



Презентация как жанровая разновидность деловой публичной беседы

Секреты профессиональной
коммуникации

Вопросы

1. Определение презентации как риторического явления
2. Цель и задачи презентации
3. Виды презентаций
4. Жанровая характеристика презентаций.
5. Презентационная речь : структура и содержание



Презентация как риторическое явление

Презентация – это:

- 1) Общественное (публичное) *представление*, предъявление чего-либо нового, недавно появившегося.
- 2) Большой официальный *прием*, который устраивается организацией с целью *прорекламировать* свою деятельность.

Презентация играет роль визитной карточки фирмы



2. Цель и задачи презентации

Цель презентации:

помочь организации и ее
сотрудникам приобрести
известность, достичь
профессионального успеха.



2. Цель и задачи презентации

- *Задачи:*

1. Создать мнение о себе и фирме как высококвалифицированном творческом коллективе.
2. Проявить лидерские качества, интеллектуальный потенциал.



2. Цель и задачи презентации

3. Продемонстрировать деловые качества сотрудников (организованность, инициативность).

4. Убедить других принять идеи, концепции, точки зрения.



2. Цель и задачи презентации

5. Продвинуть продукцию, услуги организации; расширить сферу производственных интересов.
6. Распространить деловую информацию внутри организации и среди широкой публики.



2. Цель и задачи презентации

7. Повысить узнаваемость имени, названия фирмы, имен ее сотрудников.

8. Повысить (поднять) восприимчивость публики к новым продуктам и услугам.



2. Цель и задачи презентации

9. Найти новые способы
воздействия на клиентов и
спонсоров.

10. Внедрить новые методы и
формы деятельности



3. Виды презентаций

По адресату

внешние

**комплексны
е**

внутренние



3. Виды презентаций

*По направлению
деятельности*

иерархические

**Нисходящие
(к подчиненным)**

**Восходящие
(к руководителям)**



3. Виды презентаций

По цели

Продвигающие
(реклама, внедрение)

Информационные
(сообщение
Информации)



3. Виды презентаций

**По
количеству
аудитории**

Публичные

Камерные

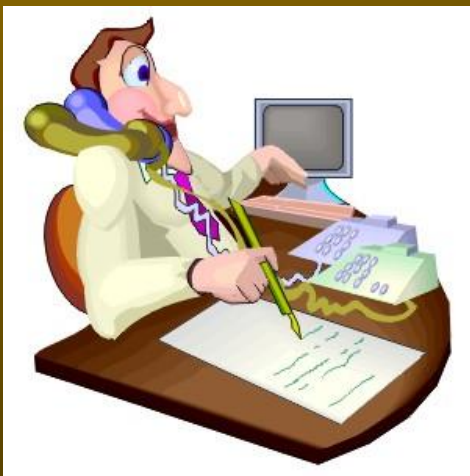
Приватные



4. Жанровая характеристика презентаций

Внешние презентации

К Рассчитаны на лиц, не принадлежащих к организации



4. Жанровая характеристика презентаций

Внутренние презентации

К Проводятся в организации по схемам:

- Главный руководитель – руководителям отделов
- Руководитель отдела – его сотрудникам
- Референт – доклад на определенную тему сотрудникам и руководителям фирмы



4. Жанровая характеристика презентаций

Публичные презентации

- Массовые (50-200 человек)
- Групповые (10-50 человек)



4. Жанровая характеристика презентаций

Особенности:

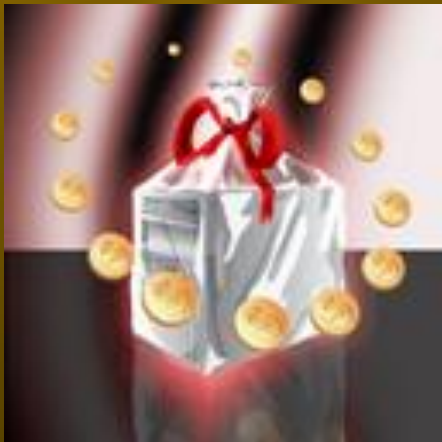
- Хорошо спланированы, подготовлены (по сценарию, роли всех присутствующих определены; используются схемы, таблицы, слайды, фильмы и т.п.)



4. Жанровая характеристика презентаций

- Отводится время на вопросы (но не для обсуждения проблем, дискуссий)

К Рекламные подарки (недорогие предметы: ручки, календари, значки, записные книжки)



4. Жанровая характеристика презентаций

К Пригласительные билеты публике

Главная проблема – публика (разнохарактерная, неоднородная)



4. Жанровая характеристика презентаций

Камерная презентация

Место проведения:

- Помещение фирмы («День открытых дверей»)
- Домашняя обстановка



4. Жанровая характеристика презентаций

Решающая роль – социальным связям, а не качеству товаров и услуг (сетевой маркетинг).

Люди верят тем, кто им знаком (психологическое давление)

Риторическая особенность: живой, непосредственный диалог, НЕ

МОНОЛОГ.

Г.Б.Вершинина

21



4. Жанровая характеристика презентаций



*Приватная (неофициальная)
презентация (1-2 чел.)*

Участники: продавец – покупатель;
реализатор, распространитель –
покупатель, клиент.

Условия успеха

% Хорошее знание психологии

**% Квалификация (знать все о
товаре!)**



4. Жанровая характеристика презентаций



Действия организатора приватной презентации

- выбор и оценка клиента (возраст, внешний вид, материальные возможности);
- общая характеристика фирмы, услуг;



4. Жанровая характеристика презентаций

- анализ товара в сопоставлении с конкурентами (эффективность, удобство, безопасность, универсальность, стоимость), в конце – преимущества
- нейтрализация сомнений и возражений клиента («Мне могут возразить»)



4. Жанровая характеристика презентаций

□ приглашение к сотрудничеству, указание на каналы связи (разговорный стиль + художественный, публицистический; доверительный диалог)



4. Жанровая характеристика презентаций

Главные условия успеха

- % Интересное содержание речи
- % Яркая оригинальная форма
- % Активная речевая деятельность (с соблюдением правил делового общения)



5. Презентационная речь : структура и содержание

1. Официальное обращение (Дамы, господа!)
2. Изъявление чувств благодарности за приход
3. Сообщение цели презентации (чего хотим)



5. Презентационная речь : структура и содержание

4. Представление организации

5. Характеристика и оценка продукции (что собой представляет). Главный упор – на то, что выиграет потребитель. Дается разносторонняя информация (+ и - , с чем связаны, каковы перспективы преодоления; главное внимание: + перевешивают -)



5. Презентационная речь : структура и содержание

6. Похвальные слова публике и потребителю («Вы, конечно, как такие-то, оцените...»)

7. Организация вопросов (не должны провоцировать дискуссию).



5. Презентационная речь : структура и содержание

Главное содержание речи

- Актуальность решаемой проблемы
- Новизна, оригинальность решений
- Перспективы развития организации и решаемой проблемы
- Коммерческая эффективность
- Готовность общества к восприятию проекта



Презентация

*Желаем успеха в покорении
вершин презентации!*

