

Выступления и презентации

кратко
ясно
просто

Стив Бастин

Steve Bustin



short
read

Стив Бастин

**Выступления и презентации.
Кратко, ясно, просто**

«Олимп-Бизнес»

2016

УДК 659+159.9
ББК 88.50

Бастин С.

Выступления и презентации. Кратко, ясно, просто / С. Бастин —
«Олимп-Бизнес», 2016

ISBN 978-5-9693-0392-8

В книге изложены стратегии проведения высококлассных выступлений и презентаций. Известный британский оратор предлагает пошаговые инструкции: мы узнаем, как представить коллегам годовой отчет в тесном кабинете или эффектно рассказать огромной аудитории о революционном открытии. Читатель получит представление о полном цикле презентации: от построения самостоятельного плана и подбора неповторимого аудио- и видеоматериала до ответов на неожиданные вопросы во время выступления. Автор уделяет особое внимание техническому сопровождению мероприятия и психологической подготовке докладчика. Издание предназначено широкому кругу читателей: от бизнесменов и госслужащих до учителей и учеников средней школы.

УДК 659+159.9

ББК 88.50

ISBN 978-5-9693-0392-8

© Бастин С., 2016
© Олимп-Бизнес, 2016

Содержание

Слова благодарности	6
Вступление	7
Анатомия удачной презентации	10
Постановка задачи	15
Содержание презентации	19
Зачем нам систематизировать материал	22
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Стив Бастин

Выступления и презентации: кратко, ясно, просто

Steve Bustin

The Authority Guide to Presenting and Public Speaking: How to Deliver Engaging and Effective Business Presentations

© Steve Bustin, 2016 All rights reserved.

© Перевод на русский язык, издание, оформление. Издательство «Олимп-Бизнес», 2019

Джону, ставшему мне опорой

«Молчите, когда вам нечего сказать; если же вами движет страсть, выскажитесь – и говорите со страстью».

Д. Г. Лоуренс

Слова благодарности

Эта книга не увидела бы свет, если бы не помощь и поддержка, исходившие от целого ряда людей. Я благодарю:

– моего друга Джона Уильямса за его поддержку, помощь и терпение, а также за редактирование, критику и оригинальные предложения;

– Сью Ричардсон из SRA Books, предоставившую мне возможность участвовать в работе над серией книг «Ваш компетентный помощник» (Authority Guides) – и чье экспертное мнение и личная поддержка оказались неоценимы;

– Роджера Хэрропа, одного из самых известных британских бизнес-спикеров (www.rogerharrop.com), любезно согласившегося стать моим наставником по линии Профессиональной ассоциации спикеров (Professional Speaking Association, PSA);

– Нильса Брандта, Энтони Стерса, а также Феликса Швайкерта, моих друзей – идейных вдохновителей, в равной степени нахваливавших и подбадривавших меня;

– Саймона Пауэлла, который разрешил мне использовать и доработать более раннюю версию своей диаграммы «Рыбий скелет»¹;

– конечно же, фотографа Click Click Jim (фотографии использованы на рисунках 7 и 8) и Open Hardware Summit за принадлежащее Creative Commons изображение на рисунке 5;

– всех, кто принял участие в опросе, результаты которого приводятся в приложении 1; спасибо за ваши искренние ответы.

¹ Известна также как «причинно-следственная диаграмма», или диаграмма Исикавы – по имени профессора Каору Исикавы, предложившего ее, по разным данным, в 1943 или в 1952 году как метод анализа разветвленности (детализации) процесса. – *Примеч. пер.*

Вступление

«Существует всего два типа ораторов:

1) нервные; 2) лживые».

Марк Твен

Выступления и презентации стали обыденной реальностью. Для многих – довольно неприятной реальностью, подобной визиту к стоматологу или вынужденному веселью с какими-нибудь дальними родственниками. Презентацию надо претерпеть, чтобы затем испытать смутное чувство удовлетворенности и вписать ее в число своих достижений. И потому тот факт, что вы взяли эту книгу в руки, свидетельствует о следующем: а) вы понимаете, что в один прекрасный день вам придется делать презентацию; б) вы хотели бы получить некоторую помощь, чтобы презентация стала для вас полезным – и по возможности приятным – опытом.

Мы часто слышим, что большинство из нас больше смерти боится публичных выступлений и презентаций. Да ну? Неужели 20 минут выступления перед аудиторией – менее привлекательная перспектива, чем забвение на веки вечные? Ай-яй-яй! Должно быть, вам доводилось видеть отвратительные презентации.

А я один из тех странных парней, которым нравится и всегда нравилось проводить презентации и выступать на публике. Впервые я выступал перед полным залом в 11 лет (это был традиционный торжественный ужин в честь Роберта Бернса в начальной школе в Шотландии, хотя сам я англичанин), а первую награду за появление перед публикой получил в 13 лет. С тех пор я и не умолкаю. Теперь же я выступаю (и учу тому же других), чтобы зарабатывать на жизнь. Мне приятно осознавать, что я могу пригласить своих слушателей в некое увлекательное путешествие, делюсь знаниями, опытом, историями, – и именно о том, как этим заниматься, и рассказывает данная книга.

Обратная связь, которую я обычно получаю, когда выступаю или веду презентацию (и скоро мы поговорим о том, в каких отношениях состоят эти два понятия), указывает на то, что слушателям нравятся моя уверенность, наше с ними взаимодействие и полученные ими рецепты, советы, рекомендации – всё то, что можно в прямом и переносном смысле слова вынести из зала и немедленно использовать. Этим я хочу поделиться и с вами. Когда для вас эта книга подойдет к концу, в вашем распоряжении окажутся инструменты и советы; используя их, вы сможете смело создавать увлекательные и впечатляющие презентации – такие, которые не только разбудят вашу аудиторию, но и зарядят ее позитивной энергией, энтузиазмом и, конечно, помогут достичь поставленных целей и вам, и вашим слушателям.

Зачем мы выступаем с речами и презентациями?

Презентация не должна быть пыткой для ведущего или аудитории: мы работаем в этом формате, потому что так эффективнее. Взаимодействие между людьми, которое необходимо в данной области, лежит в основе процессов общения, обучения, совместного проживания и владения собственностью, распространения информации, навыков и знаний, в основе увлечений и удовольствий.

В самом деле, вы можете читать книги (начиная с этой, разумеется), смотреть видео, принимать участие в вебинарах и пользоваться конференц-связью, общаться в соцсетях или слушать подкасты, но есть важная причина, почему не исчезают из обихода рабочие встречи, конференции, почему мы что-то профессионально рекламируем, приглашаем людей проводить презентации или ищем ораторов и спикеров, которые могли бы выступать на самых разных

мероприятиях. Как представители рода человеческого, мы реагируем на человеческую речь, особенно если слышим родной язык и получаем адекватную и полезную информацию.

Сегодня проведение презентаций и публичные выступления стали необходимыми компетенциями бизнесмена. Если вы руководитель, вы должны уметь разговаривать со своими сотрудниками, вдохновлять и мотивировать их, чтобы они вели организацию вперед. Кроме того, вас могут попросить выступать на конференциях и мероприятиях, чтобы представлять компанию или даже отрасль промышленности.

Если вы – владелец предприятия, вы должны уметь представлять и продвигать его перед потенциальными клиентами и партнерами, выступая на мероприятиях по налаживанию и укреплению деловых связей.

Если вы – рядовой сотрудник, но при этом желаете расти в рамках своей профессии, то презентации – прекрасный способ поднять свой рейтинг и продемонстрировать умения перед коллегами и начальством. Более того, сегодня многие собеседования при устройстве на работу (особенно когда речь идет о высокой должности) предполагают, что претендент проведет презентацию.

Со временем вы сможете подумывать о том, чтобы стать профессиональным лектором и летать по всему свету с докладами – за более чем приличные гонорары – на конференциях и мероприятиях, делаясь своими взглядами на мир с остальными жителями этого самого мира. Между прочим, интересный и приятный способ зарабатывать на жизнь – пусть и не такой богемный и высокооплачиваемый, как вы рассчитывали.

Если вы не желаете или не видите необходимости выступать – можете забыть о профессиональном росте или развитии вашего бизнеса. Если вы управляете организацией или работаете в ней, публичные выступления – важная компетенция, которой вам нужно овладеть в совершенстве. Здесь-то и окажется полезной настоящая книга.

Что поменялось в подходе к презентации?

Характер презентаций сегодня изменился, потому что изменились мы сами, изменился бизнес. Сегодня мы перестали надолго концентрировать свое внимание на чем-либо. Всё выше наши требования к тому, на что мы тратим время; растут наши аппетиты в отношении новой информации, идей, источников вдохновения.

Нынешние презентации, как правило, короче, чем прежде; кроме того, они стали более интерактивными и более интересными. Времена, когда ведущий разговаривал с набором слайдов, испещренных жирными точками – маркерами списка, к счастью (я надеюсь), проходят.

Несколько слов о терминах

Обозначить предмет нашего разговора можно разными терминами – презентация (презентация товара), речь, публичное выступление.

Смысловые области этих понятий следовало бы разграничить, но в нашем случае достаточно условиться, что все они до некоторой степени взаимозаменяемы: ведь когда вы выступаете или представляете продукт, вы произносите речь, и, наоборот, когда демонстрируете свое ораторское искусство – что-то представляете. Поэтому в основном я буду использовать термин «презентация» в качестве универсального, поскольку, если мы говорим о мире бизнеса, большинство из нас проводит именно презентации, будь то выступление на внутреннем совещании или на крупной международной конференции.

Кроме того, я буду часто пользоваться понятием «аудитория», ведь любое выступление предполагает набор слушателей (разговоры с самим собой при подготовке здесь не в счет) – неважно, из трех-четырех человек или двух с половиной тысяч в конференц-зале. Число

собравшихся будет влиять на то, как вы выступаете (поэтому, пожалуйста, не уходите от контакта, если слушателей много, и не кричите во всё горло, если перед вами стоят всего три человека), но никак не должно отразиться на времени, которое вы затратите на подготовку, равно как и на том, насколько тщательно и внимательно вы будете готовиться. Любая аудитория заслуживает того, чтобы услышать и увидеть великолепную презентацию – лучшую из возможных.

Как (и когда) пользоваться этой книгой

Пользоваться книгой можно двумя способами. Во-первых, прочитайте ее «как положено» – от первой до последней страницы, поскольку в ней по порядку описаны шаги, которые вам нужно будет предпринять, чтобы стать сильным ведущим. Начните читать книгу с начала, и к концу вы поймете, почему многие задачи следует решать в строго определенном порядке.

Во-вторых, книга структурирована таким образом, чтобы служить еще и справочником, в который можно заглянуть, чтобы освежить какие-то идеи или информацию об отдельных составляющих презентации: даже опытные ведущие и ораторы иногда хотят попробовать что-то новое или поменять подход к выступлению. А некоторые главы, возможно, окажутся полезными, когда вы будете искать источник вдохновения, чтобы сделать вашу презентацию оригинальной и свободной от шаблонов.

Анатомия удачной презентации

«Хороший оратор должен быть страстным и сосредоточенным на сути».

Марк Туллий Цицерон

Что отличает хорошую (и плохую) презентацию

Прежде чем заняться собственными презентациями, давайте сосредоточимся на тех, которые были подготовлены кем-то еще, на том, как всё было сделано, и на том, что из этого мы можем взять на вооружение.

Что отличает хорошую презентацию? Конечно, у каждого имеются свои предпочтения и предубеждения, но, отвечая на этот вопрос, респонденты называют:

- интересный контент;
- полезный контент;
- возможность развлечься и одновременно – открыть для себя новую тему;
- актуальность для слушателя лично;
- приятный голос выступающего;
- его харизматичность;
- великолепные слайды;
- отсутствие слайдов;
- краткость/емкость – никакой «воды».

Если же спросить, что отличает плохую презентацию, – перечисление затянется не на один день, но в числе первых ответов вы услышите:

- презентация была скучная;
- она была не актуальна лично для слушателя;
- презентация оказалась слишком длинной;
- имели место проблемы с PowerPoint;
- раздражал выступающий;
- презентация казалась неструктурированной: было трудно следить за мыслью;
- не были выделены основные положения;
- всё начиналось с извинений – и на них же всё и строилось.

Любопытно, что перечисленные достоинства прежде всего характеризуют слушателей – люди описывают то, что они хотели бы получить от презентации: «Для меня это было полезно»; «Услышанное было важно для меня»; «Мне понравились слайды». В свою очередь, список недостатков относится именно к ведущему, содержанию или стилю презентации: скучно, раздражает выступающий, не выделено главное и т. д.

Разумеется, вы хотите, чтобы вашу презентацию описывал первый, а никак не второй перечень отзывов, и вам следует предпринять определенные действия, обратить внимание на пункты, попавшие в каждый из них. В следующей главе мы подробнее поговорим о том, что аудитория хочет получить от вашей презентации. Сейчас ваше дело – поставить перед собой задачу: выступить с хорошей презентацией. А значит, вам следует избегать перечисленных выше недостатков, с одной стороны, и продемонстрировать как можно больше положительных моментов – с другой. Итак, оба списка у вас перед глазами.

Что отличает хорошего ведущего от плохого?

Кого бы вы назвали хорошим ведущим? Это может быть человек из вашей компании, тот, кто выступал на каком-нибудь мероприятии. Какие выступления и презентации запомнились как действительно стоящие? Почему они врезались в память? А если брать шире – что вы скажете насчет ораторов из мира политики, бизнеса? Кто из них вам нравится и что делает этих людей прекрасными докладчиками?

Вопросы практики

Составьте короткий список – три-четыре человека из тех, кого вы считаете сильными ведущими (лучше всего, если здесь будут упомянуты как люди из вашей организации, так и сторонние). А теперь в отношении каждого назовите три отличительные черты, которые делают их успешными докладчиками. Выделите черты, оказавшиеся общими для всех.

Когда на занятиях, посвященных презентациям, я прошу слушателей выполнить это упражнение, они часто начинают со своего непосредственного начальника, а затем переходят к сильным мира сего – звучат имена Барака Обамы, Ричарда Брэнсона, Стива Джобса или Маргарет Тэтчер.

Конечно, у каждого будут свои критерии, позволяющие считать тех или иных людей успешными докладчиками, но можно выделить и кое-какие общие характеристики:

- способность увлечь аудиторию;
- умение развлечь/рассмешить;
- ощущение, что выступающий обращается лично к вам;
- ведущий отказывается от слайдов;
- он пользуется авторитетом;
- использует разные тональности голоса;
- говорит неторопливо и внятно;
- увлечен темой;
- ему действительно есть что сказать.

Хотя и вероятно, что люди из вашего списка не наделены всеми перечисленными чертами (и, кстати, порой наши политические убеждения способны повлиять на мнение о конкретном политике как о блестящем ораторе), вы отметили именно то, что, по мнению большинства, делает человека хорошим докладчиком.

Вопросы практики

А теперь выполните прямо противоположное задание: вспомните откровенно слабые презентации. Что общего вы могли бы отметить у выступавших?

НА ЗАМЕТКУ

Возьмите за правило критически оценивать любого докладчика, которого видите «в действии». Неважно, о каком выступлении идет речь: слушаете вы коллегу на собрании, находитесь на конференции или смотрите чье-то выступление по телевизору. Если человек вызывает у вас симпатию, отметьте, что именно вас привлекло и увлекло. Манера речи? Наглядный материал, который он использовал? Или ведущий завоевал ваше расположение тем, что говорил с вами на одном языке – и это сделало его выступление адресованным лично вам и актуальным для вас?

Но, возможно, более важен другой момент. Если на презентации вы потеряли нить повествования, задумайтесь, почему так происходит. Причина в ораторе или в содержании его выступления? Вам был неинтересен предмет, о котором шла речь, или вы не поняли сути дела, потому что доклад был плохо структурирован? А может быть, выступавший бубнил, и вас стало клонить в сон?

Отметив достоинства или недостатки (а многие выступающие продемонстрируют и то и другое), подумайте, что хорошо бы взять на вооружение и чего стоит остерегаться. В чем следует подражать успешным ораторам и как вычленять те элементы, которым, напротив, подражать не стоит?

Здесь есть один важный момент: не нужно копировать понравившихся вам ораторов. Принципиально важно, чтобы вы сформировали и отточили свой собственный стиль выступления.

Найдите свой стиль

Когда я провожу занятия для докладчиков и ведущих презентаций, слушатели часто просят меня научить их моей манере выступления. Я вынужден объяснять, что не могу этого сделать. А вот что мне действительно подвластно, так это помочь им выработать свой собственный стиль выступления и довести его до совершенства.

Вопросы практики

Посмотрите на себя как на докладчика и составьте перечень своих достоинств и недостатков. Назовите среди своих черт три сильные и три слабые. Помните, что для многих проще размышлять о своих недостатках, чем о достоинствах: мы сами – свои самые суровые критики. Посмотрите на получившийся список и подумайте, как можно опереться на достоинства и устранить недостатки. Если вам сложно определить свои сильные и/или слабые стороны, выясните мнение двух-трех человек, видевших ваши выступления.

Недостатки есть даже у опытных ораторов. Но это совсем не обязательно делает их плохими докладчиками – просто есть какие-то нюансы, на которые им стоит обратить внимание.

К примеру, я считаю своими сильными сторонами как оратора следующие.

– Мне говорят, что во время выступления я сердечен и обаятелен – кто-то однажды сказал, что я «так и сияю», когда выхожу на сцену.

– То, о чем я рассказываю, имеет практическое применение. Моя установка: каждый побывавший на моем выступлении должен вынести из него хотя бы одну идею, следуя которой завтра он сделает что-то новое, – в противном случае я потерпел неудачу.

– Я редко использую слайды – только если уверен, что благодаря им презентация для данной аудитории станет более эффективной. Участники мероприятий, на которых проводилось множество презентаций, отмечали, что моя выделялась среди прочих в том числе благодаря тому, что я обошелся без слайдов.

При этом я считаю своими недостатками следующие.

– Я знаю, что говорю порой чересчур быстро, особенно когда искренне захвачен темой выступления или когда нервничаю.

– Иногда я пытаюсь включить в выступление слишком много информации, а это означает, что я рискую «перегрузить» аудиторию, а основные положения моей речи «утонут» в количестве сказанного.

– Если приходится обсуждать предмет, о котором мне и раньше нередко доводилось говорить, моя речь становится несколько пафосной.

НА ЗАМЕТКУ

Зная свои сильные стороны, во время выступления я стараюсь использовать их по максимуму. Замечая свои недостатки, я запоминаю их и тем самым минимизирую возможность повторить ошибку в дальнейшем.

Осознание своих достоинств и недостатков помогло мне отточить собственный стиль выступления. Я должен выглядеть дружелюбным и авторитетным, а значит располагать к себе и представлять экспертом в соответствующих областях. Обратная связь, которую я получаю от слушателей и других докладчиков, свидетельствует о том, что мне это более или менее удается.

Вопросы практики

Теперь, определив свои сильные и слабые стороны как докладчика, задумайтесь: каким бы вы хотели предстать на презентации? Каким вы видите ваш собственный стиль выступления? Чей стиль вызывает у вас такое уважение, что вам хотелось бы ему подражать (а не копировать)? Что, может быть, придется поменять в вашем нынешнем стиле выступлений, чтобы двигаться к этому образу?

Несколько слов о страстной увлеченности

Лично у меня с так называемой «страстной увлеченностью» сложились своеобразные отношения любви/ненависти.

НА ЗАМЕТКУ

Если вы относите себя к людям страстным, основываясь на том, что воспоминания о некоторых эпизодах из прошлого вызывают у вас сильные эмоции, или вы нервничаете, когда ведущий представляет вас аудитории прямо перед презентацией, то должен сообщить: это не страстность. Страстность должна быть присуща самому вашему существу, тому, что вы делаете, тому, как вы это делаете; вы должны «гореть» – в каждом вашем выступлении. Если вам приходится показывать, насколько вы страстны, это означает лишь одно – вы не так страстны, чтобы я сам это заметил.

При всем том страстность чрезвычайно важна – и для выступления, и для выступающего. Именно категорию «страстность» вспоминаешь всякий раз, когда приходится критически оценивать выступления бизнесменов и знаменитых ораторов. И это не просто одно из достоинств хорошего докладчика: это безусловное требование к нему.

Если вы бесстрастно рассказываете о чем-то, с какой стати сильные эмоции должны испытывать ваши слушатели? Если же ваша увлеченность темой не вызывает сомнений (пусть даже сама тема несколько «суховата»), тогда, скорее всего, не утратит интереса к ней и публика. Страстность может проявляться в вашей экспертной оценке, в вашем горячем желании донести свои знания до слушателей и в той энергии, которую вы вкладываете в выступление. Когда в следующий раз вам придется наблюдать за докладчиком, обратите внимание: говорит ли он со страстью? И если так, каким же образом мы узнаём об этом?

Вопросы практики

Если вы не уверены, что выступаете достаточно страстно, поговорите несколько минут о том, чем вы действительно увлечены: о вашем любимом виде спорта, о семье, о хобби – о чем угодно, что вас действительно волнует. Каковы ваши ощущения? Сосредоточьтесь на том, что происходит с телом

и голосом, передающими силу ваших эмоций. Зафиксируйте это ощущение, чтобы «включить» во время бизнес-презентации.

НА ЗАМЕТКУ

Если вы не слишком увлечены темой, не ждите, что ею увлечется аудитория.

Постановка задачи

Известен посыл: «хорошая презентация начинается не в зале – всё дело в подготовке». Имеет смысл привыкнуть к этой мысли. Представьте, что презентация – это айсберг. То, что видят собравшиеся, – лишь его верхушка, тогда как основная часть работы не видна – это время и энергозатраты на подготовку и репетицию выступления. Придать ему легкость – дело трудное.

Итак, как же вы приступаете к планированию презентации? Если сидите, глядя в пустой слайд PowerPoint, то вы на ложном пути; если завороченно уставились на мигающий курсор в верхнем левом углу документа Word – то же самое. Если же вы начинаете с чистого листа бумаги и ручки в руке – вы на полдороге к цели; но если вы принимаетесь записывать весь материал, то снова оказываетесь на ложном пути.

Прежде чем начать фиксировать материал на бумаге, не говоря уже о работе со слайдами, следует определиться с отправной точкой, а именно – обозначить цели презентации. Вернее, два «комплекта» целей: один для себя, другой – для аудитории.

НА ЗАМЕТКУ

Четкая постановка цели на предварительном этапе подготовки позволит ясно понять, какой материал следует подготовить и как его преподнести; необходимо, чтобы презентация соответствовала конкретным целям – вашим и ваших слушателей.

Ваши цели – вот на что вы будете ориентироваться. Написав презентацию и выстроив слайды в нужном порядке, вы можете вновь обратиться к обозначенным целям и задуматься: «Если я предложу слушателям этот материал, достигну ли я цели?» После презентации будет уместно снова свериться с целями и задаться вопросами: «Я совершил задуманное или нет? А моя аудитория решила свои задачи? А если нет, что следует изменить, прежде чем дальше выступать с этой или похожей презентацией, чтобы в следующий раз уж точно достичь намеченных целей?»

Шаг первый: постановка цели

Начиная планировать презентацию, ответьте на следующие вопросы.

- Зачем я готовлю эту презентацию?
- Что я хочу получить от нее?
- Чего я хочу достигнуть этой презентацией?

Если вы затрудняетесь с ответами, неминуемо возникнут сложности и с самой презентацией – как на стадии подготовки, так и во время выступления.

Какими же могут быть цели тех или иных презентаций? И личными, и профессиональными. Более того, любая проведенная презентация может отвечать и тем, и другим.

Давайте начнем с профессиональных. Возможно, вы захотите, чтобы ваша презентация:

- помогла слушателям получить новые знания и навыки либо предоставила им самую свежую информацию по теме;
- мотивировала или воодушевила их;
- заставила людей измениться – вы хотите, чтобы, выйдя с презентации, люди стали делать что-то иначе, нежели раньше;
- изменила взгляды или точку зрения аудитории на какой-то предмет;

- подтолкнула слушателей сделать что-нибудь конкретное: например, зайти на какой-то сайт, что-то там скачать, купить продукт (или, например, билет), вложить деньги в какой-то проект, распространить информацию, позвонить вам, подписаться на вашу страничку в соц-сети и т. д.;
- убедила аудиторию нанять вас или купить ваш продукт (услугу), едва получив предложение.

При подготовке презентации вы можете ставить и личные цели. Возможно, вы захотите, чтобы ваша презентация:

- произвела впечатление на начальника и коллег;
- помогла получить интересное предложение или новую работу;
- повысила ваш профессиональный рейтинг в организации;
- ввела вас в круг людей, формирующих общественное мнение, сделала признанным авторитетом;
- открыла вам новые перспективы.

Эти цели – все или какие-то из них – очень важны, и вы, конечно, можете назвать множество других.

Шаг второй: постановка целей для аудитории

Презентация – это не только про вас и про то, чего вы хотите. Не имеет смысла браться за ее подготовку, не заботясь о том, что хотят получить от нее слушатели. Зачем они сюда пришли? Что всё происходящее значит для них? Важно не попасть в ловушку и не вообразить, будто все собрались здесь помочь вам решить ваши задачи. Но поставьте себя на их место. Первое, о чем думают ваши слушатели, когда вы выходите на сцену: «Сейчас мне нужно освоить что-то новое» или «Надеюсь, этот ведущий не окажется занудой».

Точно так же, как и у вас, у каждого из присутствующих будут свои – и профессиональные, и личные – цели. В первом списке:

- научиться чему-то новому;
- научиться лучше делать свою работу, освоив какие-то навыки;
- лучше осознать свое место в организации или свою роль в конкретном проекте;
- почувствовать себя частью команды;
- понять, что делать дальше.

Личные цели ваших слушателей могут быть очень разными – но все они весьма показательны.

– Не умереть со скуки. Ни один слушатель не захочет скучать до зевоты. Все ожидают, что им расскажут что-то интересное и развлекут. Пожалуй, в их повестке дня это главное. И если вы не решите данную задачу, то не решите ни одной из своих, потому что попросту потеряете внимание аудитории. Причем очень быстро.

– Извлечь из вашего рассказа что-то полезное; обнаружить в вашей презентации нечто такое, что можно взять на вооружение и использовать прямо сейчас, чтобы облегчить жизнь или лучше выполнять свою работу.

- Понять, как получить поощрение или быстрее и проще достичь какой-то другой цели.
- Произвести впечатление на руководителя самим фактом своего присутствия на мероприятии, вопросами, которые они будут задавать, и, возможно, демонстрацией того, что знают больше выступающего.

– Расширить круг знакомств и связей, а значит – и карьерные возможности за счет общения в кулуарах. Да и просто за счет того, что их видели на «правильном» мероприятии.

Цели каждого слушателя обычно определяются его собственным интересом: «Что из всего этого могу извлечь я – как в личностном, *так и* в профессиональном плане?» И потому *ваши* цели тоже должны определяться собственным интересом: «Что из всего этого могу извлечь я? Что я хочу вынести?»

Живой пример

Начальник поручил вам представить последние показатели квартальных продаж отделу сбыта на расширенном совещании и дал указание мотивировать подразделение к достижению лучших результатов.

1. Какими могут быть ваши цели?

Ваши профессиональными целями могут стать следующие:

- убедиться в том, что все собравшиеся ориентируются в представленных показателях;
- сделать всё необходимое, чтобы каждый понимал цели на следующий квартал;
- поощрить командный дух;
- возглавить мозговой штурм, который поможет команде решить поставленные задачи.

Ваши личными целями могут стать следующие:

- произвести впечатление на руководителя, который поручил это дело именно вам;
- произвести впечатление на команду, подготовив себе почву для дальнейшего продвижения;
- показать себя идейным сотрудником;
- убедиться, что вы по праву занимаете свое место в команде, а коллеги вас уважают.

2. Какими могут быть цели ваших слушателей?

Их могут интересовать следующие вопросы.

- Какова моя роль в достигнутых показателях? Я могу не беспокоиться за свое рабочее место? Мне нужна определенность.
- Как заработать больше комиссионных? Мне нужны верная тактика и хороший инструментарий.
- И, пожалуйста, пусть эта презентация не будет такой же скучной, как все прочие, посвященные нашей ситуации с продажами.
- Как я могу убедиться, что команда стала более сплоченной? От нашего лидера хотелось бы видеть больше участия.
- Хочу, чтобы в следующий раз такую презентацию поручили делать мне.

Примерно такими будут в данной ситуации личные и профессиональные цели – ваши и ваших подчиненных. Отметим, что порой весьма сложно провести между ними четкую границу, если речь идет не о ваших интересах, а о чьих-нибудь еще.

Теперь, когда вы определили собственные цели и цели своей аудитории, можно начинать готовить соответствующий материал. То, что вам поручено сфокусироваться на данных о продажах, вовсе не означает, что ваши слушатели также сосредоточены на них. Скорее всего, их куда больше заботит собственная роль в команде, гарантия их занятости, но, пожалуй, еще важнее для них заработать свой процент от продаж. И если ваша презентация не отразит эти темы, слушатели почувствуют себя обманутыми, ведь они не получили того, на что рассчитывали. А значит, вы не достигнете собственной цели, так как не дождетесь нужного отклика ни от команды, ни от отдельных слушателей.

Вопросы практики

Взгляните на презентацию, которую собираетесь делать, или на ту, с которой недавно выступали, и попробуйте определить заложенные в них цели. Выделите по две-три свои личные и профессиональные цели (что вы планируете получить в результате этой презентации), затем выделите две или три цели от лица вашей аудитории – что хотели бы получить слушатели.

Содержание презентации

Теперь, когда вы знаете, чему служит ваша презентация, можно наконец подумать о том, какой материал подготовить, чтобы достичь поставленных целей. Подготовка будет разбита на два основных этапа: определение содержания и его структурирование (об этом речь пойдет в следующей главе).

А сейчас мы поговорим о некоторых техниках, которые могут быть полезны при работе над наполнением вашей презентации. (Вероятнее всего, вам понравятся только одна или две, а остальные оставят вас в легком недоумении. Но разве не здорово – найти подходящий инструмент, который будет стимулировать вашу мысль; разве не это по-настоящему важно?)

Выложить мысли на бумаге (Brain dump)

Иногда нам просто необходимо освободить голову, чтобы привести в порядок все вертящиеся в ней обрывочные мысли. Вы должны перенести эти мысли на страницу – бумажную или электронную, не важно. Вы привыкли к ручке и бумаге? Или вы любитель программы MindMapper? А может, вы предпочитаете исключительно Evernote (www.evernote.com)? Подойдет любой вариант.

Включите на телефоне таймер и постарайтесь в установленное время записать как можно больше слов и фраз, имеющих отношение к теме будущего выступления. Записывайте всё, что приходит в голову. На этом этапе даже не пытайтесь ничего редактировать – самая смутная и имеющая весьма косвенное отношение к теме мысль со временем может стать важной частью вашего выступления.

Составив такой список, отложите его. Отвлекитесь, выпейте чаю. Затем снова вернитесь к списку – добавьте в него то, что сразу придет на ум, после чего присмотритесь к перечисленным пунктам: что можно извлечь из каждого? Как это можно проиллюстрировать? Какую историю здесь уместно было бы рассказать? Что еще слушателям следует узнать об этом?

В зависимости от того, сколько времени у вас имеется, вы можете возвращаться к списку, внося в него какие-то дополнения, – но на самом деле постепенно пора переходить и к редактированию. Посмотрите, сколько пунктов вы оставили. Я обычно исхожу из того, что пунктов должно быть вдвое меньше, чем минут, отведенных на презентацию, – то есть для 30-минутной презентации мне нужно оставить 15 пунктов (в том числе моих комментариев, историй). Впрочем, иногда я продолжаю сокращать список – ведь на то, чтобы рассказать историю или привести какой-то иной пример, иллюстрирующий некое высказанное положение, может понадобиться и больше двух минут.

Вычеркивайте всё, что, по вашему мнению, не имеет отношения к теме, равно как и то, что вам просто не нужно, – и начинайте выстраивать по ранжиру оставшееся. Места в вашем «рейтинге» будут зависеть от того, насколько вы горите желанием включить то или иное положение в свою презентацию. У вас есть любимая история или исследование? Нет ли там пункта, в важности которого вы уверены не на 100 процентов? Теперь, имея ранжированный список, вы, наверное, понимаете, что идей для презентации у вас в избытке, и готовы переходить к структурированию придуманного: идеи должны стать контентом.

Вопросы практики

Поработайте с этой техникой, когда будете готовить очередную презентацию. Отметьте, сколько идей пришло вам в голову, сколько пунктов в вашем списке.

Часто задаваемые вопросы

Еще один хороший способ подготовки материала для презентации – составить список часто задаваемых вопросов по теме. Попробуйте охватить весь круг вопросов, которые могут задать ваши слушатели, – и запишите их. Среди вопросов может быть всё что угодно – например, вас попросят назвать ключевые слова, описывающие презентацию, – вплоть до следующих:

- Почему это актуально для меня?
- Как я могу использовать всё это в работе или в повседневной жизни?
- Какие научные исследования доказывают правдивость ваших слов?
- Как всё, о чем вы говорите, нашло применение на практике?
- А это вообще работает?

Внесите в свой список как можно больше таких возможных вопросов, а после – принимайтесь за ответы, записывая их, при необходимости, от руки, подробно или тезисно. Эти ответы и станут основным материалом вашей презентации.

Вы можете выйти за рамки теоретизирования и спросить реальных людей, какие бы вопросы они задали по выбранной теме, – спросить даже потенциальных слушателей (если, конечно, у вас есть возможность связаться с ними), о чем они хотели бы узнать. Можно поговорить с теми, кто поручил вам провести презентацию: чем, как они считают, могут интересоваться будущие слушатели? А в соцсетях можно разместить статус: «Если бы вы могли задать абсолютно любой вопрос о [вашем предмете], о чем вы спросили бы?»

Вопросы практики

Начните записывать возможные вопросы к презентации – всё, что приходит вам в голову. Обратите внимание на их количество – вам придется отталкиваться от него.

Делаем обзор: что уже рассказано до нас

Если вы не представляете, что говорить, просмотрите материалы по теме и узнайте, что уже было сказано до вас. Согласны ли вы с тем, что прочитали? Вы можете предложить другие идеи или другой подход? Что из изученного материала вдохновило, рассмешило или разозлило вас? Такой обзор даст вам хороший задел, чтение подтолкнет вас к собственным размышлениям над темой.

Должен предостеречь: сбор информации, безусловно, важный момент в работе, но никто не предоставляет вам неограниченные права на копирование или использование чужих материалов. Вы вполне можете найти исследования, которые захотите процитировать; мысли, которые вам захочется повторить; способы демонстрации материала, которые придется позаимствовать, – но в этих случаях вы *обязаны* сослаться на автора. Плюс ко всему на подобные заимствования должна приходиться относительно небольшая (менее 10 процентов) часть вашей презентации – люди должны услышать ваше мнение, а не пересказ чужого. Вы используете созданное другими как источник вдохновения и точку отсчета, а отнюдь не как кладезь информации, которая станет вашим контентом.

Вопросы практики

Начните собирать информацию по приведенному механизму. Приведите оригинальный и заимствованный материал к правильному соотношению.

Какое из трех предложенных упражнений оказалось самым полезным для вас?

Зачем нам систематизировать материал

Ваша презентация может быть рассчитана и на пять минут, и на полтора часа, – но в любом случае ее необходимо структурировать. В выступлении должны быть четко обозначены разделы, чтобы присутствующие понимали, о чем конкретно идет речь, и могли следить за ходом всего вашего выступления. Тут потребуются понятные «указатели», чтобы все знали, на какой части презентации они сейчас находятся, и могли, что называется, лучше обрабатывать соответствующую информацию.

Избегайте искушения начать говорить в жанре «потока сознания»: не надо ходить вокруг да около и отвлекаться на скучные нравоучения; пожалейте слушателей, которым придется гадать, куда это вас понесло, что вы пытаетесь доказать и о чем вообще говорите.

Начало, середина и конец

В любой презентации, согласно часто цитируемому высказыванию, вы должны «рассказать, о чем собираетесь рассказывать; рассказать всё, что планировали; а потом рассказать о том, что же вы рассказали». Недавно меня уверяли, что это старая армейская поговорка, но на самом деле эти слова восходят к отцу риторики Аристотелю (хотя его высказывание и было более рельефным).

Слова Аристотеля не утратили актуальности. Начало презентации задает тон, это своего рода прелюдия к тому, о чем вы собираетесь говорить в основной части (чему будет посвящен основной объем материала), а финальная часть обобщает и резюмирует сказанное.

НА ЗАМЕТКУ

Любое выступление должно делиться на три части – и ваше не исключение. Проще говоря, вступление, насыщенная информацией основная часть и концовка. Основная часть сама по себе нуждается в структуризации (к этому вопросу мы вскоре вернемся), но в целом презентация должна держаться элементарного порядка: начало – середина – конец. Этот порядок существует с тех самых пор, как люди рассказывают истории. Существует по одной простой причине: он почему-то работает.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.