

**Как подготовить и провести
эффективную презентацию
своей профсоюзной организации
(методическое пособие)**

г. Пермь, 2009

Методическое пособие подготовлено Ходимчук Галиной Дмитриевной - внештатным преподавателем РУЦП, преподавателем по курсу "Менеджмент" У ПИ ПГТУ им.Б.Ельцина.

Ответственная за выпуск начальник отдела информационных технологий Кузьмина Т. И.

«Современный лидер профсоюзной организации должен владеть наукой деловых отношений, уметь вести переговоры, деловые беседы, давать интервью, проводить собеседования и презентации, т.е. быть хорошим коммуникатором».

Все эти качества необходимы и современному профсоюзному работнику, чья деятельность напрямую связана с общением, вступлением в коммуникации с разными людьми - от учителей и родителей до представителей работодателей, властей и СМИ.

Некоторые люди одарены всеми этими качествами от природы и почти интуитивно чувствуют, что и как необходимо сказать в той или иной ситуации, на какие факты сослаться, как выстроить беседу, сообщение, доклад. Для других - это серьезная проблема. Порой неправильно построенная фраза в переговорах или в презентации может стоить потери доверия и даже репутации. Но тем, кто не считает себя прирожденным коммуникатором, не стоит отчаиваться. Коммуникация - многогранное понятие, которое включает в себя любое взаимодействие с другими людьми: случайный разговор, убеждение, обучение, переговоры, интервью, презентации. И у каждого вида общения есть своя технология, ее можно освоить, овладеть базовыми техниками и стать неплохим собеседником, хорошим переговорщиком и успешным докладчиком, даже если от природы этого не дано.

В этом методическом пособии речь пойдет не о процессе коммуникации, а о том, как выстроить презентацию так, что бы достичь максимального эффекта от её проведения. Навыки при подготовке и последующее проведении презентации (причем любого формата - доклад, лекция, семинарское занятие, ответы на вопросы и т.д.) необходимы для людей ведущих активный, публичный образ жизни.

Начнем с того, **а что же такое презентация?**

Ответов на этот бы казалось простой вопрос, как показывает практика, множество.

Кто-то считает, что под презентацией подразумевается её визуальная, вспомогательная часть, т.е. набор слайдов по теме, созданных в программе Power Point, которые озвучивает выступающий; кто-то ответит, что презентация - это некое рекламное

шоу по поводу (открытие магазина, выход в свет книги, продвижение какого-либо товара или услуги и т.д.) с обязательным приглашением vip-персон, фуршетом и фейерверком; а кто-то, воспользовавшись словарем, ответит, что «презентация - это предъявление переводного векселя лицу, обязанному по нему осуществить платеж (трассату)». И все они будут по-своему правы. Если и дальше следовать словарям то, презентация - это:

(от лат. praesentatio — представление, вручение, предъявление) —

1) рекламное мероприятие, включающее в себя демонстрацию товара, сопровождаемое кино-, видеофильмами, слайдами, а также раздачей информационно-рекламных материалов;

2) официальное представление вновь созданного предприятия, фирмы, проекта, продукции, товара кругу приглашенных лиц.

Но если следовать современной практике делового общения, то **презентация - это публичное выступление с использованием аудио-визуальных средств, уникальное PR мероприятие, где Вы можете непосредственно контактировать с людьми, от решения которых зависит смысл вашей работы, где вы можете управлять их эмоциональным состоянием, мнением; видеть и ощущать как их мнение меняется; это способ привлечь внимание пользователей к деятельности и услугам как самой организации, так и ее представителей; это эффективный способ передачи информации, поиск партнеров и способ принятия нужных вам решений. Надо помнить о том, что никакое из средств коммуникации (технологическое или бумажное) не сможет заменить коммуникацию персональную, а правильно выстроенная презентация - одно из эффективных средств персональной коммуникации.**

Итак. С чего начать, что бы Ваша презентация стала действительно эффективной?

Условно любую презентацию можно разделить на три блока:

- Подготовка презентации
- Проведение
- Послепрезентационные исследования

И самый большой блок - подготовка. Именно ей, как справедливо считают специалисты, следует уделять от 50 до 95 % времени. Именно от качества подготовки презентации зависит её успех или провал.

Казалось бы, это совершенно очевидно, но как только доходит до конкретного дела, то возникают причины, мешающие правильной подготовке. Среди них - отсутствие времени, надежда на вдохновение, уверенность в возможности полностью использовать материалы прошлого выступления и множество других. И что бы при проведении презентации не «наступать в очередной раз на грабли» следует предпринять ряд шагов.

ОСНОВНЫЕ ШАГИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ:

ШАГ 1 - Формирование позитивного настроения на презентацию

ШАГ 2 - Понимание целей и результатов

ШАГ 3 - Анализ участников

ШАГ 4 - Понимание путей достижения результата (ресурсы)

ШАГ 5 - Создание структуры и разработка содержания презентации

ШАГ 6 - Репетиция, тестовый прогон

ШАГ 7 - Подготовка финального варианта презентации

ШАГ 8 - Релаксация

ШАГ 1. Формирование позитивного настроения на презентацию

Здесь важно помнить о том, что главное, что есть в вашей презентации - это не только информация, цифры и факты или средства демонстрации - от простейших листов бумаги до самых современных устройств. Главное - это Вы сами! Начиная с первых секунд встречи с Вами, слушатели уже получают информацию. Вы еще и говорить не начали, а они уже составляют свое мнение о Вас и только от Вас зависит, как они воспримут передаваемое вами сообщение. Ведь выходя на встречу с аудиторией (вне зависимости от её количества) Ваша задача не

просто донести информацию, необходимо добиться того, чтобы эта информация работала на Вас. Чтобы слушатели после встречи с Вами думали и поступали так, как хочется Вам. И здесь важно все - знание предмета, энтузиазм, речь, внешний вид и конечно настрой! Ваш позитивный настрой - средство достижения цели, успеха. .

Вы компетентны, грамотны. Вы - профессионал. Вы хотите поделиться своей информацией с аудиторией, пригласить её к сопереживанию, содействию, сотрудничеству. Настройтесь на

позитив, полюбите своих слушателей, и они ответят Вам взаимностью. И верьте -у Вас все получится!

ШАГ 2. Понимание целей и результатов презентации.

Бесцельной презентации не бывает!

Это факт, от которого нельзя отмахнуться. Даже простое информирование - будь то доклад или отчет, всегда преследует определенную цель - одобрить действия, принять решение или отчет; а возможно, что докладчик рассчитывает взволновать аудиторию, сформировать у людей убеждения, представления, которые станут мотивами их поведения, то есть призывать к каким - либо действиям. Часто эти цели перекрещиваются и совмещаются в одном выступлении. Немало важно и то, что любое публичное выступление формирует у аудитории мнение и о докладчике и о той организации, которую он представляет!

Определение целей презентации - необходимая её составляющая. Выступающий должен четко представлять, какой реакции он добивается. Иногда (в целях достижения эффективности выступления и создания определенного настроения аудитории) стоит о своих целях и задачах сообщить слушателям.

При подготовке презентации следует задать себе вопросы. Например, такие:

- Зачем готовите презентацию?
- О чем хотите рассказать?
- Чего планируете достичь?
- Каких мыслей и действий ожидаете от слушателей?
- Что получают слушатели, если скажут «ДА», и что они могут потерять , если скажут «НЕТ»?
- Можете ли достичь поставленных целей в отведенное время?
- Какие ресурсы необходимо использовать?

ШАГ 3. Анализ аудитории.

При подготовке презентации важно оценить состав будущей аудитории, заранее настроиться на своих слушателей, учитывая такие факторы как:

- Количество слушателей

- Что это за люди
- Кого больше - мужчин или женщин
- Возраст
- Место работы
- Образование
- К чему они стремятся
- Какое отношение имеет аудитория к теме выступления
- Знания участников по теме выступления
- Отвечает ли ваша презентация интересам слушателей
- Что слушатели будут делать с представленной вами информацией, и чем конкретно она важна для них
- Что они думают о вас лично
- Что они думают, о представляемой вами организации
- Кто в аудитории является лицом, принимающим решение или влияющим на принятие решения
- Если Вы презентуете свой проект одному лицу, то перед вашей встречей не лишне узнать о его личных пристрастиях, интересах, привычках и даже настроении на момент вашей презентации

Следует помнить о том, что:

- Всегда легче говорить, обращаясь к однородному составу аудитории (дилетанты, специалисты, коллеги, студенты, люди одинаковых политических взглядов и т. д.). Чем однороднее аудитория, тем единодушнее их реакция на выступление.
- Обращаясь к молодежи, нельзя заигрывать, льстить, поучать, упрекать в незнании, некомпетентности, подчеркивать свое превосходство, уклоняться от острых проблем и вопросов.
- Перед слушателями с высоким уровнем профессиональной или научной подготовки нельзя выступать, если нет новых взглядов, подходов к решению проблемы, нельзя допускать повторы, тривиальные суждения, демонстрировать свое превосходство, злоупотреблять цифрами, цитатами, уклоняться от существа проблемы.
- В неоднородной аудитории произносить речь труднее. Если публика различна по составу, надо, по возможности, адресовать какой-то фрагмент каждой группе. Следует заранее подумать о том, что сказать отдельным, особо авторитетным, важным персонам, если вы

знаете, что они придут.

- Знание своих слушателей, "прицельная" подготовка речи приобретают особое значение при переговорах или при обсуждении какого-то трудного вопроса в узком кругу специалистов, деловых людей.
- И еще один совет : не следует недооценивать аудиторию! Поверьте, что среди Ваших слушателей могут встретиться люди более компетентные и продвинутые, чем Вы сами! Потому знание аудитории - залог вашего успеха!

ШАГ 4. Понимание путей достижения результата

При подготовке презентации следует знать :

- Где и в какой обстановке будет проходить Ваше выступление - в зале, в кабинете, на открытом воздухе; есть ли там кафедра, стол, микрофон, необходимая техника; важное значение имеет и размещение слушателей в аудитории.
- Какими ресурсами располагаете
- Какими аудио - визуальными средствами воспользуетесь
- После каких других речей планируется ваше выступление. Принято считать, что каждая последующая речь должна быть интереснее и по содержанию и по форме, чем предыдущая.(Совет - не следует менять «на ходу» своё выступление и «подстраиваться» под предыдущих ораторов. Знания, спокойствие, уверенность в себе и естественность - ваш козырь!)
- Какие примеры для убеждения планируете использовать?
- На какие факты следует ссылаться, а на какие не стоит?
- Значимые персоны для слушателей, на кого Вы можете сослаться в выступлении
- Какие ключевые слова и выражения не стоит использовать в презентации, а какие настоятельно рекомендуются?
- Какие шутки, анекдоты истории будут уместны, а какие нет?
- Какой минимум времени вам понадобится, чтобы донести информацию до слушателей?

Какие графические объекты задействуете при подготовке презентации?

- Что делать, если :
 - Сократили время презентации –

- Отказала техника
- Иные обстоятельства
- Три самых сложных вопроса, которые вам могут задать во время или после презентации и т.д.

ШАГ 5 - Создание структуры и разработка содержания презентации

Итак, Вы настроились на успешную презентацию, определились с темой и целями, четко понимаете - кто Ваши слушатели, где и когда Вам предстоит выступать, какими ресурсами располагаете. Настало время приступить к созданию своего выступления. Прежде всего, следует структурировать вашу презентацию - это поможет вам не только при подготовке, но и непосредственно во время выступления.

Сценарий любой презентация (от доклада до тоста) строится по классическим законам композиции:

- Вступление.
- Основная часть.
- Кульминация
- Заключение.

Каждая часть несет на себе определенный информационный, эмоциональный и побудительный посыл и пренебрежение к ним недопустимо. Зная регламент Вам необходимо распределить время каждого информационного блока.

Примерно так:

- вступление - 10-15% времени ;
- основная часть - 60-65%;
- заключение - 20-30%.

Если формат вашего мероприятия предусматривает вопросы и ответы по теме вашего выступления, то необходимо выделить время и на этот блок и заранее быть к нему готовым.

Теперь, систематизируя собранный и подготовленный Вами материал, опираясь на Ваши знания, компетенцию и опыт следует наполнить структуру презентации содержанием. С учетом специфики всех составляющих Вашего выступления. Можно еще раз проконтролировать себя такими вопросами:

- Достаточно ли я компетентен по данному вопросу?
- Имеется ли у меня достаточно данных для достижения поставленной цели?
- Что в моем выступлении вызовет наибольший интерес?

- Смогу ли я закончить выступление в отведенное время?
- Соответствует ли мое выступление уровню моих знаний и опыту? И т.д.(см. ШАГ 4).

Несколько советов по подготовке слайдов в часто используемой выступающими программе Power Point.

Преимущества этого сопровождения презентации очевидны:

Слайды

- Удобное, наглядное и профессиональное оформление выступления - Ваше сообщение выглядит более убедительно
- Привлекают внимание слушателей
- Повышают степень восприятия и понимания
- Повышают способность к запоминанию информации
- Выделяют ключевые моменты презентации
- Сокращают время выступления и т.д.

Все это справедливо в том случае, если слайды не мешают вашему выступлению, а дополняют его. Помните, что выступающий не чтец титров, что задача компьютерной презентации - сфокусировать внимание слушателей, зафиксировать и проиллюстрировать то, что Вы говорите.

Готовя слайды, следуйте простым принципам:

- Не перегружайте слайд информацией - не больше 30 слов.
- Не дублируйте текст выступления.
- Текст на слайдах должен быть простым и содержать ключевые данные вашего выступления, которые вы объясняете и комментируете.
- Следуйте правилу: одно предложение - одна мысль.
- По возможности заменяйте текст на символы.
- Не перегружайте презентацию частой сменой слайдов, анимационными и звуковыми эффектами. Это не концентрирует внимание, а напротив - отвлекает слушателей.
- Не используйте больше 3 шрифтов.
- Не используйте более 3-х цветов! Помните - цвет это тоже информация.

Выберите привлекательный шаблон оформления слайдов — профессиональный, но не слишком броский.

Оформление не

должно отвлекать внимание от содержания выступления.

- Сопровождение выступления слайдами должно соответствовать тексту выступления, каждому его этапу.

И еще одно важное правило:

Не стоит в своей презентации опираться только на слайды и зависеть от них. Основная «нагрузка» презентации лежит на Вас. Ваше выступление не должно пострадать даже в том случае, если техника даст сбой.

Вернемся к содержанию Вашей презентации:

1. Вступление.

Вступление - важная часть, которая более всего запоминается слушателями, позволяет заинтересовать и захватить их внимание, наладить эмоциональный контакт и понравиться аудитории (будь то один человек или сотня)

Помните! Что то, чем Вы должны поделиться с публикой, будет принято ею благосклонно в том случае, если Вы сами ей понравитесь!

Вступление включает в себя: приветствие, представление себя слушателям (если этого не сделал ведущий) с четким указанием своего имени, сферы вашей деятельности, вашей компетенции по представляемой теме (аудитория должна знать по какому праву именно вам доверено высказываться на данную тему). И здесь, как и во всем, нужна мера - не следует переусердствовать в перечислении своих достижений. Если же Вы презентуете свою организацию или проект, который она реализует - оставьте все восхваления. «Наша организация самая многочисленная в отрасли!», «Наш проект решил проблему подготовки кадров!», «Наша гимназия лучшая в городе!», «Нет более сплоченной и боевой профорганизации, чем наша!» Оставьте выводы для аудитории. В основной части доклада, опираясь на факты и цифры, мнения специалистов Вы сможете (или нет) доказать это.

Во вступлении можно также дать информацию о цели, содержании, плане и даже времени вашего выступления. Фраза: «У нас с Вами не так много времени для того, что бы...» или «Отведенное время позволит нам с вами не только получить информацию, но и

обсудить ключевые вопросы...» не только настраивает вашу аудиторию на работу, но и делает её вашим содокладчиком, т.е. усиливает контакт с публикой, который Вам необходим.

«Засиживаться» на вступлении не стоит - оно должно быть кратким.

Готовя вступление, продумайте «старт» презентации: Ваши действия в первые минуты встречи с Вашими слушателями.

Например, не стоит, точно следуя регламенту, начинать свое выступление, если аудитория еще не готова к восприятию. Шум в зале, бурное обсуждение выступления предыдущего оратора или напротив расслабленность или усталость публики (особенно в послеобеденные и вечерние часы) - не лучшее начало для Вашей презентации. В этом случае не стоит нервничать, стараться перекричать аудиторию или «разбудить» нервным постукиванием по микрофону. Подержите паузу, дайте слушателям понять, что Вы здесь, Вы готовы поделиться с ними своей информацией и вступайте в диалог. Если же пауза не помогла и для части аудитории Вы остались «незамеченным», то можно (как рекомендуют опытные ораторы) устроить небольшое представление. Нет-нет, Вам не потребуется вытаскивать из шляпы кролика (если вы, конечно, не на конференции фокусников), или исполнить акробатический трюк; можно «случайно» уронить микрофон или папку с бумагами, привлечь таким образом к себе внимание и извинившись за «неуклюжесть», продолжать (ибо Вы уже начали) свое выступление и установить необходимый контакт с аудиторией, используя:

- Интересный факт;
- Вопрос или цепочку вопросов (если аудитория утомлена или рассеяна);
- Прием: «Когда я ехал к вам на встречу...»;
- Случай, произошедший с Вами и имеющий отношение к теме;
- Анекдот (но тщательно !!! выбранный);
- Историю, сказку, шутку....

И далее продолжать свою презентацию.

2. Основная часть.

Основная часть, её кульминация - суть вашего выступления. Здесь вы реализуете поставленную цель, «подводите» аудиторию к принятию нужного для Вас решения, используя всю значимую

информацию и аргументацию.

План развития основной части должен быть ясным. Предмет выступления должен раскрываться конкретно и стройно. Должно быть подобрано как можно больше фактологических материалов, необходимых примеров. Материал публичного выступления может быть теоретическим и фактическим. Насыщенность речи тем или другим типом материала зависит от жанра. Так, в отчетном докладе, например, требуется приводить множество цифр и фактов, чтобы доказать положения и убедить слушателей.

При подготовке материала следует обратить внимание на факторы, вызывающие доверие к сообщаемой вами информации:

- Приведение конкретных цифр (ничего приблизительного; «более» или «около» - недопустимо!)
- Описание точных деталей, обстоятельств и примеров
- Копии документов, подтверждающих вашу информацию (на слайде или в раздаточном материале)
- Данные экспертных оценок (значимых для участников презентации)
- Отзывы ваших коллег, партнеров, потребителей услуг, общественности, СМИ
- Ссылки на положительный опыт

Памятуя о том, что информация должна быть достоверной проверьте точность информации, цифр, дат, цитат, имен.

И если во вступлении должно присутствовать больше эмоционального, то основная часть должна в большей степени опираться на логику. Однако не следует ограничиваться только сухими доводами. Эмоции в кульминации основной части Вашего выступления - катализатор выработки мнения, решения или позиции.

И помните - не стоит перегружать основную часть презентации различными аспектами, фактами и цифрами, способствующими, как Вы считаете, лучшему осмыслению слушателями Вашей идеи. Не надо пытаться «втиснуть» слишком много материала в ограниченное время. Еще Шекспир сказал: «Где мало слов, там вес они имеют». Оставьте время для заключения и возможных ответов на вопросы.

3. Заключение

Заключение - формулирование выводов, которые следуют из главной цели и основной идеи выступления.

Помните! Правильно построенное заключение способствует

хорошему впечатлению от выступления в целом.

Приведем некоторые примеры заключения:

- Подведение итогов.
- Резюмирование - «презентация в обратном порядке». (Особенно это важно, если презентация длительная или не имела целью сиюминутное или ближайшее действие аудитории).
- Рекомендации - повтор кульминации, совет, инструкция.
- Ближайшие следующие шаги - подталкивание аудитории к действию.
- Анекдот или случай из жизни, относящийся к резюме презентации. Закончить выступление можно решительным, эмоциональным

заявлением, подводящим итог презентации.

Многие считают (и с этим трудно не согласиться), что в идеале заключение должно стать не жирной точкой Вашей презентации, а многоточием. Т.е. презентация должна быть выстроена таким образом, чтобы вызвать у ваших слушателей желание на сотрудничество, что бы Ваш контакт с аудиторией не закончился словами «Благодарю за внимание», а продолжался в дальнейшем. Поэтому (и если это соответствует Вашему желанию) стоит в заключении оставить всем участникам презентации свои координаты и контакты.

ШАГ 6 - Репетиция, тестовый прогон

После того как Вы определились с планом вашего выступления, наполнили его содержанием, т.е. подготовили текст и аудио - визуальное сопровождение, пора приступать к репетиции.

Тестовый прогон позволит не только увидеть скрытые пока от Вас недочеты - временные, текстовые, визуальные и пр., но и подготовиться со встречей с аудиторией. Редкий выступающий не боится провала, сцены или публики. Этим «страдают» лишь очень самонадеянные люди. Но известно и то что тот, кто слишком в себе уверен, как правило, совершает ошибки. Так вот. Что бы не совершать ошибок при проведении презентации, быть уверенным в себе (а это залог успеха) и что бы Ваше публичное выступление не напоминало генеральную репетицию - проведите «презентацию презентации». Или «для себя» (и здесь новичкам публичных выступлений может потребоваться диктофон или даже видеокамера) или для своих коллег

и друзей, которые искренне ответят на Ваше: «Ну как?»»

Репетиция позволит Вам ответить на вопросы:

- Знаете ли вы в совершенстве предмет вашего выступления?
- Способны ли Вы на импровизацию и отклонение от изначального текста?
- Насколько хорошо подготовлен текст: просто, ясно, содержательно?
Насколько хорошо «подогнаны» к тексту используемые аудио - визуальные средства?
- Грамотно ли выстроена Ваша речь?
- Нет ли в Вашем выступлении слов-паразитов?
- Насколько в выступлении видны Ваш энтузиазм и увлечение?
- В чем это проявляется?
- Не потеряется ли в ходе выступления Ваша индивидуальность?
- Насколько Ваши мимика и жесты соответствуют образу уверенного в себе презентатора и соответствуют ли идее выступления?
- Не слишком ли громко (или тихо) Вы говорите?...

Список вопросов можно продолжать. Здесь могут быть и такие, как «Какой костюм одеть на презентацию» или даже «Как наложить макияж, и какие духи выбрать?» И последнее, что Вы спросите у себя после тестового прогона:

«Что нужно изменить в презентации, чтобы достичь поставленной цели?»»

Опыт показывает, что на каждую минуту выступления приходится 20 - 25 минут подготовки. Если выступление тщательно подготовлено и отрепетировано, то в момент встречи со слушателями Вы будете держаться уверенно и ваша презентация наверняка достигнет цели.

После репетиции до завершения подготовки Вашей презентации и непосредственно встречи со слушателями остается всего лишь два шага:

ШАГ 7 : Подготовка финального варианта презентации и

ШАГ 8 :Релаксация

Особое внимание уделите 8 шагу. За сутки до Вашего выступления оставьте свою презентацию в покое. Дайте отдых и себе и ей! Ночь перед выступлением, проведенная в правках, дополнениях и «улучшениях» не сделает вашу презентацию лучше, а лишит Вас необходимого отдыха и добавит Вам излишней нервозности, что, несомненно, может повредить Вам.

Помните, с чего мы начинали? Главное в презентации - Вы сами! Проводя презентацию, не тешьте себя иллюзией, что главное, что интересует и остается в памяти Ваших слушателей, это только тщательно подготовленное Вами сообщение. После Вашей презентации каждый покинет место встречи с каким-то впечатлением и вклад в общее впечатление будет сформирован в том числе (а порой и большей степени) Вашим внешним видом, интонациями, мимикой и жестами, общим позитивным настроем. Только естественное поведение, не противоречащее общему смыслу Ваших слов, будет убедительно для слушателей. Все в Вашем облике должно быть в гармонии со словами. Помните, что при отсутствии такой гармонии поверят в первую очередь не словам.

И еще один важный момент: энтузиазм. Если Вы не увлечены темой Вашего выступления, если сами не верите тому, что говорите, то лучше уж вообще не вступать в диалог. Причем вера должна быть искренней. Не говорите о том, что вызывает у Вас сомнение. Невозможно убедить кого-то в том, во что искренне не верите сами. Ваш энтузиазм значит больше, чем любые доказательства, которые Вы можете привести. Неестественность Вашего поведения приведет к эффекту очевидному - Вам не поверят и просто перестанут слушать.

Вспомните - от некоторых выступающих (не важно какой формат для общения был ими выбран или предложен им - доклад, лекция или ответы на вопросы) у Вас остается приятное впечатление. Вы довольны встречей с этим человеком, он был для Вас доказателен и убедителен. Причем порой Вы даже не можете вспомнить о чем же он конкретно говорил , но зато КАК он это делал! Искренне, доброжелательно, с энтузиазмом. И обратный случай -все правильно сказано, грамотно, логично, доказательно и убедительно. Но - «не верю!»

Помните, что всегда намного проще солгать словами, чем

поведением. Если, например, Вы встанете, упретесь взглядом в пол, при этом еще и скривитесь, а затем уныло произнесете: "Я рад встрече с Вами", то Ваше вербальное сообщение будет истолковано в точности наоборот.

Потому будьте спокойны, уверены, искренни и самое главное будьте самим собой! И если Вы учтете все шаги и «подводные камни» при подготовке презентации - успех Вам обеспечен!

Результаты переговоров или деловой беседы будут соответствовать вашим ожиданиям, лекция или доклад вызовут интерес у публики, Ваш проект найдет сторонников, а если Вы - участник конкурсных испытаний, то Вы вправе рассчитывать на высокие баллы.

Вместо заключения.

Типовые ошибки при проведении презентации, ведущие к провалу:

- Отсутствие предварительной подготовки;
- Не использование минуты безмолвия в начале выступления для установления контакта;
- Пренебрежение аудиторией;
- Затянутое вступление;
- Отсутствие зрительного контакта с аудиторией;
- Внешний вид;
- Пренебрежение мимикой, позой и жестиком;
- Тембр, темп и громкость речи;
- Плохая слышимость/видимость;
- Торопливость/медлительность речи;
- Невнятность и монотонность, или излишняя горячность и патетика;
- Статичность или излишнее «метание» выступающего;
- Замена выступления слайд-шоу;
- Чтение с листа;
- Паузы и слова-паразиты;
- Самореклама;
- Неуместное использование вспомогательных материалов;
- Отсутствие фактов, примеров;
- Отклонение от темы выступления;
- Не соблюдение регламента;

- Бессистемность и отсутствие выводов.

Если Вы хотите избежать ошибок и стать «повелителем» аудитории, а не её «заложником», помните: без тщательной подготовки не обойтись! Важным фактором успеха становится и подведение итогов презентации. Полученные результаты Вы можете использовать для своего профессионального и личностного роста.

Послепрезентационные исследования

Помните о чем мы говорили в самом начале: при подготовке презентации следует сформулировать цели и результаты выступления.

И вот все позади и Вы наконец должны задать себе «страшный» вопрос: «Достиг ли я поставленной цели? Было ли мое выступление удачным, или же это был провал?»

Выяснить это можно двумя способами -оценка со стороны и самооценка.

Оценка со стороны.

Конечно, можно спросить Ваших друзей или просто знакомых, которые оказались среди слушателей, о том как Вам удалось выступление. И даже, если Вы с треском провалили презентацию, как правило, в ответ Вы услышите: «Все отлично! Почти как Фидель Кастро!» А «критические» замечания будут выглядеть примерно так: «Видно было, что в начале ты волновался. А потом справился! Все отлично! Почти как...» Не следует «обижаться» на коллег. А что бы ответили Вы, если бы спросили у Вас: «Ну как я?» То то!

Есть и еще один способ оценки со стороны. Перед началом мероприятия раздайте (сами или ваш помощник) всем участникам анкеты и попросите анонимно заполнить их в конце Вашего выступления. Конечно же, чтобы приступить к разбору ответов Вам потребуется определенное мужество. Стоит также принять во внимание и то, что некоторые участники не будут честным в своих оценках.

Примерный образец анкеты «Оценка со стороны»

Уважаемые друзья! (коллеги, дамы и господа...)

Благодарим за проявленный интерес к нашему мероприятию. Мы просим вынести оценку выступлению, чтобы учесть Ваши замечания и пожелания.

Пожалуйста, поставьте каждому из перечисленных ниже положений оценку от 1 (плохо) до 5 (очень хорошо) и обведите свой выбор в кружок. На вопросы без системы баллов ответьте кратким замечанием.

Благодарим за содействие!

Вопрос	Ответ
Какова, по - Вашему цель данного выступления	
Насколько оно было структурировано	12345
Как Вам понравились примеры	12345
Наглядно ли было оформлено выступление	12345
Понятны были использованные слайды/фильмы/графики...	12345
Понятны были пояснения к слайдам/фильму/графикам...	12345
Что нужно было объяснить более подробно, а что сократить	
Узнали ли Вы что-то новое для себя	12345
Насколько грамотно и четко говорил выступающий	123 45
Насколько интересным и зажигательным было выступление	12345
Удачно ли выступающий отвечал на вопросы	12345
На что выступающему следует обратить внимание в следующий раз	
Скучали ли Вы? Если да, в какой момент	
Что из услышанного и увиденного Вам запомнилось больше всего (текст, жесты, истории, манера поведения, внешний вид, импровизации, компетентность....)	

Самооценка.

Если Вы не осмелились предложить Вашим слушателям вышеприведенную анкету, то оценить своё выступление самому просто необходимо. Конечно оптимальный вариант - оценка обеих анкет, тогда Вы сможете узнать совпадает ли Ваше мнение о себе с мнением аудитории, что поможет Вам в дальнейших подготовках и проведениях презентаций.

Примерный образец анкеты «Самооценка»

Вопрос	Ответ
Добился ли я поставленной цели	
Что у меня получилось, а что нет	
На что зрители реагировали положительно (аплодировали, улыбались, задавали вопросы...)	
Возникло ли у меня чувство, что зрители устали, рассеяны, скучали или просто не слушают	
В какой момент выступления это произошло и почему	
Смог ли я удержать внимание аудитории	
Понравилось ли мое выступление слушателям	
Что мне помогало и что мешало во время презентации	
Что мне надо улучшить при подготовке и проведении презентаций	

Надеемся, что наше методическое пособие станет для Вас полезным и поможет при подготовке и проведении успешной презентации.

Спасибо за внимание!

Список литературы:

Дороти Доти.

Паблицити и Паблик Рилейшнз. Экономика для практиков.-М.,1998.

Джин Железны. Бизнес-презентация. Руководство по подготовке и проведению

Издательство: Институт комплексных стратегических исследований,2007 г.

Зверинцев А.Б.

Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера рг. Спб., 1995.

Королько В.Г.

Основы паблик рилейшнз. М., "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2000.

Лермер, Ричард, Причинелло Майкл.

Голый PR: как заставить людей говорить о Вас, Вашем бизнесе и Вашем продукте: Пер. с англ. - СПб.: "Крылов", 2004.

Рон Хофф. Я вижу вас голыми. Как подготовиться к презентации и с блеском ее провести.

Серия: Библиотека психологии и психотерапии. Издательство: Независимая фирма «Класс»,2005 г.

Радислав Гандапас.

Презентационный конструктор (аудиокнига МР

3) Серия: Мастерская бизнеса Издательство: элитайл,2006 г.

Сэм Блэк.

Паблик Рилейшнз .Что это такое? Перевод,оформление СП «АСЭС-Москва»,1990

Сергей Ребрик.

Бизнес презентация. 150 рекомендаций. Издательство :Эксмо,2007 год.