczy ostrym przenikliwym spojrzeniem i odparł: "Trzydzieści sekund, pani i całe życie". Twoje chwile w świetle reflektorów są destylacją całego przygotowania, które przygotowujesz. To od Ciebie zależy, jak dobrze chcesz, i ile czasu chcesz w to zainwestować. Istnieje teoria, że należy poświęcić godzinę na przygotowanie na minutę przydzielonego czasu prezentacji. Prawdopodobnie jest to nadmierne w większości sytuacji: mimo to polecam zainwestowanie co najmniej 20 minut przygotowania na minutę prezentacji.

1.3 ROZPOCZNIJ ZAWSZE ROZPOCZĘCIE PRZYGOTOWANIA

Zwykle będziesz wiedział co najmniej kilka dni wcześniej, a czasem dłużej, że masz zamiar zrobić prezentację. Większość ludzi przygotowuje się tak, jak dni odliczają;

- 10 dni przed końcem: "Dużo czasu na rozpoczęcie prezentacji, lepiej się z tym pogodzić, inne rzeczy najpierw."
- 6 dni przed końcem: "Naprawdę trzeba się z tym uporać. Zacznę od poniedziałku rano."
- 2 dni do przejścia: "Racja - wszystko inne musi poczekać, koncentruję się na tym programie PowerPoint!"
- 1 dzień na wyjazd: "Naprawdę nie wiem, jak to się skończy, po prostu nie było czasu na przygotowanie".

Życie i biznes są zajęte, a ty jesteś bombardowany zadaniami. Niemniej jednak, nie bądź jak "większość ludzi" i unikaj pozwalania sobie na zajęcie tej pozycji. Wierzę w podstawową zasadę zarządzania czasem, o której mówi trener prezentacji i coach, Brian Tracy: "Nigdy nie ma wystarczająco dużo czasu, aby zrobić wszystko, ale istnieje zawsze wystarczająco dużo czasu, aby wykonać ważne czynności." Jeśli

uznasz, że prezentacja może mieć znaczący wpływ na Twoje życie zawodowe, przygotuj ją wysoko na liście priorytetów. Jak tylko poznasz datę swojego slotu, zmniejsz zawartość - nawet jeśli jest to tylko kilka liter na podkładkach lub post-It (więcej o tym później). Umożliwienie podświadomej pracy z podświadomym tematem jest jednym z najlepszych sposobów przygotowania, a to wymaga czasu. Zobaczysz, że myślisz o tym pod prysznicem, w samochodzie do pracy i przy kawie z kolegą. Kiedy te myśli zaczną płynąć, dodaj je do swoich szorstkich notatek; twoja historia zaczyna się formować. Przygotuj szybki harmonogram przygotowań, aby móc zarządzać czasem do ostatecznego terminu;

- Pierwsze pomysły na papierze
- Pierwszy projekt na ekranie
- Wersja ulepszona
- Testowe uruchomienie
- Ostateczna edycja i test

Ustalenie harmonogramu prezentacji do końca sprawy, że Twój umysł będzie spoczywał w spokoju, a także pomoże ci przygotować się mocno.

Trzy do zapamiętania

1. Przygotuj prezentację jako priorytet w swoim dniu roboczym.
2. Zanieś trochę treści wcześniej i niech umysł podświadomie rozwija Twoją wiadomość.
3. Sporządź harmonogram różnych wersji roboczych i testów, aby móc przeglądać zawartość z góry zamiast przedstawiać "na zimno".

1.4 KOMUNIKACJA JEST TO, CO ROBI SŁUCHACZ

Zanim odłożysz słowo, najważniejszym elementem do przemyślenia jest publiczność. Wydaje się to naprawdę oczywiste, prawda? Na pewno jednak siedzieliście na spotkaniu, gdzie ludzie mówią wszystko w swoim umyśle, nie zastanawiając się, jak zareagują inni w pokoju. Poświęcenie czasu na zastanowienie się nad profilem odbiorców i odpowiednie dostosowanie tonów i szczegółów wiadomości znacznie zwiększy jej wpływ. Podstawowe pytanie, na które należy odpowiedzieć przed rozpoczęciem opracowywania treści, brzmi: Co chcę, żeby publiczność robiła, myślała lub mówiła później? Prezentacja zawsze dotyczy perswazji. Porównajmy te dwa zestawy okoliczności.

1. Zwrócenie się do kierownictwa o wyrażenie zgody na dodatkową inwestycję; przekonanie swojego zespołu do przestrzegania kontrowersyjnej strategii; przedstawiając swoje produkty sceptycznej grupie klientów.
2. Aktualizacja projektu na cotygodniowym spotkaniu departamentów; dwuminutowe otwarcie na większe wydarzenie; przedstawiając się na sesji szkoleniowej.

Pierwsza grupa składa się z wyraźnych "momentów sprzedaży". Krótko mówiąc, prezentujesz, ponieważ chcesz zachęcić tych ludzi do obejrzenia i podjęcia działań w oparciu o ich zgodę. Jest całkiem jasne, co chcesz zrobić i obie strony są bardziej niż świadome dynamiki tej prezentacji. Druga grupa sytuacji nie polega tak wyraźnie na przekonywaniu czy sprzedawaniu. Twoja publiczność jest bardziej pasywna, nie ma jawnego elementu targów, a możesz po prostu "wejść i wyjść" tak szybko, jak to możliwe, ponieważ nie jesteś ich głównym celem. Jednak niezależnie od tego, czy chcemy, czy nie, publiczność podejmie działania w każdej sytuacji wymienionej w obu grupach. Będą formułować swoją opinię o tobie jako kompetentnym (lub w przeciwnym razie) lidera projektu, jako faceta, który sprawia,

że różne imprezy czują się komfortowo (lub w inny sposób) na imprezach i spotkaniach oraz jako interesujący (lub nie) kolega, z którym chcieliby porozmawiać (lub uniknąć) w przerwie. Wreszcie każda publiczność podejmie działania, nawet jeśli tylko w myślach. Kształtowanie tego działania jest twoją rolą prezentera, bez względu na wielkość okazji do zaprezentowania się.

Trzy do zapamiętania

1. Dostosuj swoją wiadomość do odbiorców.
2. Zawsze chodzi o perswazję: sprzedaj swoją historię, nawet jeśli to tylko osobiste wprowadzenie.
3. Będą działać w myślach, słowach lub czynach. Upewnij się, że to, co robią, jest zgodne z Twoimi celami.

1.5 OSZACUJ OCZEKIWANIA WIDOWNI

Częścią rozważenia twoich odbiorców jest czas, aby ocenić, czego oczekują. Czy oni szukają ekstrawagancji? Czy chcą po prostu informacji, prostych i prostych? Czy to techniczni ludzie, czy mieszany tłum? Zasadniczo będzie to widoczne, ponieważ większość prezentacji poświęcona jest określonym rodzajom odbiorców. Weź ten przykład;

- Prowadzisz projekt, który zawiera element transformacji IT [Information Technology] w nim. Nie jesteś specjalistą IT, ale przedstawiasz menedżerom działu IT informacje o postępach projektu jako całości.

Twoim wyzwaniem w tej sytuacji będzie upewnienie się, że informatycy zdają sobie sprawę, że doceniasz ich pracę i problemy, z którymi mają do czynienia. Będziesz musiał dodać słownictwo i koncepcje, które będą dla nich rezonować: jak to zrobić, jeśli nie jesteś ekspertem? Cokolwiek robisz, nie blefuj! Przygotowanie jest kluczem. Od samego początku projektu widać, że przedstawisz go różnym grupom skupiającym się na IT. Kiedy przyczyniają się do postępu projektu, zwróć szczególną uwagę na ich słownictwo i poświęć trochę czasu, aby zrozumieć do pewnego stopnia, jakie są ich własne wyzwania i postawy. Odzwierciedlenie ich słownictwa i wątpliwości z powrotem do nich pomoże ci. W innej sytuacji możesz przedstawić bardziej zróżnicowany zespół, dając Ci kilka możliwości; iść do wspólnego mianownika lub odzwierciedlać jak najwięcej odpowiednich grup w prezentacji, jak to możliwe. Oto dwa potencjalne podejścia;

1. Przedstawiasz międzynarodowej grupie sprzedawców na spotkaniu w głównej siedzibie europejskiej. Prezentuj tylko sprzedaż europejską; lub wymieniaj poszczególne kraje, upewniając się, że wymieniałeś możliwie najwięcej krajów.
2. Rozmawiasz z grupą studentów z różnych dziedzin, którzy mogą chcieć pracować dla Twojej firmy. Albo skupisz się na ogólnych wartościach i przyszłości swojej firmy; lub dowiadujesz się dokładnie, na jakich przedmiotach studenci się studiują i odzwierciedlają potencjalne obszary, w których mogą pracować na podstawie ich pochodzenia.

Każde z tych podejść będzie działać. Ważne jest spędzanie czasu na myśleniu. Dokładamy uwagi, aby odzwierciedlić czy publiczność będzie komunikować, że dbasz o to, co jest dla nich ważne.

Trzy do zapamiętania

1. Oceń oczekiwania odbiorców.
2. Przygotuj się na zbadanie pojęć i słownictwa ze świata odbiorców.
3. Podejmuj świadome decyzje o tym, w jaki sposób Twoje treści będą pasować do ich oczekiwań.

1.6 ZNAJDŹ SWÓJ MIEJSCE I JAK TAM DOTRZEĆ

Jednym z największych dostawców stresu jest spóźnienie. Jeśli więc prezentujesz się na spotkaniu, które trwa 45 minut jazdy, zostaw sobie dwie godziny i dotrzyj tam wcześniej. Wiem, że to powinno być oczywiste, ale widziałem tak wielu ludzi przybywających w ostatniej chwili, pocenie się, gdy komputer nie uruchamia się, podczas gdy publiczność niecierpliwie czeka, że czuję się zmuszony do wypchnięcia tego domu. Dotarcie tam wcześniej ma inne zalety. Możesz dołączyć do przerwy na kawę i porozmawiać z kilkoma uczestnikami: powiedz im, że prezentujesz i nie możesz się doczekać. Bądź pozytywny i powiedz, że nie możesz się doczekać, aby podzielić się swoją historią. Wspomnij o kilku najważniejszych wydarzeniach z prezentacji: wypowiedanie niektórych pomysłów na głos pomaga ci w pracy z głosem i przenosi twój umysł na bieg. To wszystko zredukuje poziomy stresu i pozwoli Twojemu ciału mieć kontrolę, abyś mógł działać jak najlepiej. Jest to również o wiele bardziej przydatne niż wykorzystanie czasu, aby przejść przez slajdy po raz ostatni, co często powoduje tylko wzrost napięcia.

1.7 FOCUS NA DOSTAWIE WIĘCEJ NIŻ SZCZEGÓŁY

W roku 1967 psycholog Dr. Albert Mehrabian opublikował dwa artykuły naukowe oceniające, jakie elementy przekazu prezentera miały wpływ. Jego wniosek był taki, że wrażenie składało się;

- 7% werbalne (słowa, które publiczność słyszy i czyta)
- 38% ton głosu (w jaki sposób prezenter mówi)
- 55% języka ciała (co robi prezenter)

Badania Mehrabiana były krytykowane i kwestionowane na przestrzeni lat. Na pewno każdy, kto uwielbia ładować slajdy ze szczegółami i wyjaśnieniami, będzie wściekle kwestionował te dane. Jak mam przekazać moje przesłanie bez wyjaśniania go słowami na moich slajdach? Jednak teoria Mehrabiana jest bardzo silnym przewodnikiem dotyczącym ilości treści. Tak, te słowa mają znaczenie, ale to, co publiczność odejdzie przede wszystkim, jest obrazem Ciebie jako prezentera. Jak powiedziałaś, będzie to bardziej pamiętne niż to, co powiedziałaś - absolutnie gwarantowane. W rzeczywistości rzadko można uzyskać pełną historię w 15-20 minutowej prezentacji. To, co możesz dostarczyć, to nagłówki i zachęta, by dowiedzieć się więcej, jeśli będą tego potrzebować. Zwięzła, dobrze przygotowana i pewna siebie prezentacja będzie zawsze bardziej zapadająca w pamięć niż skomplikowana historia niekończącej się treści i czasu trwania. Istnieje wiele zasobów umożliwiających udostępnianie szczegółowych informacji uzupełniających: intranet, poczta e-mail, serwer firmy itp. Pracownicy mogą zbierać slajdy i dodatkową dokumentację w dowolnym momencie. To, czego nie mogą później zrobić koledzy, to usłyszeć od ciebie, co daje im o wiele więcej. Jakie jest podejście do tego projektu? Kto jest osobą prowadzącą ten zespół? Jakiego rodzaju przedsiębiorcę mam zainwestować? Zanim zaczniesz ten pierwszy slajd PowerPoint, weź pod uwagę, że ponadczasowe podejście "Mniej znaczy więcej" ma ogromne znaczenie dla większości prezentacji. Ostatecznie zawartość slajdu powinna dostarczyć wskazówek dla ciebie, aby wiedzieć, co masz zamiar powiedzieć; i wskazówki dla odbiorców, wspierając twoje słowa i działania oraz pomagając im śledzić historię.

Trzy do zapamiętania

1. Zachowaj zwięzłość treści.
2. Skoncentruj się na tym, w jaki sposób dostarczysz swoją historię, tak samo jak szczegóły samej wiadomości.
3. Zapewnij opcję otrzymywania bardziej szczegółowych treści na żądanie.

1,8 TEST-PROJEKTUJ SWOJE ROZMOWY

Możliwe, że zostaniesz poproszony o przedstawienie czegoś, na co poświęciłeś dużo czasu. Prawdopodobnie wielokrotnie rozmawiałeś o tym z kolegami na nieformalnych spotkaniach, podczas sesji planistycznych, a zwłaszcza przy ekspresie do kawy. Moja sugestia: mów dalej. Kiedy weryfikujesz problemy, z którymi masz do czynienia każdego dnia, twój język jest używany do wydawania krótkich zdań i pojęć. Rozwijacie słownictwo pracy, "zestaw narzędzi do wyrażania", jak wyjaśnić, co robicie. Możesz również sprawdzić, czy ludzie "dostają to", czy nie, bo zobaczysz to na ich twarzach. Zwróć szczególną uwagę na reakcje, a jeśli tego nie rozumieją, zapytaj ich: "Nie jestem pewien, czy wyjaśniam to zbyt dobrze, co tu nie jest jasne?" Udoskonalanie słownictwa, zwrotów i pojęć w oparciu o to, co ludzie rozumieją w nieformalne dyskusje to doskonały sposób na przygotowanie się do prezentacji. Nie czekaj, aż pojawi się prezentacja. Przetestuj swoją dostawę w każdej sytuacji, jaką możesz znaleźć.

1.9. WSKAZÓWKA MIEJSCOWA JAKO NARZĘDZIE I ROZWAŻAĆ INNE OPCJE

PowerPoint dostaje złą prasę: przykładem jest "Death by PowerPoint". Uważam, że problem tkwi nie w samym narzędziu, ale raczej w tym, co robią z nim prelegenci. Zwróć uwagę na słowo "narzędzie". Fragment oprogramowania nie tworzy prezentacji; zapewnia jedynie narzędzie do dostarczania wiadomości. Możesz użyć go tak, jak chcesz. Prawdopodobnie będziesz unikał błędów popełnianych przy tworzeniu prezentacji PowerPoint. Wszyscy to widzieliśmy. Animacja dla nieepileptycznych; punkty kulkowe dla uzależnionych od szczegółów; 200 słów, które wypełniają slajd; wykresy z setkami liczb, wymagające lornetki z drugiego rzędu; oraz 57 prezentacji slajdów na 15-minutowe gniazdo, w którym prezenter mówi po 30 minutach, "Czas jest napięty, pominę to." (Hmm, dlaczego jest, jeśli mógłbyś go pominąć ...?) Dla tych, którzy masz silną awersję do programu PowerPoint lub chcesz zrobić szczególnie kreatywną prezentację, możesz wybrać sprytne alternatywy. Seria odręcznych flipchartów może być bardzo skutecznym sposobem komunikowania się, zwłaszcza jeśli zawieszisz je w pokoju zanim wszyscy przyjdą. Dzięki temu widzowie mogą zobaczyć całą historię i odnieść do siebie i do tyłu logikę, a także wnioski. Jeśli jesteś naprawdę ryzykowny, wystarczy przypiąć kilka zdjęć na ścianie i omówić problem na podstawie zdjęć, co może wywołać długotrwałe wrażenie. Inną metodą wypróbowania jest Prezi.com. Jest to kreatywne narzędzie online, które pomaga w uzyskaniu większej ilości informacji zorientowanych na przegląd. Jeśli twoja okolica jest sprzedażą, wypróbuj Clearslide.com, co jest szczególnie dobre w przypadku sprzedaży. Używanie czegoś innego przekazuje wiadomość o tobie i chęć bycia niekonwencjonalnym. Jeśli to jest to, co chcesz przekazać i czujesz się pewnie, aby to zrobić, śmiało. Niemniej jednak około 90% prezentacji odbywa się za pomocą dobrego starego programu PowerPoint. Moja rada jest następująca: dopóki nie jesteś bardzo pewny siebie w prezentacji, trzymaj się standardowego medium. Właśnie do tego przyzwyczajeni są odbiorcy, jeśli zastosujecie się do kilku podstawowych zasad dotyczących budowy. Prezentacja (do której wkrótce dojdziemy) sprawi, że będzie dobrze działać. Jest jedna koncepcja, aby zastanowić się, zanim zaczniemy umieszczać słowa i obrazy na stronie.

Trzy do zapamiętania

1. PowerPoint jest uniwersalnym medium prezentacji: używaj go jako narzędzia, aby przekazać swoje przesłanie, a nie samą wiadomość.
2. Rozważ inne narzędzia, gdy będziesz już doświadczony i pewny siebie przed grupą.
3. Prezi.com lub proste flipcharty są alternatywą.

1.10 WYKORZYSTAJ MOC TRZECH

Istnieje pewna magia dotycząca liczby trzeciej. Wydaje się, że nie ma racjonalnego wyjaśnienia, dlaczego: jest tak na wiele sposobów, że po prostu nie możemy tego zignorować. Społeczeństwo zachodnie zostało pod wpływem ostatecznej trójcy; Ojciec, Syn i Duch Święty. Kiedy Ciceron doskonalił sztukę oratorską w starożytnym Rzymie, łacińskie sformułowanie "omne trium perfectum" było kluczowe - co oznacza, że "wszystko, co przychodzi w trójce, jest doskonałe" - powiedział Lincoln w swoim przemówieniu w Gettysburgu: "Rząd przez lud, za ludzie i ludzie ". To było w trójkach. To po prostu bardziej przekonujące, prawda? Oto kilka przykładów. Gotowy do startu start! 'Światła. Aparat fotograficzny. Akcja! Veni, vidi, vici. "(Przyszędłem, widziałem, podbiłem.) Trzy ślepe myszy. Trzej muszkietierowie. The Three Stooges. "Trzy rzeczy nie mogą być długo ukryte: słońce, księżyc i prawda." Budda. "Spróbuję wszystkiego raz, dwa razy, jeśli mi się spodoba, trzy razy, żeby się upewnić". Mae West. "Istnieją trzy rodzaje kłamstw: kłamstwa, przekłete kłamstwa i statystyki." Benjamin Disraeli. Jak więc zastosować to do prezentacji? Prosty. Nigdy nie umieszczaj więcej niż trzech informacji przed publicznością. Trudno uwierzyć, że twoje ciężko szczegółowe prace można wyrazić tak prosto. Jednak podzielenie prezentacji na części z trzech jest bardzo skuteczną metodą zapewnienia, że twoi widzowie rozumieją i zapamiętują wiadomość. Dobra wiadomość: możesz podzielić swoje troje na kolejne trójek. Oto jeden przykład; Prezentujesz sprzedaż określonego produktu i chcesz, aby Twoje kierownictwo inwestowało więcej pieniędzy i energii w marketing, by wspierać swojego zwycięzcę;

- Twoje kluczowe przesłanie: Powinniśmy zainwestować w produkt Z.

- Twoja fabuła:

- a) Działalność tego produktu rośnie,
- b) Jednak udział w rynku nie był tak silny, jak chcieliśmy,
- c) Możemy uzyskać dodatkowe obroty inwestując więcej

- Twoje argumenty:

- a) 60% rynku znajduje się w 3 krajach.
- b) Jeśli zdobędziemy 5% udziałów w rynku, osiągniemy nasz europejski cel.
- c) Kosztem tej inwestycji będzie X.

Jest absolutnie zagwarantowane, że jeśli będziesz trzymał moc trzech, twoje prezentacje będą bardziej zapadające w pamięć, bardziej praktyczne i bardziej doceniane.

Trzy do zapamiętania

1. Wykorzystaj moc trzech na swoją korzyść.
2. Wyświetlaj maksymalnie trzy informacje w tym samym czasie.
3. Możesz dodać trzy podpunkty do każdego z trzech głównych punktów

1.11 ZŁÓŻ SWOJĄ PREZENTACJĘ NA NOTKACH POST-IT

Tak więc pozwoliłeś swojemu umysłowi wędrować po tym temacie i pozwalając sobie myśleć o rdzeniu twojego kluczowego przesłania. Trzy poważnie potraktowałeś moc i łamiesz w umyśle niektóre zdania i koncepcje, które chcesz dostarczyć. Naturalnym następnym krokiem może być otwarcie PowerPoint, załadowanie szablonu korporacyjnego i rozpoczęcie od Slide One. Ale jest coś wadliwego w tym podejściu. Aby prezentacja była zwarta, potrzebny jest przegląd całej historii. Klasyczny Początek, Środek i Koniec musi łączyć się ze sobą, aby publiczność odejść myśląc, że to wszystko ma sens. Jak

możesz to osiągnąć, gdy patrzysz tylko na jeden slajd na raz? Zapomnij o odruchu, by zasilić komputer i spróbować czegoś nowego. Połóż dłonie na kilku arkuszach papieru A3, notatkach post-it, a najlepiej kilku markach w innym kolorze. Teraz (bardzo ważne) wyłącz e-mail i smartfon, usiądź gdzieś w ciszy i pozwól sobie na skupienie się. Zaczynaj od podjęcia głównych problemów. Jakie trzy rzeczy chcesz zapamiętać i podjąć działania z tej prezentacji? Nie zapominaj o potędze trzech i o tym, że nie będą pamiętać dużej zawartości - będą pamiętać, w jaki sposób ją dostarczyłeś. Następnie napisz każdy kluczowy punkt w innym kolorze na osobnych kartkach Post-it i przyklej je na osobnych kawałkach A3. Teraz możesz zacząć wypełniać dalsze treści. Nie rób tego w jakiejś określonej kolejności: po prostu zapisz frazę i pomysły związane z tematem swojej prezentacji i umieść Post-it losowo na papierze A3. Rozłóż arkusze, aby mieć ogólny obraz tego, co dostajesz, ponieważ to zainicjuje nowe pomysły. Przenieś Post-it wokół, aby ponownie zorganizować tyle, ile chcesz - konieczne, skupiając je wokół trzech kluczowych komunikatów. Nie myśl zbyt mocno. Po prostu napisz, co przychodzi ci na myśl, i przyklej to. Zachowaj krótko i nie zapisuj pełnych zdań: trzymaj się kilku kluczowych słów lub ważnych zwrotów. A jeśli czujesz się naprawdę kreatywny, zrób kilka zgrubnych rysunków i schematów do zilustrowania wiadomości. Gdy odłożysz wiele swoich pomysłów, cofnij się o krok i spójrz na związki między tym, co napisałeś na naklejkach. Zamówienie zacznie się formować, a zaczniesz widzieć, jak jedno zagadnienie prowadzi do drugiego. Teraz opracowujesz bardziej kompletny widok prezentacji. Ta metoda pomaga uwolnić kreatywność bardziej niż podejście "zaczynaj od slajdu". Dlatego, podczas pracy nad programem PowerPoint robisz ogromną liczbę technicznych kwestii związanych z samym oprogramowaniem. Próbujesz dobrać odpowiedni rozmiar czcionki, ustawić linię graficzną, upewnić się, że agenda jest kompletna, opracować sposób (prawdopodobnie niepotrzebny) animacji, martwiąc się, dlaczego Microsoft umieścił swój ulubiony przycisk w innym miejscu w swoim najnowszym aktualizuj ... Plus, siedzisz przy biurku - e-mail, telefon, współpracownicy mogą przerwać to, co "przeptyw" jest naprawdę możliwe. Jak możesz skupić się na takich treściach? Wypróbuj tę nową technikę. Całkowicie zaskoczysz się tym, jak wiele z twojej historii wyłoni się z twojej głowy i na stronę w niewiarygodnie krótkim czasie. Co więcej, znajdziesz się w frazach, które pojawią się w prezentacji, dzięki czemu uzyskasz wyraźniejszy obraz całej historii, która przekaże się odbiorcom, gdy ją dostarczysz. Rezultatem będzie szybsza ścieżka do osiągnięcia rdzenia twojej prezentacji; poprowadzisz odbiorców przez swoją wiadomość, jakby to była historia; i poczują, że jest wniosek i wyraźny powód, dla którego słuchają.

Trzy do zapamiętania

1. Odejdź od biurka, telefonu i poczty e-mail, aby zapewnić sobie fizyczną i psychiczną przestrzeń do twórczego myślenia.
2. Wybierz trzy kluczowe punkty i zbuduj prezentację wokół nich.
3. Użyj metody notki Post-it, aby szybko obniżyć zawartość i elastycznie organizować swoje pomysły.

1.12 UTRZYMUJ SZCZEGÓŁY NA SWOICH STRONACH ZA MINIMUM

Jak stwierdziliśmy, PowerPoint nie jest sam w sobie prezentacją; to część twojej platformy, z której zamierzasz się zaprezentować. Celem jest, aby slajdy wspierały Twoją historię. Wyjaśnijmy to. Nie ma potrzeby opowiadania całej historii na slajdach prezentacji. Zrobisz to sam ze swoimi słowami, głosem i postawą. Celem Twoich slajdów jest przede wszystkim zapewnienie widzom przewodnika po historii; a po drugie, aby dać ci wizualne podpowiedzi do dostarczenia twojej wiadomości. Dla większości prezynterów trudno jest sobie wyobrazić, że będą wiedzieli, co powiedzieć lub że odbiorcy otrzymają wiadomość, jeśli na ekranie jest niewiele informacji. Ale gwarantuję, że zawsze możesz uprościć slajdy. Spójrz na swoją pocztę. Jeśli ktoś na nich spojrzy, może mieć problemy z odczytaniem fraz i pomysłów, które zapisałeś. Gdyby jednak spytali cię, co znaczy każda nuta, natychmiast uzyskasz wyjaśnienie

wszystkiego. Podczas konwertowania notatek pocztowych do programu PowerPoint należy o tym pamiętać. Na slajdach umieść zwięzłe wyrażenia tego, co chcesz przekazać, a jednocześnie poświęć czas na zastanowienie się nad słowami i wyrażeniami, które użyjesz werbalnie, aby je rozwinąć. Oprzyj się pokusie, by rozwinąć się w szczegóły i po prostu przemyśl dokładnie to, co zamierzasz powiedzieć dla każdego punktu. Zobacz połączenia między pomysłami zawartymi w wiadomościach i wyrażaj je w treści slajdów. Klasyczną i skuteczną metodą unikania zbyt wielu słów jest użycie obrazu. Jeśli tak, upewnij się, że obraz jest odpowiedni do Twojej historii i jest prostym monitem do rozwinięcia wiadomości. Rzeczy na ekranie są ważne, ale nie tak ważne jak to, co masz zamiar powiedzieć i jak masz zamiar to powiedzieć. Dlatego ta książka skupia się głównie na twoich przygotowaniach i dostarczaniu, a mniej na tym, co zamierzasz pokazać. Wiercie lub nie, oni przychodzą do was, a nie wasze slajdy.

Trzy do zapamiętania

1. Dostarczasz wiadomość, a nie oprogramowanie.
2. Używaj obrazów, gdzie to możliwe i odpowiednie.
3. Zastanów się, co chcesz powiedzieć, i skorzystaj ze slajdów, aby przedstawić zwięzłe pytania.

1.13 KONSTRUKCJA SLAJDÓW: PROSTY, CZYSTY, ZWIĘZŁY

Jeśli pracujesz dla jakiejś sporej firmy, prawie na pewno będzie szablon korporacyjny, którego musisz przestrzegać. Jeśli jesteś przedsiębiorcą, dobrze jest zrobić spójny i standardowy format również dla swojej firmy. Oto prosta lista nakazów i zakazów: zastosuj się do nich i nie popadniesz daleko w błąd, dając ci solidną podstawę stylu wizualnego dla twojej wiadomości.

Zrób

- Pamiętaj o Mocy Trzech jako twojej głównej zasady.
- Użyj bardzo prostego układu przy minimalnych kolorach.
- Dołącz małe logo firmy: u góry po lewej lub u dołu po prawej.
- Przygotuj slajd otwierający pokazujący tytuł prezentacji, imię i nazwisko oraz nazwę firmy.
- Sporządź agendę z trzema głównymi punktami.
- Użyj obrazów, aby w razie potrzeby wspierać swoją historię.
- Użyj prostej i wspólnej czcionki (bez skryptu pędzla lub Plantagenet Cherokee). Jeśli prezentacja zostanie otwarta na komputerze bez zainstalowanych czcionek, będzie wyglądać fatalnie.
- Używaj tylko jednej czcionki; nagłówki pogrubione, podpisy pod ikonami kursywą, reszta w wersji zwykłej.
- Wpisz rozmiar co najmniej 24 punktów.
- Trzymaj zdania krótkie.
- Używaj cudzysłowów, o ile są one odpowiednie.
- Utrzymuj dane i wykresy tak proste, jak to tylko możliwe, i zaznacz swoje kluczowe liczby.
- Dokonaj prostej zmiany slajdu i zastosuj ją do wszystkich. Najlepiej wybrać "Fade Through To Black", w Opcjach ustawić "Slow".

- Uruchom sprawdzanie pisowni.

Nie Rób

- Zrób pięć slajdów wprowadzających. Zainspiuj słuchaczy tak szybko, jak to możliwe.
- Używaj clichéd quotes. Dodanie kawałka Martina Luthera Kinga podczas uruchamiania nowa myjka ciśnieniowa lub aplikacja na iPhone'a jest po prostu nieodpowiednia.
- Zrób zbyt długo. Każdy slajd zajmie co najmniej minutę, często dwie minuty. Podstawowa zasada: 30 minut = 20 slajdów
- Przedstaw wykres po wykresie, arkusz po arkuszu programu Excel, z nieczytelnymi danymi.
- Czytaj slajdy dla publiczności.
- Umieść każde słowo, które chcesz powiedzieć na slajdzie.

Trzy do zapamiętania

1. Uprość to: zminimalizuj bałagan, aby Twoja wiadomość się wyróżniała.
2. Bądź konsekwentny w czcionkach, kolorach i logo.
3. Unikaj drobnych szczegółów, aby upewnić się, że cała publiczność może odczytać zawartość ekranu

1.14 SPRAWDŹ URZĄDZENIE W MIEJSCU PREZENTACJI

Musisz mieć pewność, jakie narzędzia będą używane w miejscu prezentacji. Jeśli jest to mała sala konferencyjna i jednorazowa prezentacja, nie jest to tak ważne. Jeśli jednak jest to większa publiczność i jesteś jednym z wielu mówców, musisz wziąć pod uwagę znacznie więcej. Czy użyjesz własnego laptopa, czy jest to centralne miejsce do wystąpienia prezentacji z wyprzedzeniem? W obu przypadkach najlepiej wykorzystać przerwę przed uruchomieniem, aby dokonać szybkiego sprawdzenia. Czy twój komputer łączy się prawidłowo z projektorem i prezentacją tak, jak oczekujesz? Czy twoja prezentacja jest poprawnie wyświetlana na czyimś laptopie, który jest używany dla wszystkich plików? Często po podłączeniu do projektora mogą wystąpić problemy z proporcjami ekranu. Na przykład, jeśli ustawisz prezentację w formacie 4: 3, a ekran 16: 9, spowoduje to rozciągnięcie zawartości, logo i obrazów. Zwykle w takich przypadkach będzie facet techniczny, który to naprawi. Jeśli nie, spróbuj maksymalnie przez kilka minut, ale nie przejmuj się zbyt mocno - nadal będzie wyglądać dobrze. Jeśli wysłałeś prezentację do kogoś innego z wyprzedzeniem, istnieje możliwość, że będą używać innej wersji programu PowerPoint niż Ty, co może powodować pewne problemy. Używanie standardowych czcionek i unikanie nadmiernej animacji zmniejsza w tym przypadku największe ryzyko, ponieważ większość zakłóceń dotyczy sposobu wyświetlania i działania animacji. Obejrzyj 3-4 slajdy - od razu będziesz wiedzieć, czy wystąpił problem. Mały, ale ważny szczegół: jeśli używasz komputera Mac do prezentacji, upewnij się, że masz kabel adaptera do połączenia z projektorem. To denerwujące, ale prawdziwe, że komputery Mac mają inne złącze niż komputery. Każde urządzenie Apple Center będzie miało odpowiedni kabel i przejściówkę. Czy jest mównica? Zwykle jest jakaś platforma lub stół, na którym znajduje się komputer prezentacji. Później przyjdziemy do twojego ruchu i języka ciała - na razie powiedziałbym, że możesz albo zrobić prezentację zza pulpitu, albo się poruszać. Obie mają swoje zalety i generalnie będą bardziej dynamiczne, jeśli przejdziesz przez scenę. Jednak oświetlenie może być ustawione w taki sposób, aby być widocznym za pulpitem - w takim przypadku poruszanie się jest nieproduktywne. Jeśli pozostaniesz za mównicą, możesz mieć pokusę uchwycenia jej boków na całe życie! Jest to wyraźny sygnał dla publiczności, że jesteś zdenerwowany, więc po prostu zrelaksuj się,

wstań prosto i opowiedz historię. Twoje ręce powinny być wolne, gotowe do podkreślenia kluczowych punktów. Czy jest mikrofon? Czy jest bezprzewodowy czy trzymany w ręce? Jeśli jest to sieć bezprzewodowa, upewnij się, że wiesz, w jaki sposób zostanie ona dołączona do Ciebie. Czy to będzie przekazane z poprzedniego głośnika, czy są tam dwa mikrofony, aby można było je dołączyć, gdy poprzedni prezydent jest na scenie? Druga opcja jest oczywiście lepsza i łatwiejsza, ale jeśli musisz się zamienić, po prostu nie spiesz się. Widzowie mogą czekać, aż zorganizujesz te małe szczegóły. Jeśli jest trzymany w ręku, wystarczy, że trzymasz mikrofon w dużej odległości od ust, aby Twój głos był wyraźnie słyszalny - najwyżej kilka centymetrów. Trudność polega na tym, że nie można usłyszeć, czy dźwięk jest odbierany, czy nie, więc jest to coś, co trzeba wcześniej sprawdzić. Gdy znasz już optymalną pozycję mikrofonu, miej to na uwadze i uważaj podczas rozmowy twój głos jest odbierany. Następnie porozmawiajmy o ważnym sprzęcie, w który powinieneś inwestować.

Trzy do zapamiętania

1. Upewnij się, że znasz sprzęt w miejscu. Przedstaw swój laptop, jeśli to możliwe.
2. Najważniejsze są mikrofon i światła: muszą Cię słyszeć i widzieć.
3. Dostań się tam wcześniej i przetestuj prezentację na ekranie w przypadku wydania zgodności.

1.15 KUPUJ SIĘ 10% DODATKOWEJ POUFNOŚCI

Przed laty i laptopy robiliśmy prezentacje za pomocą rzutników i rzutników. Naprawdę trudno to sobie wyobrazić, prawda? Ale to był jedyny sposób. Mój szef na początku lat 90. miał prostą i bardzo skuteczną technikę. Użył łączności bezprzewodowej kontrola przesuwania slajdów, którą czasami trzymał poza zasięgiem wzroku za plecami. Nie odrywając oczu od publiczności, przerzucił się na następny slajd i mówił dalej. Takie podejście było jedną z rzeczy, które uczyniły go bardzo przekonującym w roli prezentera. Jeśli go zepsujesz, to jest proste. Wiedział, co było na następnym slajdzie i miał zdanie w jego wyobrażeniu o tym, jak połączyć te dwa slajdy: i użył urządzenia, aby włączyć link do zdarzenia. Dzisiaj teoretycznie to by nie działało, ponieważ musiałby wrócić do laptopa i nacisnąć klawisz, aby zmienić slajd. Możesz sam rozwinąć ten poziom zaufania, podejmując działania na wszystkich krokach, które dotychczas przeczytałeś. Teraz możesz dodać dodatkowe 10% zaufania, używając bezprzewodowego pilota do laptopa. Jest kilka dostępnych i pozostawiam ci wybór - większość sklepów komputerowych zapisze kilka różnych. Niemniej jednak muszę wam powiedzieć, że Logitech robi taki, z którego korzystałem przez lata, który jest po prostu doskonały, zwany R800. To trochę droższe od innych, ale warto każdego grosza. Czuje się dokładnie w dłoni; po prostu go podłączasz i działa (Mac lub PC); a przyciski są bardzo proste. Dodatkowo posiada wskaźnik laserowy, który pozwala wyróżnić kluczowe elementy na slajdach. Możliwość przesuwania slajdów bez dotykania komputera sprawia, że czujesz się pewniej, a publiczność jest zawsze trochę zdziwiona, jak to robisz. Czują, że jesteś o krok przed nimi, dając ci dodatkową aurę autorytetu, co samo w sobie daje pewność siebie.

Trzy do zapamiętania

1. Bezprzewodowy prezydent zapewni Ci dodatkową pewność i autorytet.
2. Przecwicz korzystanie z narzędzia bezprzewodowego, abyś mógł bez trudu poruszać się z jednego slajdu do drugiego.
3. Model R800 firmy Logitech to doskonały wybór i zapewnia dodatkowe 10% zaufania.

1.16 PRZYGOTOWANIE TWOJEJ PREZENTACJI: PODSUMOWANIE

1. Daj sobie wystarczająco dużo czasu, aby przygotować się i wykonać wystarczająco dużo biegania.
2. Spędź co najmniej 20 minut przygotowania na minutę prezentacji.
3. Poświęć czas na przemyślenie profilu odbiorców i ich oczekiwań.
4. Dowiedz się, gdzie znajduje się miejsce i dostań się tam z dużą ilością czasu, aby móc sprawdzić sprzęt.
5. Twoja dostawa jest warta więcej niż treść pisemna: zainwestuj czas w ćwiczenie, w jaki sposób opowiesz swoją historię, a także w samej historii.
6. Przetestuj swoje pomysły ze współpracownikami przy ekspresie do kawy i dowiedz się, które wyrażenia i słowa działają.
7. Użyj programu PowerPoint jako narzędzia do przekazywania wiadomości i nie używaj go do nadkomplikowania stylu wizualnego prezentacji.
8. Jak najlepiej wykorzystaj potęgę trójki: podziel informacje na trzy.
9. Przygotuj, korzystając z notatek Post-It.
10. Zostaw swoje biurko, wyłącz telefon i pocztę e-mail, i daj sobie czas na przemyślenie twórczo o swojej historii.
11. Twórz slajdy proste i zwarte, a także wyodrębniaj złożone lub zbyt szczegółowe informacje.
12. Kup sobie pilota i zyskaj 10% dodatkowej pewności.

2 DOSTARCZANIE TWOJEJ PREZENTACJI

2.1 ZACHOWANIE WZROSTU POPRZEZ WIZUALIZACJĘ Z GÓRY

Rzuć okiem na ten film z YouTube przedstawiający gimnastyczkę uprawiającą wizualizację:

tinyurl.com/3minvisualisation.

Zobaczysz, jak gimnastyczka ćwiczy swoją fizyczną wydajność w swoim umyśle, ponownie koncentrując się na tym procesie. Wizualizacja to dla niektórych znana technika. Jeśli jest to dla Ciebie nowość, możesz go zastosować do prezentacji. Chodzi o wyobrażenie sobie, jak przechodzimy przez kolejne etapy sukcesu. Usiądź w ciszy dzień przed twoim przedstawieniem i wyobraź sobie siebie, w żywych szczegółach, wprowadzając się, idąc na przód i wydając pierwsze zdania. Postaraj się, aby była jak najbardziej żywa w umyśle: ubrania, które będziesz nosić, pokój, w którym będziesz, osoby, które będą na widowni. Pomyśl o najlepszych momentach wystąpienia i sposobie ich dostarczenia. Na koniec wizualizuj koniec prezentacji. Twój ostatni slajd pojawia się; dajesz jasne i zwarte podsumowanie swojej wiadomości; i dziękujesz publiczności. Oni klaszczą, przyjmujesz oklaski, a ty odchodzisz, zadowolony. Może dziwnie jest myśleć, że grając w umyśle może pomóc w rzeczywistości. Ale z jakiegoś powodu po prostu działa.

2.2 ZACHOWAJ SPOKÓJ, JEŻELI URUCHISZ POMYŁKI

Jednym z nieporozumień jest to, że odbiorcy są bardzo krytyczni. Jednak w 80-90% przypadków słuchacze będą pozytywnie nastawieni do Ciebie jako prezentera. Spójrzmy prawdzie w oczy: większość z nich jest zadowolona, że siedzi na swoim krześle, a nie na swoich butach. Wielu

doświadczyło tego, co to jest prezentować. Zbiorowa wola publiczności jest tuż za tobą, chcąc, abyś odniósł sukces. Mają nadzieję, że wszystko pójdzie dobrze i nie możemy się doczekać, aby na koniec dać ci oklaski. To pozytywne wsparcie jest szczególnie ważne, aby pamiętać, jeśli popełnisz błąd. Publiczność rozumie, że błędy mogą się zdarzyć, o ile nie sprawiają, że czują się z tym niekomfortowo. Jeśli coś upuścisz, po prostu się uśmiechnij, podnieś i nie przestawaj. Mamrocze coś w rodzaju: "Blast, zawsze to robię! Dlaczego jestem taki niezdarny? "Sprawia, że publiczność czuje się nerwowo. Jeśli naciśniesz niewłaściwy przycisk na komputerze lub film w prezentacji nie wyświetla się na ekranie, z uśmiechem zwracaj się do publiczności, powiedz coś prostego, jak: "To nie miało się stać!", odwróć się i napraw problem. Jeśli nie możesz tego naprawić (co zdarza się rzadko, jeśli zrobisz to, o czym wspominałeś), powiedz im "coś nie jest w porządku z tym filmem, wyślę ci link później. To, co to zademonstrowało, jest ... "i kontynuuj swoją historię. Istnieje jeden najgorszy możliwy scenariusz, na który należy się przygotować. Wchodzisz na scenę i coś idzie nie tak z urządzeniem, bez żadnej winy - lampa beamerowa wieje, komputer się całkowicie zawiesza lub światła gasną. W takim przypadku po prostu poczekaj. Jeśli w pobliżu jest technik, nie martw się - on to naprawi. W takim przypadku spokojnie powiedz publiczności "Coś poszło nie tak - naprawimy to teraz." Idź na stronę sceny, poczekaj, aż wykona swoją pracę, wróć na scenę i podnieś prezentację, jakby nic Stało się. Jeśli jest to coś, co możesz sam naprawić, to nie spiesz się. Powiedz widzom: "Będę po prostu kilka chwil", aby dać im znać, że muszą poczekać. Nie spiesz się; ponownie ustaw sprzęt we własnym czasie i w podróży. Przygotowanie zmniejszy prawdopodobieństwo, że coś pójdzie nie tak. Spokojna reakcja, jeśli coś pójdzie nie tak, sprawi, że widzowie przypomną sobie, co poszło dobrze i zapomnieli o bitach, które nie poszły.

Trzy do zapamiętania

1. Nie martw się, jeśli popełnisz błąd: publiczność będzie cierpliwa i po twojej stronie.
2. Jeśli coś technicznego pójdzie nie tak, zatrzymaj go i napraw (lub pozwól technikowi to rozwiązać).
3. Zmniejsz ryzyko niepowodzenia, przygotowując i sprawdzając wyposażenie obiektu.

2.3 ZAPOZNAJ SIĘ Z PAMIĘTANIEM WAŻNYCH MATERIAŁÓW

W rzeczywistości publiczność ma wiele rzeczy na głowie; spotkanie w późniejszym czasie, ważna wiadomość e-mail, która pojawiła się na smartfonie, problemy osobiste - to ty. Siedzenie w miejscu przez 20-30 minut oznacza, że naturalnie zaczną oni rozmyślać o tych rzeczach i ich skupienie może dryfować. Podczas procesu post-it-Note ustaliłeś kluczowe wiadomości, które chcesz przekazać. Oto dwa proste narzędzia, które zapewniają, że odbiorcy je pamiętają. Po pierwsze, przekazuj widzom bardzo wyraźne sygnały, aby zwracali uwagę w określonych momentach, aby zachować czujność wśród widzów. Bądź konkretny podczas prezentacji na temat tych podstawowych wiadomości, mówiąc im: "Jest pięć kluczowych punktów, które chcę dzisiaj zapamiętać. Jeśli odejdziesz z niczym poza tą prezentacją oprócz tych pięciu, uważam, że zrobimy krok naprzód. Oto pierwsza kwestia. "Na slajdach przedstawiających ważne kwestie, zrób wizualny znak, aby upewnić się, że rozumieją, że jest to coś, co naprawdę trzeba pamiętać. Może być tak proste, jak żarówka, jaskrawo kolorowy kształt lub zdjęcie notatnika. Użyj tego samego obrazu dla każdego z pięciu ważnych problemów, abyś był konsekwentny i jasny. Wzmocnij ją swoim językiem ciała. Kiedy im powiesz: "Jest pięć kluczowych punktów", wyciągnij rękę z wyciągniętymi palcami. Następnie powiedz: "Oto pierwszy." Połóż swój palec wskazujący ręką do góry, aby było jasne, że odnosisz się do pierwszego. Powtórz to dla każdego z głównych punktów, gdy przyjdiesz do nich podczas prezentacji. Zdziwisz się, jak często ludzie przygotowują swoje pióra w gotowości, kiedy to robisz, a także pomogą ci uporządkować prezentację.

Trzy do zapamiętania

1. Wróć do ćwiczenia notatek post-it, aby znaleźć najważniejsze punkty.
2. Daj wyraźne wskazówki wizualne za pomocą swojego języka ciała, gdy istnieje kluczowe wydarzenie, które należy zapamiętać.
3. Umieść widoczny sygnał na slajdach, aby wskazać widzom, że powinni wziąć pod uwagę.

2.4 NIE UCZY SIĘ SWOJEGO PISMA

Jest to naturalna pokusa, aby dowiedzieć się, co planujesz powiedzieć. W końcu wiesz, że będziesz czuł się pod presją przed publicznością - co może dać ci więcej pewności niż zapamiętanie twojej wiadomości? Jednak ten pomysł jest zasadniczo wadliwy. Większość prelegentów mówi z prędkością około 100 słów na minutę. Jeśli musisz nauczyć się 25-minutowej prezentacji, to jest 2500 słów. Brzmi nie za dużo, prawda? Cóż, ujmując to w perspektywie, jest to odpowiednik pierwszego aktu Makbeta, czyli dwa razy dłuższego od mowy inauguracyjnej Johna F. Kennedy'ego. Sprawdź film na YouTube (tinyurl.com/3minJFKspeech): zobaczysz, że JFK nie zadał sobie trudu, aby się go nauczyć. Jeśli spróbujesz to zrobić, to - bez wyjątku - zapomnisz część swojego skryptu. Jeśli jesteś naprawiony na określonym tekście, kiedy przegrywasz wątek, walka powraca. A jeśli uda ci się go zapamiętać, jest szansa, że spotkasz się z osobą nie spontaniczną i nieszczera. Dobra wiadomość jest taka. Jeśli podążyłeś za krokami przygotowania, absolutnie nie musisz się uczyć, co masz zamiar powiedzieć. Zapamiętaj notatki Post-it i jak zwięźle podsumowałeś swoje główne tematy? Treść prezentacji na ekranie daje ci to samo - słowa kluczowe i obrazy, które zachęcają cię do następnego kroku perswazji. Pamiętaj, że ekspres do kawy mówi o tym temacie? Te czaty uzbrajają cię w serię standardowych zdań i zdań, które są gotowe do ujawnienia. I pamiętaj, ile (a raczej jak mało) treści werbalnych zachowają odbiorcy? Liczy się to, że otrzymujesz wiadomość z ufnością i zachęcasz ich, by później szukali szczegółów. Niemniej jednak potrzebujesz prezentacji solidnych słupków. Pomyśl o tych pięciu rzeczach, które z pewnością chcesz, aby odeszły i pamiętaj na końcu twojej rozmowy. Warto mieć kilka zdań, o których wiesz, że na pewno Ci się spodoba. Najlepszym sposobem na opracowanie swoich fraz jest przedyskutowanie tematu z innymi przed prezentacją. I jest jeden bardzo ważny wyjątek od tej zasady, do którego doszliśmy w następnej części

Trzy do zapamiętania

1. Nie próbuj zapamiętywać swojego skryptu: jest to prawie niemożliwe i może spowodować porzucić swoją drogę.
2. Dbaj o to, aby rozmowa na ekspresie do kawy była przygotowana i przetestuj swoją historię.
3. Potwierdź kilka zdań najistotniejszych punktów, takich jak posty pochylone i struktura do końca prezentacji.

2.5 PIERWSZE 60 SEKUND

Jedyną częścią prezentacji, którą powinieneś nauczyć się słowo po słowie, są pierwsze 60 sekund. Zastanów się, co się stanie, gdy wstaniesz na scenę. Twoje tętno rośnie. Prawdopodobnie zaczniesz się pocić, ponieważ temperatura ciała wzrasta. Twoje ręce mogą nawet trochę się trząść. Jesteś bardzo świadomy każdego swojego ruchu i martwisz się, że każdy może zobaczyć twoją niepewność. Wszystko to dzieje się, ponieważ twoje ciało reaguje w stresie i przechodzi w tryb walki lub ucieczki. Instynkt przejmuje i pompuje twoje ciało pełne adrenaliny: twój umysł jest mniej zaangażowany, a zwierzę musi się przygotować do ataku. Nawet najbardziej doświadczony prezenter na świecie cierpi z powodu pewnego poziomu stresu na początku prezentacji, ponieważ jest to moment bycia pokazanym dla wszystkich. Ciężko jest myśleć prosto, kiedy ciało reaguje w ten sposób. Jesteś w centrum uwagi -

nigdzie się nie ukryjesz. Nie ma to jak słyszeć, że dajesz kilka dobrych linii, aby dać ci pewność. Uczenie się pierwszych 60 sekund pomoże ci przynieść twoje ciało po twojej stronie. Jeśli pozbędziesz się pierwszych zdań, bez myślenia za dużo, wszystko zacznie się relaksować. Twój instynkt zostaje uspokojony, zdając sobie sprawę, że zagrożenie atakiem nie jest tak duże. Twoje tętno spada, temperatura ciała zaczyna wracać do normy, a wszelkie wibracje wyparowują. Następnie możesz skoncentrować się na komunikowaniu swojej wiadomości w najbardziej przekonujący możliwy sposób.

2.6 KORZYSTAJ Z JĘZYKA CIAŁA, ABY WYRAZIĆ SIĘ SIEBIE

W części 7 można przeczytać formułę treści, głosu i języka ciała, które publiczność będzie pamiętać. To naturalnie prowadzi do skupienia się na tym, jak komunikować się ze swoim głosem i ciałem, aby wzmocnić historię. Najważniejsze jest dobre przygotowanie. Pomoże Ci to rozluźnić się i kontrolować zawartość oraz historię, która automatycznie przekaże się do odbiorców. Oto kilka dodatkowych sugestii, aby dodać trochę siły do fizycznej komunikacji. Na początku wyjdź przed publiczność, wstań prosto, uśmiechnij się. Zapewnia to widzom wyraźne wskazanie, że ich uwaga jest wymagana. Trzymaj się tak prosto, jak tylko potrafisz, nie będąc sztywnym: pozostań zrelaksowany i profesjonalny. Znajdź swój własny poziom komfortu, jeśli chodzi o to, gdzie stoisz. Istnieją badania sugerujące, że najlepsza pozycja znajduje się po lewej stronie ekranu (z punktu widzenia widza), ale zależy to w dużej mierze od sposobu ustawienia pokoju. Idealnie stoisz tam, gdzie twój laptop jest dobrze widoczny, dzięki czemu możesz przeczytać swoje zawartość i zobacz przejścia slajdu podczas patrzenia na komputer, a nie ekran za Tobą. Odwracanie się do odbiorców powinno odbywać się bardzo rzadko, a ta konfiguracja laptopa pomoże. Jeśli publiczność siedzi w kształcie litery U, może być dość potężna, aby podczas rozmowy porozmawiać w środku grupy. Jednak używaj tego bardzo oszczędnie - może to być całkiem groźne dla widzów, jeśli podejdziesz blisko i porozmawiasz bezpośrednio z jedną osobą. Moją sugestią jest zbliżyć się trochę do publiczności, kiedy się przedstawiamy. Następnie znajdź jedną lub maksymalnie dwie dodatkowe chwile w trakcie rozmowy, kiedy możesz im powiedzieć coś bez odwoływania się do slajdów, a także trochę bliżej do nich. Krótka osobista anegdota działa dobrze w ten sposób. Nie ma potrzeby poruszania się podczas prezentacji, ale jeśli zdecydujesz się to zrobić, uważaj, aby nie krążyć w tył i w przód: powoduje to wiele niepokoju. Wybierz trzy spoty w pokoju, w których możesz skutecznie opowiedzieć swoją historię i poruszać się między tymi miejscami w różnych momentach podczas prezentacji. Spaceruj powoli i uważaj na publiczność, utrzymując ich zaangażowanie. Nie jesteś pewien tego? Pozostań w jednym miejscu i skoncentruj się na dostarczaniu wiadomości

Twój głos i język ciała z pozycji komfortu.

Trzy do zapamiętania

1. Przygotowanie da ci spokojną podstawę.
2. Ustaw się tak, aby nie trzeba odwracać się od widowni.
3. Pozostań w jednym miejscu, chyba że czujesz się pewnie poruszając się po pokoju.

2.7 PODKREŚLAJ SWOJĄ WIADOMOŚĆ, KORZYSTAJĄC Z TWOICH RĘCE W A ŚWIADOMA DROGA

Twoje ręce są prawdopodobnie najważniejszą częścią twojego ciała, na które możesz zwrócić uwagę, ponieważ mogą być bardzo przydatne lub bardzo rozprasające. Pierwsza prosta zasada: nie wkładaj rąk do kieszeni. Najgorszy scenariusz to kieszeń pełna zmian, której nieświadomie dzwonisz w całym tekście. Wiem, że to wydaje się oczywiste, ale tak wielu ludzi robi to, co trzeba powiedzieć. Usuń z siebie wszystko, czego nie potrzebujesz kieszenie; klucze, chusteczki, pieniądze, pokwitowania. Działają jak magnesy ręczne. Bądź zrelaksowany i będziesz wiedział, co robić. Kiedy dojdiesz do

kluczowego punktu, użyj swoich rąk, aby to podkreślić. Kilka razy wskaż ekran, aby wyjaśnić, że jest to coś, o czym musisz pamiętać. Zrób to oszczędnie i działa. Zrób to za dużo, z każdym slajdem i każdą wiadomością, a ostrość jest tracona. Jest taki moment, w którym można rozważyć umieszczenie ręki w kieszeni; podczas pytań i odpowiedzi. Daje to sygnał, że część formalna jest skończona, a publiczność ma swobodę przesyłania swoich pytań. Zrób to jedną ręką dla części sesji pytań i tylko wtedy, gdy jest to wygodne (i jeśli nie ma tam ani jednego zbląkanego grosza). Jest taki moment, w którym można rozważyć umieszczenie ręki w kieszeni; podczas pytań i odpowiedzi. Daje to sygnał, że część formalna jest skończona, a publiczność ma swobodę przesyłania swoich pytań. Zrób to jedną ręką dla części sesji pytań i tylko wtedy, gdy jest to wygodne (i jeśli nie ma tam ani jednego zbląkanego centa). Jedną z rzeczy, które nie są branżowe, jest pozycja rąk polityka - uważa Tony Blair. Jest to symetryczny kształt ramion, z łokciami, z czubkami palców stykającymi się lub częściowo splecionymi. Zostaliśmy przeszkoleni, aby wiedzieć, że ta pozycja jest sprawą gładkiego rozmówcy próbującego się podnieść. Unikaj tej pozycji za wszelką cenę. Używanie rąk poprawia także wyraz twojej wypowiedzi. Aktorzy głosowi używają rąk, aby wypełnić swoje słowa dodatkowymi emocjami, ponieważ nikt nie może zobaczyć ich języka ciała. Jeśli zastosujesz te wskazówki w praktyce, dodasz nowy wymiar do komunikacji.

Trzy do zapamiętania

1. Trzymaj ręce z dala od kieszeni i opróżnij kieszenie z góry.
2. Nieznacznie wskaż ekran, aby podkreślić swoją wiadomość i kluczowe momenty.
3. Unikaj zapięcia ręcznego polityka.

2.8 PRZERWA PRZEZ BARIERĘ GŁOSU: SŁUCHAJ SIĘ SIEBIE

Niemal wszyscy mówią: "Nienawidzę słyszeć mojego głosu", jeśli są odtwarzane z tego nagrania. To ciekawy problem, ale jest ku temu powód. Kiedy mówimy, słyszymy dźwięk we własnej głowie. Podczas nagrywania i bycia słyszonym przez innych, fale dźwiękowe naszego głosu podlegają różnym wpływom środowiska, gdy podróżują w powietrzu. Rezultat, kiedy słyszymy nagranie, brzmi zupełnie inaczej od tego, co wydaje nam się słyszeć, gdy mówimy. Nasza niechęć pochodzi od zamieszania spowodowanego tą różnicą między tym, co myślimy, że słyszymy, a tym, co dzieje się, gdy jesteśmy nagrywani. Nie przejmuj się tym. Twój podstawowy głos jest częścią tego, kim jesteś i będzie brzmiał świetnie dla niektórych, a nie dla innych. Liczy się to, co robisz z tym i oto kilka sugestii. Bądź na tyle głośny, aby być słyszonym. Jeśli używasz mikrofonu, sprawdź wskazówki w części 14. Jeśli nie, upewnij się, że mówisz na poziomie słyszalnym dla całej publiczności. Poproś kolegę, by usiadł z tyłu i wskaż, czy jesteś wystarczająco głośny, czy musisz dodać trochę głośności. Monotonia to wróg. Nagraj swój głos (tak, bądź odważny i przełam się przez barierę nienawiści) i zobacz, czy istnieje dobra zmiana w tonie tego, co mówisz. Usprawnij, jak podkreślisz niektóre kluczowe punkty i zadaj sobie pytanie, czy istnieją lepsze sposoby na to. Ponownie nagraj swój głos i wypróbuj różne podejścia: na przykład nagraj jeden raz, trzymając ręce nieruchomo, a drugą poruszając rękami. Znajdziesz różnicę dość znaczącą. Zwróć szczególną uwagę na to, jak zaokrąglasz zdania. Czy wszystko kończysz jako pytanie? To coś, co trzeba zmienić. Widzowie muszą wiedzieć, kiedy o coś ich pytasz, więc bardzo wyraźnie. Znajdź trzy lub cztery okazje w prezentacji, w której wyraźnie zaznaczysz "moment". Zatrzymaj się na chwilę, weź oddech i powiedz publiczności: "Tak, omówiliśmy XYZ. Teraz chciałbym porozmawiać o ... "i upewnij się, że ma to silny, silny nacisk. To trochę jak czytanie długiego akapitu w książce - to niemal ulga, kiedy możesz przejść do następnego. Przerwanie strony pomaga ci czytać, a ten przełom w oddechu pomoże im słuchać.

Trzy do zapamiętania

1. Nie lubimy naszych głosów po prostu dlatego, że brzmi inaczej nagrane do tego, co słyszymy, gdy mówimy.
2. Nagraj się kilka razy, słuchaj i udoskonalaj.
3. Zatrzymaj się na chwilę w wielu punktach prezentacji, dając widzom trochę przestrzeni do oddychania, by skupić ich uwagę.

2.9 UDOSTĘPNIJ KONTAKT Z OZAMAMI

Czy kiedykolwiek siedziałeś na spotkaniu z wieloma osobami i okazało się, że główna osoba w tym spotkaniu patrzy na wszystkich oprócz Ciebie? Czy byłeś kiedyś na przyjęciu jako para i okazało się, że ktoś cię nie interesował i rozmawiał tylko z twoim partnerem? To sprawia, że czujesz się wykluczony i nieważny - i właśnie w ten sposób nie chcesz, aby ktokolwiek na twojej widowni się czuł. Nawiazywanie kontaktu wzrokowego jest prostym sposobem powiedzenia komuś: "Jesteś włączony, jesteś częścią tego." Równie zbyt duże skupienie uwagi na jednym lub dwóch słuchaczach może sprawić, że poczują się nieswojo i sprawią, że inni poczują się wykluczeni. Sposób, w jaki dzielisz swój kontakt wzrokowy z publicznością, jest kluczowym sposobem angażowania ich, informując, że jesteś spokojny i opanowany. Ta formuła jest prosta: spróbuj włączyć cały pokój podczas prezentacji i rób to w luźny sposób. Za każdym razem, gdy coś mówisz, dzieli się na kawałki jako krótkie zdania lub części dłuższych. Spójrz na jedną osobę i zacznij mówić; kiedy dojdiesz do dobrej przerwy, spójrz na inną część pokoju, spójrz na inną osobę i dokończ zdanie. Następnie przejdź do innej osoby i kontynuuj. Miej oko na kilka sekund na raz i ruszaj dalej. To może brzmieć trochę wymyślnie, ale jeśli wypróbujesz to kilka razy, szybko stanie się to naturalne

2.10 STAĆ SIĘ INTERAKTYWNYM PO WYKORZYSTANIU ZAUFANIA

Zaawansowane prezentacje to nie tylko dotarcie do słuchaczy - to interakcja między prezerentem a publicznością. Jednak nie jest to łatwa technika i zalecam, aby podstawy były najpierw na miejscu. Gdy znajdziesz pewność siebie i przedstawiłeś kilka satysfakcjonujących prezentacji, czas rozważyć dodanie interaktywności. Pytania są kluczowe, ale mogą być zarówno bardzo potężne, jak i niezwykle niebezpieczne. Najgorszy rodzaj jest otwarty, gdzie członek publiczności może bez końca rozmawiać na ten temat. "Czy ktoś ma opinię na temat globalnego ocieplenia, z którym chciałby się podzielić?". Zapoznaj się z 10-minutowym monologiem na ten temat od kogoś, kogo publiczność nie usłyszała. Najlepszy rodzaj to ten, w którym znasz możliwe odpowiedzi. Na przykład: "Kto wierzy, że globalne ocieplenie jest ważną kwestią dla dzisiejszego społeczeństwa?" W tym przypadku musisz powiedzieć widzom, co mają robić - to straszliwe skurcze dla wszystkich, jeśli pytasz i nikt nie odpowiada. Gdy chcesz, żeby coś powiedzieli, powiedz im to. "Krzyczęć" Tak "jeśli się zgodzisz". Jeśli chcesz, aby podnieśli rękę, połóż własną rękę i powiedz im, aby zrobili to samo. A oto narzędzie pomagające przenieść prezentację na wyższy poziom interaktywności.

2.11 STAŁA GRY

Widziałem, jak nazywał się Daniel Frances na seminarium Cold Call, a wynikowa interaktywność była najwyższa, jaką kiedykolwiek widziałem. Daniel wyjaśnił, że złoży oświadczenie, a publiczność powinna wstać, jeśli się do nich odnosi. Kluczem do tej techniki jest być tak wszechstronnym, jak to tylko możliwe: dlatego zaczął od: "Jeśli jesteś człowiekiem, wstań". Oczywiście wszyscy stali, pomagając im przezwyciężyć wewnętrzny strach przed uczestnictwem publiczności. Potem zapytał: "Jeśli w zeszłym miesiącu wykonałeś zimne połączenie, nie ruszaj się." Było to seminarium Cold Call, więc Daniel wiedział, że zagwarantowane jest, że co najmniej 60-70% widzów pozostanie na nogach. Zadał pytanie, na które otrzymał odpowiedź, której oczekiwał. Następnie zapytał, kto tego dnia dokonał zimnych

Wezwań, wiedząc, że to zawężiliby sprawę. Następnie poprosił jedną z pozostałych osób o podanie nazwiska, krótko wyjaśnić, o co chodzi i dlaczego to było ważne. Daniel wybrał kogoś, z kim rozmawiał, zanim zaczęło się wydarzenie, i wiedział, że będzie mu wygodnie, jeśli weźmie mikrofon i opíše jednominutową historię. Następnie poprosił dwie kolejne osoby, aby zrobiły to samo, przenosząc się do różnych części widowni. Podczas swojego seminarium Daniel wiele razy podążał za tym procesem. Co się dzieje, to zmiana dynamiki. Publiczność przechodzi od strachu do zaangażowania, w wyniku czego ludzie machają i aktywnie chwyatają mikrofon w ostatniej rundzie pytań. Siła tego podejścia polega na tym, że publiczność opowiada historię. Jeśli wyjaśnią, dlaczego dany temat ma znaczenie, i jakie problemy wymagają rozwiązania, widzowie czują się związani ze sobą i z prezydentem. Daje także prezydentowi kilka wskazówek, które mogą poruszać tematy w późniejszej części spotkania, i może odnieść się do konkretnych punktów zebranych przez publiczność. Wypróbuj to narzędzie, a staniesz się bardziej komfortowy dzięki wprowadzeniu interaktywności do prezentacji.

Trzy do zapamiętania

1. Zaczynaj od szerokich pytań, które pozwolą uczestniczyć całej publiczności.
2. Daj ludziom szansę wypowiedzenia swojego imienia i nazwiska oraz tego, co według nich jest ważne.
3. Umożliwienie widzom opowiedzenia historii jest sposobem na ich zaangażowanie.

2.12 JAK ZARZĄDZAĆ SESJĄ Q & A

Generalnie dobrze jest budować w czasie na pytania, ale tak jak w poprzedniej części kolejna sytuacja, która może pójść okropnie źle, jeśli nie jesteś odpowiednio przygotowana. Oto kilka narzędzi, które pomogą Ci zachować kontrolę.

Ktoś zadaje bardzo negatywne pytanie.

Nie bronić. Potwierdź komentarz i skup się na pozytywach twojej wiadomości. Jeśli osoba przesłuchująca nalega na ponowną reakcję negatywną (co zdarza się w nielicznych przypadkach), zasugeruj, aby wziąć temat do dyskusji podczas kawy i upewnij się, że robisz. Osoba może po prostu mieć bardzo ważny punkt, który przegapiłeś, do którego możesz się odnieść w następnej prezentacji.

Członek publiczności rozmawia i rozmawia ...

Zachowaj spokój, pozwól im się wypowiedzieć i pomyśl o swojej odpowiedzi - która powinna być bardzo krótka - gdy mówią. Jeśli zadają trzy pytania w jednym, odpowiedz na jedno z pytań, a jeśli naciskasz na czas, zalecamy omówienie dwóch pozostałych w późniejszym terminie lub pocztą elektroniczną.

Nie mów "Dobre pytanie".

Są to dobre pytania, ponieważ ktoś, kto ma odwagę mówić, jest już dobrym wkładem w twoje spotkanie. Powiedz "dzięki za twoje pytanie" lub coś podobnego, na każde postawione pytanie.

Nigdy nie krytykuj publiczności.

Kiedy zobaczyłem, jak prezydent pyta: "Kto wie, co to jest coaching?" Około 17-latek podniósł rękę i wyraził swoją opinię: prezydent wskoczył z pytaniem: "Nie, nie, nie, to wielka pomyłka! Powiem ci, co to naprawdę coaching ... Młody chłopak skurczył się na swoim miejscu, upokorzony. Nawet jeśli członek widowni mówi coś, co jest niepoprawne lub zupełnie błędne, powiedz im: "To jest sposób patrzenia na to". Następnie dodaj własne sterowanie tematem z powrotem do miejsca, w którym chcesz przekazać swoją wiadomość.

Zadawaj pytania tylko nielicznym.

To może być wyczerpujące bycie z góry i radzenie sobie z pytaniami. Polecam co najwyżej pięć lub sześć, a kiedy osiągniesz pięć, wyjaśnij, że masz zamiar kończyć: "Wezmę to pytanie i jeszcze jedno, a potem je podsumujemy." Jeśli jasno wciąż mają więcej do zapytania, radzą im wysłać e-mailem lub skontaktować się z tobą później. Dostępność jest ważna: wyjaśnia, że naprawdę chcesz, aby odbiorcy podjęli działania w sprawie Twojej wiadomości.

Trzy do zapamiętania

1. Otwarcie się na publiczność może być potężne, ale jest również ryzykowne: bądź dobrze przygotowany.
2. Unikaj argumentów za wszelką cenę. Jeśli pojawi się kwestia sporna, zasugeruj, że omówisz to podczas przerwy.
3. Ogranicz do około pięciu pytań.

2.13 NADAJ POCZĄTKI NA KOŃCU, NIGDY NA POCZĄTKU

W idealnym przypadku prezentacja powinna być przejrzysta, bez potrzeby dodatkowych notatek. Prawie na pewno nikt nie będzie czytał materiałów informacyjnych, jeśli je dostarczysz, chyba że je wydasz na początku: gwarantowany sposób na zapewnienie szelestu przewracających się stron zagłusza twoje pierwsze 60 sekund! Są oczywiście wyjątki. Czasami możesz chcieć, aby twoja widownia odniosła się do szczegółowych danych podczas prezentacji. W takim przypadku zaleciłbym posiadanie danych na slajdzie i rozdawanie odbitek tego konkretnego slajdu, abyś nie musiał czytać na głos każdego szczegółu, którego nie widzą na ekranie. Jest również dobry przykład na dwie prezentacje; ten, który dostarczasz osobiście, i ten, który dystrybuujesz. Ta, którą pokazujesz, powinna być lekka na dane i szczegóły, ale ta, którą rozpowszechniasz, może wymagać opowiedzenia bardziej dogłębnej historii, szczególnie jeśli dzielisz ją z zarządzaniem jako dokumentem referencyjnym. W takim przypadku możesz dodać szczegóły w swojej wersji, a także pomóc ci oprzeć się pokusie rzucania każdego słowa i liczby na slajdy, które prezentujesz. Naturalne tworzenie dwóch wersji wymaga dużo więcej czasu, a większość prezentacji jest niepotrzebna. Jednak dla dużych warto.

2.14 WYKOŃCZANIE Z BANG

Czy byłeś kiedyś na koncercie, na którym nie było bisów? Zespół wstaje, bawi się i odchodzi, nie dając publiczności szansy na okazanie uznania. Pozostawia uczucie niespełnienia, jakby coś nie było kompletne. Kiedyś rozmawiałem z muzykiem Tomem Robinsonem, a on wyjaśnił dlaczego. "Byłeś na scenie i dawałeś widzom wszystko, co najlepsze. Częścią procesu jest to, że jako publiczność lubimy w zamian dziękować. Jeśli wykonawca nie da nam takiej szansy, czujemy, że nasza część nie została zagrana. "Tom również powiedział mi, że najważniejszą częścią każdej piosenki, którą zagrał na żywo, był koniec. "Możesz mieć przeciętną piosenkę, ale jeśli zamkniesz ją z wyraźnym riffem i hukiem, publiczność pokocha to. Muszą również wiedzieć, kiedy należy bić brawo, więc nadaj im określony i wyraźny moment zakończenia. "Wskazówki Toma mogą być łatwo przetłumaczone na twoje podejście do prezentacji.

- Po pierwsze, spraw, aby twoje podsumowanie było interesujące. Zamiast siedmiu pocisków, które czytasz jeden po drugim, uczyni to wizualnym; wybierz obraz lub jedno słowo do przedstawienia każdego głównego punktu. Jest to warte wielokrotnych prób, ponieważ ostatnie 60 sekund może być równie ważne jak pierwsze.

- Po drugie, upewnij się, że skończysz w dużym wydaniu; na przykład; "I wreszcie, we wrześniu wprowadzimy na rynek produkt X, a celem jest osiągnięcie 10 000 sprzedaży do końca roku!"
- "Aby zamknąć, mamy trzy duże projekty do ukończenia w tym roku; po pierwsze, całkowita transformacja X; po drugie, ponownie zorganizuj dział Y; i po trzecie, osiągnąć sprzedaż 5000 nowych produktów Z. "
- Po trzecie, należy jasno określić zakończenie. Po powiedzeniu ostatniego zdania, zakończ prostym i stanowczym "Dziękuję!" Następnie wstań i weź oklaski; w większości sytuacji widzowie okażą Ci wdzięczność.

Oczywiście istnieje ryzyko, że nikt nie klaszcze. Jest to niewielka możliwość, jeśli korzystasz z tych narzędzi, ale jeśli tak się stanie, odejź po kilku sekundach i nie martw się o to. Wykonałeś swoją pracę i jeśli publiczność tego nie zrozumiała ...? Cóż, zdarza się to czasami. Ale rzadko kiedy tak długo, jak przygotowywałeś swoje przygotowania, tworzył przezroczyste slajdy i kończył na wysokim poziomie.

Trzy do zapamiętania

1. Dokonaj podsumowania wizualnego zamiast serii punktów.
2. Wyjaśnij, kiedy prezentacja się zakończyła.
3. Możesz zakończyć proces w bardziej pamiętny sposób, dając widzom szansę podziękowania Ci za twoją pracę.

2.15 OBSERWUJ

Zrobiłeś swoje przygotowania, przekazałeś wiadomość najlepiej jak potrafisz, a publiczność wydawała się to lubić. Następna część jest tym, o czym zapomina większość prezenterów: kontynuacja. Idealnie, publiczność rozumiała przesłanie, ale jak się dowiedzieć na pewno? Istnieje wiele sposobów. Po pierwsze, poproś kilku zaufanych kolegów, aby powiedzieli ci prawdę. Co poszło dobrze? Co można poprawić? Co pamiętają z prezentacji? Postaraj się uzyskać szczerą opinię przy każdej okazji, abyś mógł poprawić i dopracować szczegóły, własny styl i wyrazistość wypowiedzi. Po drugie, pamiętaj, aby wysłać uczestnikom kolejny e-mail, przypominając im o pięciu najważniejszych sprawach. Jest to również okazja, aby przesłać im bardziej szczegółową wersję prezentacji. Na koniec warto rozważyć utworzenie kwestionariusza internetowego, zwłaszcza jeśli publiczność liczyła więcej niż osiem osób. Możesz znaleźć wiele prostych (i bezpłatnych) stron internetowych, które oferują tę usługę; jeden, którego używam to SurveyMonkey.com. Utrzymuj krótką i prostą ankietę - maksymalnie siedem pytań, z co najmniej kilkoma odpowiedziami związanymi z oceną, a także kilka ogólnych pytań umożliwiających uczestnikom swobodne komentowanie sposobu oceniania prezentacji. Informacja zwrotna jest zawsze przydatna i pozwala dowiedzieć się, w jaki sposób prezentacje są rzeczywiście odbierane.

2.16. DOSTARCZANIE TWOJEJ PREZENTACJI: PODSUMOWANIE

1. Poświęć trochę czasu na samodzielne wizualizowanie prezentacji i sukcesów z wyprzedzeniem.
2. Nagrywaj i słuchaj swojego głosu, aby poprawić słowny aspekt wiadomości.
3. Naucz się pierwszych 60 sekund - nie całego skryptu.
4. Zachowaj spokój, jeśli popełniasz błędy lub gdy coś technicznego idzie nie tak. Widzowie są po twojej stronie.

5. Podawaj wyraźne sygnały - zarówno na ekranie, w słowie i w języku ciała - co do tego co jest najważniejszymi przedmiotami do zapamiętania przez publiczność.
6. Pozostań w jednym miejscu podczas prezentacji, dopóki nie poczujesz się pewny siebie.
7. Używaj rąk, aby uwydatnić wiadomość i trzymać ją z dala od kieszeni!
8. Udostępnij swój kontakt wzrokowy, aby upewnić się, że cała publiczność się w nim czuje.
9. Uczyń to interaktywnym, zadając pytania: i zadawaj pytania, które będą odpowiedzi, które możesz przewidzieć.
10. Nie rozdawaj datków na początku. Jeśli chcesz udostępnić szczegółowe informacje, rozdaj go podczas prezentacji, przesuń slajdem - lub wyślij go później.
11. Zakończ na wysokim poziomie, wyraźne uzasadnienie motywacyjne lub silne wezwanie do działania.
12. Skorzystaj z krótkiej ankiety internetowej, aby móc uwzględnić opinie w następnej prezentacji.

3 TRZY MINUTOWA PREZENTACJA

3.1 NAPRAWDĘ MOŻESZ ZROBIĆ WSZYSTKO W TRZECH MINUTACH

Przeczytałeś ten tekst, postąpiłeś zgodnie z radą, która najbardziej Ci odpowiada i zastosowali ją w wielu prezentacjach. Widzisz poprawę zaufania, jakości treści i reakcji odbiorców. Nadszedł czas, aby przekształcić swoje umiejętności i nową wiedzę w ostateczną; Prezentacja w trzy minuty. Możesz zadać sobie pytanie: "Dlaczego jest to ważne?" To dlatego, że w niektórych przypadkach zostaniesz wezwany do stworzenia klasycznego "Zwięzłej Przemowy". Nigdy nie wiesz, kiedy możesz być w obecności wpływowej osoby do swojego projektu, kariera lub własny biznes. Ogólnie rzecz biorąc, ci wpływowi będą zajętymi ludźmi. Jeśli uda ci się przekazać wiadomość w ciągu trzech minut, sama szybkość i wydajność są imponujące wysoko cenione, ponieważ bardzo niewielu ludzi może. Przekazujesz jasny komunikat: "Szanuję, że jesteś zajęty, więc dostosowuję moją historię do twojej sytuacji, nie mojej". Brzmi to zniechęcająco. Prezentacja w zaledwie trzy minuty? Ale wierz mi: jeśli zastosowałeś się do sugestii zawartych w tym tekście, masz już wszystkie narzędzia wymagane do tego.

3.2 PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO ZWIĘZŁEJ PRZEMOWY

Najpierw wróć i zapoznaj się z metodą przygotowania post-it note. Pamiętasz, jak to wszystko polega na znajdowaniu trzech głównych punktów i budowaniu stamtąd? Użyj podejścia Post-it note, aby przygotować strukturę swojej krótkiej prezentacji. Następnie pomyśl jeszcze raz o potędze trójki. W przypadku każdego z trzech głównych problemów możesz wymienić maksymalnie trzy podpunkty w dostępnym czasie. Jak je znaleźć? Upewnij się, że wykonałeś wiele rozmów na temat ekspresu do kawy. Zdolność do zwięzłego opisywania tego, nad czym pracujesz, jest dokładnie tym, co tworzysz, rozmawiając z kolegami przez dwa lub trzy minuty. Przekonasz się, że zawsze będziesz mieć kilka zabójczych wiadomości od wszystkich po prostu "dostajesz", a te powinny zdecydowanie występować w twojej krótkiej wersji. W 90% przypadków nie będzie to formalna prezentacja z pomocą wizualną: język ciała, postawa i ton głosu będą miały znaczenie. Pamiętasz, jak mało będą pamiętać z czystej treści? Bardziej niż kiedykolwiek w prezentacji trzy minuty, Twoja pasja do tematu będzie miała wpływ na reakcję publiczności. Jeśli z jakiegoś powodu jest to ustawienie formalne, użyj obrazów zamiast wielu słów. Pojedyncze słowa lub jedna krótka fraza na slajdzie może również być potężna, a projekt slajdów powinien być jak najmniejszy. W ciągu trzech minut ilość wyświetlanych informacji powinna

być naturalnie ograniczona. Maksymalnie trzy slajdy powinny być twoją wskazówką, która skupi twój umysł. Oto sugerowana formuła;

- Powiedz, co zamierzasz wyjaśnić jednym zdaniem.
- Podziel go na trzy główne punkty.
- Poinformuj o pierwszym - używając maksymalnie trzech podpunktów.
- Zrób to samo dla drugiego.
- Zrób to samo dla punktu trzeciego.
- Skończyć z; "Podsumowując, trzy główne kwestie to ..."
- Na zakończenie bardzo wyraźne wezwanie do działania; "Dlatego proponuję zainwestować X tys. W ...", "w oparciu o to nasz udział w rynku docelowym powinien wynosić X%, a my chcielibyśmy zainwestować w te trzy działania, aby do niego dotrzeć".

Napisz swoje treści w Post-it, zdecyduj trzy wiadomości i ich podpunkty, i skonstruuj kości swojej prezentacji trzy minuty. Teraz jesteś gotowy do ćwiczeń.

Trzy do zapamiętania

1. Dokonaj podsumowania wizualnego zamiast serii punktów.
2. Wyjaśnij, kiedy prezentacja się zakończyła.
3. Możesz zakończyć proces w bardziej pamiętny sposób, dając widzom szansę podziękowania za twoją pracę.

3.3 PRAKTYKA DOTYCZY PERFEKCJI, PONOWNIE I PONOWNIE

Najlepiej wykonać następujące ćwiczenie z kilkoma zaufanymi współpracownikami. Każ im otworzyć zegar na telefonie z głośnym budzikiem, ustawić dokładnie na trzy minuty i kazać im klaskać zaraz po uruchomieniu alarmu - bez względu na to, gdzie jesteś w prezentacji. Bez względu na to, czy jesteś w połowie zdania, czy nawet w połowie całej prezentacji: muszą zacząć klaskać, zatrzymując cię w swoim strumieniu. Zrób szybką recenzję, aby zobaczyć, jak daleko dotarłeś, i ocenić, jak bardzo jesteś zadowolony z boiska. Następnie zrób to jeszcze raz, od razu. I jeszcze raz. Po czterech lub pięciu przejazdach okaże się, że zbliżasz się. Nacisk na skracanie zdań i dotarcie do celu jest wysoki, gdy zegar jest uruchomiony, co może pomóc w powtórzeniu nacisku, jaki odczujesz, gdy staniesz przed dyrektorem naczelnym lub zaawansowanym lotnikiem. Poproś swoich kolegów o szczerą, krytyczną opinię, które pomogą Ci poprawić. Innym sposobem na ćwiczenie jest filmowanie siebie. To brutalne i trudne do zobaczenia w aparacie, ponieważ zauważysz każdy dziwny ruch i dźwięk, który robisz. Ale rób to mimo wszystko: to wszystko jest w interesie poprawienia twojego boiska.

3.4 PREZENTACJA TRZY MINUT: PODSUMOWANIE

1. Przygotuj notatkę Post-It.
2. Skoncentruj się na potędze trójki, aby podzielić wiadomość na trzy zasadnicze punkty.
3. Poszukaj najskuteczniejszych słów i fraz, które znalazłeś podczas jazdy testowej mówiąc do ekspresu do kawy.
4. Ćwicz jedno zdanie, które definiuje to, co proponujesz.

5. Bądź namiętny i ekspresyjny.
6. Zakończ wyraźnym wezwaniem do działania: co chcesz, aby zrobili dalej?
7. Wypróbuj ze współpracownikami i przyjaciółmi.
8. Filmuj siebie, aby zobaczyć, jak prezentuje się prezentacja.
9. Ustaw licznik czasu i przećwicz dostarczanie wiadomości w ciągu trzech minut, raz za razem.