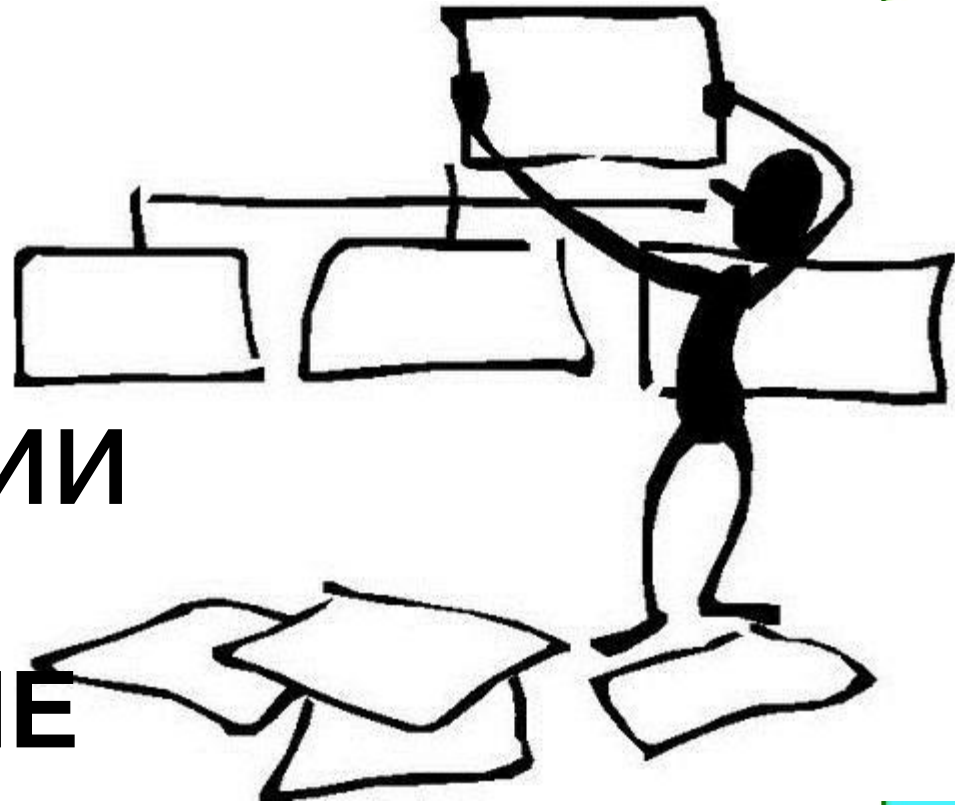


Структура презентации

ВСТУПЛЕНИЕ



Структура презентации
определяется исходя из
ваших целей и задач:

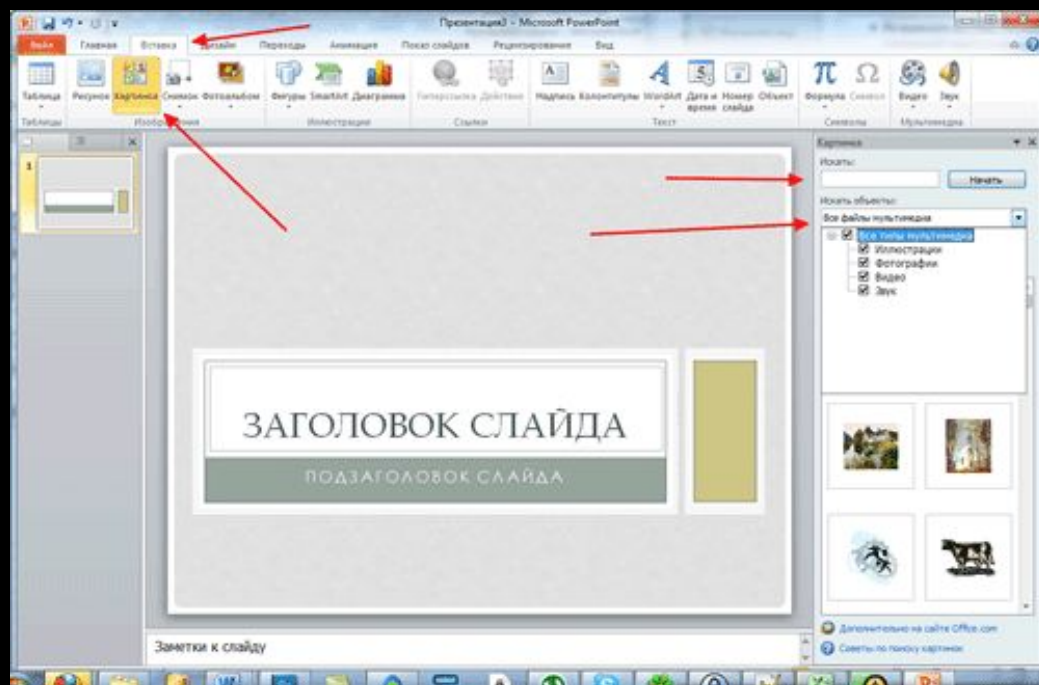
ЧТО ОНИ ПОЙМУТ?



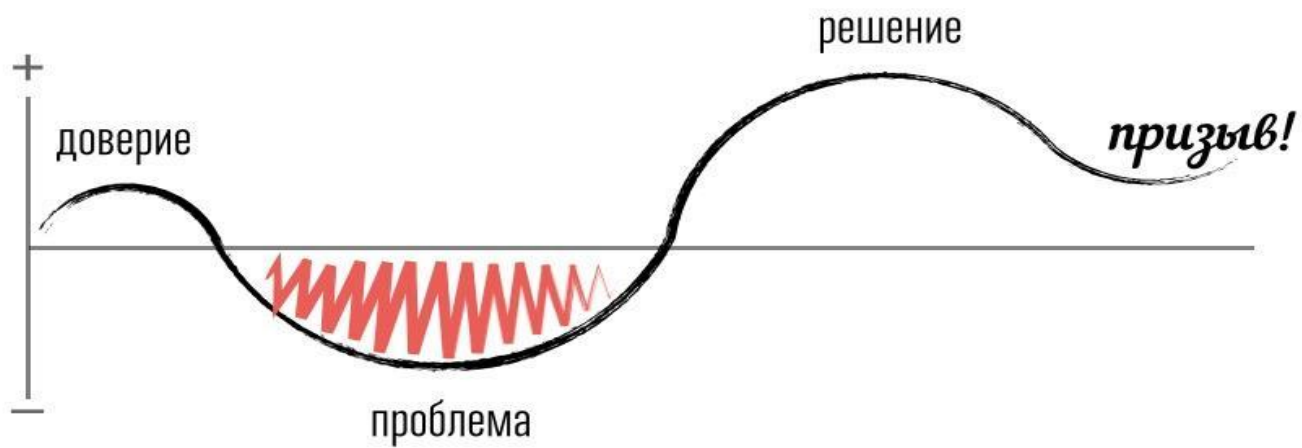
ЧТО ОНИ ЗАПОМНЯТ?



ЧТО ОНИ СДЕЛАЮТ?



**В общем виде скелет
презентации:**



Вступление – это доверие,
либо его отсутствие.



Первое впечатление – это ОТВЕТЫ на вопросы:

- «Кто это?»
- «Что мне даст его презентация?»
- «Почему я должен уделить этому время именно сейчас?»

Попробуйте ответить на эти вопросы, анализируя несколько слайдов презентации, предложенные ниже.

Брендинг

Обзорная лекция

Терентьев Юрий Викторович
канд. экон. наук

НОВОСИБИРСК 2014

**Историческое развитие теоретических
взглядов
на продвижение
товаров и торговых марок**

Продвижение товаров и торговых марок

До 60-х годов

Основная задача продвижения:
непосредственно стимулировать продажи
товара, во многих случаях – продавать
напрямую.

Эффективная реклама должна привлекать
максимальное количество
непосредственных откликов потребителей
(купоны, запросы и так далее).



Клод Хопкинс – самый известный рекламист 1920-х – 30-х годов, автор книги «Научная Реклама» (1928). Апологет строго аргументированного, убеждающего текста.

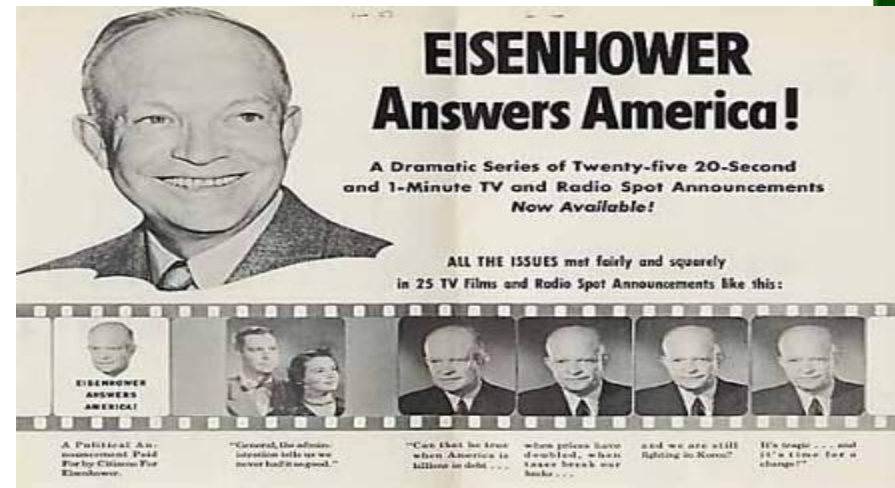
Продвижение товаров и торговых марок В 60-е годы

Основная задача продвижения:
найти и донести до потребителя УТП –
«Уникальное Торговое Предложение»
товара.

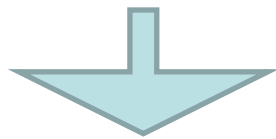
Эффективная реклама утверждает
потребителя в мысли, что товар имеет
важную уникальную особенность.



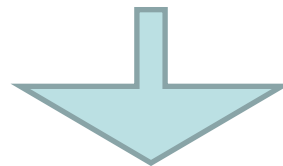
Россер Ривз – автор книги
«Реальность в рекламе» (1956).
Разработал концепцию «Уникального
торгового предложения». Самая
известная работа: президентская
кампания Эйзенхауэра.



Чем лучше мы выглядим,



тем больше доверия вызываем,



тем проще убедить и вдохновить на действие!

Сравним образы публичных людей

В.Ф.Жириновский











А. Шипулин







Все они разные, но:

- Их внешний вид соответствует образу их деятельности;
- Их выступления убедительны
- Их выступления вдохновляют на действие.

Доверие вызывают:

- Не только внешний вид
- Но и грамотное вступление
(приветствие, обращение, поведение)

Формы приветствия:

- Здравствуйте!
- Приветствую Вас!
- И снова здравствуйте!
- Добрый день!
- ...

Формы обращения:

- Уважаемые коллеги
- Друзья
- Дамы и господа
- Уважаемые сотрудники компании...
- Уважаемые слушатели
- Уважаемые студенты
-

Невербальное поведение:

- Свободная походка,
- Уверенная поза,
- Визуальный контакт,
- Доброжелательное выражение лица,
- Открытые ладони

Рассмотрим три варианта вступления

- **Вариант №1: «Рассказать одной фразой о себе с точки зрения темы»**
- «Добрый день, меня зовут Андрей, и я с 12 лет играю в компьютерные игры. Тема моей презентации – **«Компьютерные игры: остаться в живых»**. Если у вас уже есть взрослые дети, которые играют за компьютером, то вы прекрасно знаете, какими жестокими бывают эти игры. Ну, а если детей у вас пока нет, то в следующий раз, когда вы будете идти по подземному переходу и навстречу вам будет идти школьник с ранцем за спиной, подумайте о том, что весь предыдущий день он резал, поджигал и расстреливал из пулемета игровых персонажей, очень сильно похожих на вас... А теперь я предлагаю взглянуть на некоторые цифры».

- **«Кто это?»** - тот, кто разбирается в вопросе компьютерных игр лучше любого в этой аудитории.
- **«Что мне даст его презентация?»** - я не играю в компьютерные игры, но узнаю, что это такое; я тоже играю в компьютерные игры, но стаж поменьше, может я чего-то не знаю...
- **«Почему я должен уделить этому время именно сейчас?»** - это актуально, ведь я работаю с подростками...

- **вариант № 2** – Рассказать одной фразой о своих результатах с точки зрения вашей темы.
- «Меня зовут Андрей Васильевич, я 10 лет работаю в МЧС и за это время на своих плечах вынес из пожара 4236 человек, а сейчас и вам расскажу, как не только самому выбраться из огня, но по возможности спасти и еще несколько жизней».

- «**Кто это?**» - тот, кто работает в МЧС – авторитетной организации.
- «**Что мне даст его презентация?**» - никто не застрахован от чрезвычайных ситуаций, знать как себя в них вести полезно.
- «**Почему я должен уделить этому время именно сейчас?**» - ЧС не должны застать меня врасплох....

- **ВАРИАНТ № 3 – Рассказать личную историю, имеющую отношение к вашей презентации (она работает магически, наш мозг любит истории)**
- «Наша компания 30 лет на рынке и, вы знаете, 20 лет из них я с этой компанией. У нас сейчас 500 тысяч клиентов, но я помню времена, когда их было всего два. Да, мы 10 лет работали на двух клиентов, пока не произошло вот что...»

- **«Кто это?»** - опытный сотрудник фирмы.
- **«Что мне даст его презентация?»** - он успешен, возможно его опыт поможет и мне
- **«Почему я должен уделить этому время именно сейчас?»** - это актуально, ведь я работаю...

Чего никогда не стоит делать во время вступления:

- 1. Никогда не извиняйтесь и не оправдывайтесь за то, что: вы не успели подготовиться, вам только что сказали, что у вас на выступление вместо сорока минут есть только десять, вы готовились всю ночь, не выспались и т.п.

- 2. Никогда не делайте вид, что ваша презентация еще не началась, если вы уже оказались на сцене.

- 3. Никогда не начинайте свое выступление с анекдота, если не рассчитываете, что зал будет смеяться.
- 4. Никогда не начинайте свое выступление с вопроса, если не рассчитываете, что зал будет вам что-то отвечать.

Помните,
первый шаг очень важен.
Успешного вам выступления!

ТЕСТ

1. Скелет презентации включает:

1. Вступление
2. Основная часть
3. Дополните недостающее

2. В течение какого времени формируется первое впечатление?

1. 10 сек
2. 7 сек
3. 1 мин

3. Импринтинг – это:

1. «впечатывание» образа человека в сознание публики.
2. Положительный «шлейф» от выступления
3. Отрицательный шлейф от внешности выступающего»

4. Соотнесите понятия и их содержание:

1. фактор содержательности	1. манера изложения (как оратор доносит содержание до аудитории)
2. фактор коммуникативности	2. информация, которую выступающий хочет донести до аудитории

5. с какого момента начинает формироваться первое впечатление?

1. С первого слайда
2. С первого слова
3. С момента появления выступающего на публике