

phm. Alina Basak
SZTUKA PREZENTACJI



Powodzenie wystąpienia publicznego
zależy od jednej rzeczy –
od Twojego przygotowania.

1. Określ ramy wystąpienia

„Przemówienie powinno wyczerpać temat, a nie słuchaczy” –
Winston Churchill

Rozpocznij przygotowania od odpowiedzi na kilka pytań:

Kto będzie Cię słuchał?

- Liczba słuchaczy
- Wiek
- Poziom wiedzy odbiorców
- Nastawienie słuchaczy do tematu

Jako kto będziesz mówić?

- We własnym imieniu
- Jako drużynowy

Po co mają Cię słuchać?

- Określ cel wystąpienia.
- Wyobraź sobie, co powinno się stać po Twoim wystąpieniu?
- Jakie konkretne działania mają zostać podjęte?

O czym będziesz mówić?

- Pomyśl, jakie treści najbardziej pomogą Ci w osiągnięciu celu? Na pewno muszą być one aktualne i ważne dla słuchaczy.
- Zadbaj, by były przedstawione rzetelnie i zrozumiale.

Jak długo będą Cię słuchać?

- Dla mówcy 45 minut to mgnienie.
- Z punktu widzenia jego odbiorców czas zachowuje się dokładnie odwrotnie - już po 15 minutach czują, jakby słuchali prawie od godziny.

W jakim miejscu i okolicznościach będziesz mówić?

- Przestrzeń.
- Dostęp świeżego powietrza.
- Właściwa temperatura.
- Głodni słuchacze.
- Słuchacze zmęczeni po 8 godzinach zajęć.

2. Konstrukcja dobrego wystąpienia

Powiedz, o czym powiesz,
powiedz to
i powiedz, o czym powiedziałeś.

Dobra opowieść składa się z trzech części:

- **Wstęp** - skupienie uwagi słuchaczy, nawiązanie z nimi kontaktu oraz przedstawienie głównej myśli.
- **Rozwinięcie** - musi być interesujące, zawierać mocne argumenty – słuchacze powinni je zapamiętać.
- **Zakończenie** - podsumowanie najważniejszych punktów, wzmocnienie głównego przekazu, wezwanie do działania; odpowiedzi na ewentualne pytania.

3. Jak mówić, aby osiągnąć cel wystąpienia

„Jeśli nie potrafisz wytłumaczyć czegoś w prosty sposób, to znaczy, że tak naprawdę tego nie rozumiesz”.

Albert Einstein

Udane wystąpienia wyróżniają się tym, że
ich autorzy przestrzegają kilku prostych
zasad.....

Buduj wiarygodność i zdobywaj zaufanie odbiorców od pierwszej do ostatniej minuty

Słuchacze otworzą się na Twój przekaz,
gdy będziesz osobą wiarygodną, dobrze
przygotowaną i prawdziwie zaangażowaną
w to, o czym mówisz.

Stosuj regułę „mniej znaczy więcej”

Im będziesz bardziej precyzyjny
i zwięzły, tym większa szansa na
osiągnięcie rezultatu.

Pamiętaj, że im prościej, tym lepiej

Im mniej skomplikowany język

i struktura wystąpienia, tym większa

szansa na zapamiętanie przekazu.

Powtarzaj główne przesłanie

Dzięki powtórzeniu najważniejszej myśli we wstępie, rozwinięciu i zakończeniu zwiększasz szansę, że zostanie ona przyswojona.

Daj się polubić.

**Spójrz z perspektywy słuchaczy
i posługuj się ich językiem**

Założenie - Jedyne, co interesuje odbiorców, to pytanie: jaką konkretną korzyść odniosę z tego, o czym on teraz mówi?

Przemyśl zatem, co dobrego wnosi
Twoja propozycja?

Wykorzystuj magię cyfry 3

Nasz umysł ma wyjątkową łatwość przyswajania zestawień składających się z trzech elementów.

„Przybyłem, zobaczyłem, zwyciężyłem”

Juliusz Cezar

„Są trzy rodzaje kłamstw:

kłamstwa, bezczelne kłamstwa i statystyki”

Mark Twain

4. Przyciąganie i utrzymywanie uwagi odbiorców

„Logika zaprowadzi Cię z punktu A do
punktu B.

Wyobraźnia zaprowadzi Cię wszędzie”

Albert Einstein

- **Przykłady i metafory**

Wiadomo, że kto sieje wiatr,
ten zbiera burzę.

- **Zaskakujące dane**

Wrażenie, jakie człowiek chciałby wywrzeć

- Przyjacielski / miły
- Inteligentny
- Atrakcyjny
- Towarzyski
- Otwarty
- Szczery
- Dowcipny
- Opiekuńczy
- Komunikatywny

- **Historie zwykłych ludzi**

Różnorodność jest jednym z ważniejszych kluczy do utrzymywania zaangażowania odbiorców.

- **Obrazy silniejsze niż słowa**
Mówienie obrazowym językiem.
Ilustracje, zdjęcia, filmy.

- **Rekwizyty**

Potrafią być bardzo skutecznymi i dobrze odbieranymi „przyciągaczami uwagi”.
Trzeba jednak dbać, by były spójne z przekazem.

- **Zadania**

Jeśli chcesz zaangażować słuchaczy, zaproponuj im wykonanie prostego zadania.

- **Pytania**

Korzystaj z nich, gdy wiesz, że odpowiedź publiczności wzmocni Twoje przesłanie bądź skieruje tok myślenia na właściwe tory.

- **Humor**

To ważny i skuteczny sposób przykuwania uwagi odbiorców.

Kiedy warto przyciągać
i utrzymywać uwagę odbiorców?

TRÓJKĄT SKUTECZNEGO PRZEKAZU

- kontakt wzrokowy
- gestykulacja
- postawa
- uśmiech
- strój

Co można zobaczyć

- emocje i zaangażowanie
- wypełnianie ciszy
- ton głosu
- tempo
- pauzy

Co można usłyszeć

SKUTECZNY PRZEKAZ

Jaka jest treść

- struktura wystąpienia
- argumentacja

METODA „LEJKA”

- Zespołowe ustalenie przyczyn danej sytuacji - tzw. burza mózgów.
- Wspólne usystematyzowanie informacji – kategorie tematyczne.
- Wypracowanie propozycji udoskonaleń lub działań naprawczych.

PODEJMOWANIE DECYZJI

Model trzech kroków

Krok 1. Jak jest?

Krok 2. Czego byśmy chcieli?

Krok 3. Jak to osiągnąć?

PROJEKTOWANIE CELÓW SMART

Pracując z grupą zadбай, by planowane cele i zadania spełniały zasadę SMART, to znaczy były:

- Szczegółowe – osoby odpowiedzialne wiedzą dokładnie, co robić
- Mierzalne – przyjęte są wskaźniki, pozwalające ocenić rezultat
- Akceptowalne – akceptowane przez zespół
- Realistyczne – możliwe do osiągnięcia (ale ambitne)
- Terminowe – mają precyzyjnie określony harmonogram i czas zakończenia

ZAPAMIĘTAJ

- Nie czytaj z kartki.
- Najważniejsze trzy rzeczy powtórz trzy razy.
- Kontroluj czas.
- Nie odwracaj się tyłem do słuchaczy.
- Najważniejsza jest publiczność – nie Ty – szanuj ją.
- Minimum slajdów – Ty mówisz, slajdy mają Cię wspomagać, nie zastąpić!
- Naturalność to charyzma – coś prawdziwego, Twoje emocje.
- Ucz się – ciągle i bez przerwy, bez względu na wiek.
- Mów z pasją!

Dziękuję za uwagę