

Bez świadomości celu nie zaczynamy prezentacji

Stosowanie pewnych zasad prezentacji oraz odpowiedni trening, mogą znacznie wpłynąć na efekt, jaki będziemy wywierać na słuchaczach.

Jak przekonać audytorium do swoich racji? Czy zacząć od anegdoty? Jak poradzić sobie z treścią? Jak reagować, gdy padną trudne pytania lub padnie projektor? Nad tymi zagadnieniami zastanawia się każdy, kogo czeka wygłoszenie mowy lub publiczna prezentacja, także gdy audytorium jest nieliczne, ale stanowiąc je na przykład potencjalni klienci. Prezentacje przygotowane dla klientów to w zasadzie norma, ale przedstawiciele agencji eventowych i incentive coraz częściej pojawiają się także w roli mówców na branżowych wydarzeniach.

Wszyscy fachowcy zapytani, o reguły przygotowywania prezentacji, na wstępie jednym chórem odpowiadają: Zastanów się, jaki rezultat chcesz osiągnąć. Czy będzie to budowanie konkretnego wrażenia na odbiorcach, dostarczenie informacji, rozwiązanie problemu czy zmotywowanie do działania. Pamiętajmy, że zazwyczaj celem nie jest sama treść informacji, którą przekazujemy słuchaczom, ale efekt, jaki ma ona wywrzeć. – W trakcie przygotowań najpierw zastanawiamy się nad tym, jak widownia po naszym wystąpieniu ma myśleć, co ma czuć i jak chcemy, aby się zachowywała. Potem przechodzimy do odpo-

wiedzi na pytanie: Jak tego dokonać? – tłumaczy David Vaughan-Thomas, trener wystąpień publicznych i właściciel Rehearse That Speech.com.

Jak to powiedzieć?

Z dziesięciominutowej prezentacji widzowie zapamiętują około połowy treści. Po kilku dniach będą pamiętali jeszcze mniej. Jeśli jednak, wystąpienie nie będzie atrakcyjne, zapamiętają jedynie, że było nudno. Aby do tego nie dopuścić, przede wszystkim musimy określić myśl przewodnią naszej prezentacji. Jak tego dokonać? Trzeba ująć w jednym zdaniu, to co chcemy przekazać widzom, a dopiero później ubrać to w przykłady i opis. W ten sposób powinna powstawać konstrukcja każdej prezentacji. Trafna myśl przewodnia spaja całą treść. Dzięki niej nasi słuchacze po tygodniu, czy miesiącu, nadal będą pamiętali, o czym do nich mówili prelegenci. Najsłynniejsze mowy świata przeszły do historii właśnie dzięki błyskotliwym myślom przewodnim.

Co jeszcze powinna zawierać prezentacja, aby wydała się ciekawa słuchaczom? – Zawsze warto używać historii, gdyż one celnie trafiają do odbiorców. Najlepiej, aby z bohaterami

anegdot czy opowiadań słuchacze mogli się utożsamiać. Dobrze jest też stosować porównania i przykłady, przedstawiać rezultaty przed i po. – twierdzi Dorota Mastalska z Areny Biznesu, która prowadzi również Arenę Mówców.

Sztuczki językowe nie pozostają bez znaczenia. Warto tworzyć metafory, bo one dobrze wpływają na wyobraźnię słuchaczy, a co za tym idzie przyciągają uwagę. Jednak bardzo ważne jest, aby nie przesadzić. Mówca musi uważać, aby nie odejść od celu prezentacji i od myśli przewodniej. Używając zbyt kwiecistej mowy, łatwo się w taką pułapkę złać. Język nie powinien być, ani zbyt kwiecisty, ani przeladowany fachowym słownictwem. To, że my znamy dane określenia, nie musi znaczyć, że nasi słuchacze je rozumieją. A gdy tylko przestaną rozumieć, co do nich mówimy, przestaną nas słuchać. Dlatego mówić trzeba prosto. – Pamiętajmy, że nie mówimy dla siebie, tylko dla kogoś. Z tego powodu zawsze musimy dostosowywać język do naszej widowni – zwraca uwagę Agata Rzędowska, trener publicznych wystąpień i współwłaściciel firmy szkoleniowej Via Agendi. Przygotowawszy prezentację,

warto ją przegłądnąć, podkreślić wszystkie określenia żargonowe oraz skróty, a następnie zamienić te fragmenty na mowę zrozumiałą dla każdego. Bywają jednak wyjątki. Dlatego przed napisaniem tekstu prezentacji trzeba przeanalizować grupę docelową. Sposób, w jaki powinniśmy się wysławiać i zachowywać, jest w pewnym stopniu od niej uzależniony. Według ogólnie przyjętych zasad, nie powinniśmy używać kolokwializmów. Kiedy jednak mówimy do grupy młodych ludzi, możemy sobie na to czasem pozwolić. Należy uważać, aby nie nadużywać specjalistycznej terminologii, ale jeśli mamy przed sobą grupę fachowców, pewna doza profesjonalnego słownictwa nie zaszkodzi. – Jeśli prezentacja jest w języku polskim, to pamiętajmy, aby nie popełniać błędów językowych, bo one pozostawiają fatalne wrażenie. Zawsze należy zwracać uwagę na poprawną polszczyznę – podkreśla Agata Rzędowska.

Minimalizacja stresu

Kiedy przychodzi moment wygłoszenia mowy, czy godzina prezentacji, pojawia się też trema. Jak twierdzą specjaliści, nadochodzi ona każdego.

– De facto większość osób, które zawodowo występują na scenie, martwi się, że trema nie przyjdzie. Bo nerwy są oznaką tego, że jesteś zaangażowany i że ci zależy. Profesjonalistom dają one energię do występu – przekonuje David Vaughan-Thomas. Zatem powinniśmy raczej zdać sobie sprawę z tego, że nerwy często dodają nam siły i umożliwiają zaprezentowanie przygotowanego materiału na najwyższym możliwym poziomie.

Na treść nie ma złotego środka. Najlepszą metodą jej minimalizowania jest dobre przygotowanie prezentacji i samego siebie. Poza napisaniem treści przemówienia i dokładnym

Zdaniem praktyka

Najczęściej popełniane błędy

Rozpoczęcie prezentacji od słów „Dziękuję za zaproszenie” lub „Cieszę się, że mogę dziś tutaj być”. Żeby zainteresować słuchaczy wystąpieniem, mamy tylko kilkanaście sekund. Jeśli je przegapimy, trudno będzie utrzymać uwagę na wysokim poziomie.

Koncentracja na sobie, a nie na odbiorcy, jaki mamy wywrzeć. To częste, że mówca całkowicie skupia się na sobie. Stawia sobie pytania: Czy nie pomyliłem czegoś w tekście? Jak wyglądam? Czy zdążę w wyznaczonym czasie? Publiczność jest tylko dodatkiem do wystąpienia. Pomiędzy prezentatorem a widownią nie zachodzi wtedy komunikacja.

Odczytywanie treści prezentacji słowo po słowie z kartki lub slajdu. To jedna z najgorszych metod. Oczywiście są takie sytuacje, kiedy treść wystąpienia musi być odczytana. Nic w tym nagannego pod warunkiem, że nie stanowi to całego tekstu prezentacji.

Brak wyraźnego i efektownego zakończenia. Do samego końca wystąpienia powinniśmy pamiętać o celu naszej prezentacji. Zakończenie powinno zawierać zdecydowany komunikat do słuchaczy wyrażający, w jaki sposób mają wykorzystać wiedzę, którą im właśnie przekazaliśmy.

Unikanie kontaktu wzrokowego z publicznością. Pamiętajmy, że efektywna prezentacja oznacza komunikację. Każda sposobność kontaktu z publicznością przybliża nas zatem do sukcesu.



Bogusław Feliśzek, ekspert zarządzania i komunikacją kryzysową, konsultant public relations, założyciel i właściciel Presence Public Relations

Zdaniem praktyka

Co jest najważniejsze w prezentacji?

Cel – Przede wszystkim pamiętajmy o zdefiniowaniu celu. Błąd popełniony na tym etapie zazwyczaj skutkuje kolejnymi błędami, które zmniejszają skuteczność prezentacji i są dotkliwe dla odbiorcy. Często celem artykułowanym przez prezentatorów jest opowiedzenie o czymś: o produkcie, rozwiązaniu, swojej pracy lub firmie. Jest to tak zwana prezentacja „na temat”. Odbiorca zazwyczaj nie wie, po co ta opowieść. A czy wie to prezentujący? Często także nie. Bywa, że cel całkowicie zniknął z pola uwagi.

Motywacja – Najlepiej dążyć do wzbudzenia motywacji, która w efekcie ma prowadzić do pożądanych przez nas zachowań, np. decyzji zakupowej, rozwiązania problemu, czy podjęcia ważnej dla firmy decyzji. Tak zdefiniowany cel wymaga nie tylko prezentacji „na temat”, ale przede wszystkim koncentracji na treści kluczowej dla wzbudzenia motywacji.

Forma – Motywacji też podporządkowana powinna być forma czyli sposób prowadzenia prezentacji. Zamiast tego często mamy słownikowe definicje, może liczb ujętych w tabelki, całe akapity zdań przeklejonych z Worda, czasem zdjęcia. Wszystko na temat, ale często obok celu, który został niewłaściwie zdefiniowany.



Tomasz Kras, psycholog i relacji z klientami, trener umiejętności komunikacyjnych, wiceprezes firmy Pro Optima

przejrzeniem slajdów warto wykonać próbę generalną. Najlepiej wypróbować swoje siły w pomieszczeniu, w którym będzie miało miejsce spotkanie. – W miejscu, które znamy, jest o wiele wygodniej przeprowadzić prezentację. Znacznie łatwiej przewidzieć ewentualne utrudnienia. Nie zaszkodzi nam budowa za oknem, czy gaszące światło – opowiada Agata Rzędowska. Poza tym podczas takiej próby możemy przygotować salę w sposób dla nas satysfakcjonujący, np. odpowiednio zaaranżować ustawienie krzeseł.

Obowiązkowym elementem przygotowań do wystąpienia jest też stworzenie listy prawdopodobnych pytań. To najlepsza metoda, aby zapobiec nerwowym sytuacjom, gdy padają niewygodne pytania i nie znamy na nie odpowiedzi. Tworząc taką listę, możemy praktycznie w stu procentach wyeliminować ryzyko potknięcia. – Sam prezynter może sobie wymyślić najtrudniejsze i najbardziej zawile pytania, a potem przygotować jeszcze lepsze odpowiedzi – przekonuje Agata Rzędowska.

Co zrobić, jeśli jednak padnie pytanie, na które nie znamy odpowiedzi? Jak zareagować, aby nie stracić twarzy? – Ciekawym sposobem jest odpowiedź pytaniem na pytanie. Można

spytać „A jak pan myśli?” Można zwrócić się do pozostałych odbiorców z tym samym pytaniem. Oczywiście każdorazowo warto wyrazić uznanie pytającemu – odpowiada Tomasz Kras, trener umiejętności komunikacyjnych i wiceprezes Pro Optima, firmy zajmującej się doradztwem i szkoleniami.

Jeśli chodzi o walkę z nerwami podczas wystąpienia, warto jednak podkreślić, że nasze oznaki zdenerwowania są dla odbiorców widoczne w niewielkim stopniu. A wbrew temu, co wyobraża sobie zdenerwowany prezynter, widownia zazwyczaj mu kibicuje.

Technikalia

W podręcznikach znajdziemy wiele mądrych rad, o tym jak stać, chodzić i modulować głos. Jednak jak to wszystko zapamiętać i zastosować, a przy okazji nie zapomnieć o podstawowym celu naszego wystąpienia? Jak twierdzi David Vaughan-Thomas, przede wszystkim powinniśmy zaufać własnym odruchom. Jeśli będziemy mówić z pasją i skupimy się na efekcie, jaki chcemy osiągnąć, ciało podpowie nam, jakie gesty wykonać, gdzie zrobić pauzę, a gdzie zaakcentować. Do istotnych technicznych kwestii należy czas wystąpienia. Uwagę słuchaczy zapewniamy sobie przez

pierwsze dziesięć minut prezentacji, potem powinniśmy zmienić dynamikę. W przeciwnym razie widownia się wyłączy. – Aby nasi słuchacze pozostali skupieni, warto pobudzić ich aktywność chociażby zadając pytanie lub przeprowadzając mały sondaż nawiązujący do prezentacji – mówi Dorota Mastalska. Uwagę widowni przyciągają też historie z życia, obrazy i zdjęcia. – Ogromną wartość ma wszystko, co stymuluje prawą półkulę mózgu. Większość prezentacji jest przepełniona faktami, terminologią i liczbami, a więc danymi za które odpowiada lewa półkula mózgu. Pobudzenie prawej strony mózgu zapewni nam lepszą koncentrację odbiorców – tłumaczy David Vaughan-Thomas. – Zawsze jednak wypada zmieścić się w czasie, który jest przeznaczony na nasze wystąpienie. Przekraczanie tego czasu jest niegrzeczne, zaś skończenie o wiele wcześniej może świadczyć o nieprzygotowaniu – dodaje Dorota Mastalska.

Wielu prowadzących wręcz nie wyobraża sobie prezentacji bez slajdów. Opinia ekspertów na temat prezentacji w Power Pointcie jest zgodna – powinniśmy się nimi wspierać i uatrakcyjniać wystąpienie, ale nie wysługiwać się Power Pointem. – Ta aplikacja ma wiele funkcji przydatnych dla

opracowujących prezentacje, ale fatalnych dla jej odbiorców. Ilu z nas zmuszonych było czytać całe fragmenty opracowań liczące nawet po kilkadziesiąt linijek tekstu? Ilu z nas widziało przelezione wprost z Excela wielowierszowe tabelki? Tak jak w każdej dziedzinie i tu umiar jest pożądanym – podkreśla Tomasz Kras. Jeśli zapchamy slajdy masą informacji, tabelki i liczb, znowu pojawi się obawa, że umyka nam najważniejsze: cel naszego wystąpienia.

Anna Brzechowska

Informacje praktyczne

Jak prezentować liczby podczas wystąpienia?

Pokaż widzom, co prezentowana przez Ciebie liczba, może dla nich oznaczać (np. „to tyle, ile przeliczył Polak wydatki na jedzenie w ciągu roku”).

Upraszczaj wypowiedziane liczby – 0,5 to półtwa, a 107 to ponad sto.

W prezentacji zostaw tylko najważniejsze liczby, które korespondują z myślą przewodnią wystąpienia.

Pozostałe dane zamieść w materiałach informacyjnych, które rozdasz po prezentacji.

