

Всероссийское общественное движение добровольцев
в сфере здравоохранения
«Волонтеры-медики»

**Марафон «Следуй за мной!
#ЯответственныйДонор»**

Искусство презентации проекта

Вознесенская Елена

2020 г. Москва

Что такое презентация?

Презентация – один из самых эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций

Маркетинговые коммуникации – передача (распространение) информации от ее инициатора к потенциальному потребителю с целью **получения конкретного результата**:

- в коммерческих проектах – прибыли (выгоды)
- в социальных проектах – **отклика (участия)**



Виды презентаций

- **Презентации для рассылки по электронной почте или раздачи**

Предложение о сотрудничестве

Информационные материалы о проекте



- **Видеопрезентации для автоматической демонстрации**

Сайт в Интернете

Видеоролик в открытом доступе

Презентация на мониторе выставочного стенда



- **Презентации для публичных выступлений**

Слайды для сопровождения доклада

Что такое публичная презентация?

Выступление в сопровождении демонстрации слайдов, которые подкрепляют содержание доклада и усиливают впечатление от речи оратора

Эффективный способ донести свою мысль до слушателей



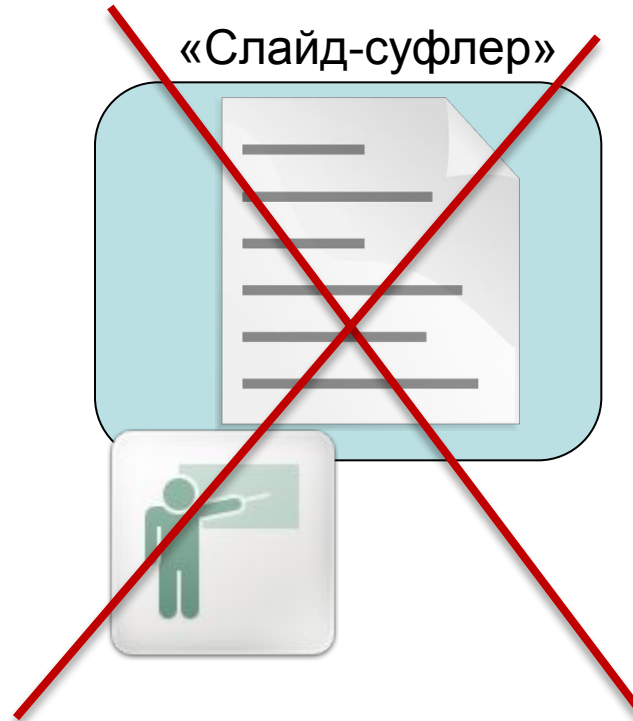
Презентация, иллюстрирующая доклад, более эффективна для выступления

«Слайд-документ»



Слишком много текста, большие таблицы, сложные графики – такой документ лучше разослать или раздать после презентации

«Слайд-суфлер»



Слайд – подсказка для выступающего снижает доверие и внимание зрителей. **Нужна поддержка? Держите в руках распечатку – план с основными тезисами доклада в нужном порядке**

Презентация



Эмоциональные иллюстрации выводов, содержание и образы подкрепляют содержание доклада. **Слайды усиливают впечатление от речи выступающего**

**Количество времени,
которое требуется на
создание презентации,
прямо пропорционально
её важности**



**На что выделить время при подготовке?
На что обратить особое внимание?**

**Правильная
постановка целей.
К кому и зачем вы
обращаетесь?**

Разделите и сформулируйте цели

- Цель всего движения – это то, ради чего оно создано
- Цель вашей организации (группы) – это тот результат, ради которого она работает
- Цель вашей программы (проекта) – это решение определенной, конкретной задачи



Цель презентации – получение конкретного результата от выступления перед определенной аудиторией: реакции слушателей в процессе презентации и их действий после

К кому вы обращаетесь?

Аудитория презентации

- Не думайте об абстрактной «человеческой массе»
- Сосредоточьтесь на образе реального человека
- Представьте себе определенный тип мужчины или женщины, такой, у которого проект получит отклик
- Поймите этих людей. Что их волнует, радует, пугает?



Анализируя будущую аудиторию, разговаривайте с реальными участниками проекта, волонтерами, членами организации, спонсорами

Основные вопросы

Для кого работает ваша программа:

- кто ваши подопечные, в чьих интересах вы действуете,
- кто приобретёт и что приобретёт в результате работы вашей программы?
В чьей поддержке вы нуждаетесь?



Перед кем вы выступаете?

Кто ваша аудитория?

К каким изменениям приведет презентация?

Когда информация «работает»?



Первый этап подготовки

1. Чётко поймите, что вы представляете (презентуете): проект, организацию, идею, мероприятие
2. Чётко определите, к кому вы обращаетесь
3. Какой реакции (действия) вы ждете от человека – слушателя, участника презентации



Только после того, как вам совершенно ясно: к кому и с какой целью вы обращаетесь, что предлагаете, что слушатель должен сделать – начинайте формулировать тезисы доклада

Ключевая идея презентации

- **Что хотите рассказать?**
 - Рассказ о проблеме
 - Рассказ о ее решении

- **Каких действий ждете от аудитории?**
 - Получить единомышленников, сторонников
 - Заставить совершить определенное действие

Разработка структуры презентации

- Представление выступающего
- Представление организации и проекта

- Цели. Задачи. Основная часть
 - Существующее положение
 - Как решить проблему
 - Почему предлагаемое решение эффективно
 - Какие ресурсы привлечены
 - Каких ресурсов не хватает

- Вывод. То, что участники презентации должны запомнить
- Установка. То, что участники должны сделать

Структура AIDA

Классическая форма подачи информации

- Привлекаем внимание (Attention)
- Вызываем интерес (Interest)
- Формируем желание (Desire)
- Подталкиваем к действию (Action)

Приёмы копирайтеров

- Вместо выражений «Мы можем, мы делаем...» чаще используйте «Вы получите, вы станете, вы сможете», «вместе мы сможем»
- Избегайте «канцеляризмов». Рассказывайте истории
- Реальные истории действительно мотивирует людей на принятие решения, а сухой официальный стиль – отпугивает, вызывает недоверие



Призывайте к конкретному действию. Презентация будет успешной, если у слушателя появится желание что-то изменить и при этом будет четкое видение первого шага

Начало работы над слайдами

- Задача каждого слайда —
подтвердить конкретный тезис и закрепить
определенную мысль в сознании аудитории

**Именно такой подход к визуализации
информации позволит сделать ваше
выступление успешным,
а вашу презентацию незабываемой**

Как слайдами поддержать выступление?

- Придумать, как преподнести информацию участнику презентации – тому, ради кого она делается
- Сделать информацию наглядной и простой для восприятия
- Насытить презентацию эмоциями и образами



Цели визуализации:
-донести свою мысль
-представить новые сведения
-изменить мировоззрение и получить отклик

Из чего состоит слайд

- Заголовок – основная мысль, которую вы хотите донести слайдом
- Используйте качественные, яркие, эмоциональные фотографии большого формата
- Яркие подложки – только для слайдов, разделяющих разделы
- Одна мысль (тезис) – один слайд. Если посыл сложен для восприятия «одним слайдом» – сделайте два
- Поле слайда – не более 75 знаков. Маркированный список – 5 позиций

Секреты вёрстки слайда

- **Пробелы**

Обязательны пробелы между словами в сокращениях:

Адрес: г. Москва, ул. Новый Арбат, д. 11, стр. 1

Т. е., а также т. п.

- **Шрифт**

Для любых текстов, отображаемых на экране или мониторе (для презентаций, сайта, титров), обязателен шрифт без засечек, такой как **Arial**

- **Типографика**

Используйте кавычки «ёлочки» и длинное тире

Типы визуализации данных

- Графики, диаграммы
- «Говорящие цифры», инфографика
- Схемы, пошаговые инструкции
- Аналогия в иллюстрациях, фотографии



Визуальные средства, лишенные ясности, породят подсознательное чувство недоверия

Пять правил

- Говорите правду, доходите до сути
- Выберите нужный инструмент
- Выделите то, что важно
- Придерживайтесь простоты
- Делайте выводы и обобщения



Показывайте на слайде только то, что поможет проиллюстрировать и подтвердить ваши тезисы

Репетиция презентации

- Выделите достаточно времени на подготовку к самому выступлению
- Несколько раз проговорите все, о чем вы хотите рассказать. Важно именно говорить вслух
- Проверьте хронометраж: если нужно, сократите доклад и исключите соответствующие слайды
- Запишите себя на диктофон и прослушайте запись, одновременно просматривая слайды. Проверьте динамику: примерно одно время для демонстрации каждого слайда
- Уточните формулировки, отточите выводы



Пригласите друзей участвовать в репетиции презентации: даже один живой слушатель позволит вам лучше настроиться на публичное выступление

P.S.

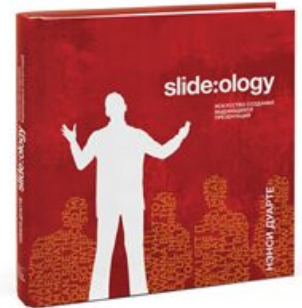
**В своём желании получить
результат:**

будьте упорны,
действуйте последовательно,
не останавливайтесь на достигнутом

Литература. Визуализация данных

1. Нэнси Дуарте.

«**Slide:ology**. Искусство создания выдающихся презентаций»
Издательство «Манн, Иванов и Фарбер». Москва 2012



2. Дэн Розн.

«ВИЗУАЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ.

Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов».
Издательство «Манн, Иванов и Фарбер», «Эксмо». Москва 2013



3. Джим Желязны.

«**Говори на языке диаграмм**. Пособие по визуальным коммуникациям».

Издательство «Манн, Иванов и Фарбер», Москва 2011



4. Барабара Минто

«**Принцип пирамиды Минто**. Золотые правила мышления, делового письма и устных выступлений».

Издательство «Манн, Иванов и Фарбер, Москва, 2012

