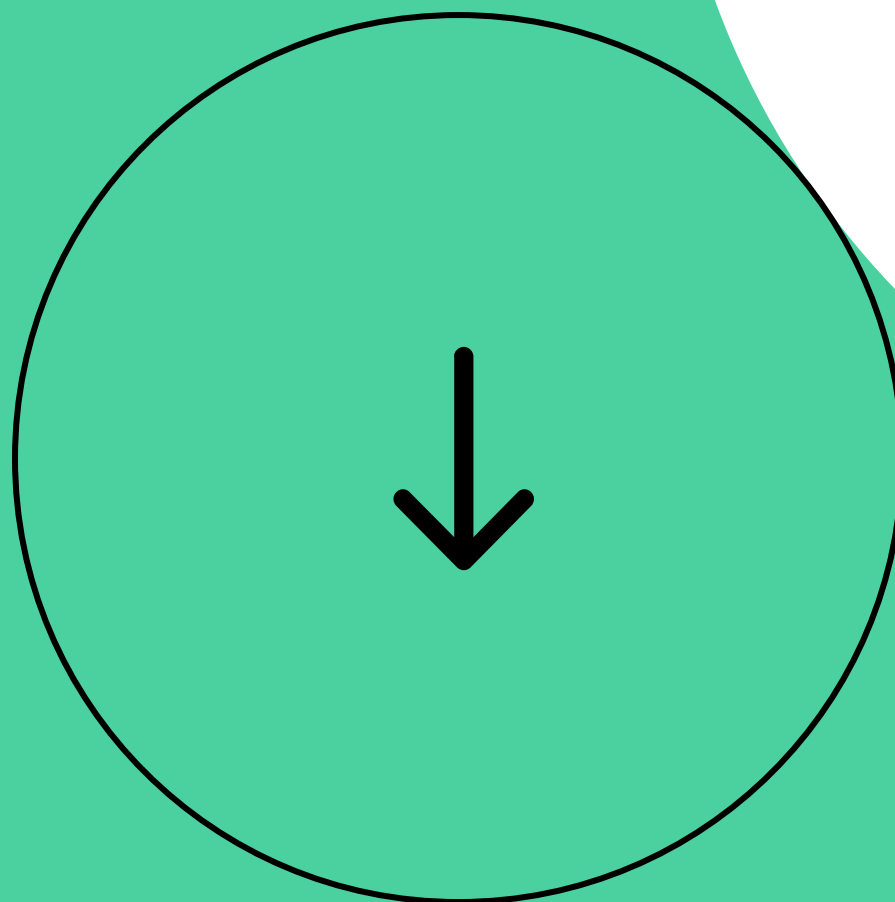


# Шаблон презентации

Руководство для создания  
слайдов, которые будут  
усиливать ваши идеи



---

**Перед вами шаблон для создания презентаций, который усилит ваши идеи и поможет слушателям быстрее и качественней усваивать контент**

**1**

Работа с контентом



**2**

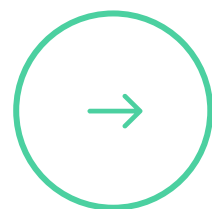
Правила оформления

**3**

Шаблоны слайдов

**4**

Дополнительные ресурсы



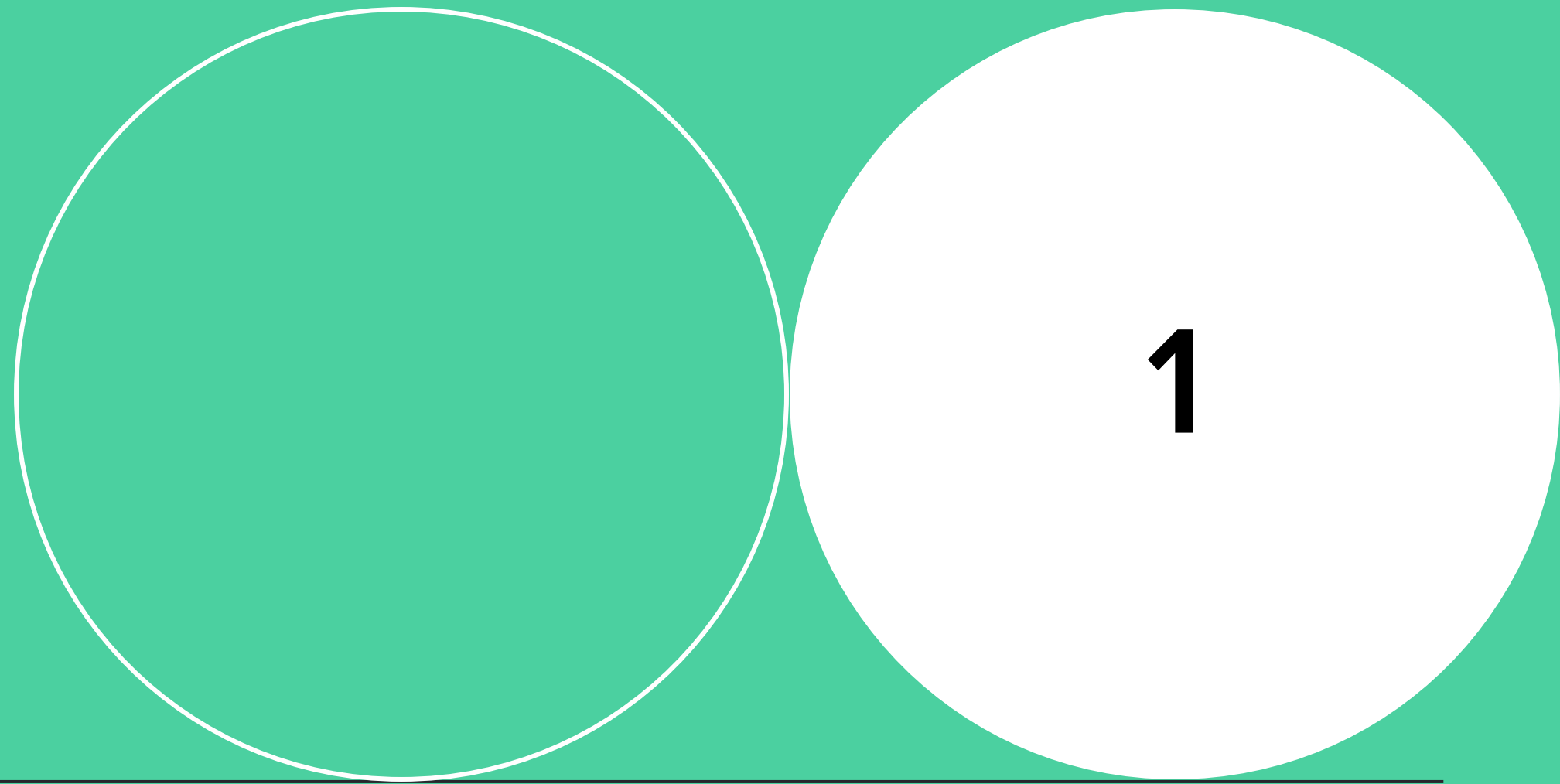
Если вам понравился какой-то слайд из этого файла, вы можете скопировать его и использовать в своих презентациях.



---

# Работа с контентом

Не перегружайте презентацию  
текстом. Размещайте необходимый  
минимум информации на слайде.



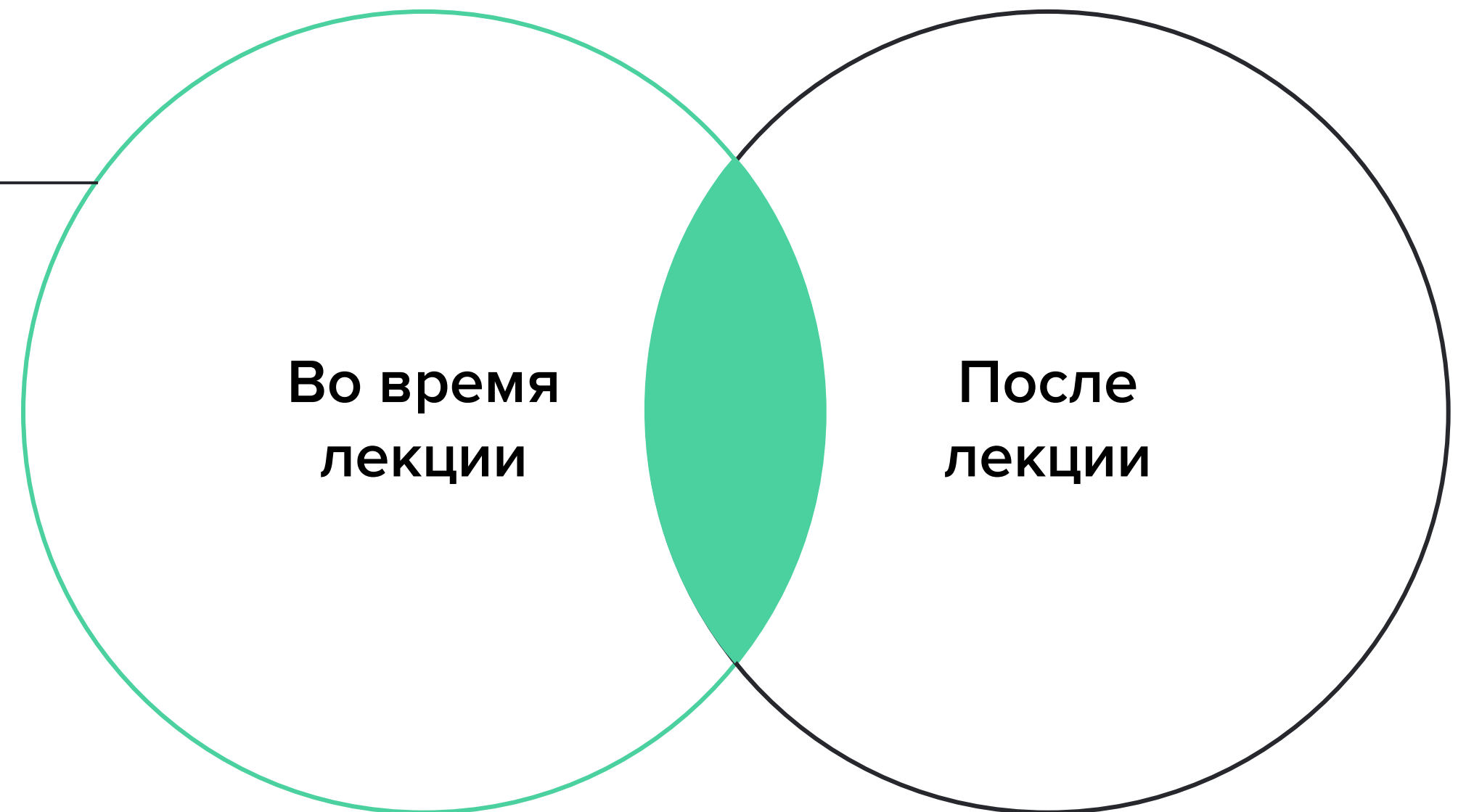
Помните про принцип  
**«Один слайд —  
одна мысль»**

Разбейте информацию на  
несколько слайдов и сделайте  
дополнительный клик вместо того,  
чтобы сразу заваливать слушателей  
тонной информацией.



---

Презентация, которую вы делаете, будет использоваться для двух целей



Вы будете показывать презентацию параллельно со своим рассказом

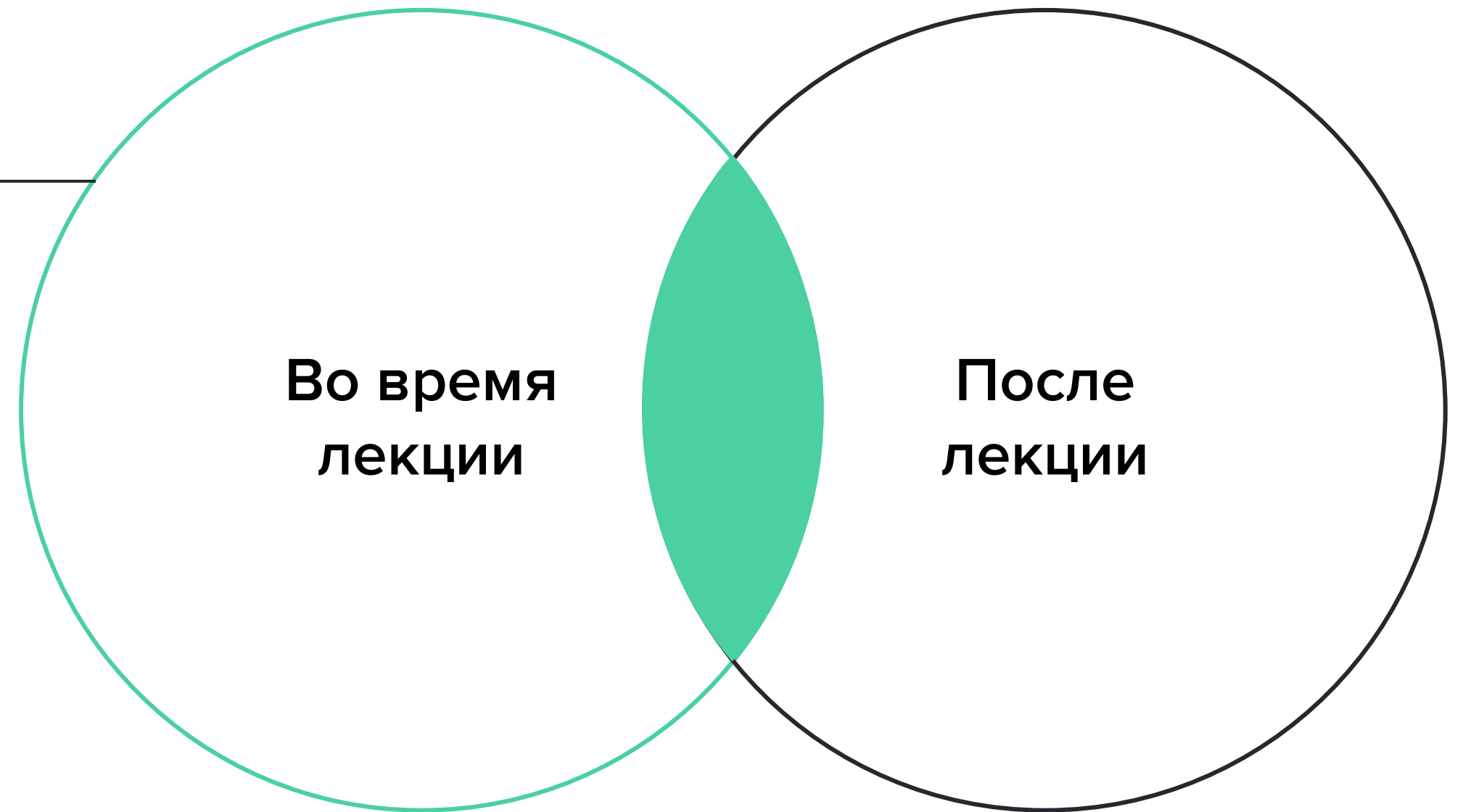
Студент будет пересматривать слайды, чтобы освежить память



---

Презентация, которую вы делаете, будет использоваться для двух целей

Поэтому соблюдайте баланс между текстовым и визуальным контентом



Вы будете показывать презентацию параллельно со своим рассказом

Преподавателя интересно слушать, слайды не дублируют речь

Студент будет пересматривать слайды, чтобы освежить память

Слайды можно понять без преподавателя



# Пример

MLP

нетология

## Непонятно

Когда студент будет пересматривать презентацию, он не сможет вспомнить, о чём шла речь



# Пример

Для обозначения минимального состояния, которого должен достичь продукт, чтобы быть любимым, введена новая аббревиатура MLP — minimal loveable product. Концепция «минимального любимого продукта» заключается в идее, что не всегда нужно удовлетворять все нужды, чтобы быть любимыми.

netologia

## Неинтересно слушать

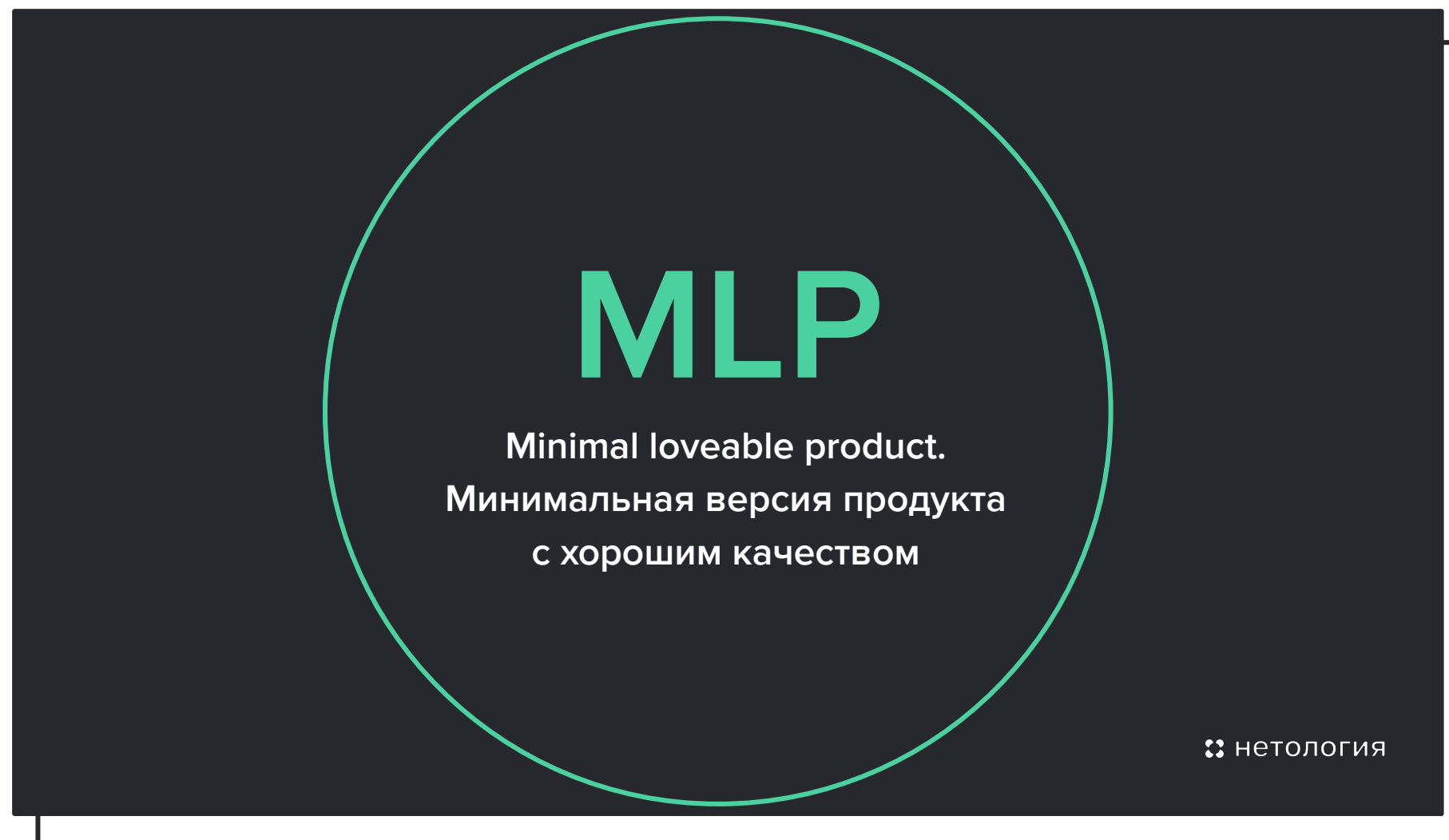
Люди читают быстрее, чем мы говорим. Поэтому все быстро прочитают слайд и не будут слушать вебинар.

Читать сплошной текст в презентациях неудобно.





# Пример



**MLP**

Minimal loveable product.  
Минимальная версия продукта  
с хорошим качеством

нетология

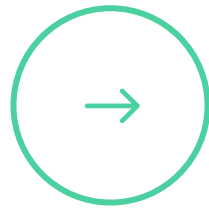
## Понятно

Расшифровали аббревиатуру  
и объяснили значение.



---

## Используйте 4 принципа работы с контентом



Чтобы не перегружать слушателей, показывайте блоки по порядку — разделите контент на отдельные слайды.

1

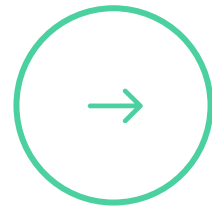
### Структура

Презентация — это не случайный набор слайдов. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим, как страницы в книге. Сначала продумывайте структуру презентации, и только потом наполняйте слайды текстом и картинками.



---

## Используйте 4 принципа работы с контентом



Чтобы не перегружать слушателей, показывайте блоки по порядку — разделите контент на отдельные слайды.

1

### Структура

Презентация — это не случайный набор слайдов. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим, как страницы в книге. Сначала продумывайте структуру презентации, и только потом наполняйте слайды текстом и картинками.

2

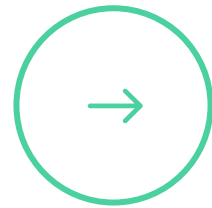
### Краткость

Избегайте слайдов с абзацами сплошного текста и длинными списками из 7+ пунктов — такие слайды воспринимаются хуже всего. Переосмысляйте, убирайте лишнее, выделяйте главное.



---

## Используйте 4 принципа работы с контентом



Чтобы не перегружать слушателей, показывайте блоки по порядку — разделите контент на отдельные слайды.

1

### Структура

Презентация — это не случайный набор слайдов. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим, как страницы в книге. Сначала продумывайте структуру презентации, и только потом наполняйте слайды текстом и картинками.

2

### Краткость

Избегайте слайдов с абзацами сплошного текста и длинными списками из 7+ пунктов — такие слайды воспринимаются хуже всего. Переосмысляйте, убирайте лишнее, выделяйте главное.

3

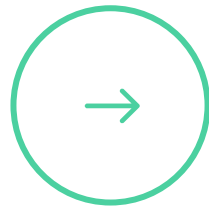
### Точность

Неприятно, когда ссылки на внешние ресурсы не работают или ведут не туда. Ещё хуже, когда вы приводите данные, а первая ссылка в поиске опровергает то, что вы говорите. Подтверждайте свои слова и утверждения, особенно цифры.



---

## Используйте 4 принципа работы с контентом



Чтобы не перегружать слушателей, показывайте блоки по порядку — разделите контент на отдельные слайды.

1

### Структура

Презентация — это не случайный набор слайдов. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим, как страницы в книге. Сначала продумывайте структуру презентации, и только потом наполняйте слайды текстом и картинками.

2

### Краткость

Избегайте слайдов с абзацами сплошного текста и длинными списками из 7+ пунктов — такие слайды воспринимаются хуже всего. Переосмысляйте, убирайте лишнее, выделяйте главное.

3

### Точность

Неприятно, когда ссылки на внешние ресурсы не работают или ведут не туда. Ещё хуже, когда вы приводите данные, а первая ссылка в поиске опровергает то, что вы говорите. Подтверждайте свои слова и утверждения, особенно цифры.

4

### Вовлечение

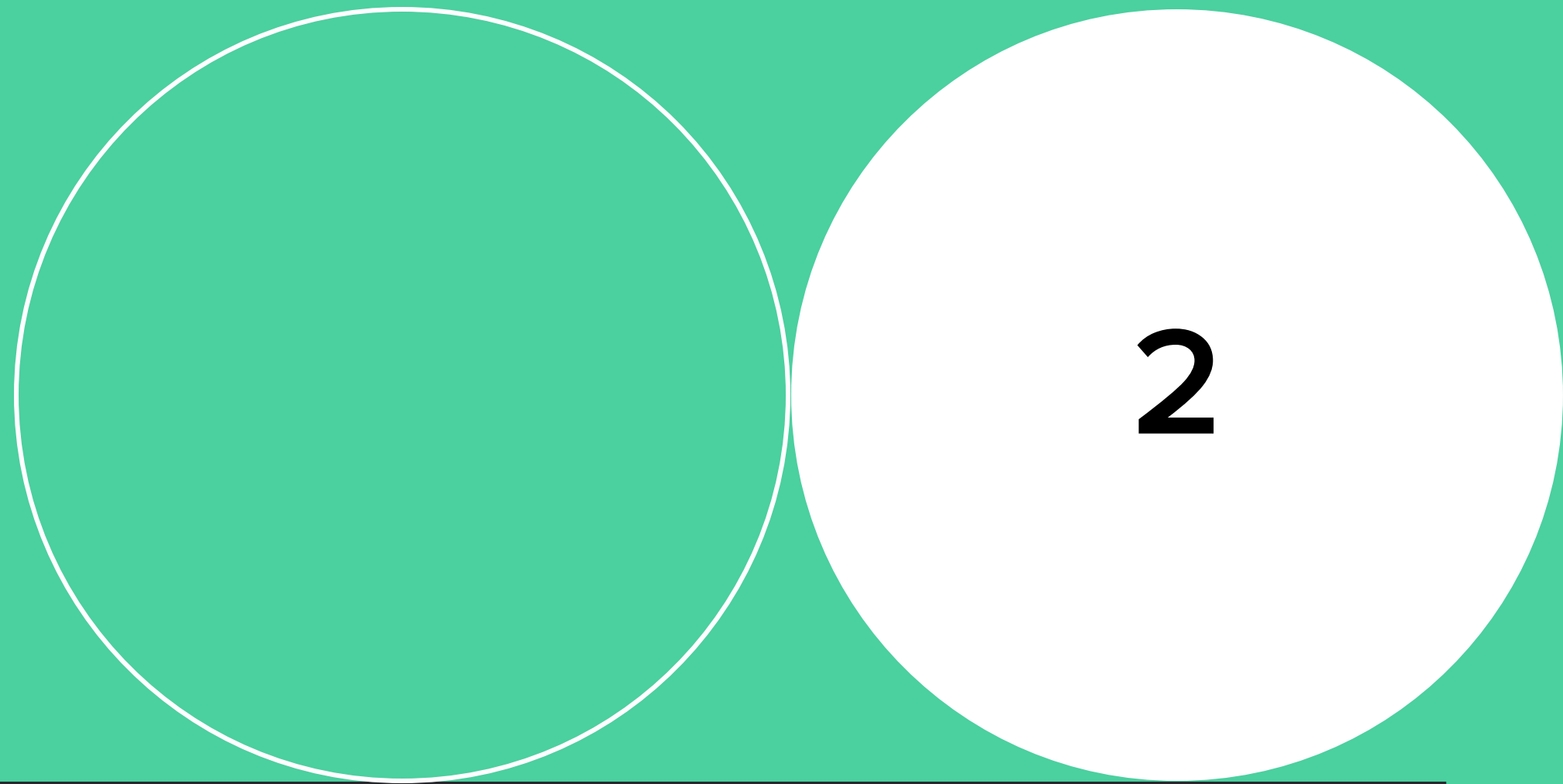
Неважно, насколько полезен контент, если его пропустят мимо ушей. При подготовке о том, как привлечь внимание слушателя. Это можно сделать с помощью яркой визуализации, интересных метафор, интерактива со студентами.



---

# Правила оформления

Шаблон — не абсолютное правило, а основа. При работе над презентацией вы можете менять местами слайды и удалять лишние, добавлять свои картинки, вставлять иконки.



---

# Как оформить презентацию

1

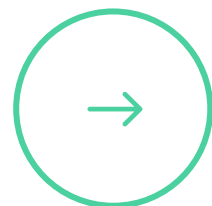
Структурируйте информацию, проверяйте ссылки и факты, работайте над подачей

2

Используйте шрифты, специально подобранные для шаблона

3

Выбирайте цвета из нашей палитры

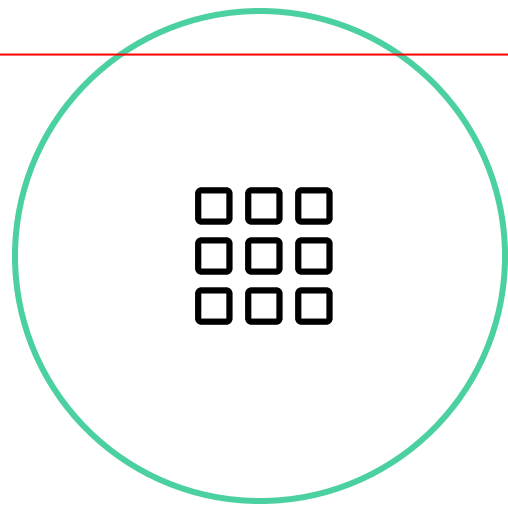


И не забывайте использовать шаблоны слайдов — мы сделали их не просто так



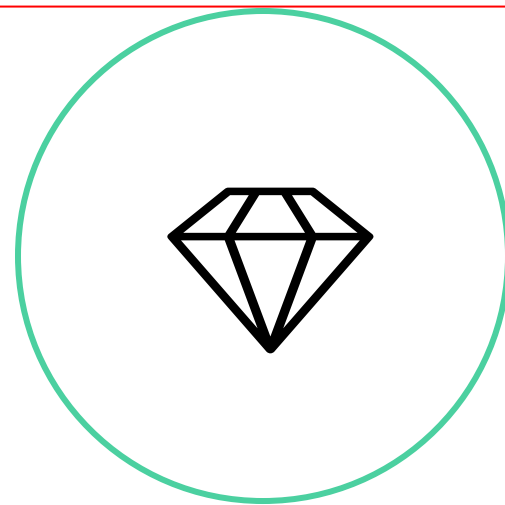
---

# Соблюдайте правила оформления



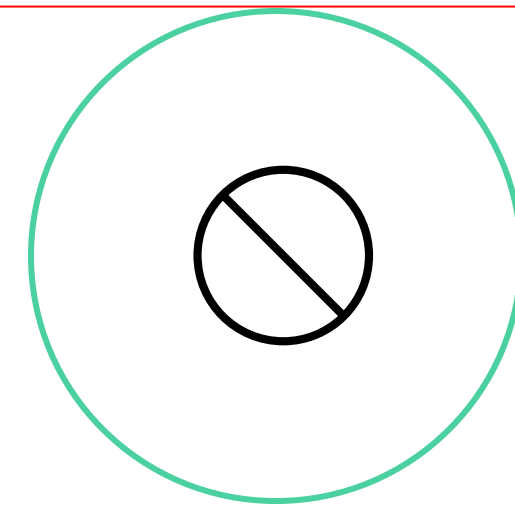
## **Выравнивайте контент на слайде**

Иначе слайды выглядят неряшливо и их сложно воспринимать.



## **Убирайте лишнее и выделяйте главное**

Это помогает избежать перегруженности и фокусирует студентов на ключевой идее.



## **Уважайте авторские права**

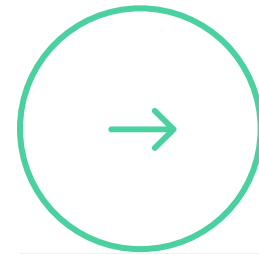
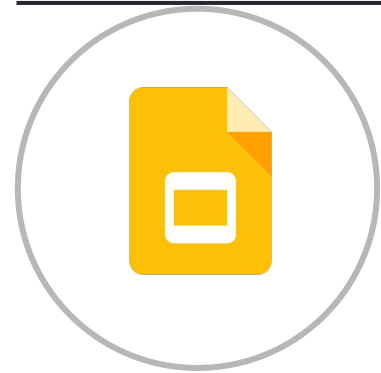
Если вы используете картинки, иллюстрации, видео, укажите автора и ссылку на ресурс.





# Размеры шрифтов / титульные слайды

## Proxima Nova



Не используйте *курсив*

Подчеркивание — для ссылок

**Жирный** — для важной мысли

100pt

# Полужирный

Заголовки для титульных слайдов

75pt

# Полужирный

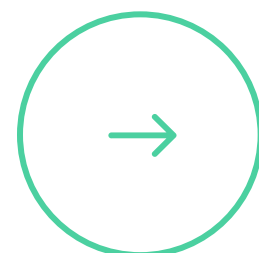
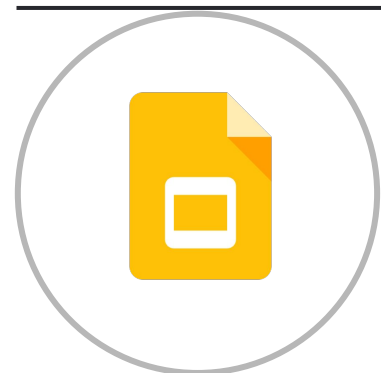
Подзаголовки для титульных слайдов



# Размеры шрифтов / слайды разделы

## Proxima Nova

---



Не используйте *курсив*  
Подчеркивание — для ссылок  
**Жирный** — для важной мысли

---

75pt

# Полужирный

Заголовки для слайдов разделов

56pt

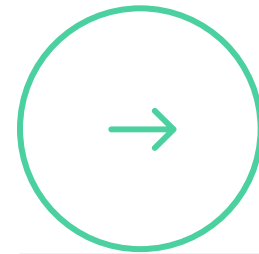
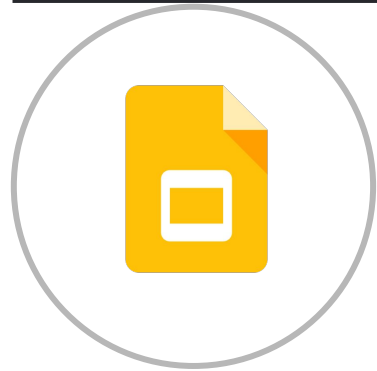
# Полужирный

Подзаголовки для слайдов разделов



# Размеры шрифтов / общие слайды

## Proxima Nova



Не используйте *курсив*  
Подчеркивание — для ссылок  
**Жирный** — для важной мысли

56pt

## Полужирный

Заголовки для слайдов разделов

42pt

## Полужирный

Крупный текст

24pt

Обычный

Обычный текст

32pt

## Полужирный

Крупный текст

18pt

Обычный

Мелкий текст



---

# Основные цвета

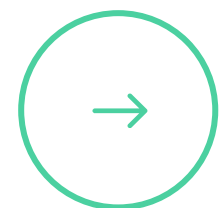
## Как быстро выбрать нужный цвет

1

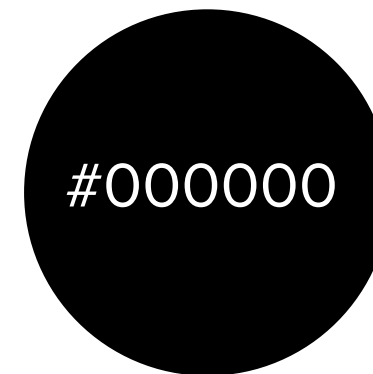
Выбрать из палитры шаблона

2

Скопировать круг с нужным цветом на слайд и выбрать пипеткой



Ваши базовые цвета — это белый и чёрный. Не делайте из слайда раскраску, используйте выделение цветом для того, чтобы расставить акценты.



Основной цвет для текста



Основной цвет для графических элементов и выделения текста



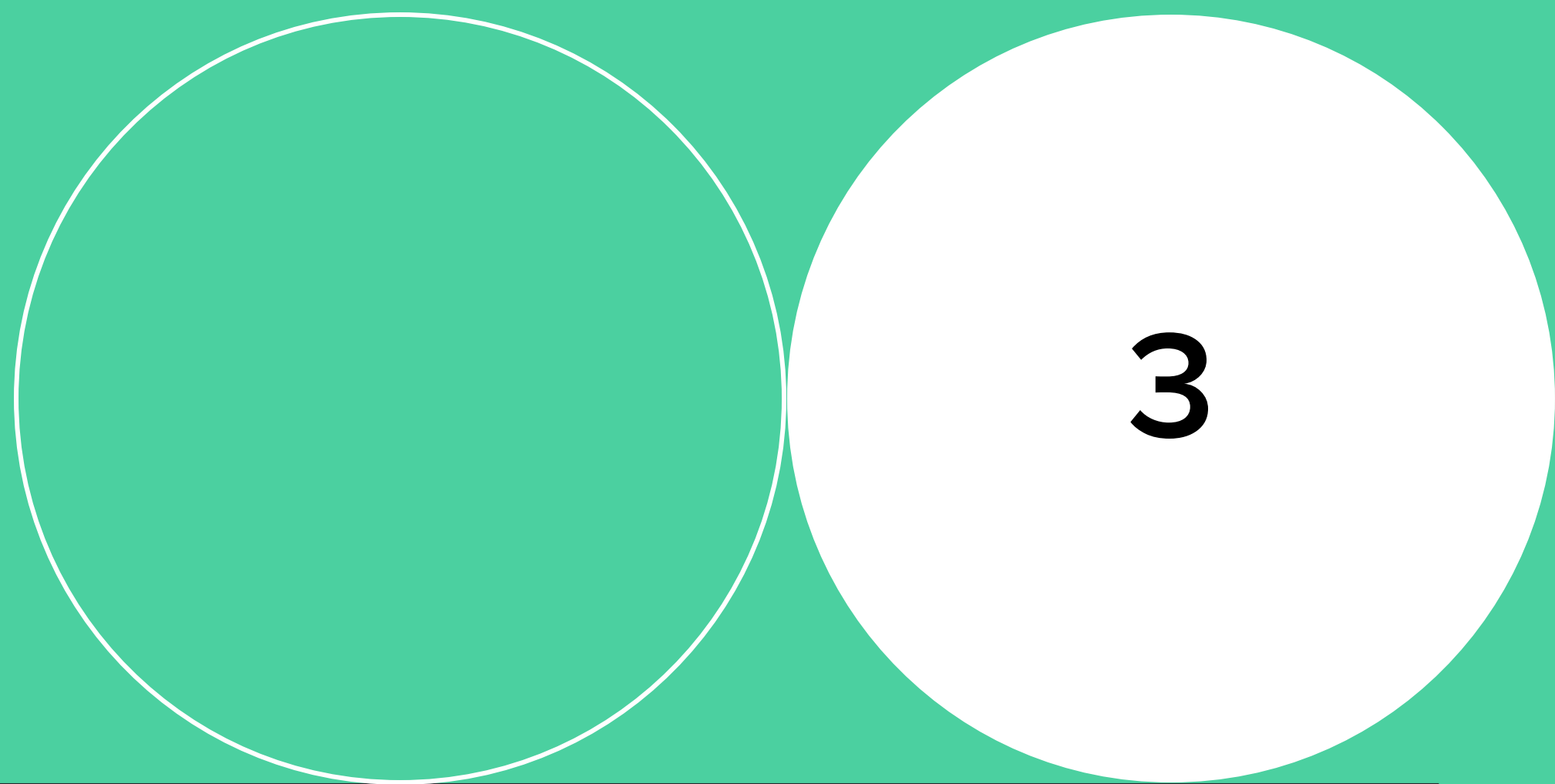
Дополнительный цвет для текста и графических элементов



---

# Шаблоны слайдов

Цель шаблона — не ограничивать вас, а помочь сделать хорошие презентации без лишних усилий.



---

# Название презентации

## Подзаголовок



---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию

Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация



---

# Название презентации

## Подзаголовок

---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию

---

Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация



# Название презентации

## Подзаголовок



**Иван Иванов**  
Директор по развитию

Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация



---

# Название презентации

## Подзаголовок

---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию

---

Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация



---

# Содержание

---

- 1 Построение маркетинговой стратегии
- 2 Performance-маркетинг
- 3 Работа с базой клиентов
- 4 Определение KPI и настройка аналитики
- 5 Контент и SMM-стратегия
- 6 Сайт и Landing Page
- 7 Мобильное продвижение



---

# Содержание

1

Построение маркетинговой стратегии

2

Performance-маркетинг

3

Работа с базой клиентов

4

Определение KPI и настройка аналитики

5

Контент и SMM-стратегия

6

Сайт и Landing Page

7

Мобильное продвижение



---

# Содержание

1

Построение  
маркетинговой стратегии

2

Performance-  
маркетинг

3

Работа с базой  
клиентов

4

Определение  
KPI и настройка  
аналитики

5

Контент  
и SMM-стратегия

6

Сайт  
и Landing Page

7

Мобильное  
продвижение

8

SEO

9

Таргетированная  
реклама

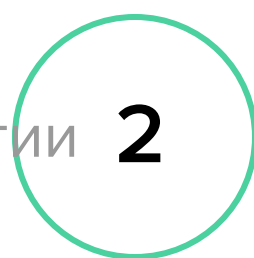


---

# Содержание



Построение  
маркетинговой стратегии



Performance-  
маркетинг



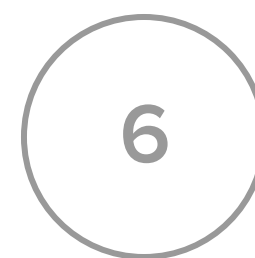
Работа с базой  
клиентов



Определение  
KPI и настройка  
аналитики



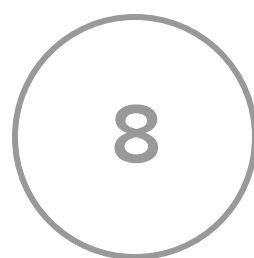
Контент  
и SMM-стратегия



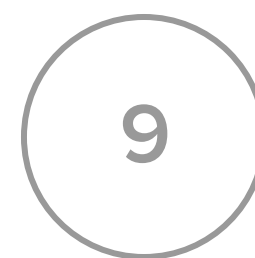
Сайт  
и Landing Page



Мобильное  
продвижение



SEO



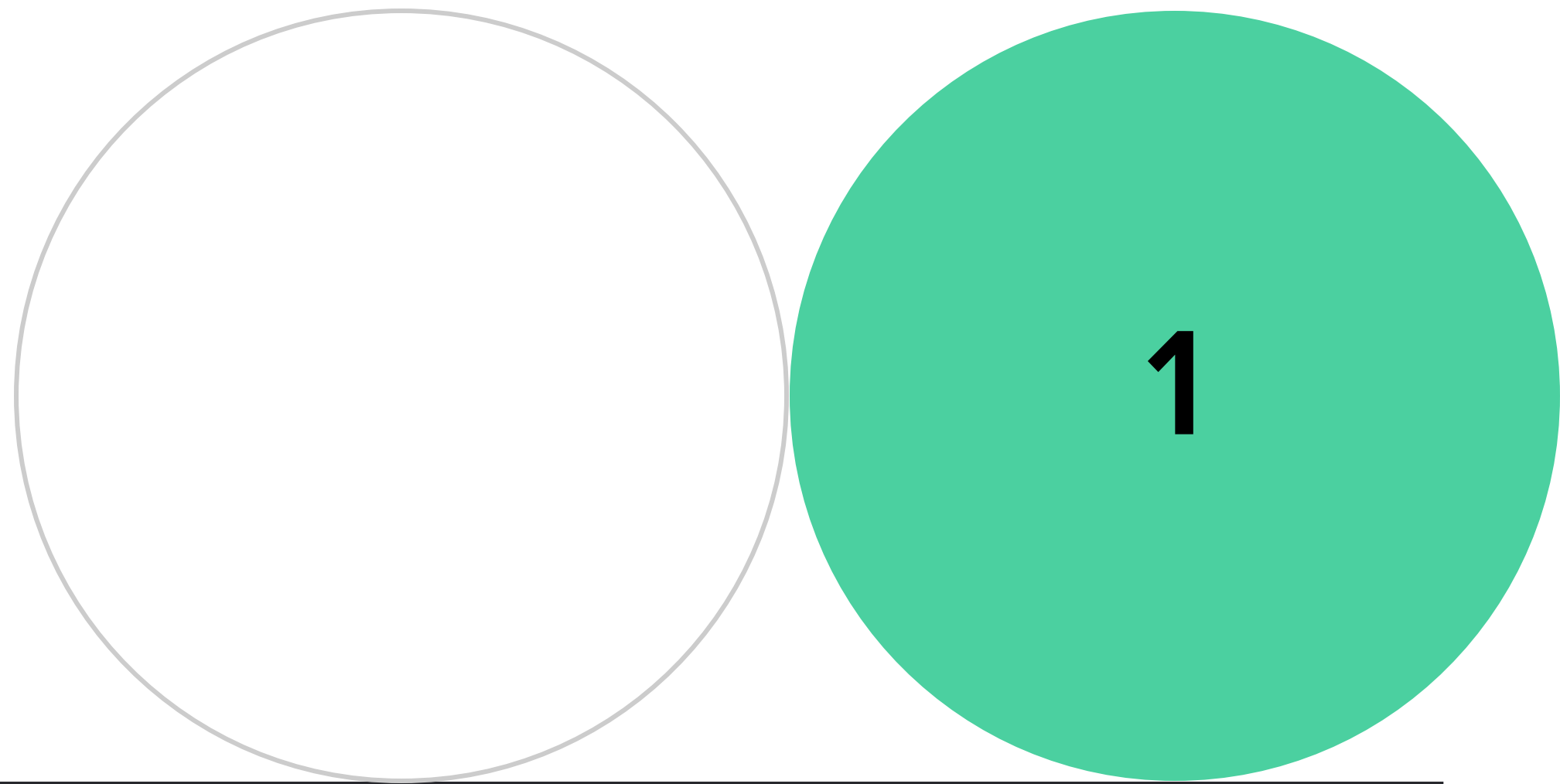
Таргетированная  
реклама



---

# Название слайда раздела

## Подзаголовок



---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию

---

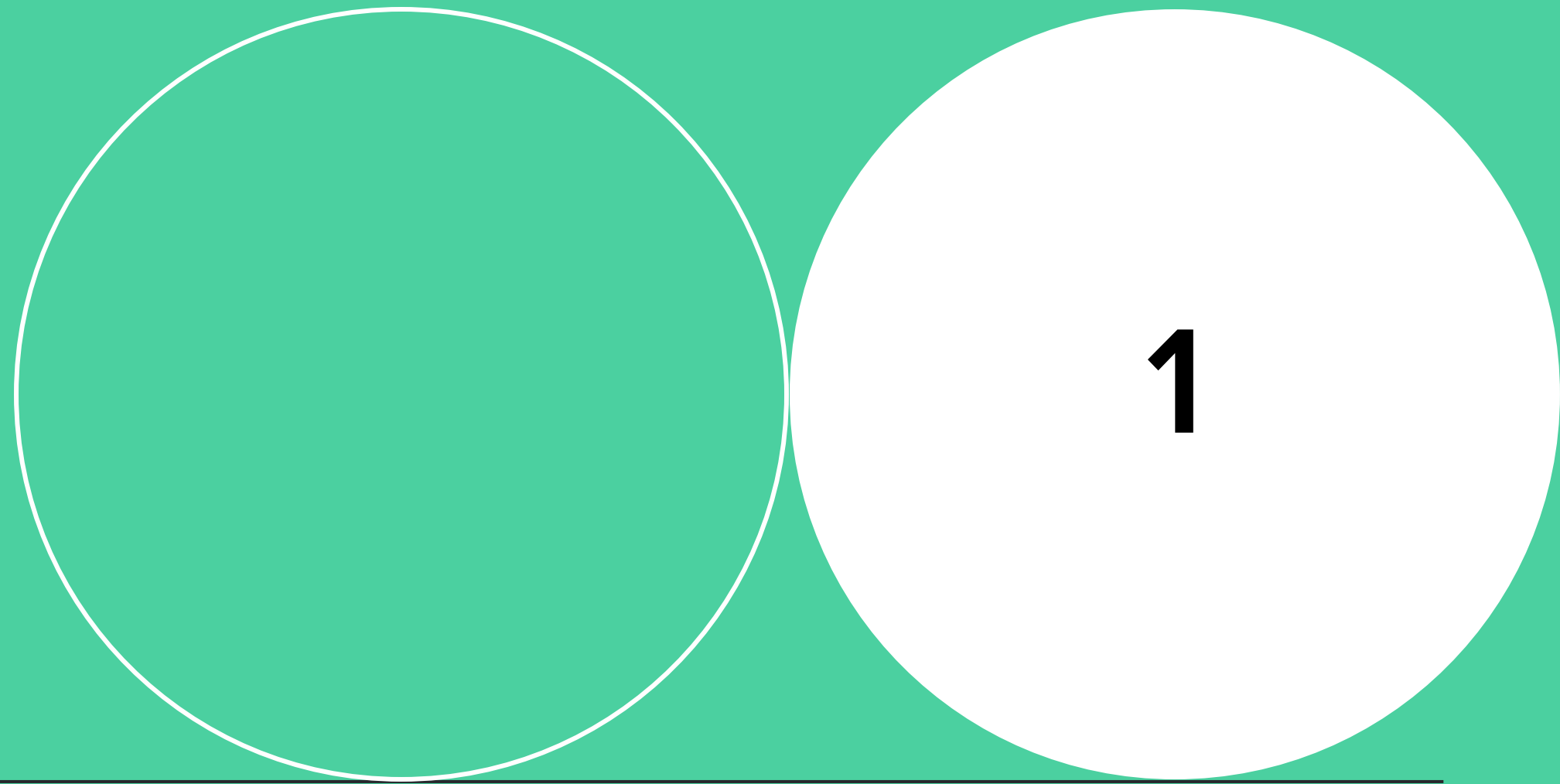
Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация



---

# Название слайда раздела

Подзаголовок



---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию

---

Название курса, марафона  
или другая дополнительная информация

---

# Ключевая мысль или цитата





---

**Ключевая мысль  
или цитата в круге**

Дополнительная  
информация:  
Имя или описание





“

**Есть две ошибки в построении плана продаж: менеджеры знают планы коллеги у всех менеджеров одинаковые планы. Я расскажу, как этого избежать.**

**Дмитрий Чередник**

Эксперт по построению и повышению эффективности отделов продаж





# Дмитрий Чередник

Управляющий партнер

---

## О спикере:

- Эксперт по построению и повышению эффективности отделов продаж
- Управляющий партнёр SalesUp Consult, к.э.н.
- Преподаватель на MBA в РЭУ им. Плеханова, МГУ, Сколково
- Эксперт по внедрению Agile в Сбербанке

---

## Аккаунты в соц.сетях

 [fb.com/dmcherednik](https://fb.com/dmcherednik)





# Дмитрий Чередник

Управляющий партнер

---

Аккаунты в соц.сетях

 [fb.com/dmcherednik](https://fb.com/dmcherednik)



# 35%

**Европейских специалистов  
инвестируют в образование  
больше 2 недель в год**



**35%**

**Европейских специалистов  
инвестируют в образование  
больше 2 недель в год**



# Горизонтальный список



---

# Ключевая мысль или цитата

1

Присутствие  
не наблюдение

2

Присутствие  
не наблюдение

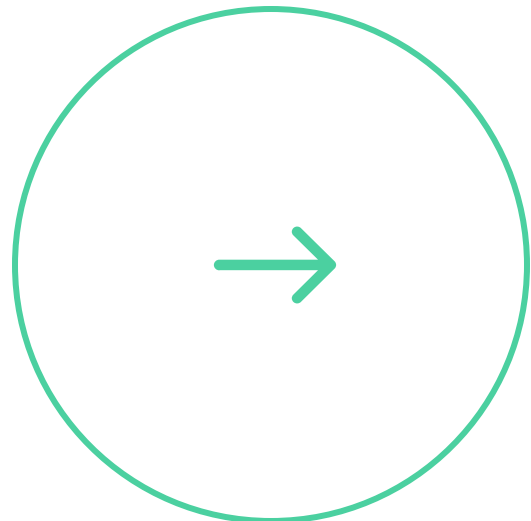
3

Присутствие  
не наблюдение

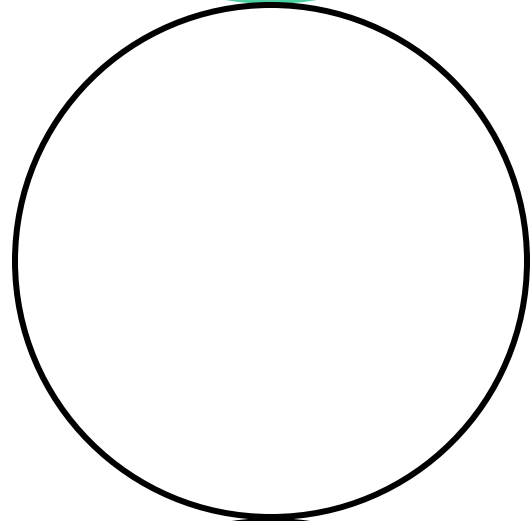




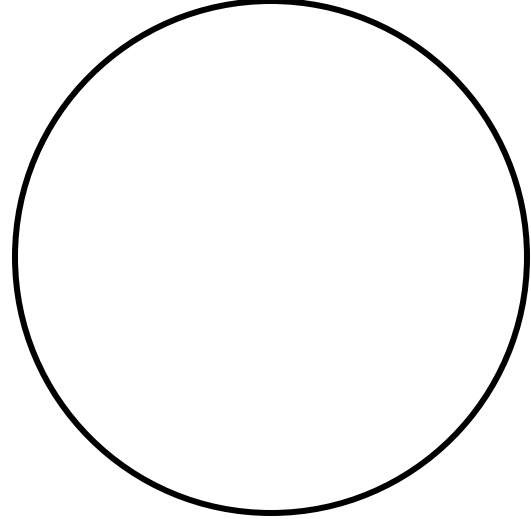
# Вертикальный список



**Присутствие  
не наблюдение**



**Присутствие  
не наблюдение**



**Присутствие  
не наблюдение**



# Построение стратегии

## 1 Маркетинговая стратегия

---

**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.

## 2 Оценка конкурентоспособности

---

**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.

## 3 Анализ аудитории

---

**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.

## 4 Брендинг

---

**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.

## 5 Коммуникационная стратегия

---

**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.

## 6 Результат

---

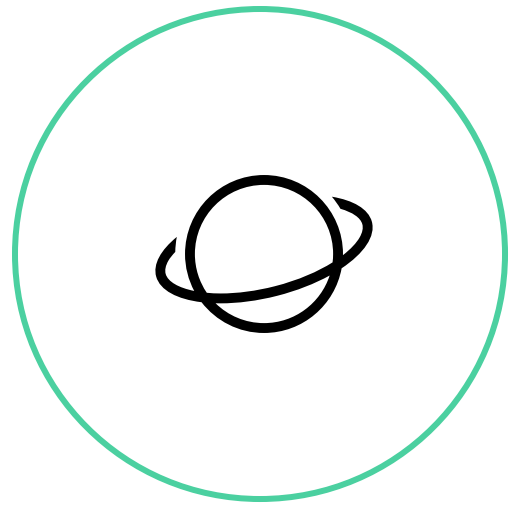
**Катерина Умнова**

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

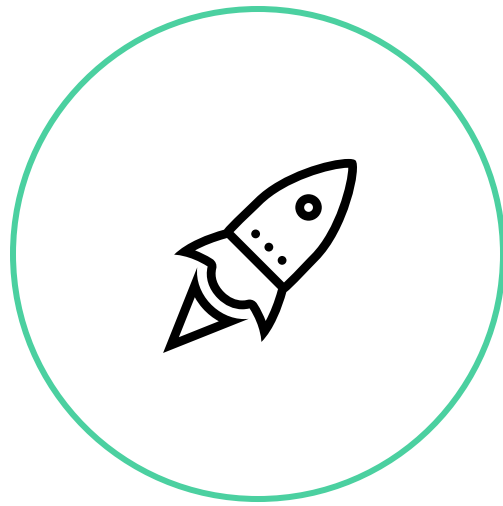
Постановка маркетинговых целей.  
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.



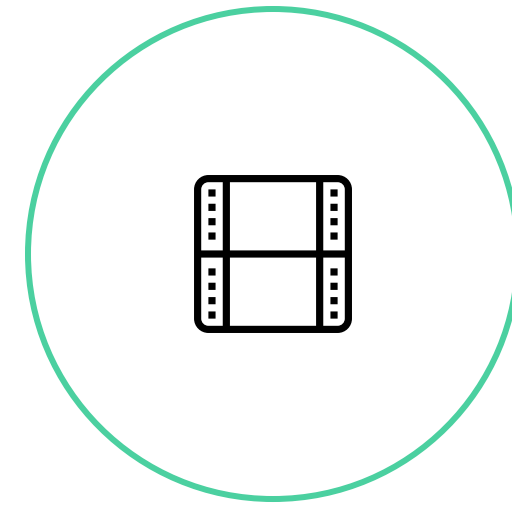
# 3 элемента на слайде



Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



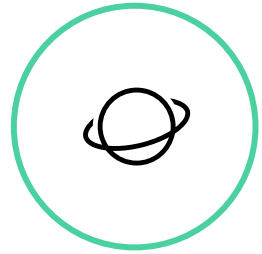
Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



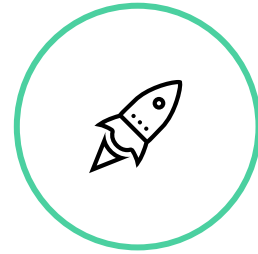
Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



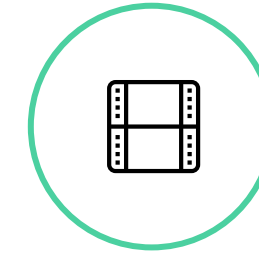
# 6 элементов на слайде



Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



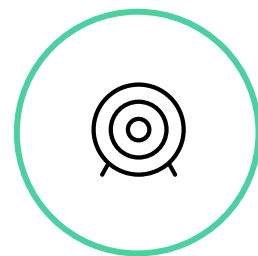
Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



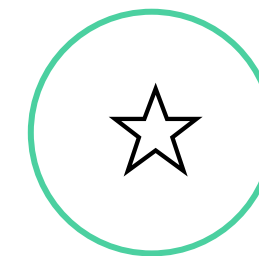
Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



Основы брендинга:  
с чего начинаются  
успешные бренды



# Наши партнеры



ВкусВилл



КРОК



Яндекс



ТИНЬКОФФ

skyeng

OZON



# Команда



**Имя и Фамилия**

Должность



**Имя и Фамилия**

Должность



**Имя и Фамилия**

Должность



**821**

**человек**

**40**

**наград**

**30**

**компаний**

**210**

**проектов**

**320**

**человек**

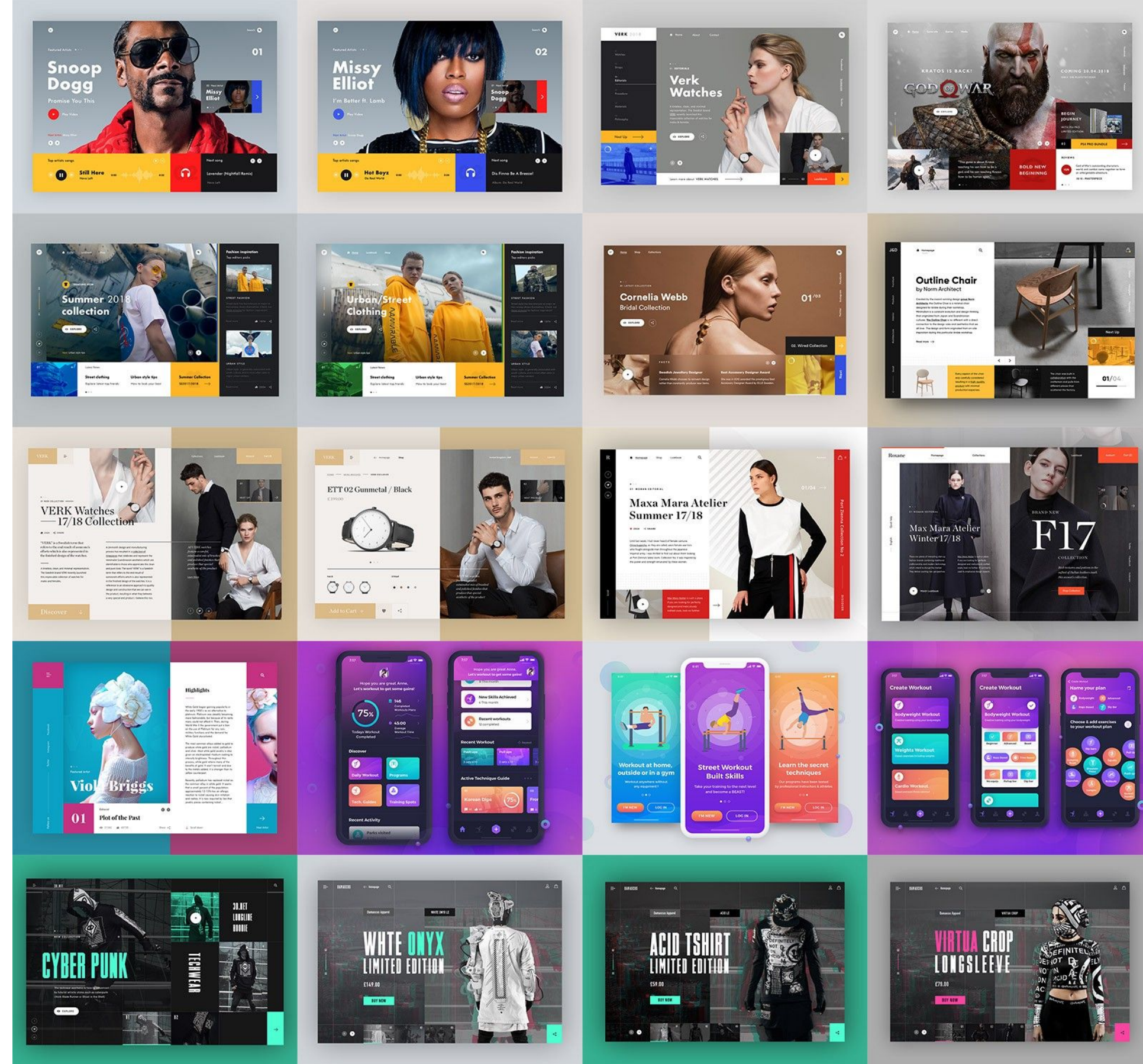


1.

# Собрать мудборд

Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)



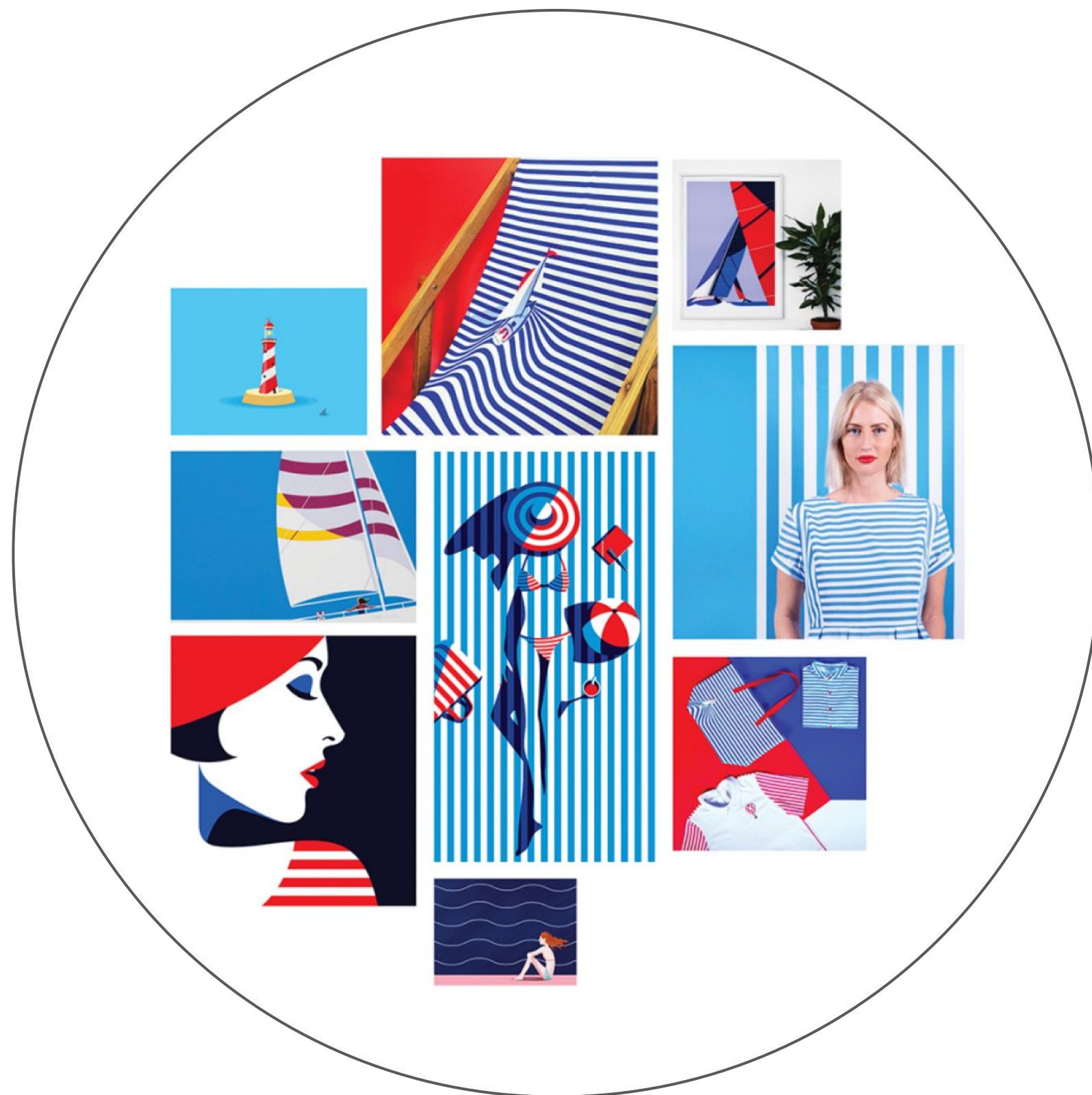


1.

# Собрать мудборд

Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)



1. ← Место для дополнительной информации

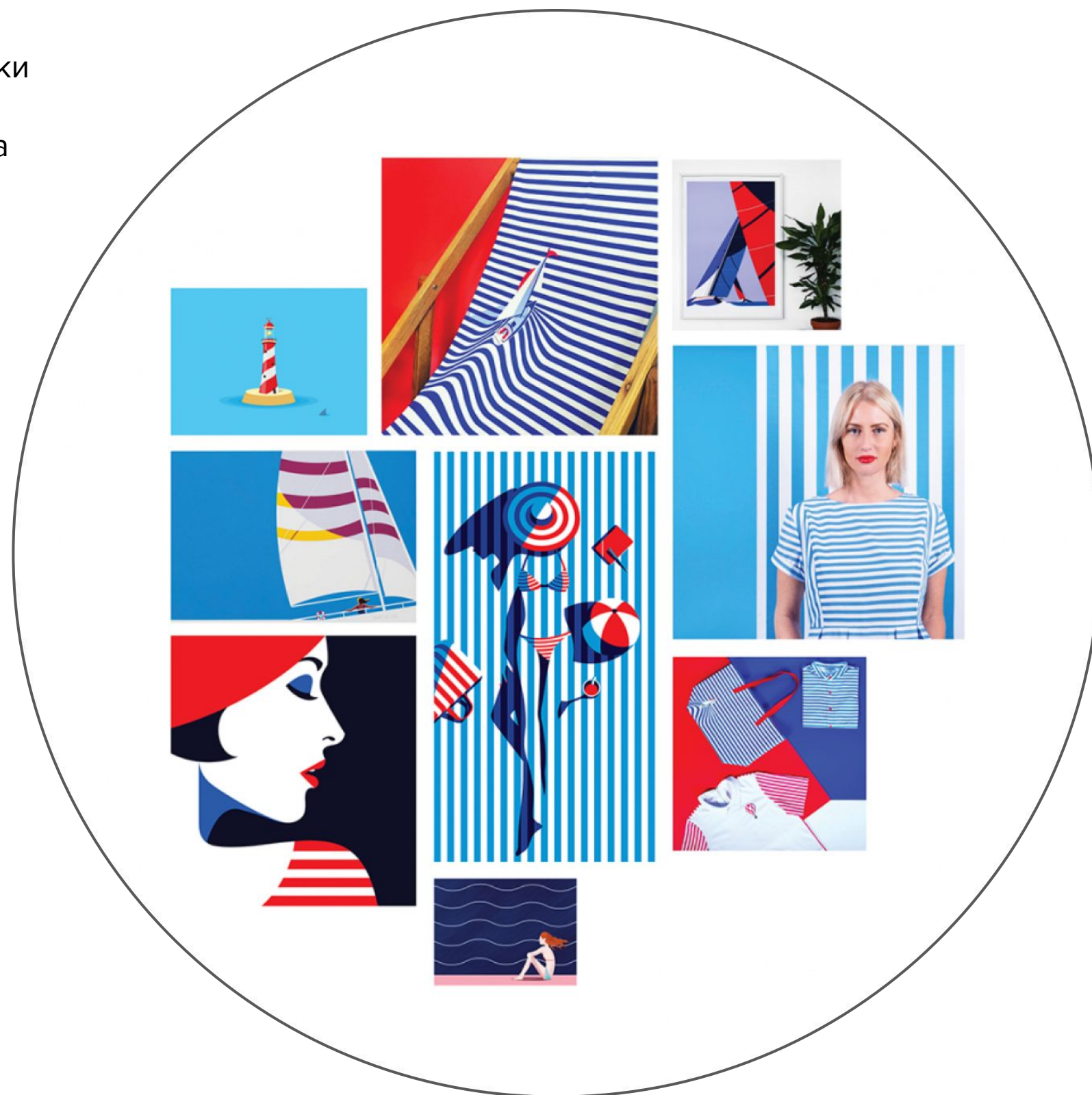
# Собрать мудборд



Крупные заголовки  
при небольшом  
количестве текста

Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)



2.

# Собрать мудборд



Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

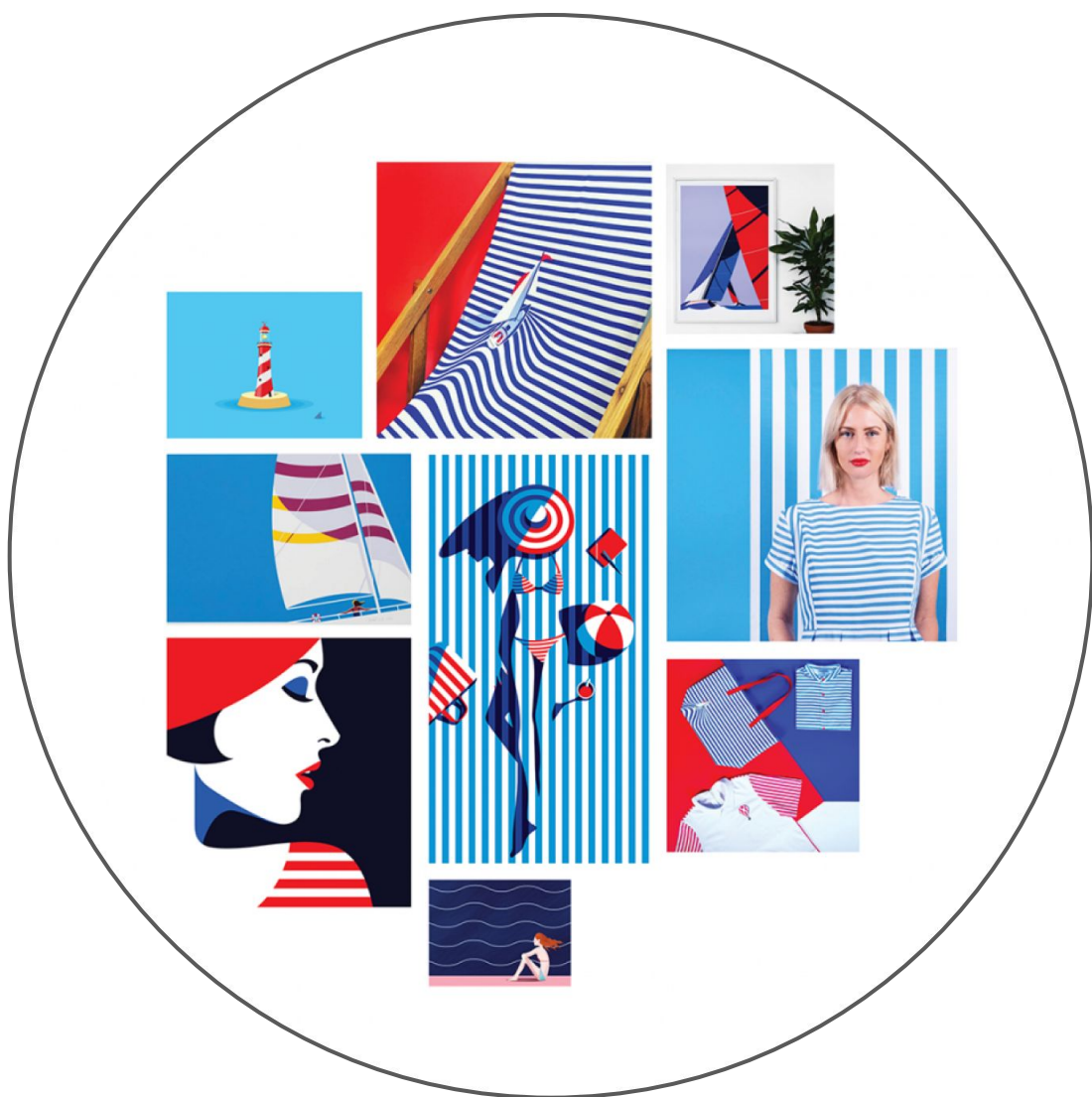
Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)

Если вы создаёте мудборд для тестового задания, тема может быть указана в требованиях. Если же её нет, вы можете сами очертить рамки. Всё зависит от того, для какой сферы деятельности нужен мудборд и какую визуальную интонацию вы хотите использовать.



2.

# Собрать мудборд



- 1 Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.
- 2 Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)
- 3 Если вы создаёте мудборд для тестового задания, тема может быть указана в требованиях. Если же её нет, вы можете сами очертить рамки. Всё зависит от того, для какой сферы деятельности нужен мудборд и какую визуальную интонацию вы хотите использовать.



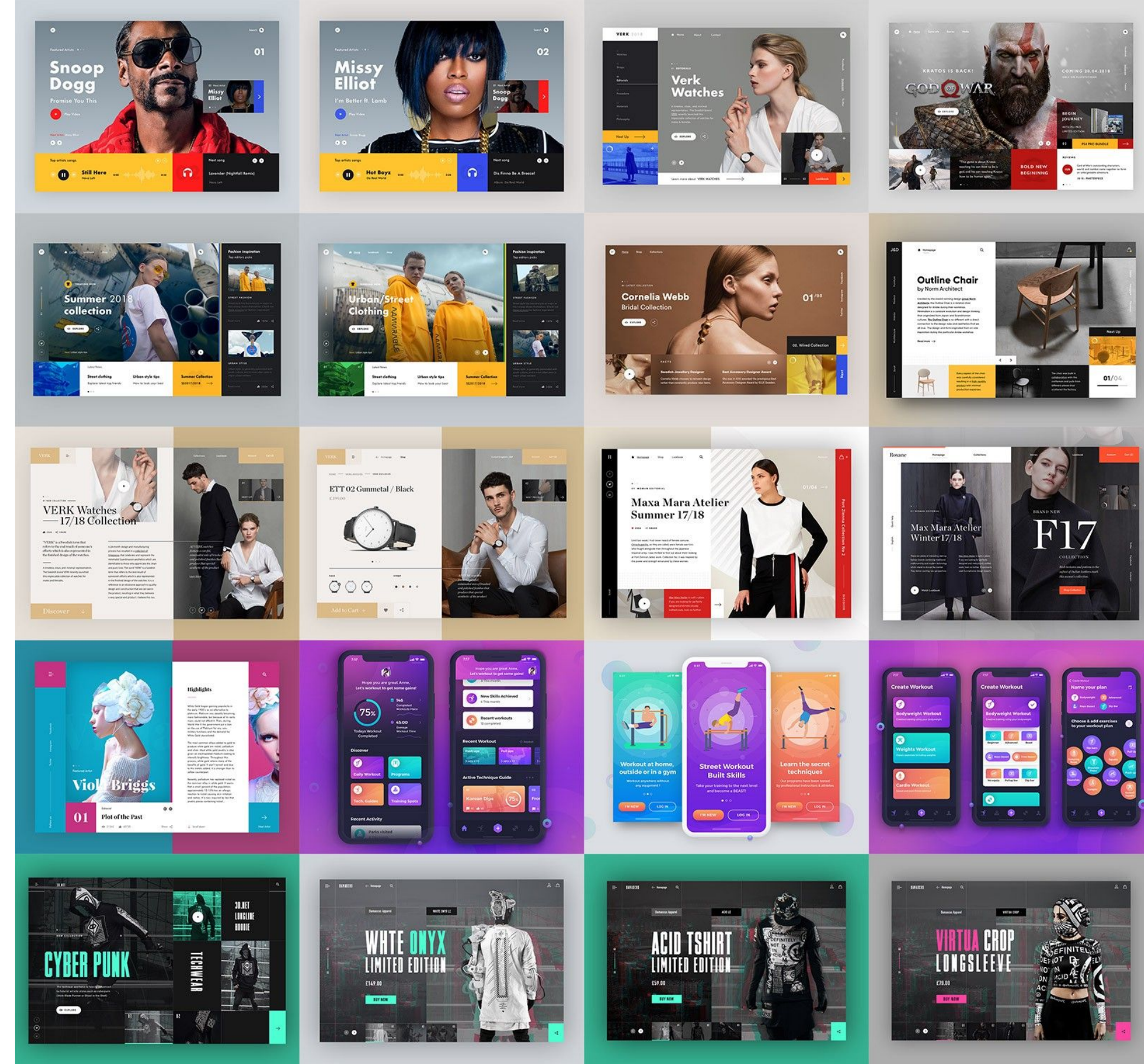
# Собрать мудборд

Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)

Если вы создаёте мудборд для тестового задания, тема может быть указана в требованиях. Если же её нет, вы можете сами очертить рамки. Всё зависит от того, для какой сферы деятельности нужен мудборд и какую визуальную интонацию вы хотите использовать.

Можно собрать мудборд, основанный только на типографике или дизайне интерьеров, а можно объединить несколько направлений — от промышленного дизайна до фэшн-индустрии. Мудборд может быть агрессивным, спокойным, дерзким (если включить в него какие-то смелые и нестандартные решения).



# Собрать мудборд

Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

Соберите мудборд под свой проект (желательно, сразу в Figma)

Если вы создаёте мудборд для тестового задания, тема может быть указана в требованиях. Если же её нет, вы можете сами очертить рамки. Всё зависит от того, для какой сферы деятельности нужен мудборд и какую визуальную интонацию вы хотите использовать.

Можно собрать мудборд, основанный только на типографике или дизайне интерьеров, а можно объединить несколько направлений — от промышленного дизайна до фэшн-индустрии. Мудборд может быть агрессивным, спокойным, дерзким (если включить в него какие-то смелые и нестандартные решения).





# Размещение фотографий



Описание



Описание







**1 фотография /  
половина слайда**





1 фотография /  
половина слайда



# Таблицы

## Простая таблица

№	Столбец 1	Столбец 2
1	—	—
2	—	—
3	—	—
4	—	—
5	—	—
6	—	—
7	—	—

## Сложная таблица

№	Столбец 1	Столбец 2	Столбец 3	...	Столбец n
1	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—
4	—	—	—	—	—
5	—	—	—	—	—
6	—	—	—	—	—
7	—	—	—	—	—





На финальном слайде можно повторить название лекции или написать призыв к действию

# Финальный слайд

**Иван Иванов**  
Директор по развитию



[fb.com/sergio](https://fb.com/sergio)



[mail@mail.com](mailto:mail@mail.com)

 **НЕТОЛОГИЯ**

---

# Финальный слайд с кнопкой

Купить курс

---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию



fb.com/sergio



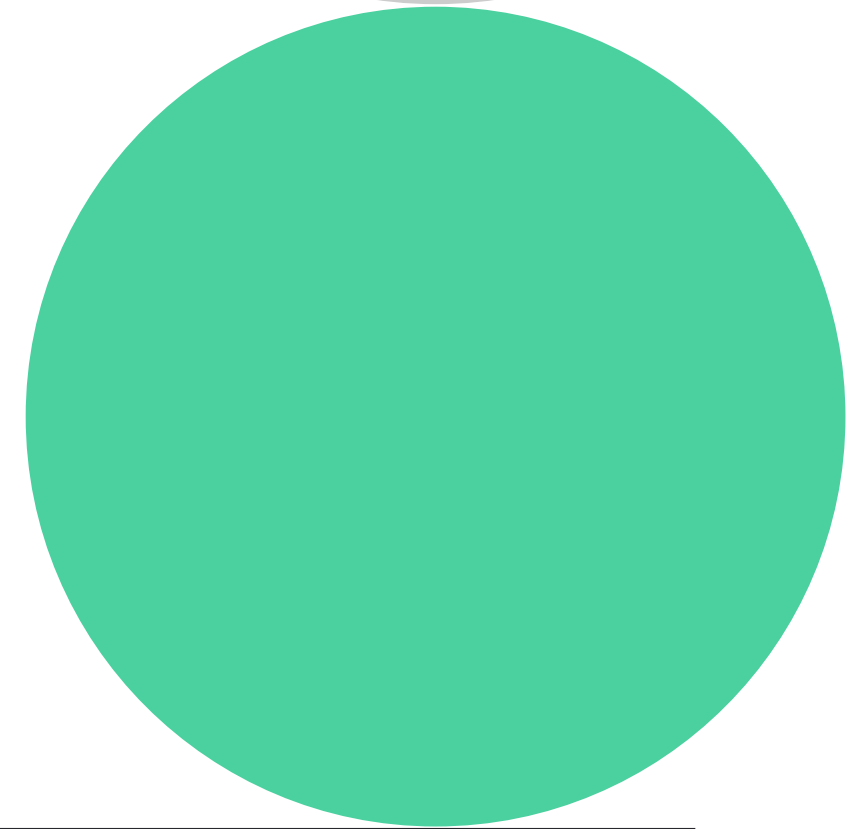
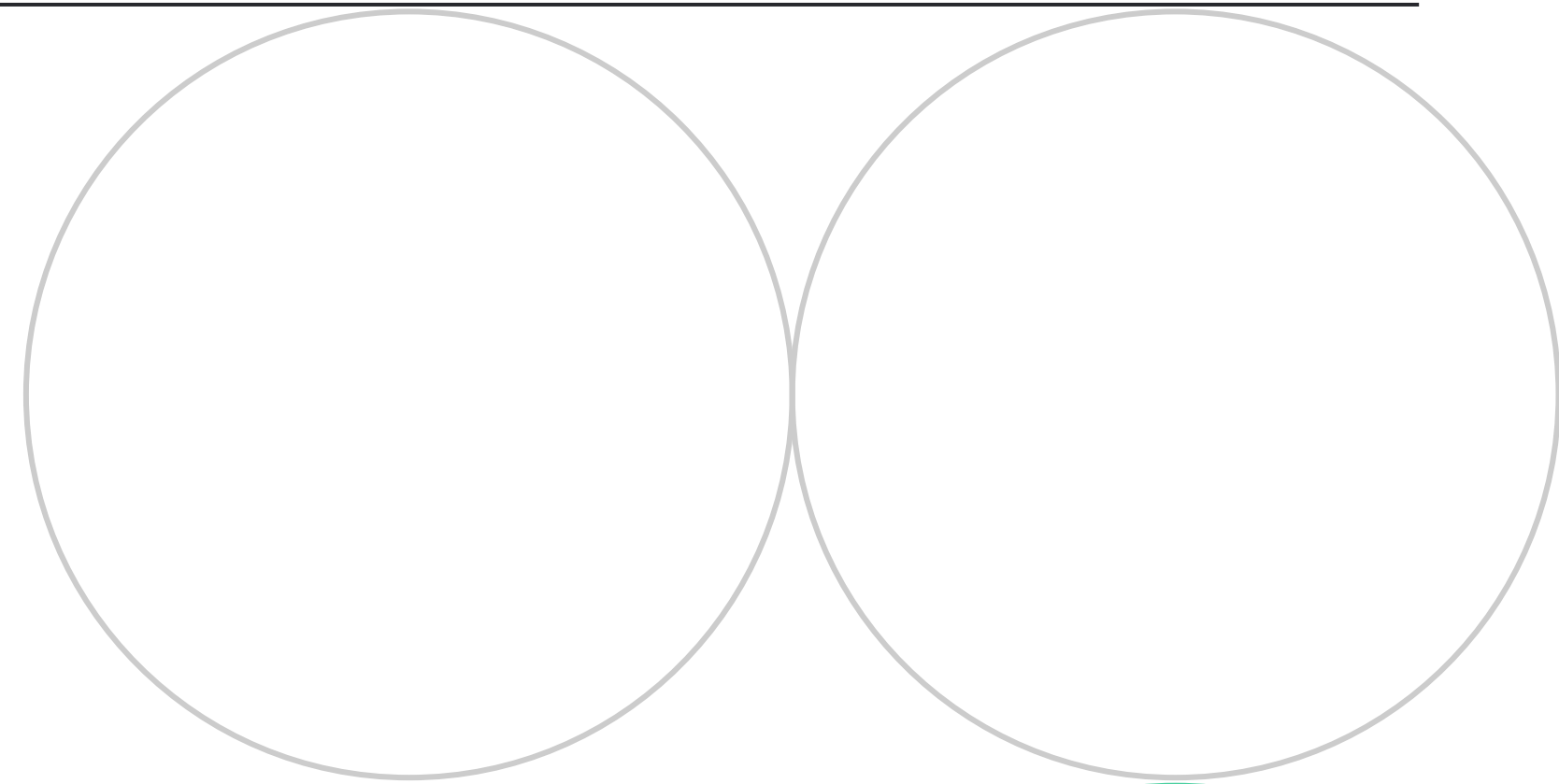
mail@mail.com

 **НЕТОЛОГИЯ**



На финальном слайде можно повторить название лекции или написать призыв к действию

# Финальный слайд



---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию



[fb.com/sergio](https://fb.com/sergio)



[mail@mail.com](mailto:mail@mail.com)



---

# Финальный слайд с кнопкой

Купить курс

---

**Иван Иванов**  
Директор по развитию



fb.com/sergio



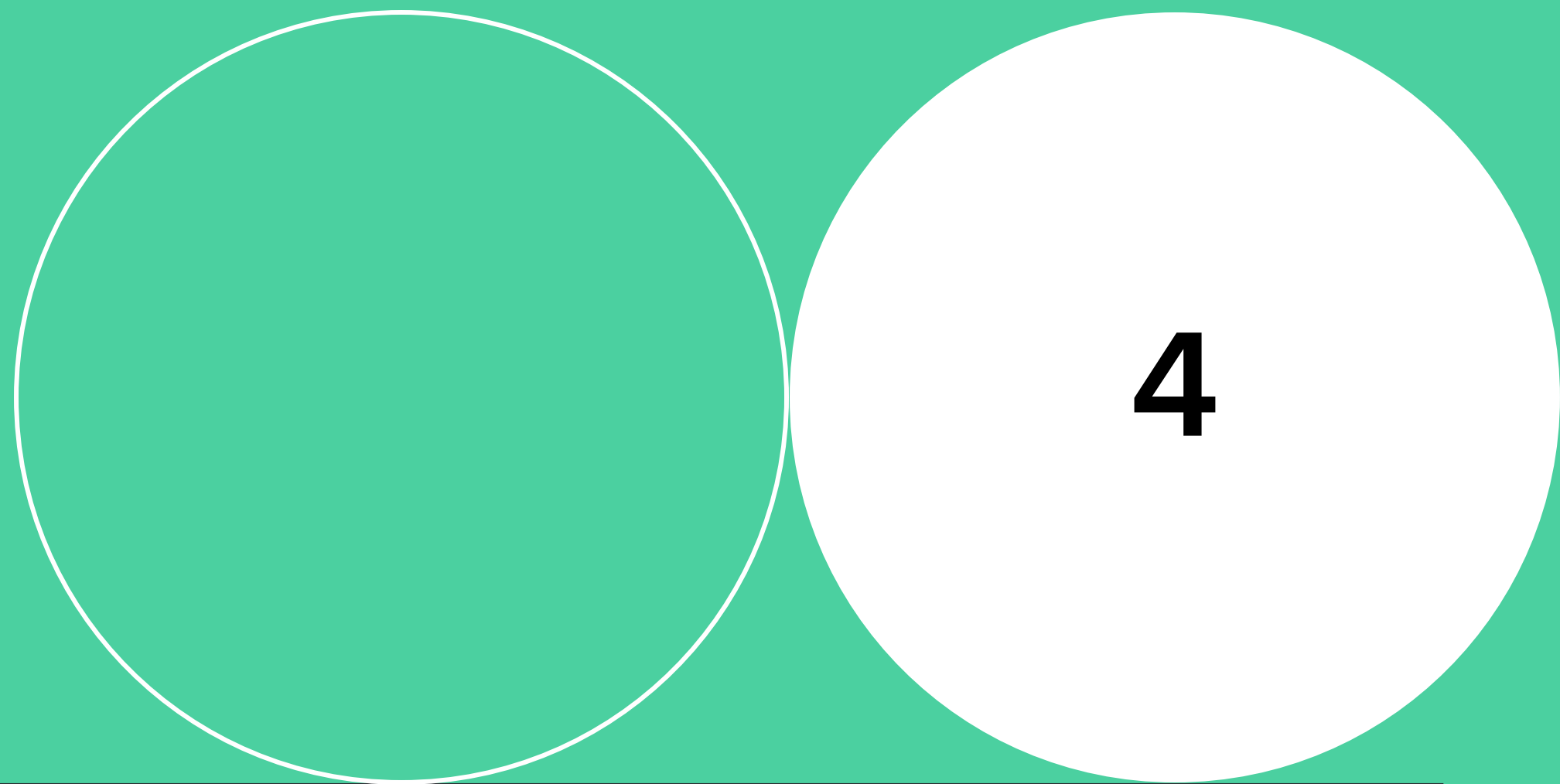
mail@mail.com



---

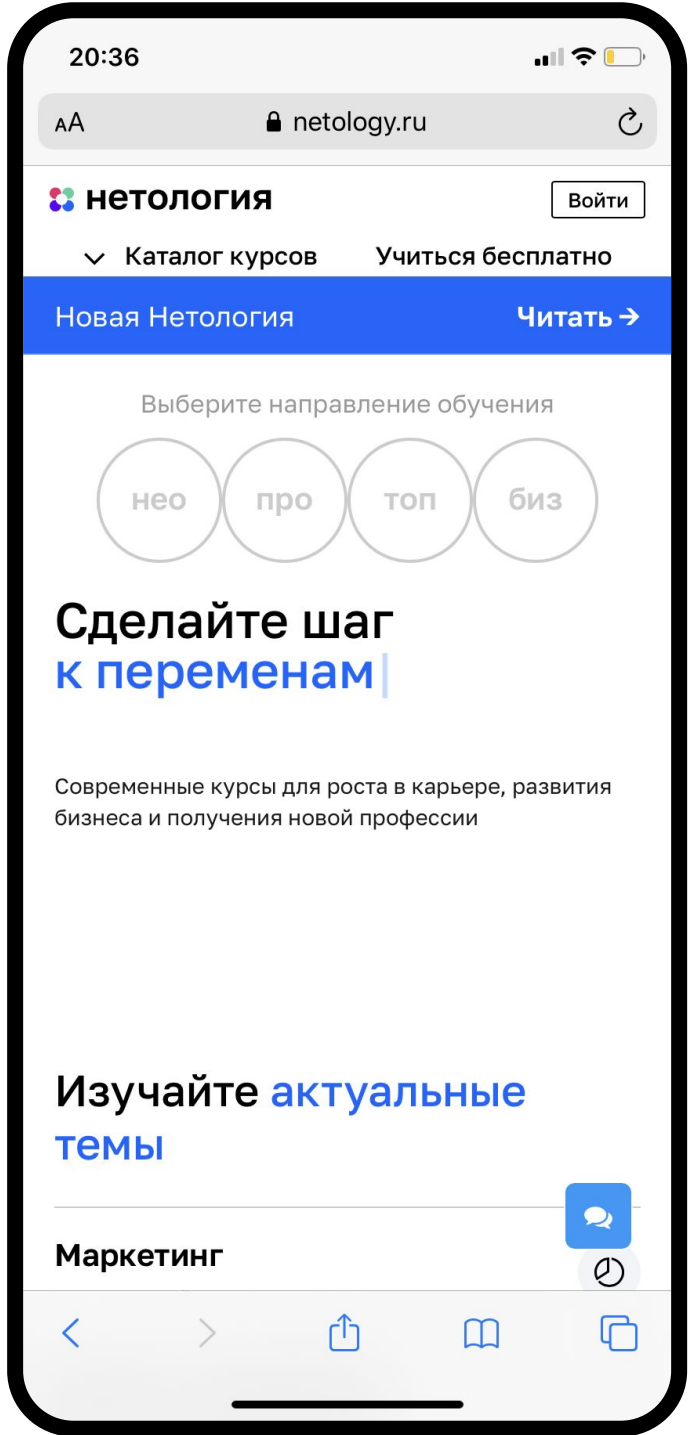
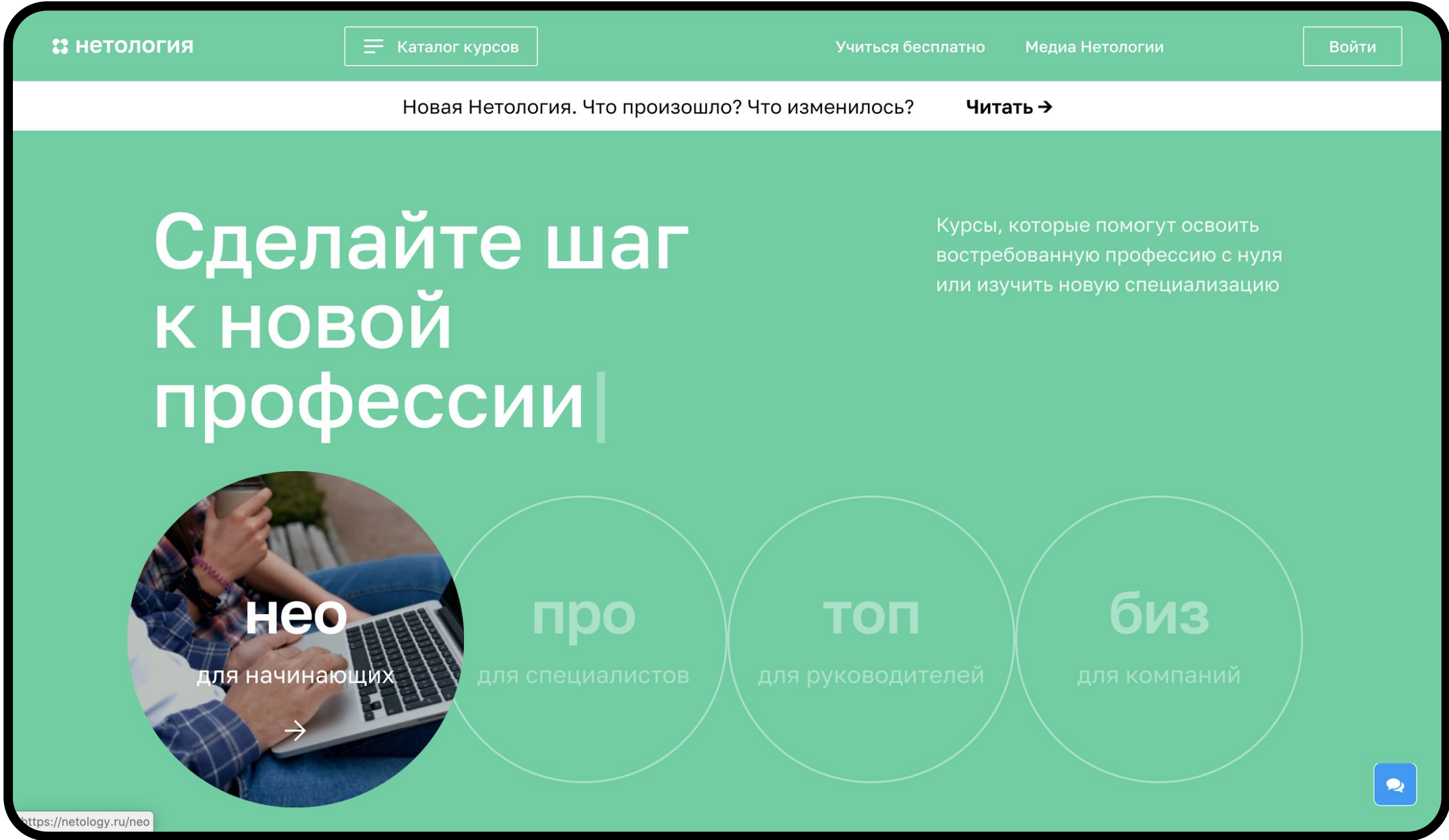
# Дополнительные ресурсы

Иконки и мокапы





# Оформление скриншотов



# Иконки

## Не нашли нужную иконку?

Скачайте её на [flaticon.com](https://flaticon.com)

1. Зайдите на сайт
2. Выберите подходящую иконку
3. В меню справа с тремя точками выберите Paint Collection

Вставьте туда правильную кодировку цвета: **000000**,  
**#4BD0A0**

5. Скачайте иконку в формате PNG (размер 256–512)
6. Перетащите иконку на слайд





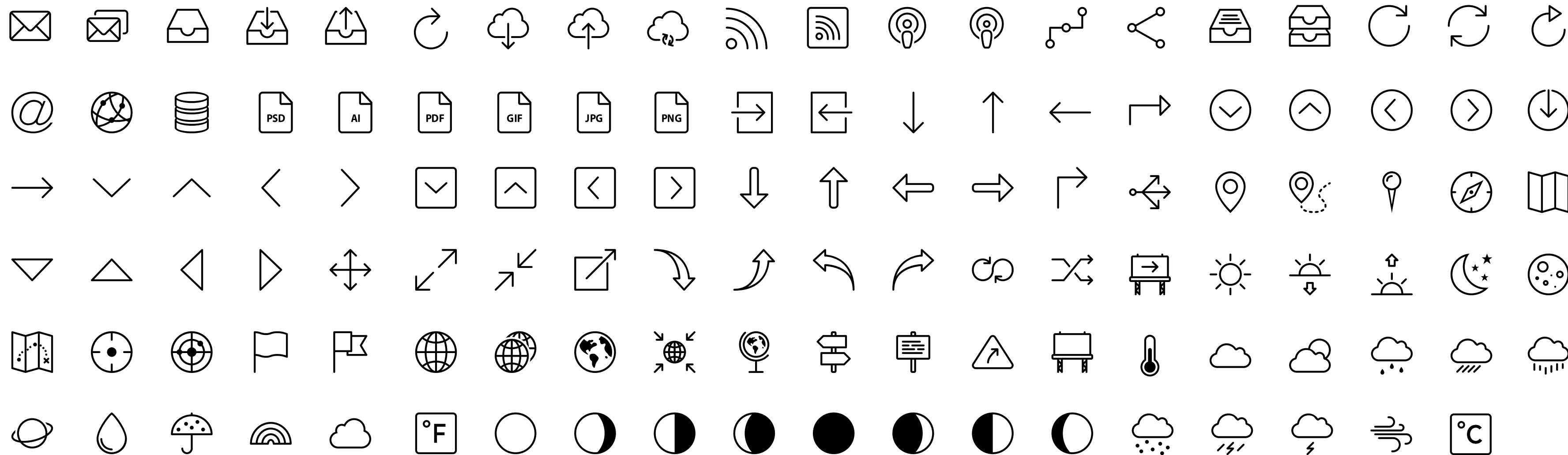
# Иконки



Иконки можно перекрашивать



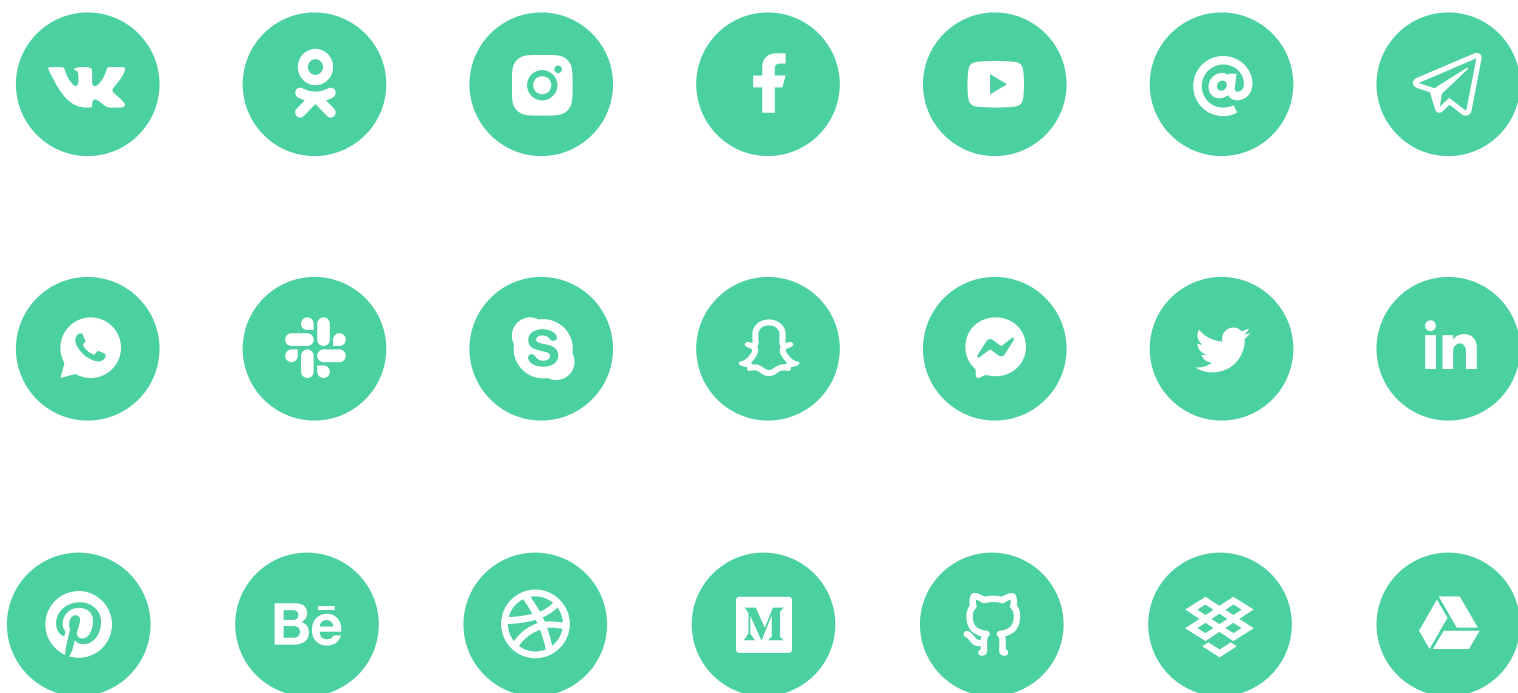
# Иконки



Иконки можно перекрашивать



# Иконки



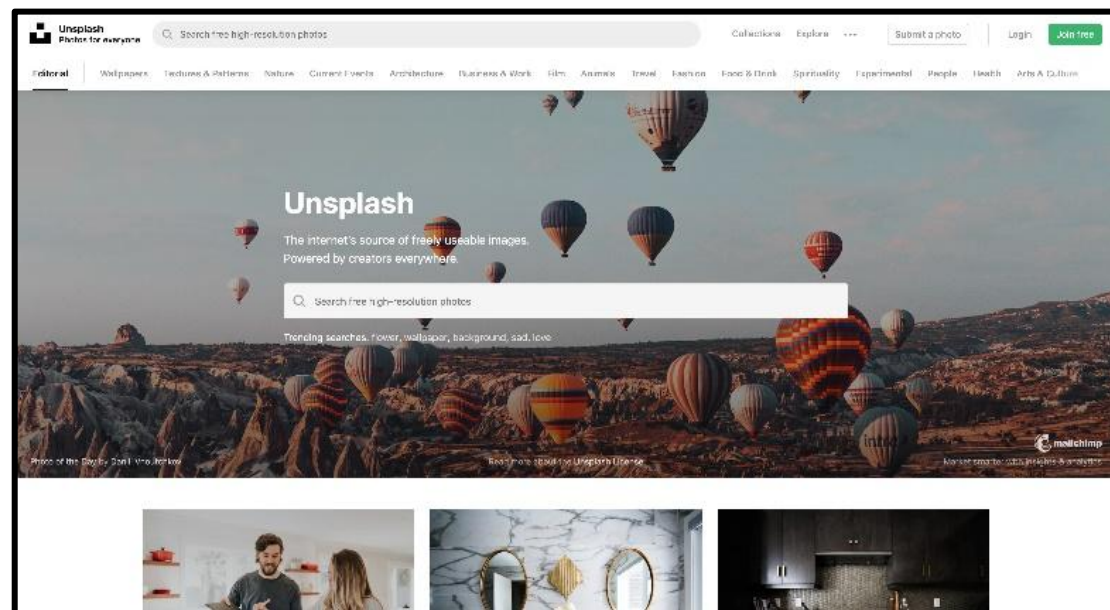
Иконки можно перекрашивать



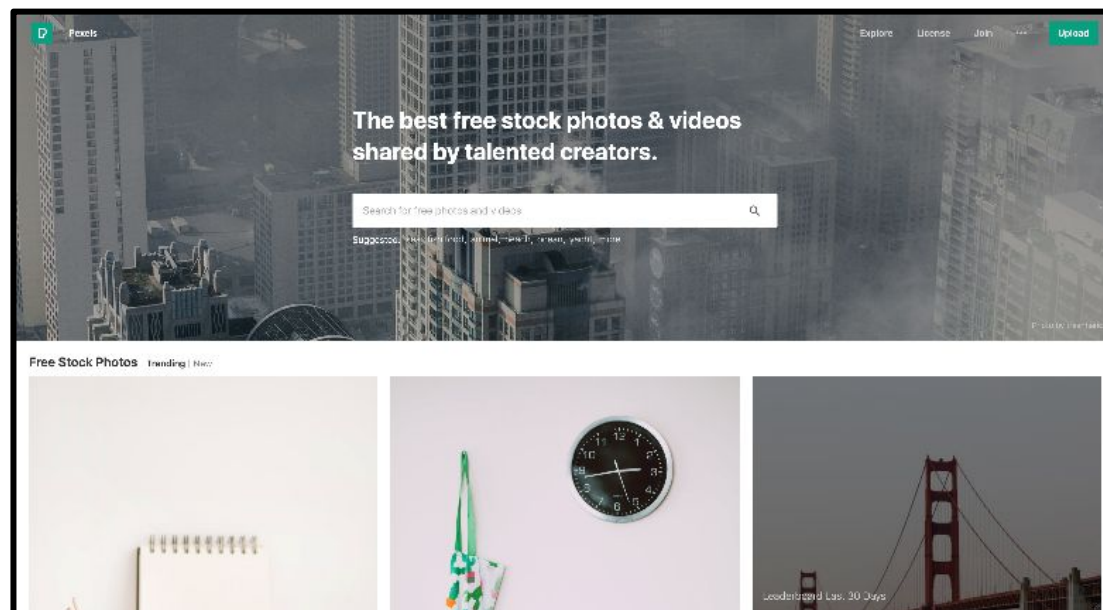
# Картинки

Обязательно указывайте автора и источник, откуда вы взяли картинку. Лучше не скачивать картинки из Google Images и использовать бесплатные фотобанки и не волноваться о правах.

## Unsplash



## Pexels



## Pixabay

