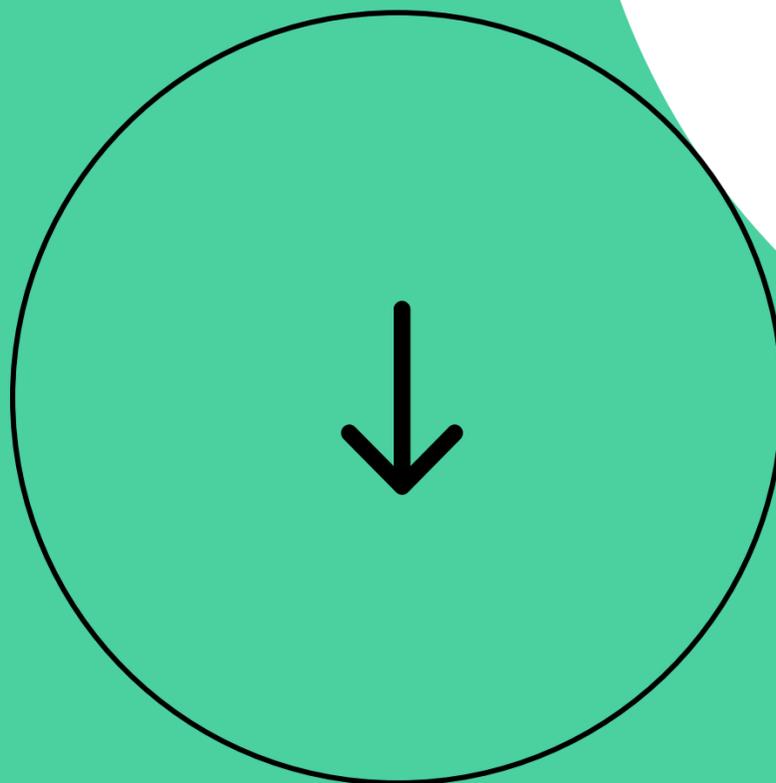


Шаблон презентации

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

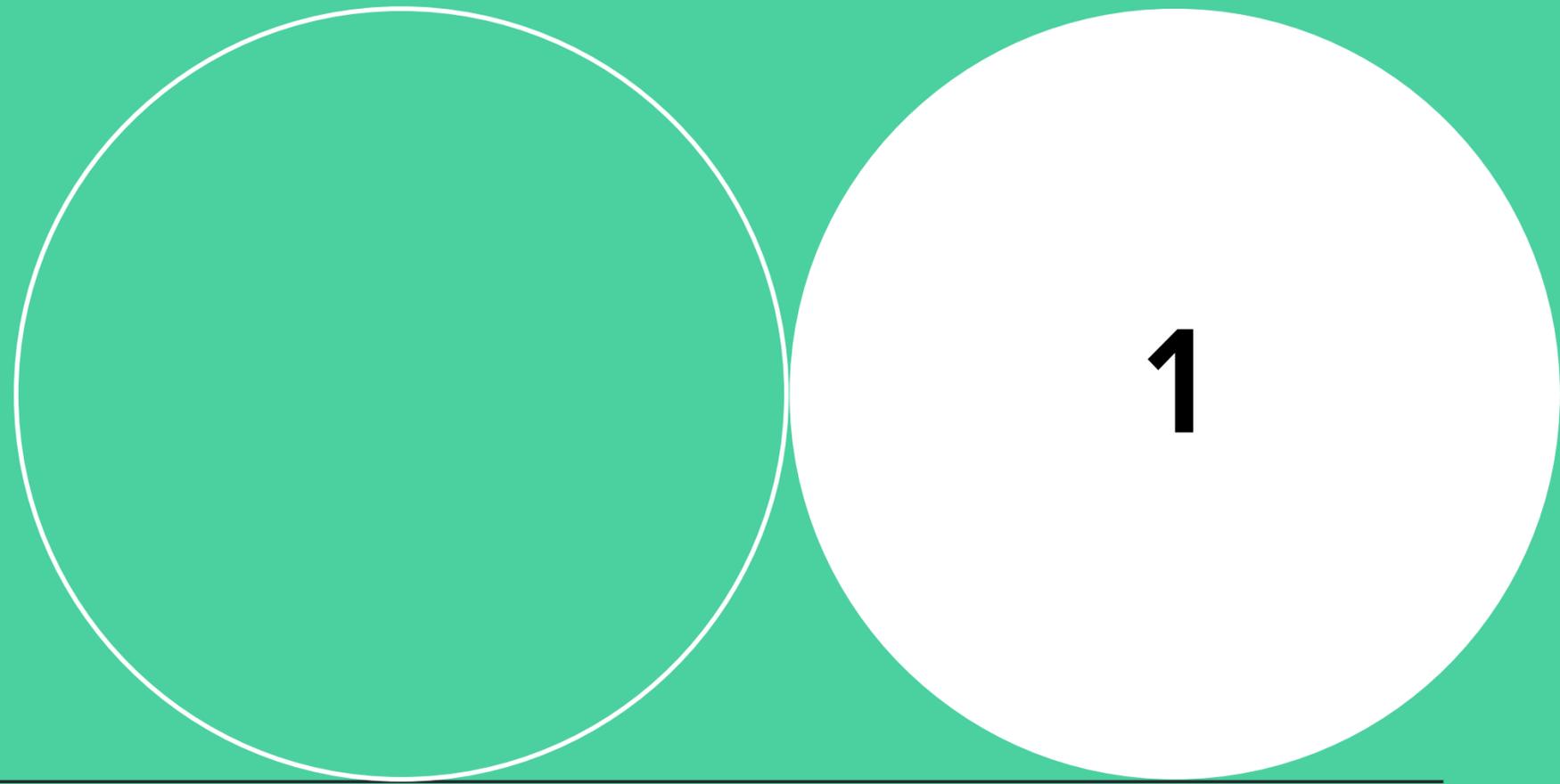


Если вам понравился какой-то слайд из этого файла, вы можете скопировать его и использовать в своих презентациях.



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



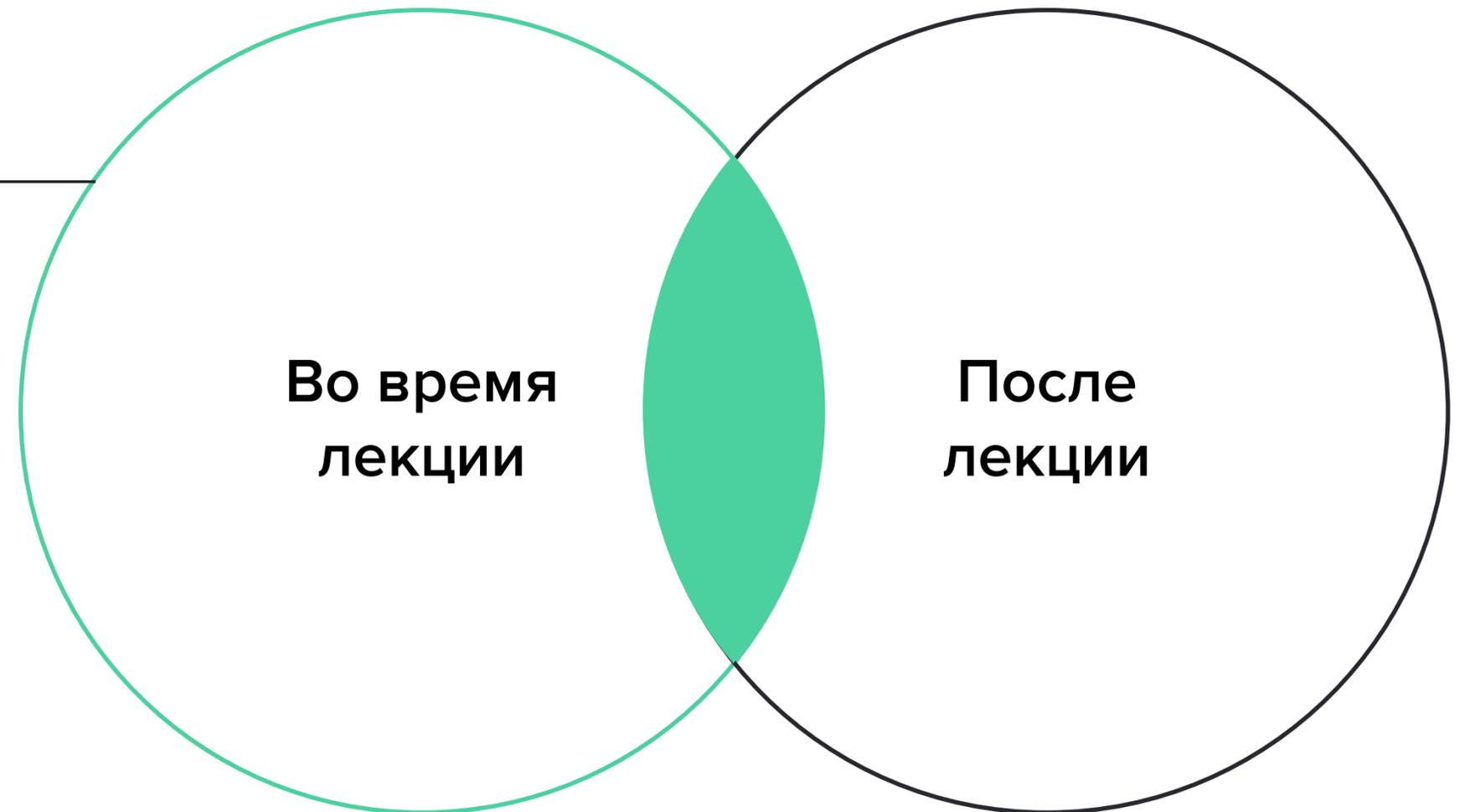
Вы будете показывать презентацию параллельно со своим рассказом

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.

netология

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

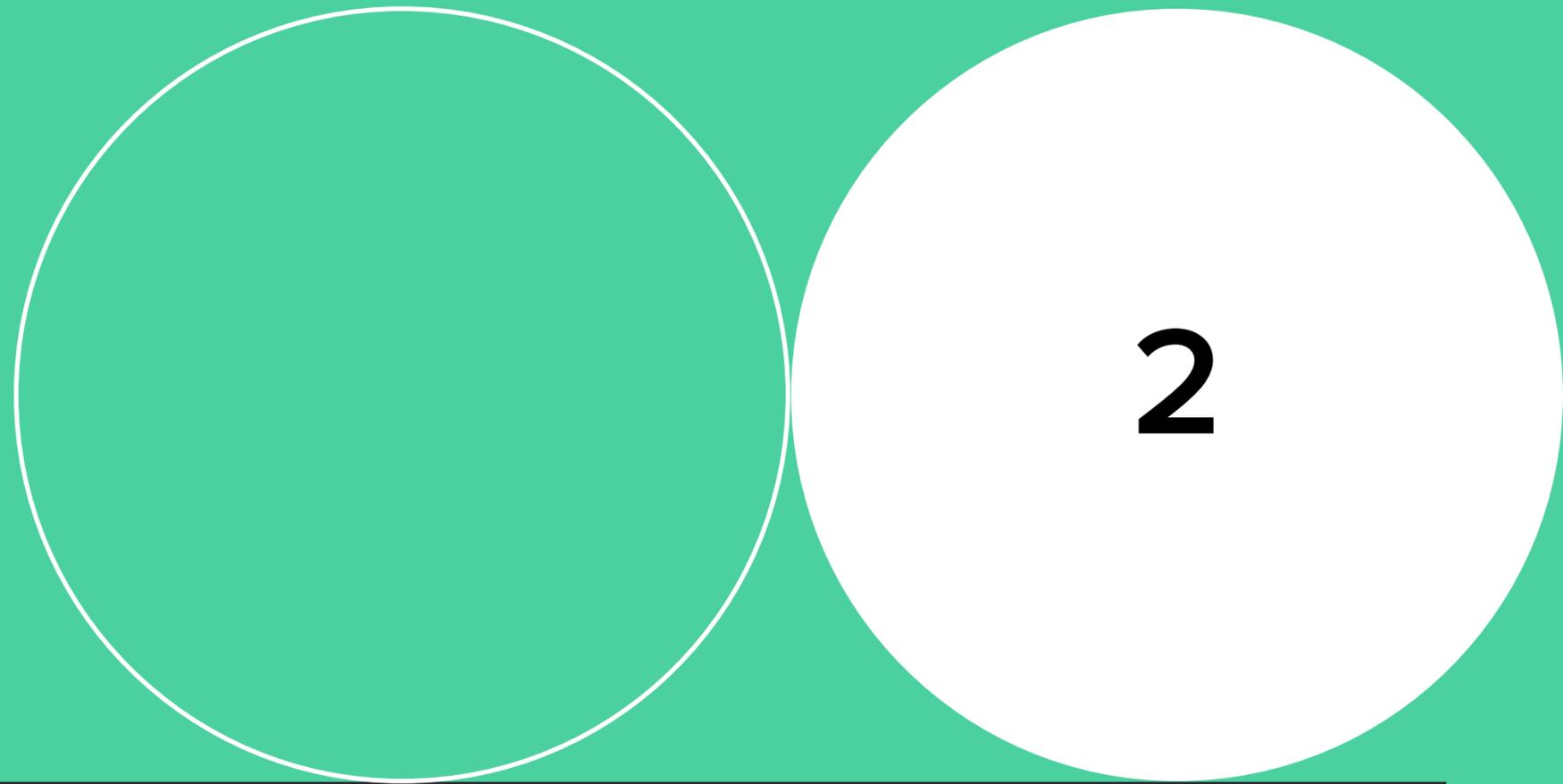
Вовлечение

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

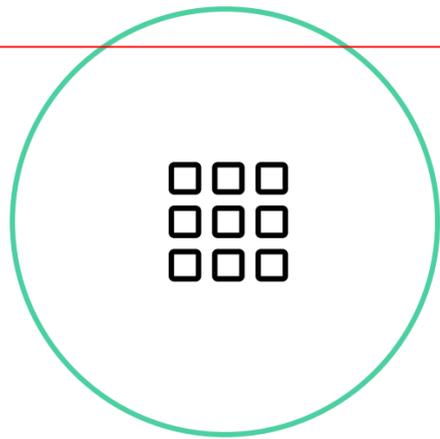
Выбирайте цвета из нашей палитры



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

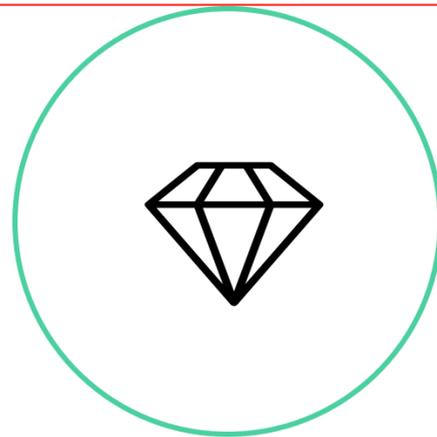


Соблюдайте правила оформления



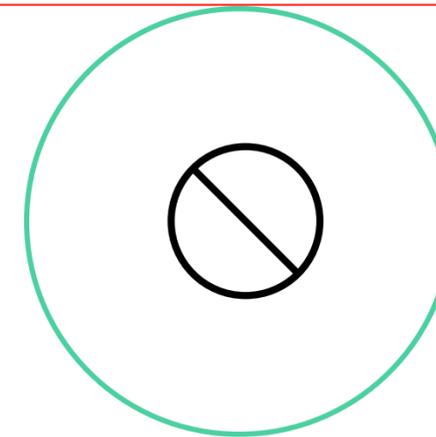
Выравнивайте контент на слайде

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

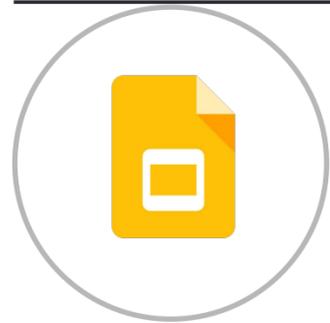
Полужирный

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

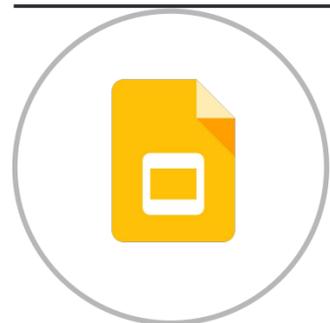
Полужирный

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

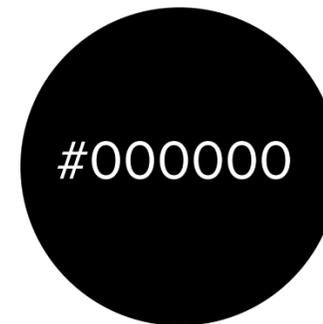
Выбрать из палитры шаблона

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

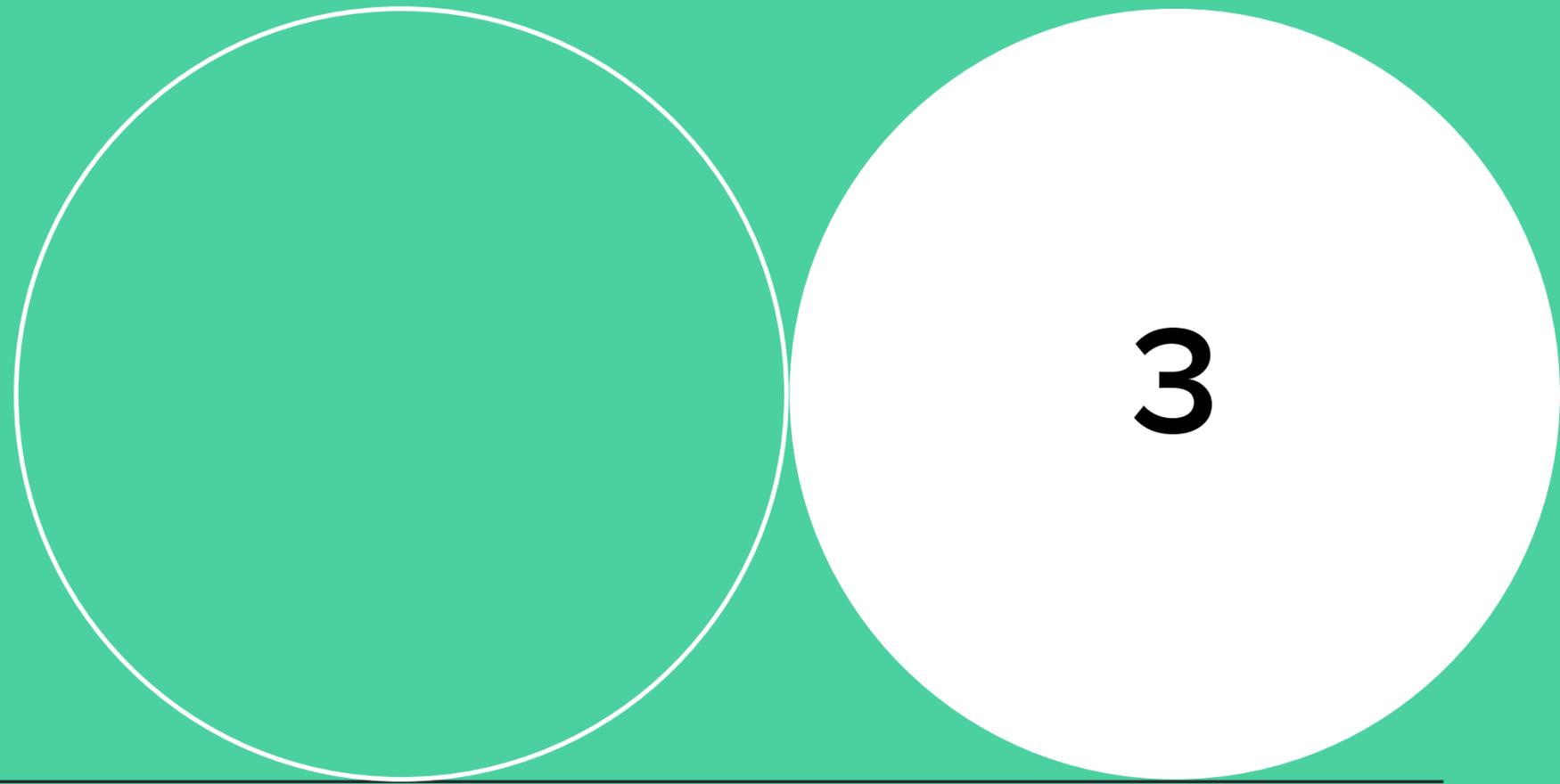


Дополнительный цвет для текста и графических элементов



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

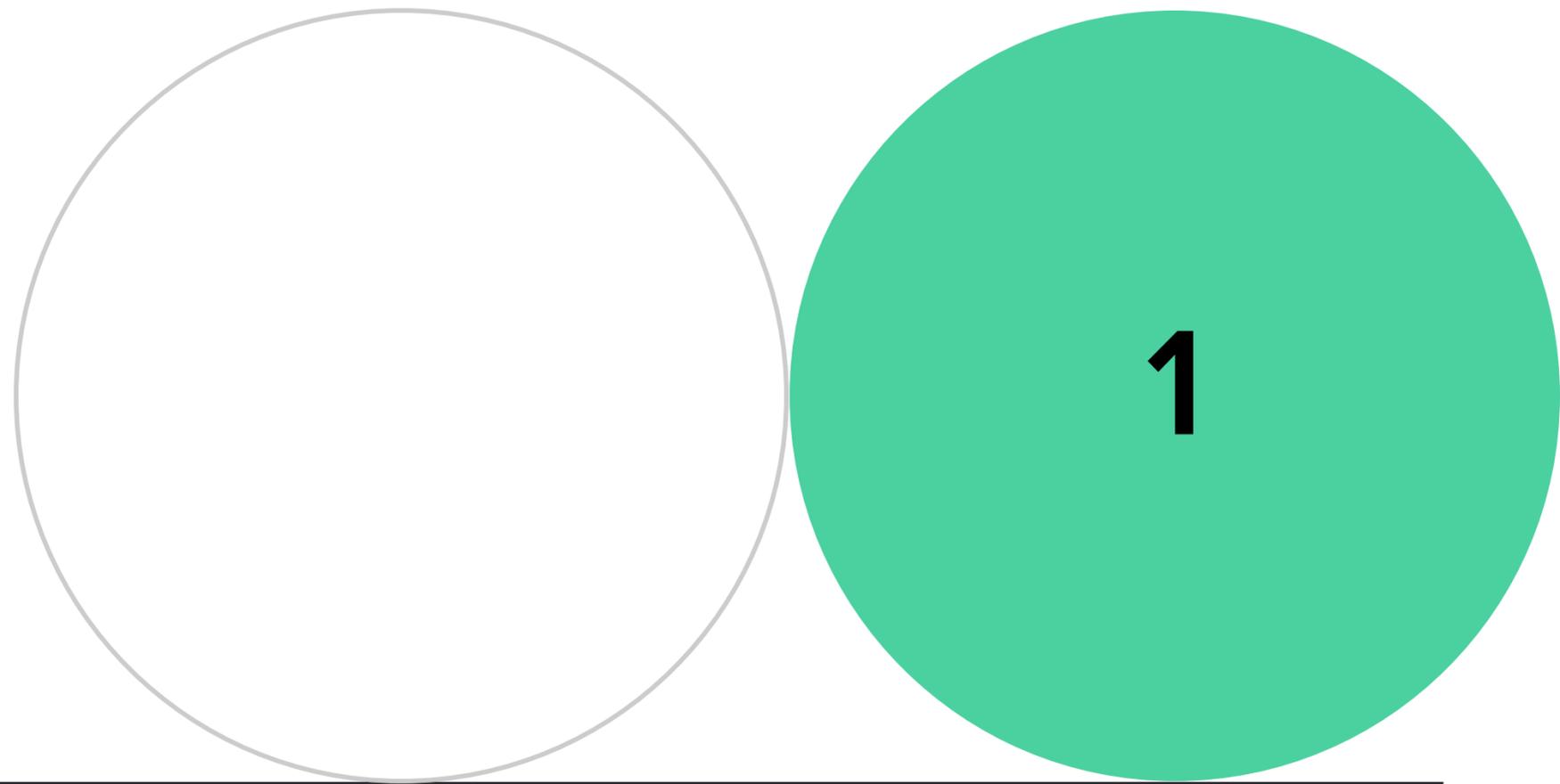


Таргетированная
реклама



Название слайда раздела

Подзаголовок



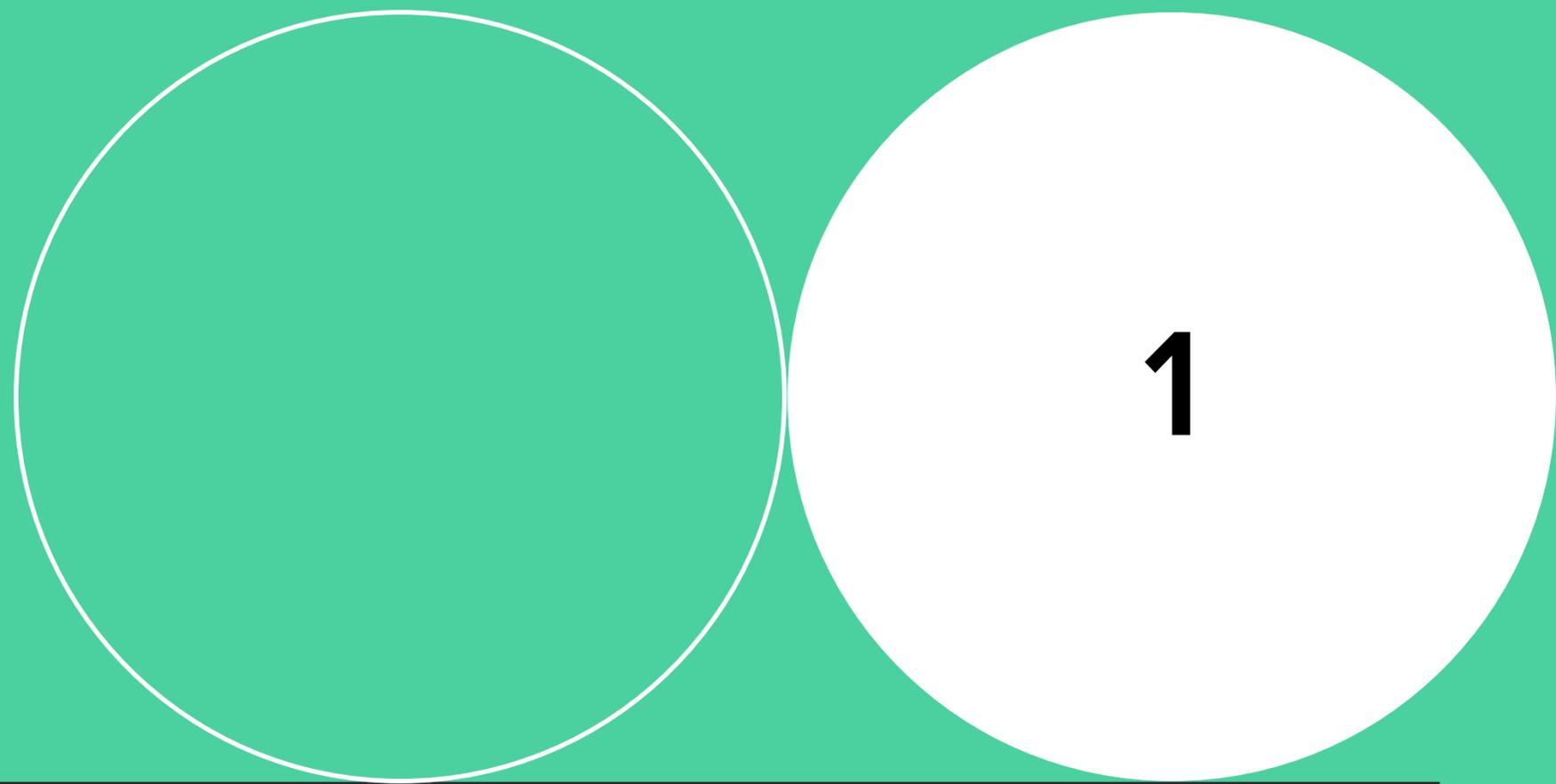
Иван Иванов
Директор по развитию

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 МВА в РЭУ им. Плеханова, МГУ, Сколково
- Эксперт по внедрению Agile в Сбербанке

Аккаунты в соц.сетях

 fb.com/dmcherednik





Дмитрий Чередник

Управляющий партнер

Аккаунты в соц.сетях

 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

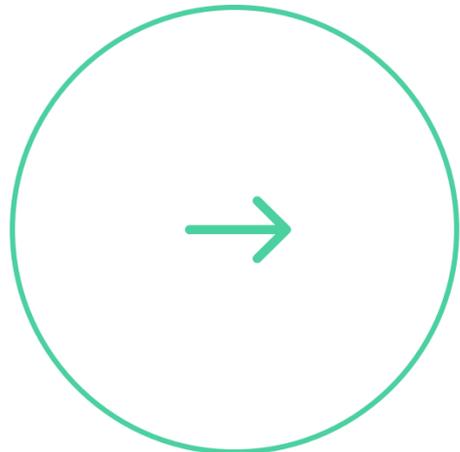
Присутствие
не наблюдение

3

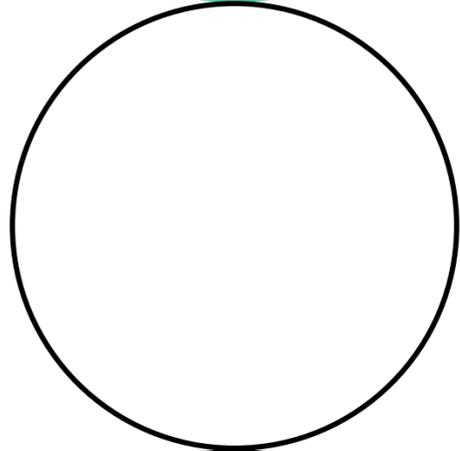
Присутствие
не наблюдение



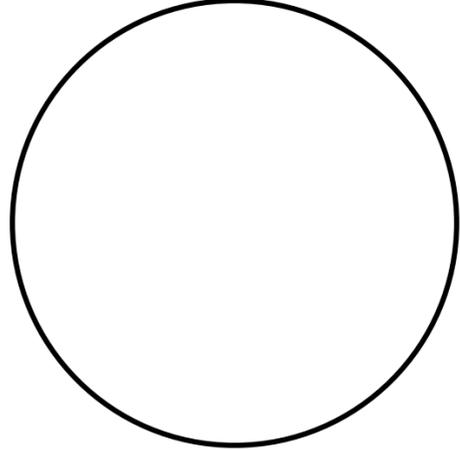
Вертикальный список



**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

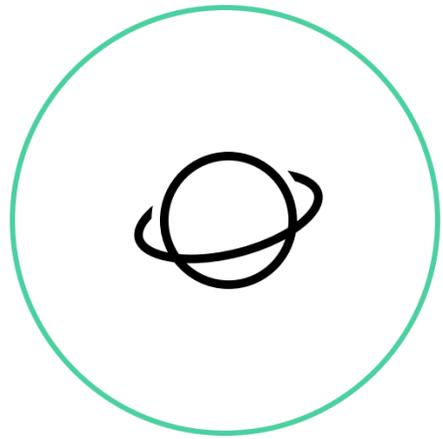
Катерина Умнова

Юзабилити-эксперт. Проектировщик интерфейсов

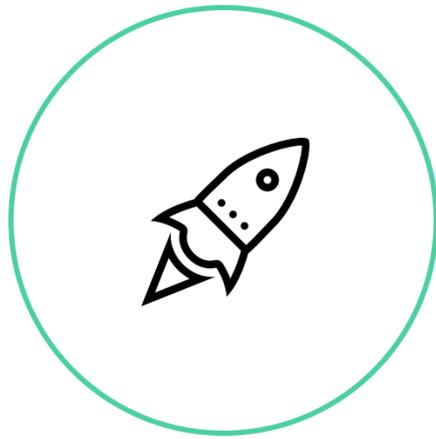
Постановка маркетинговых целей.
Построение пути потребителя и определение точек контакта с ним. Digital-стратегия: ее компоненты и этапы формирования. Выбор инструментов и каналов продвижения.



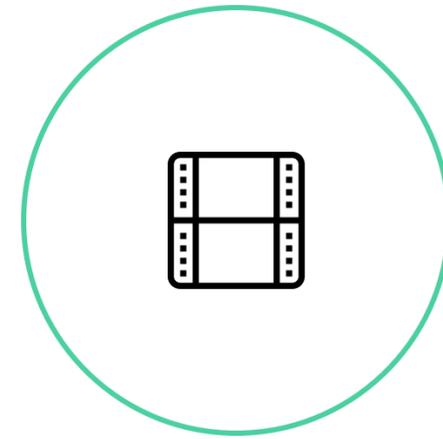
3 элемента на слайде



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



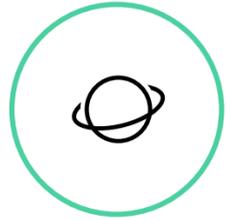
Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



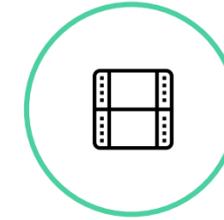
6 элементов на слайде



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



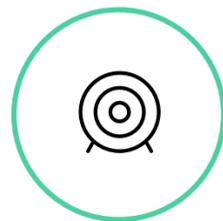
Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



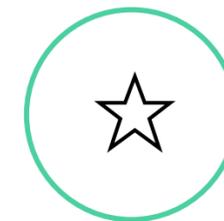
Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



Основы брендинга:
с чего начинаются
успешные бренды



Наши партнеры

 S7 Airlines

ВкусВилл

 МТС

 Билайн

 @ mail.ru
group

КРОК

 QIWI

 Alfa-Bank

Яндекс

 Ростелеком


Audi

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

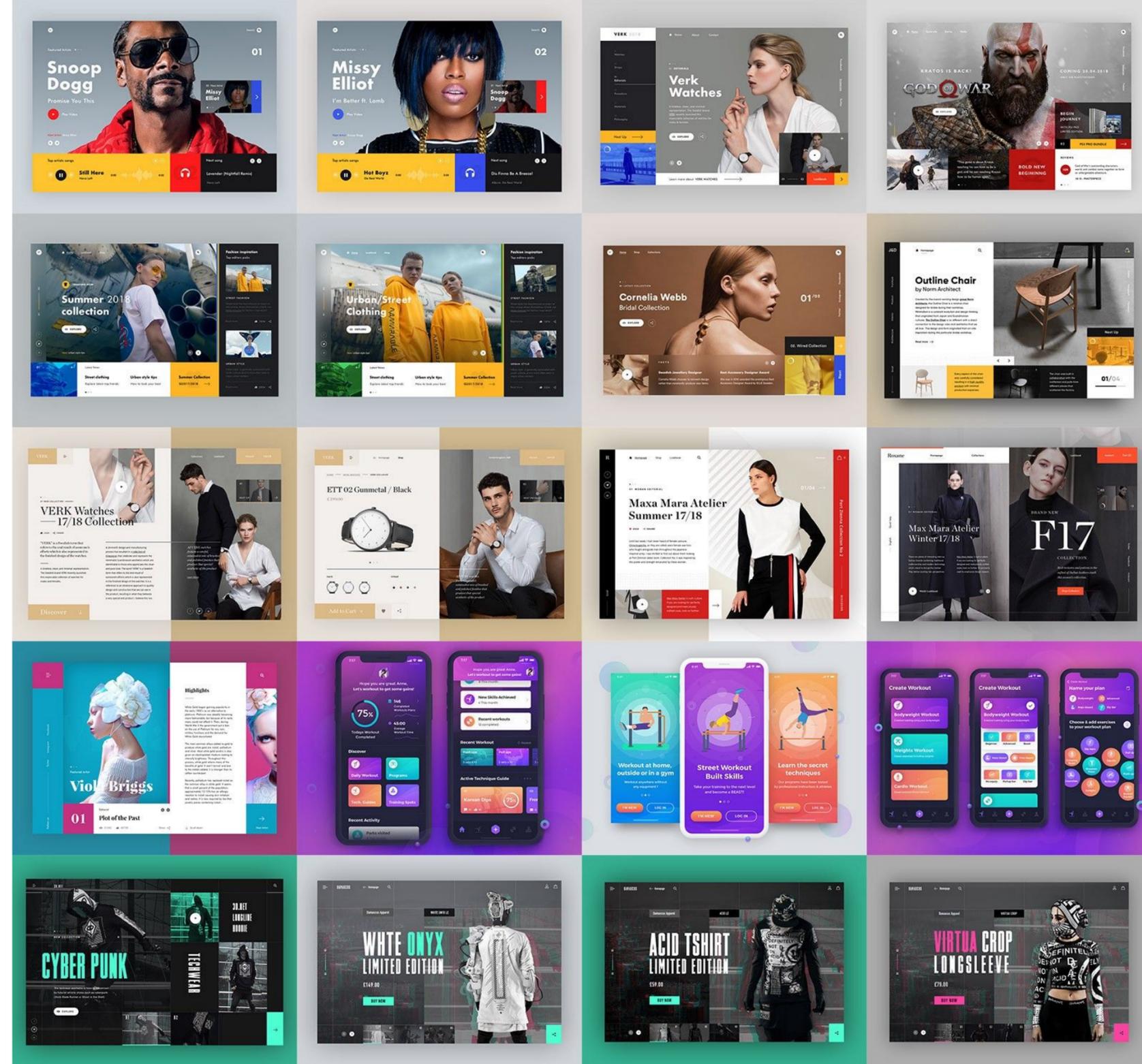


1.

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)

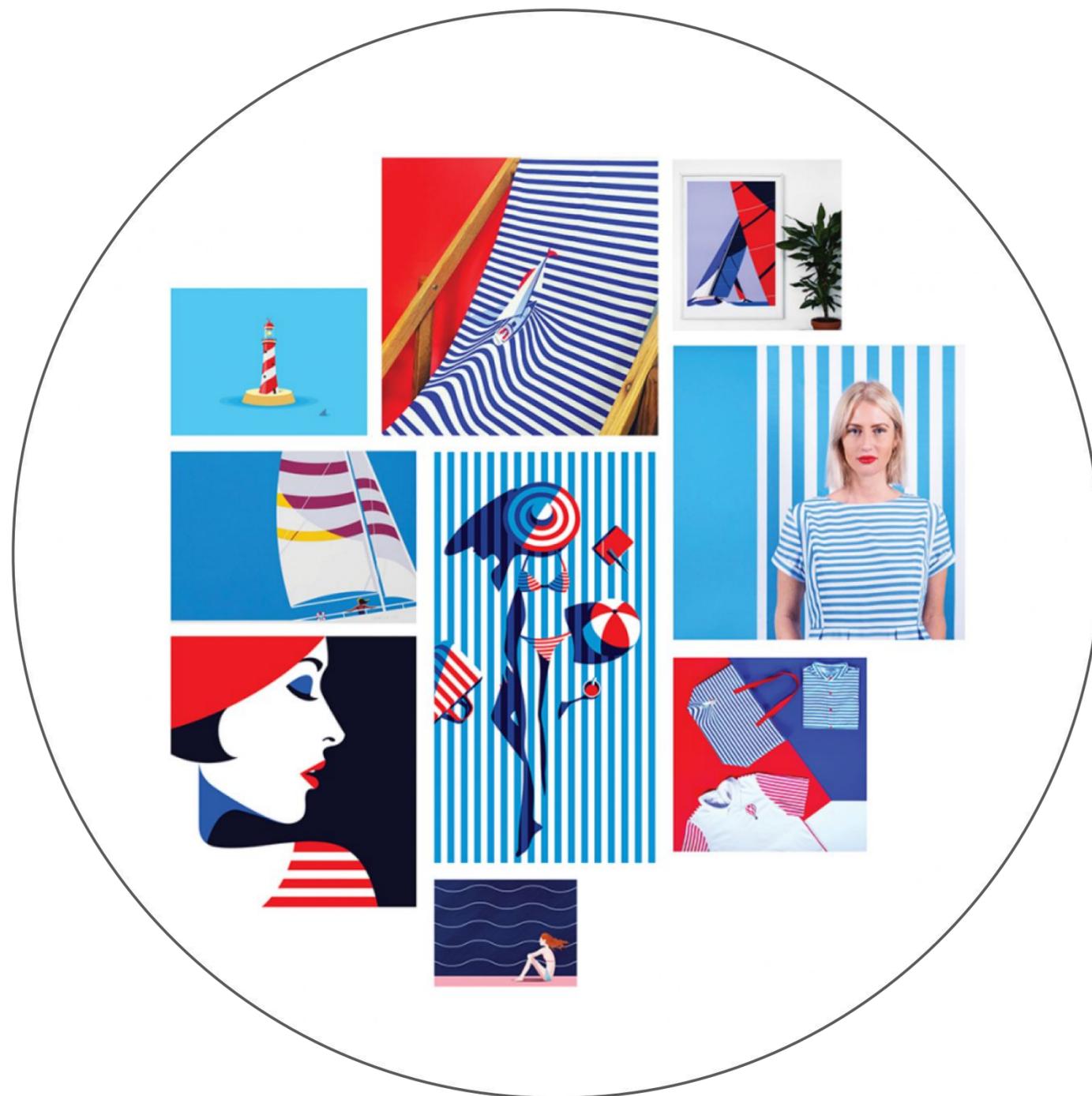


1.

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

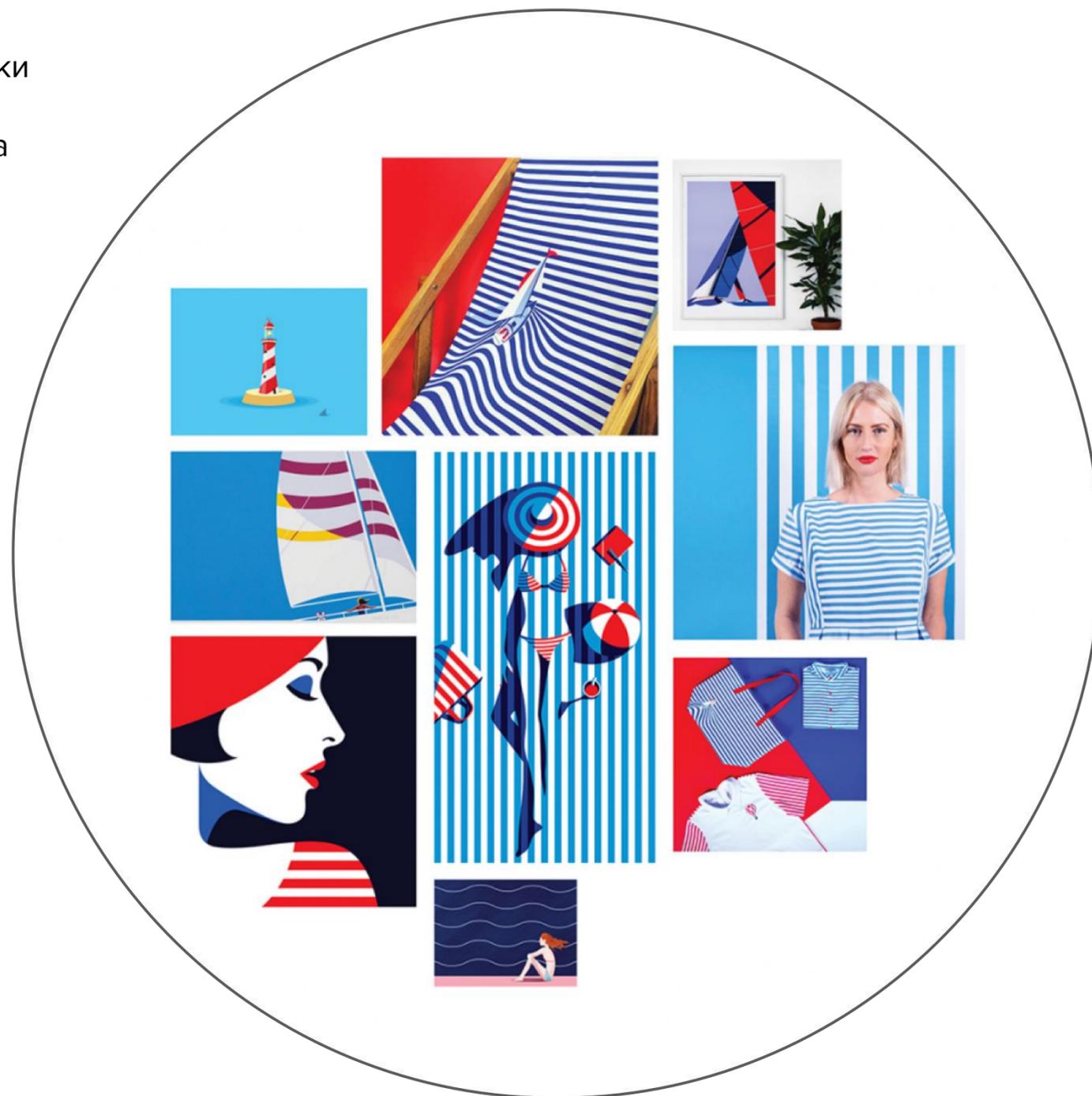
Собрать мудборд



Крупные заголовки
при небольшом
количестве текста

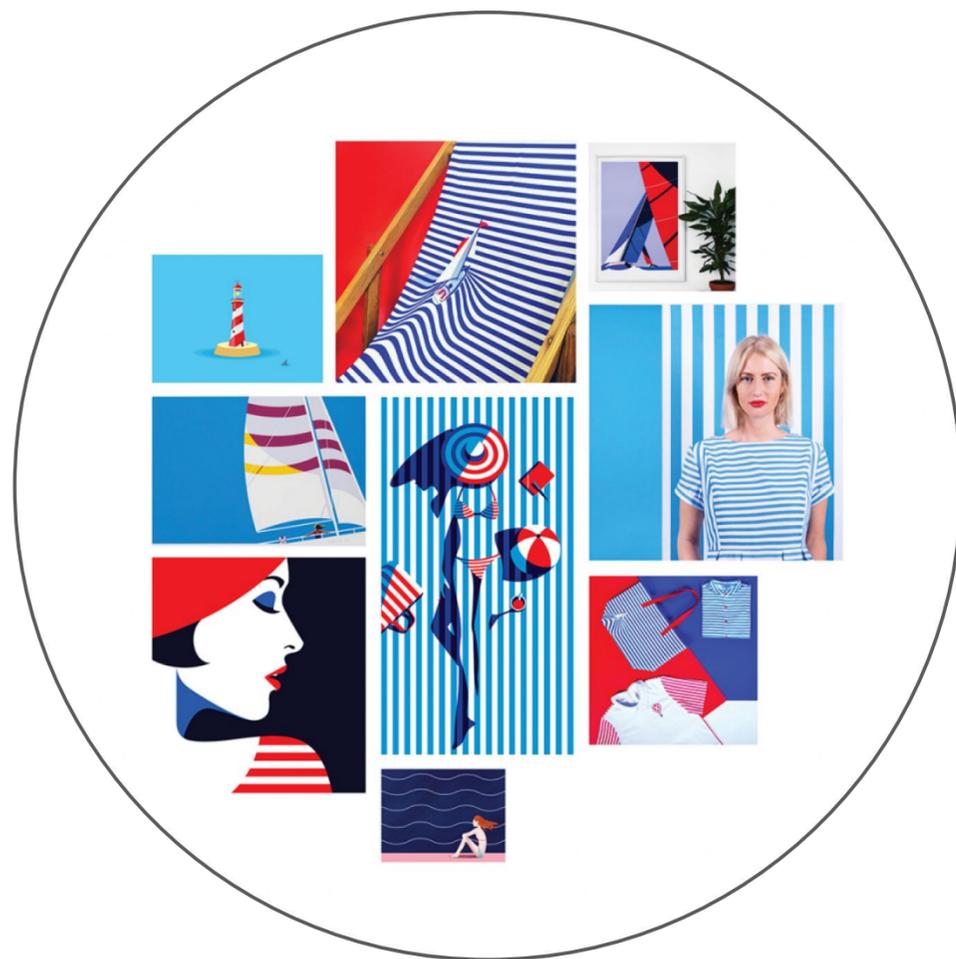
Moodboard — коллекция визуальных примеров (референсов), которую вы собираете под конкретный проект, чтобы опираться на нее.

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)

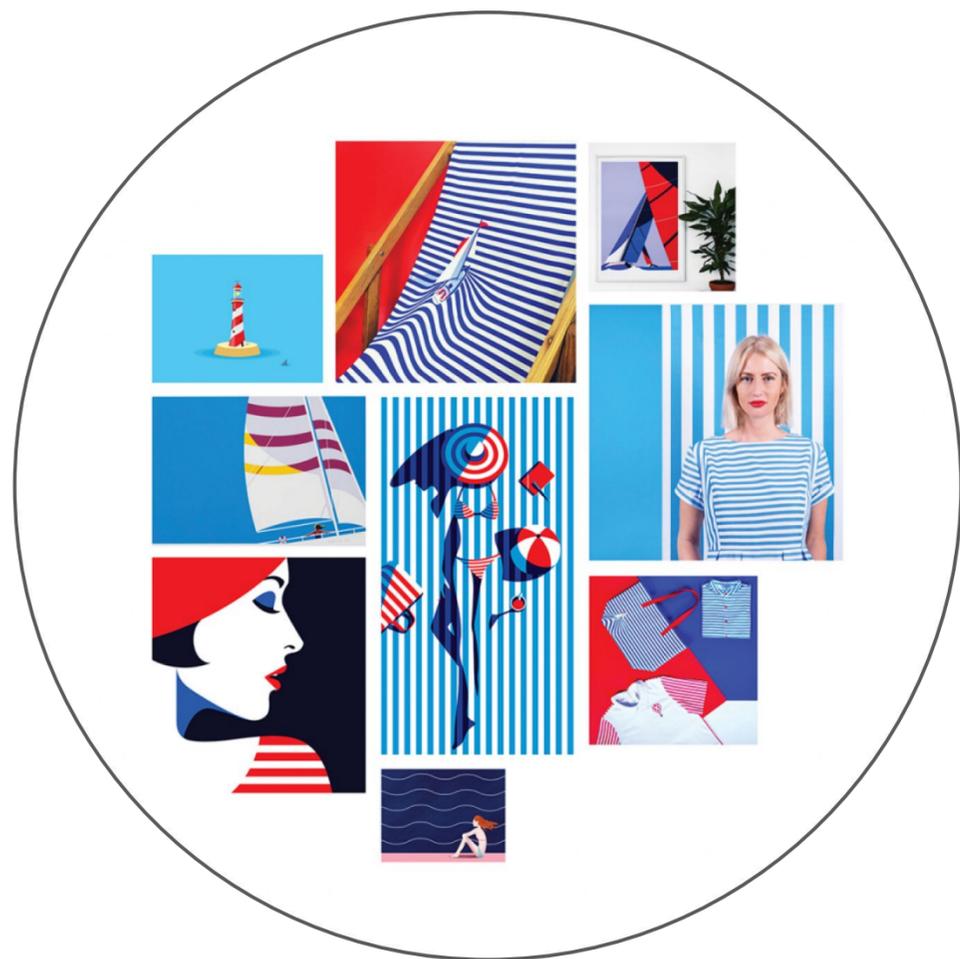
Если вы создаёте мудборд для тестового задания, тема может быть указана в требованиях. Если же её нет, вы можете сами очертить рамки. Всё зависит от того, для какой сферы деятельности нужен мудборд и какую визуальную интонацию вы хотите использовать.



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.



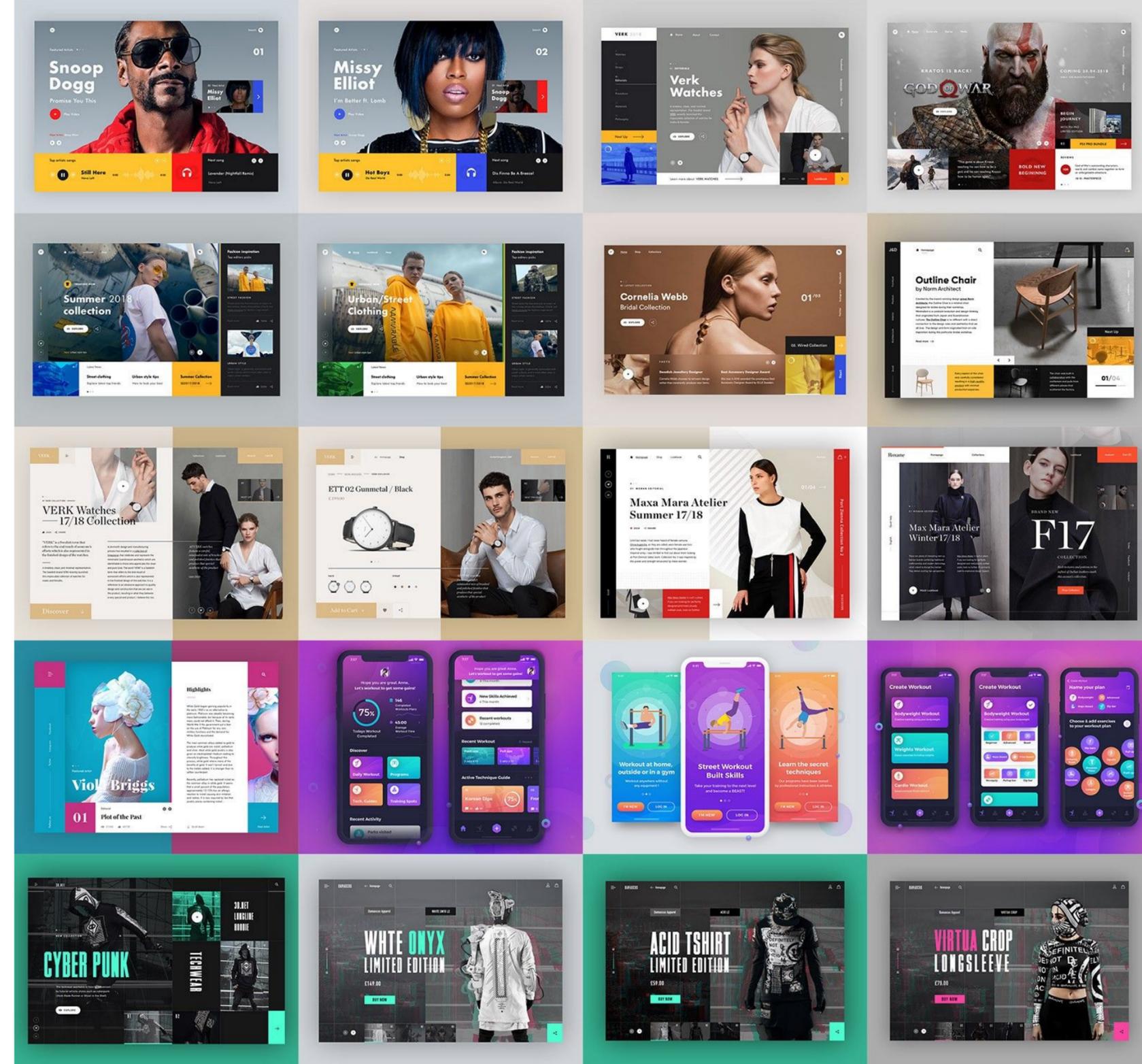
Собрать мудборд

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).



Собрать мудборд



Заголовки при большом 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)

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



mail@mail.com

 **НЕТОЛОГИЯ**

Финальный слайд с кнопкой

Купить курс

Иван Иванов
Директор по развитию

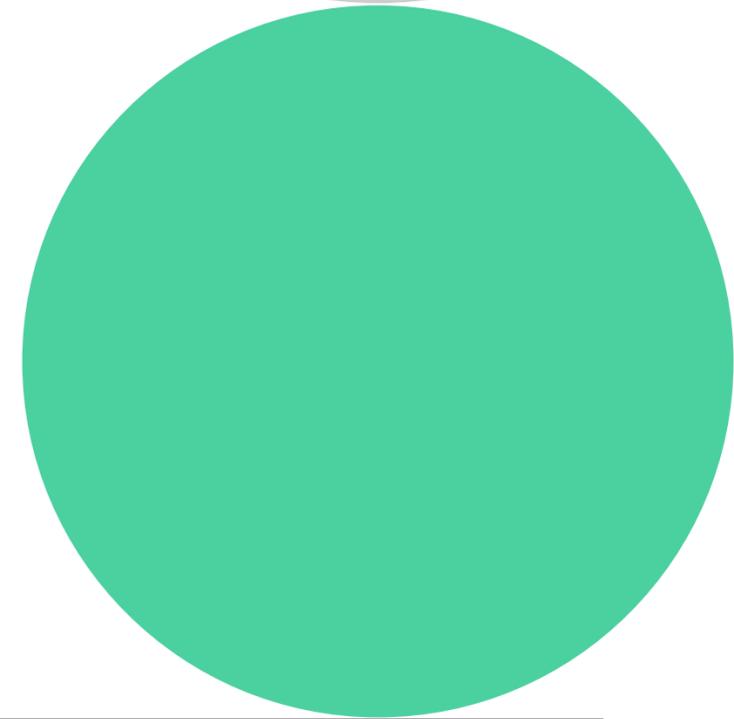
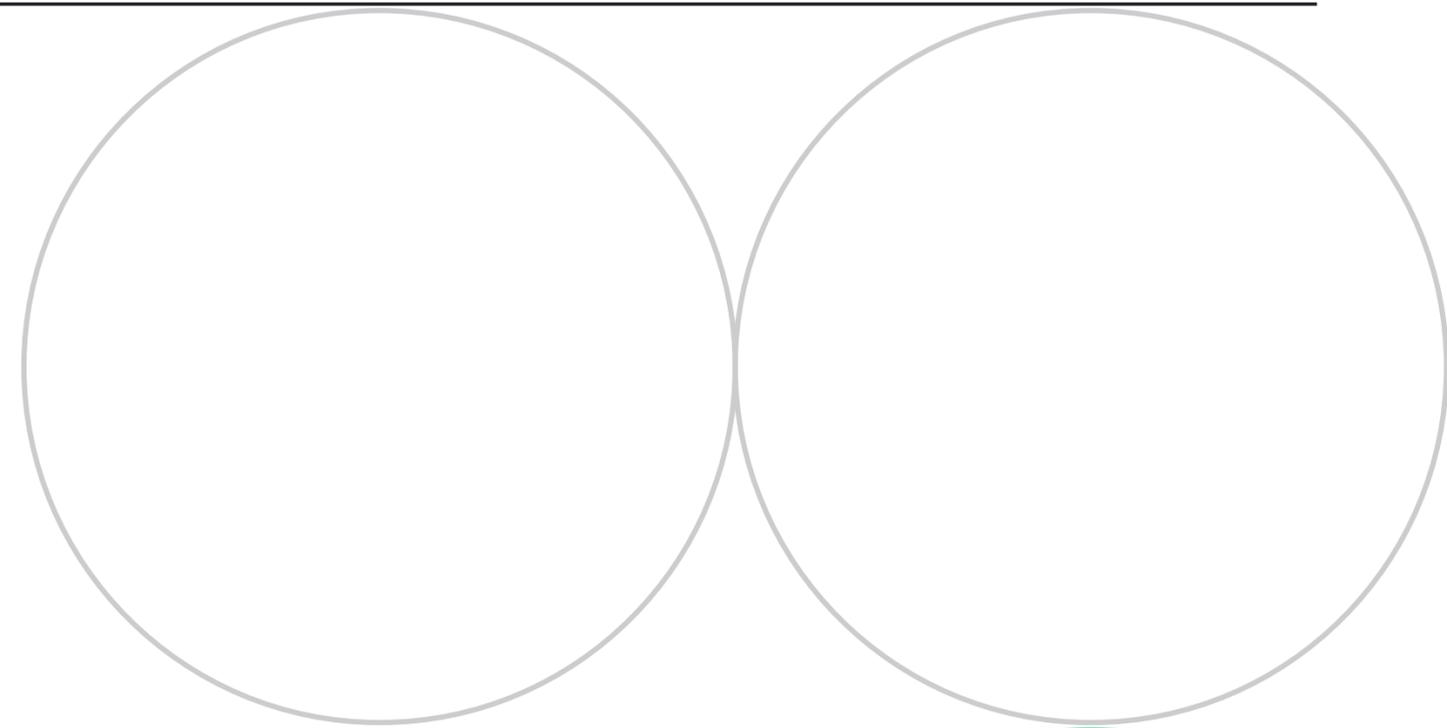


 **НЕТОЛОГИЯ**



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

Финальный слайд



Иван Иванов
Директор по развитию



fb.com/sergio



mail@mail.com



Финальный слайд с кнопкой

Купить курс

Иван Иванов
Директор по развитию



fb.com/sergio

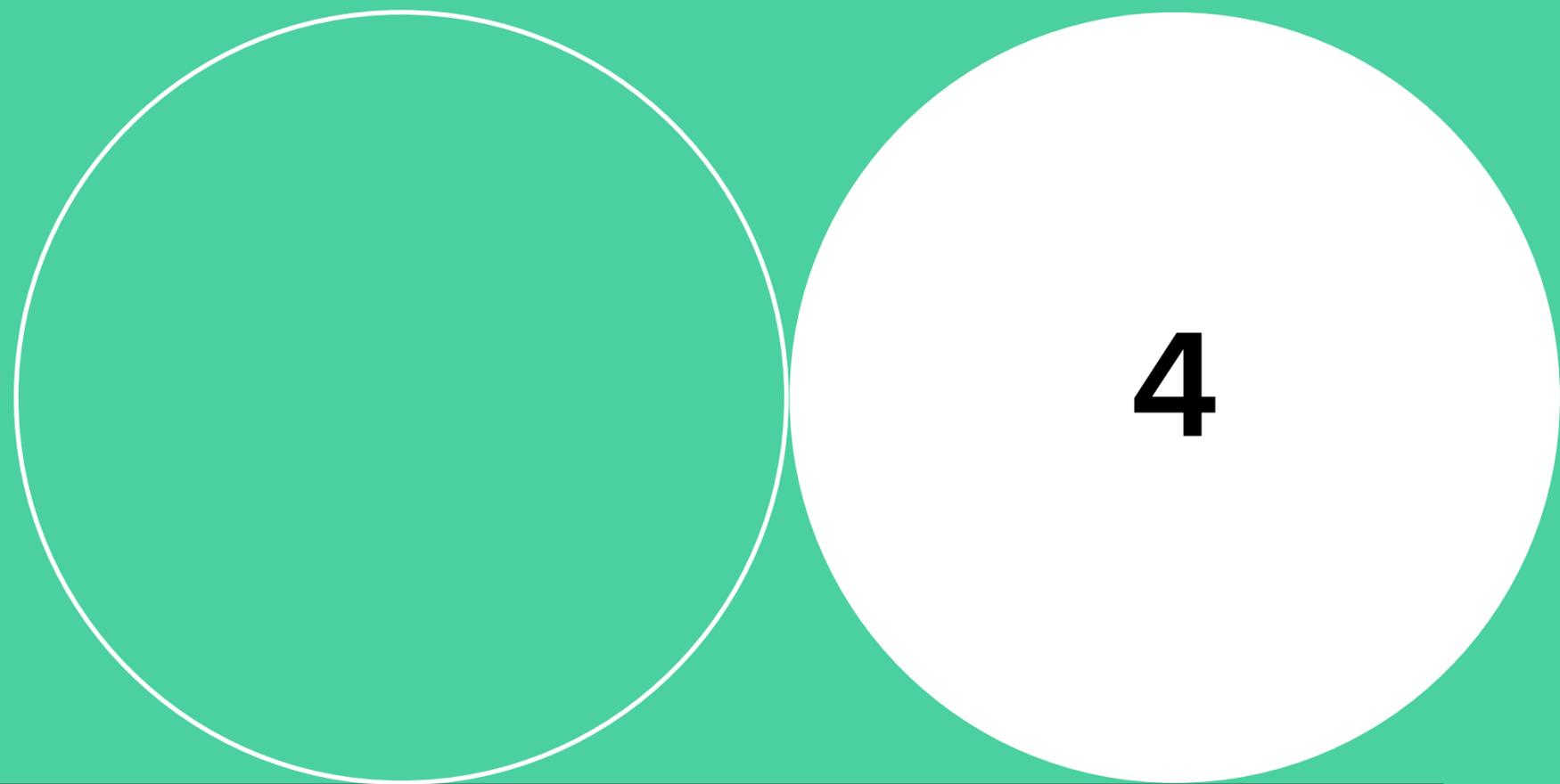


mail@mail.com

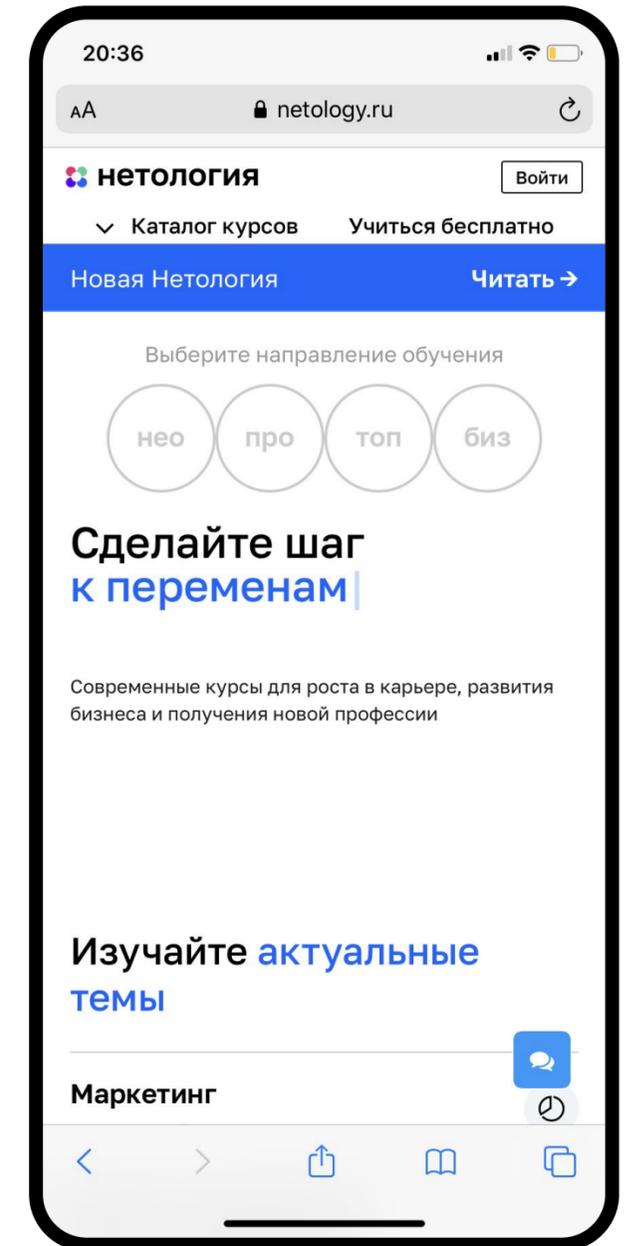
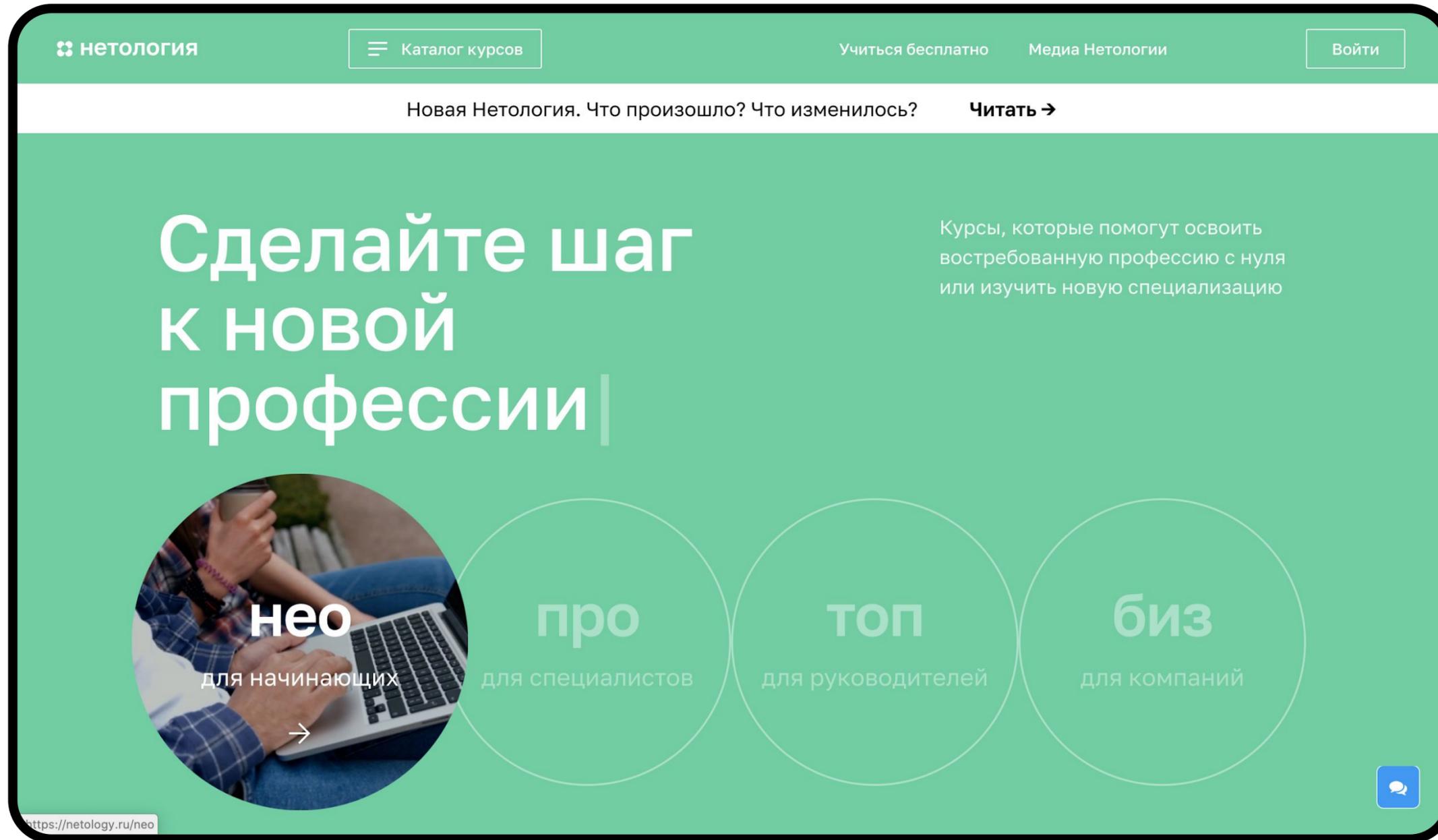


Дополнительные ресурсы

Иконки и мокапы



Оформление скриншотов



Иконки

Не нашли нужную иконку?

Скачайте её на flaticon.com

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



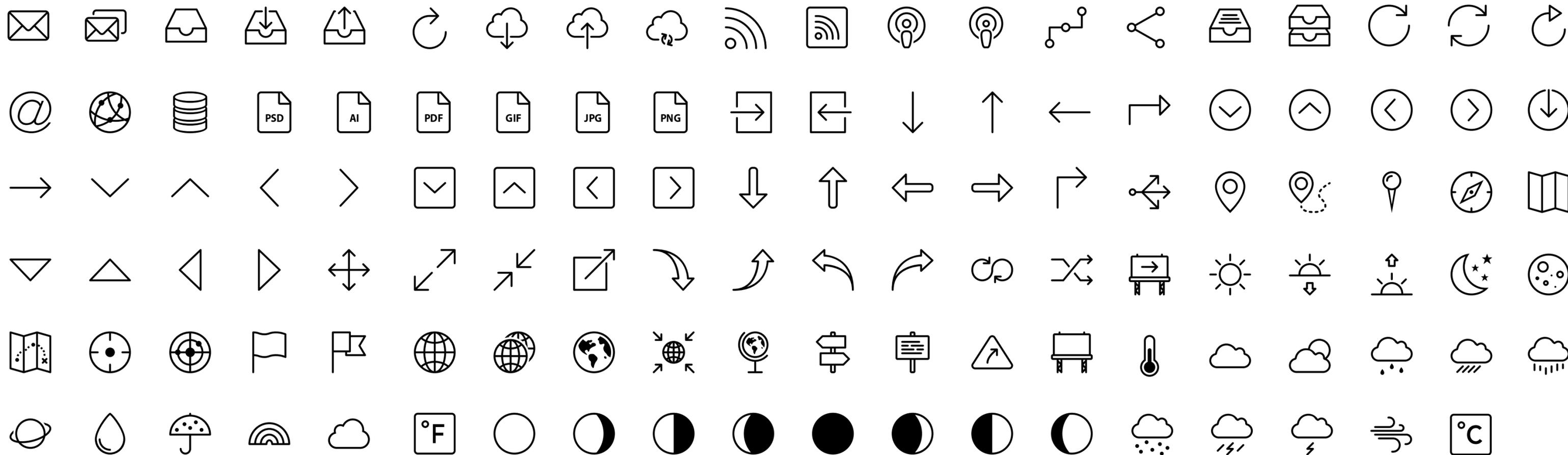
Иконки



Иконки можно перекрашивать



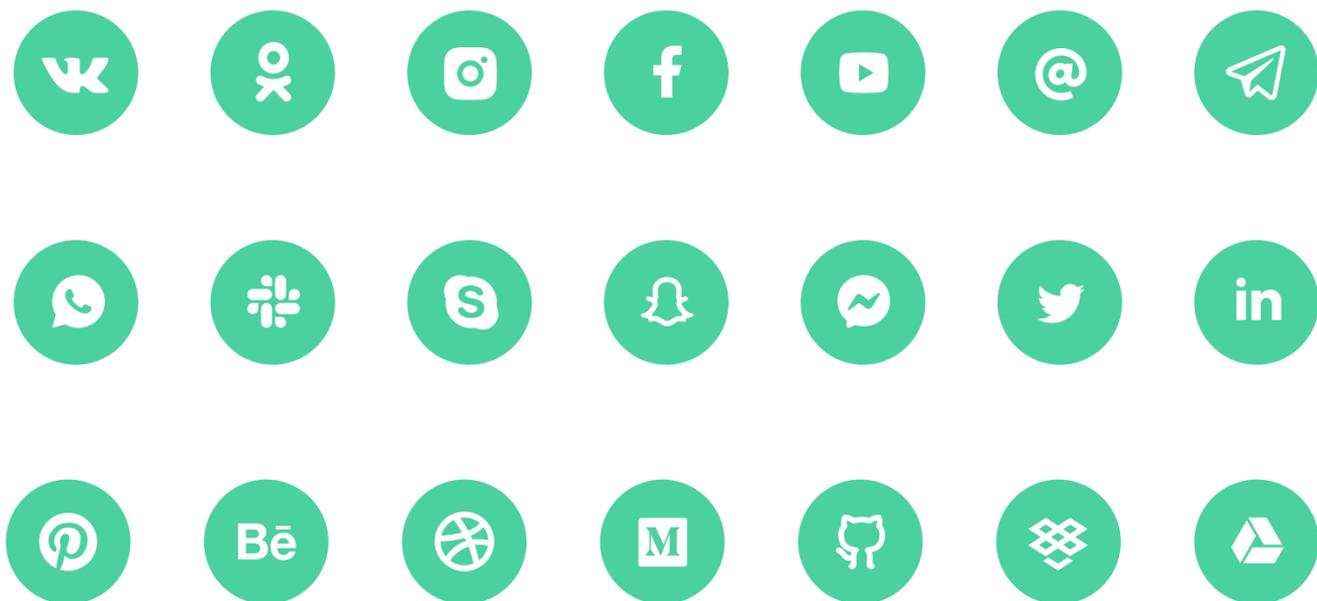
Иконки



Иконки можно перекрашивать



Иконки



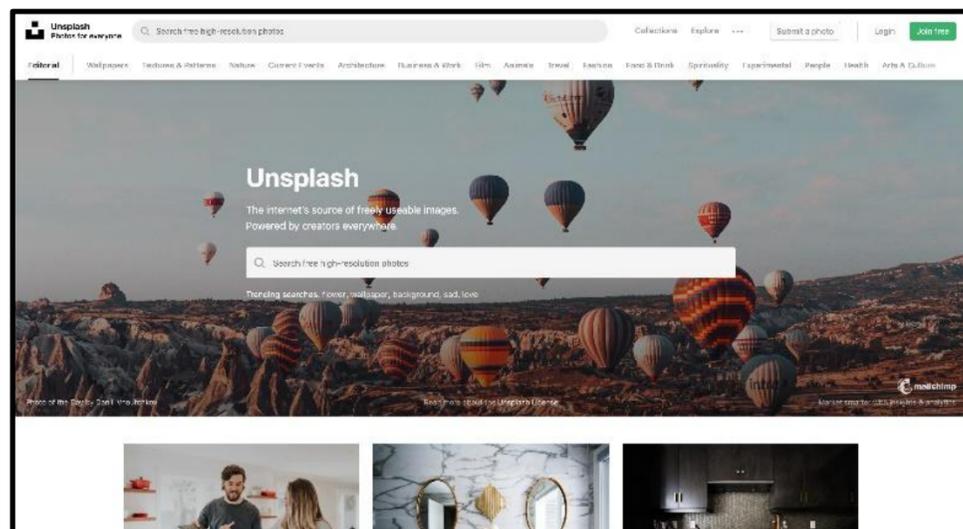
Иконки можно перекрашивать



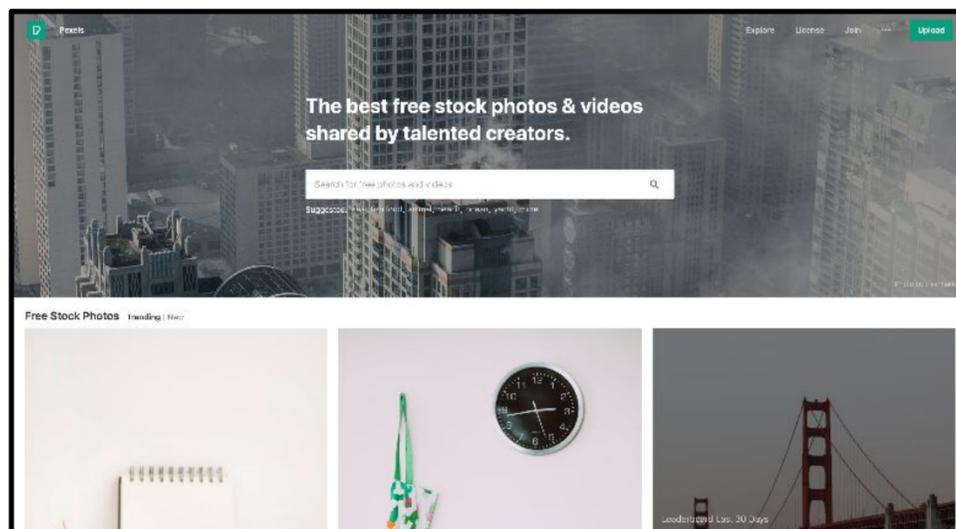
Картинки

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

