

PORYWAJĄCY MÓWCA

Magdalena Prech



04/05.04.2024 Elbląg

Prezentacje publiczne

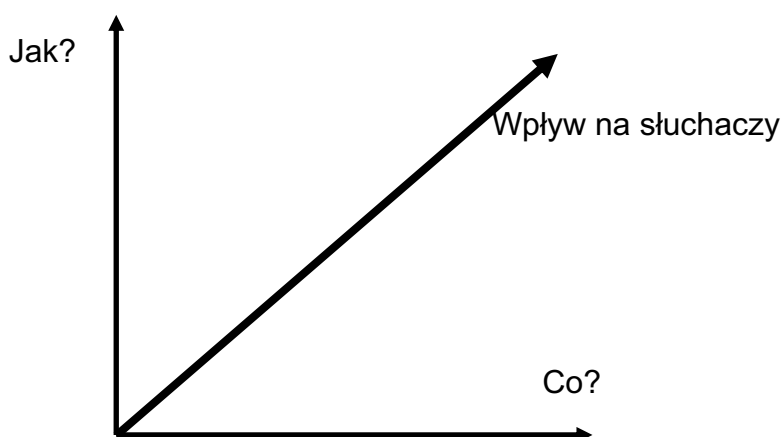
Słowem wstępu o komunikacji...

Wpływ na słuchaczy jest wypadkową dwóch składowych:

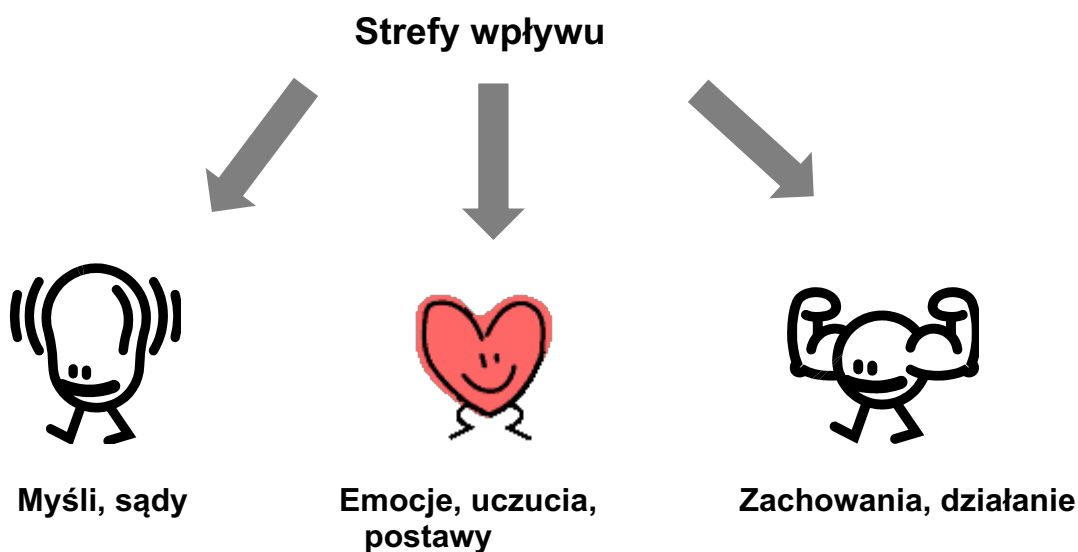
- Jakości występu
- Zawartości merytorycznej

Zatem ważne jest to, **co** mówisz oraz **w jaki sposób** mówisz.

Ale również ... czy to jest **SPÓJNE** z Twoimi wartościami



Skuteczny wpływ na odbiorców



Budowanie siebie w kontekście roli mówcy!

Dbaj o spójność! Buduj siebie!

Zadbaj o zgodność tego, o czym mówisz z Twoimi wartościami.

„Czy cele, które realizuję są zgodne z moim systemem wartości?”

„Po co to robię?”

Brak spójności = niższa motywacja do przeprowadzenia prezentacji.



We wzmacnianiu siebie pomocne będzie określenie wartości, które są dla Ciebie ważne.

Ćwiczenie:

- Wypisz 30 wartości, które cenisz, później wykreślaj, aż zostanie 10.
- Ułóż je od najważniejszej do najmniej istotnej.
- Przyjrzyj się pierwszym trzem. Ustaw je jako wewnętrzny swój drogowskaz.

Trema

Trema towarzyszy wielu mówcom. Nawet tym z doświadczeniem, nawet zajmującym wysokie stanowiska w firmie.

Boimy się porażki (ośmieszenie, niedocenienie) lub... powodzenia („co się stanie, gdy wszystkich przekonam?)

Ten lęk, jest raczej specyficznym stanem pobudzenia wynikającym z podświadomego poczucia, że prezentacja jest momentem, od której sporo zależy i mamy szansę zrealizować nasze cele. Nasz umysł w takiej sytuacji popada w szczególną panikę. Boimy się tak odrzucenia jak i sukcesu.

Mamy też tendencję do zakopywania się w komforcie- lepiej nic nie zyskać, ale nie stracić tego, co już mamy, a co jest znane i obłaskawione.

Ćwiczenie:

Gdy zaczniesz odczuwać objawy stresu, określ, jakie emocje je wywołują.

- Gdyby ta emocja była Twoim przyjacielem i umiała mówić, co by Ci chciała przekazać?
- Co możesz zrobić zrobić, by ta emocja wsparła Twój sukces? Co odkrywasz?

Jak nastawić głowę przed prezentacją?

3 narzędzia wspierające:

1. Zamiana dialogu w Twojej głowie na wspierający

- Usłysz, kto i co mówi w Twojej głowie. Zdiagnozuj swoje przekonania - czy one Cię niosą czy hamują?
- Jak możesz myśleć o sobie w roli prezentera, by to myślenie Ci pomagało?
- Co będzie Twoim przekonaniem wspierającym?
- Higiena myśli determinuje Twoje emocje, a te wpływają na działania lub ich brak. To, jak myślisz o świecie, jest Twoim fundamentem
- Jakie są Twoje talenty, kiedy stajesz przed audytorium?
- Za co się lubisz?

2. Poza siły

- Stań mocno na nogach, pokaż swoją moc!
- Jeśli Ty nie wierzysz w siebie i nie pokazujesz mocy, jak chcesz, by uwierzyli w Ciebie Twoi słuchacze?

3. Oddychanie i wizualizacja

- Oddychanie „jak po kwadracie”, docelowo, 5 sekund wdech, 5 sekund wstrzymanie oddechu, 5 sekund wydech, 5 sekund wstrzymanie oddechu. Możecie spokojnie zacząć od 3 sekund, a później wydłużać czas oddechów i pozostałych faz.
- Wizualizacja drogi i pozytywnego rezultatu działa uspokajająco na nasz mózg. Badania wykazały, że nasz mózg wizualizując, aktywuje się dokładnie tak samo, jak w czasie wykonywania czynności. Wizualizacja procesu pokonywania barier pomaga przejść przez trudne moment w rzeczywistości.

3 najistotniejsze umiejętności w czasie prezentacji

- Wywołanie emocji
- Opowiadanie historii
- Docieranie do 3 istotnych zmysłów : wzroku, słuchu, czucia

Przed prezentacją Co należy przygotować ?

Cel prezentacji:

Celem prezentacji nie jest przekazanie informacji (istnieją lepsze kanały informacji dla tego celu), a przekonanie słuchaczy do czegoś! Ta zmiana ma pozytywnie wpłynąć na słuchaczy!

- Co chcę osiągnąć? Jaki mam cel? Do czego chcę przekonać audytorium?
- Co mają myśleć? Jak się czuć?
- Co mają zrobić słuchacze i kiedy?

Analiza audytorium:

Wejdź w buty słuchaczy. Zrozum ich sytuację zawodową i społeczną.

- Dlaczego słuchacze mają się zainteresować tym, o czym mówisz?
- Jaką wiedzę na temat, o którym będę mówić mają słuchacze?
- Co ja wiem na temat wiedzy audytorium?
- Jakie potrzeby mają w obszarze, o którym będę mówić? Słuchacze zadają sobie pytanie: „Co dla mnie z tego wyniknie?”
- Co słuchacze potrzebują ode mnie usłyszeć, by zmienić swoje postrzeganie, działać inaczej?
- Co powinni usłyszeć?
- Co potrafię im powiedzieć lepiej niż inni?
- Które argumenty odnoszą się do **interesów słuchaczy?**
- Na ile argumenty, które szykuję są „z obszaru audytorium”?
- Jaki tytuł nadam, by od razu frapował?- zarówno chwytliwy jak i adekwatny do treści i odbiorców
- **Wybór zagadnień**
 - Istotne dla celu prezentacji i słuchaczy.
 - Najważniejsze jest operowania na terytorium audytorium, niekiedy z terytorium autorytetu
 - Unikaj przedstawiania argumentów z własnego doświadczenia – chyba, że to Twój wieczór autorski 😊.
- **Napisz plan prezentacji!!! Najpierw na kartce! Analogowo!**
- Czym zwizualizuję? Przygotuj slajdy dobrze zobrazowane!

Ćwiczenie:

Zapisz 3 cele operacyjne Twojej prezentacji.

Plan wystąpienia - zrób plan swojego wystąpienia na kartce A5. Pamiętaj - najlepsze pomysły powstają na serwetkach!

Magiczna liczba 3

3 key messages!

Wybierz 3 informacje, 3 argumenty, nie więcej!
(były 3 świnki- nie dwie i 3 muszkieterów, nie czterech)

Reguła 3 to filar komedii, literatury i...prezentacji.



Dobry plan prezentacji pozwoli Tobie:

- Uświadomić Tobie i uczestnikom cel prezentacji
- Przedstawić we wstępie cel i korzyści dla słuchaczy! To nie Ty jesteś bohaterem tego wystąpienia, to oni są najważniejsi!
- Utrzymać logiczną strukturę prezentacji
- Zastosować właściwe metody prezentacji
- Zmotywować uczestników do zaangażowania
- Dobrze podsumować

Wstęp i zakończenie napisz całymi zdaniami i wkuj na pamięć

Przećwicz w domu kilka razy, najlepiej, gdy ktoś Cię wysłucha i wskaże mocne strony prezentacji. Koncentracja na minusach to słaby pomysł.

Minimum to prezentacja dla psa 😊

Dobłą strategią jest nagranie siebie na wideo. Choć oglądanie siebie bywa trudne, to pozwala dostrzec to, co najważniejsze. Minusem takiego próbowania jest fakt, że taka prezentacja może nie zawierać elementów dialektycznych. Dlatego warto poprosić rodzinę i przyjaciół i nagrać się prowadząc prezentację z dialogiem z publicznością

Przyjdź minimum 30 min przed planowaną godziną rozpoczęcia do sali.

Sprawdź najlepsze ustawienie monitora, oświetlenia i inne aspekty techniczne, na które masz wpływ i przećwicz swoją pozycję oraz jak brzmisz.

Zaprzyjaj się z miejscem wystąpienia- to zredukuje napięcie tuż przed.

Struktura prezentacji

▪ Struktura klasyczna, linearna



Wstęp: Agenda, temat, dlaczego ten temat. Odpowiedź na 5 pytań : Kto? Co? Gdzie? Kiedy? Dlaczego?

Rozwinięcie: Postawienie tezy + uzasadnienie i argumenty (pamiętaj o magicznej trójce)

Zakończenie: Podsumowanie, pytanie do publiczności, czy się zgadza itp. Często wykorzystywana, „opatrzona”. Skuteczna, gdy warto uporządkować argumenty, a publiczność nie zna się bardzo na temacie

▪ Struktura podawcza



Początek: jak wyżej, odpowiedź na 5 pytań

Problem: Wyraziste przedstawienie problemu, który dotyczy słuchaczy

Rozwiązania:(3-5). Ta metoda pozwala wykluczyć rozwiązania niepożądane.

▪ Struktura prezentacji kryteriów



Początek: Jak wyżej

Wyzwanie: Nakreślenie problemu lub wyzwania (pytania retoryczne)

Kryteria: Podanie kryteriów rozwiązania, które rozwiąże problem/ sprostą wyzwaniu

Rozwiązania: Po kolei przedstawiamy rozwiązania i porównujemy je z kryteriami. Ostatnie rozwiązanie jest naszym bohaterem (pożądane)!

Przedstawiamy korzyści i zagrożenia rozwiązania (oba, będziemy bardziej wiarygodni). Następnie prowadzimy sesję pytań i odpowiedzi – sprawdzenie, czy audytorium zgadza się z nami

▪ Struktura synchroniczna

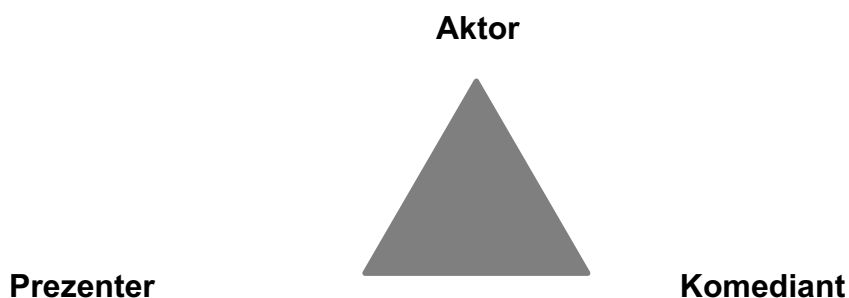


Synchronizacja z audytorium tu i teraz: Pokazanie, że rozumie się sytuację słuchaczy, udowodnienie, że emocje audytorium jest nam bliskie. To pozwala na zawiązanie więzi z słuchaczami

Oczekiwania: Wyjaśnienia swej roli i tego, czego się oczekuje od audytorium. Dialog, przedstawienia zakresu zmian i argumentów przemawiających za nimi.

Wizja przyszłości: tzw. wizja raj, przedstawienie tego, jak będzie wyglądało życie po wdrożeniu zmian

3 STYLE MÓWCÓW



Aktor - wykorzystuje kontakt wzrokowy, używa szeroko gestów, ruchu ciała, ekspresji i mimiki, zmienia je w zależności od „rol”, ubarwia wystąpienia małymi scenki, zmienia ton i barwę głosu i pozostaje w tym sobą.

Prezentor - usztywnia ciało i głos je pod ciągłą kontrolą, ma pod kontrolą, przekazuje informacje w pozbawiony emocji sposób. Ten styl sprawdza się w bardzo formalnych sytuacjach oraz kiedy przekazujemy informacje najwyższej wagi.

Komediant - pobudza audytorium do śmiechu, ma dystans do siebie, wykorzystuje własne śmieszne historie, potrafi przygotować żarty i wykorzystać je w czasie prezentowania, potrafi wykorzystywać „humor sytuacyjny” i reagować na bieżące sytuacje.

Mój wiodący styl:

Mój wspierający styl:

Styl, który stosuję najrzadziej:

Model prezentacji ABCDEF

A- Angażowanie/ Agitacja

B- Benefity

C- Połączenie

D- Dostarczenie przekazu

E- Ewakuacja ☺

F- Follow up/ Feedback

Prawdziwego mówcę poznaje się po tym jak zaczyna.

A jak Angażowanie – rozpoczęcie z porywającą siłą wodospadu!

Masz 30 sekund na przykucie uwagi słuchaczy. Zaczynaj od **magicznego pocisku**: zaskocz, zaszokuj, zadziw, zaintryguj, sprowokuj, zadziw, przykuj uwagę, podrażnij, skus, podnieć wizją nieoczekiwanego – Innymi słowy zaskocz:

- Zaskakujące fakty albo statystyki (mogą też być kontrowersyjne)
- Przykłady wzięte z życia, intrygującą historią
- Pytania do zastanowienia się, do refleksji
- Zaproszenie do wyobrażenia sobie („wyobraźcie sobie...”)
- Pętla
- Błyskotliwa definicja
- Film
- Niespodziewany przedmiot, który przyniosłeś
- Żart (jeśli wiesz, że możesz) – uwaga na żarty, mogą spalić całą prezentację!

Agitacja i angażowanie potrzebuje pozostawiać w jakimś związku z tematem prezentacji - zupełnie oderwana brzmi kuriozalnie.

Pytanie „**Co jeśli...**”- zdaje również egzamin jako agitacja i pozwala przejść płynnie do przedstawienia korzyści, jakie

„A co jeśli rozpocznę od tezy, że wszyscy mamy naturalne talenty prezentera, tylko część z nas wybiera nim nie być?”

A co jeśli po tym szkoleniu będziecie umieli sprawić, że Wasi słuchacze zamilkną i zapomną gdzie są - tak ich wciągniecie w swoją historię...”

Twoja wyobraźnia jest jedynym limitem.

Pamiętaj: Kilku pierwszych zdań naucz się na pamięć! Minimum 3 ☺!

B jak Benefit

Przedstawcie korzyści, benefity, wygraną, zyski dla słuchaczy (możecie używać różnych słów), aby audytorium chciało pozostać i wysłuchać Was do końca. Tu możesz wpleść elementy planu Twojej prezentacji- pamiętać tylko, by po każdym przedstawionym punkcie prezentacji uwypuklić - **Co z tego będzie miał słuchacz?**

W tym elemencie można również wywołać emocje : „*Dzięki temu, że zorganizujemy warsztaty kulinarne, wzrośnie świadomość smaków wśród Elblążan i chętniej będą zaglądać do Waszych restauracji, co wpłynie pozytywnie na budżety placówek.*

Prezentacja sprzedaje rozwiązanie problemu przez wasze produkty, wydarzenia, idee, Wasze pomysły, ekonomię. Sprzedajemy nie produkt lub usługę ale KORZYŚĆ, jaką słuchacze będą mieli z tego.

Uczestnicy potrzebują poczucia dobrze zainwestowanego czasu – więc możesz zapewnić, że dostaną 3 istotne argumenty do rozmowy np. z mieszkańcami, z klientami, z użytkownikami projektu.

Dobrze sprawdza się zrobienie wcześniejszego wywiadu- czego oczekują twoi słuchacze- wtedy jesteś w stanie dokroić swoją prezentację na miarę, np.: „*Mówiliście, że najczęstszą obiekcją jest X. Po tej prezentacji wyjdziecie stąd z argumentacją, jak osioł ze smokiem i nie zawahacie się jej użyć*”

Można też stosować akronimy:

Korzyści, z którymi wyjdziecie z tej prezentacji można przedstawić za pomocą 3 liter PSA - dowiedziecie się co i jak zaplanować, by prezentacja wpłynęła na odbiorcę, dowiedziecie się jak to przenieść treści na slajdy i jak angażować audytorium!

Metoda 4 MAT

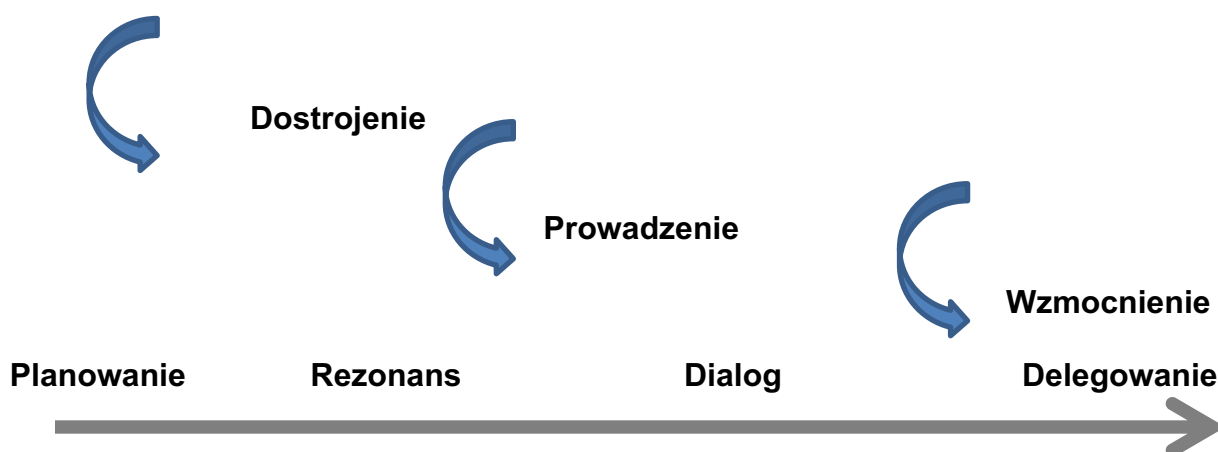
1. DLACZEGO? Z jakiego powodu tu jesteśmy? I to jest powód, dla którego ta prezentacja jest wartościowa dla was	2. CO? Co będzie naszym tematem? Jak wygląda plan prezentacji... To właśnie omówimy
3. JAK? Jak można implementować tę wiedzę w praktyce? Jak wykorzystamy to, o czym będziemy mówić...	4. CO JEŚLI? Co się wydarzy, gdy to zrobimy, co jeśli nie.... To są korzyści, gdy to zrobimy, a to konsekwencje tego, jeśli tego nie wdrożymy

C – jak PołąCzenie (Connection)

Połączenie dotyczy zaangażowania się i połączenia z jak największą liczbą słuchaczy oraz sprawdzenie ich zaangażowanie nim przejdziemy do prezentacji treści merytorycznej.

Prowadzenie procesu perswazyjnego w czasie prezentacji

Przygotowanie



Dostrojenie się do słuchaczy:

- Kontakt wzrokowy
- Postawa
- Mimiki
- Gestykulacja
- Mowa, ton głosu,
- „Chemia”
- Dystans do siebie, żart z siebie samego
- Energia, pasja, entuzjazm - przekazanie dobrych fluidów
- Zadawanie pytań, na które słuchacze odpowiadają „Tak”
- Prośba o podniesienie rąk do góry
- Ekspresja emocji

Bez dobrego raportu nie przekażesz nawet najlepszego materiału- po prostu nie będą cię słuchać.

Gdy spotykasz nowego człowieka, Twój wewnętrzny Gin oni zadaje sobie pytania:

- Czy ja mu ufam?
- Czy ja go szanuje?
- Czy ja go cenię jako człowieka?
- Czy mogę na nim polegać?



Bądź autentyczne i spójny - jeśli mówisz o sprawach, które są sprzeczne z Twoimi wartościami, wtedy słuchacze to czują.

Model budowania zaufania

Pokaż swoje kompetencje	Bądź spójny, działaj spójnie
Zatroszcz się o słuchaczy	Pokaż, że można na Tobie polegać

D jak Dostarczenie przekazu

Prawdziwe krasomówstwo polega na tym aby powiedzieć wszystko co konieczne –i rzeczywiście powiedzieć tylko to, co konieczne

La Rochefoucauld

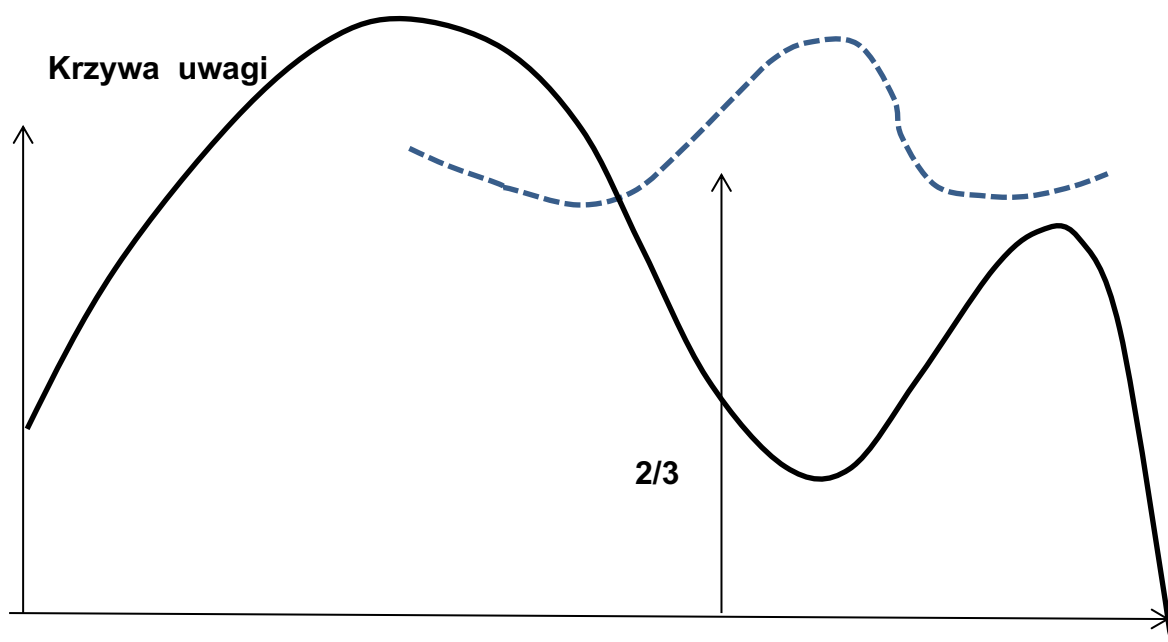
Czyli przekaż to, co chcesz powiedzieć w interesujący, frapujący sposób!

Powtarzaj najważniejsze informacje, używaj zasady 3-7 (slajdów, magicznych pocisków, faktów, wątków itp.)

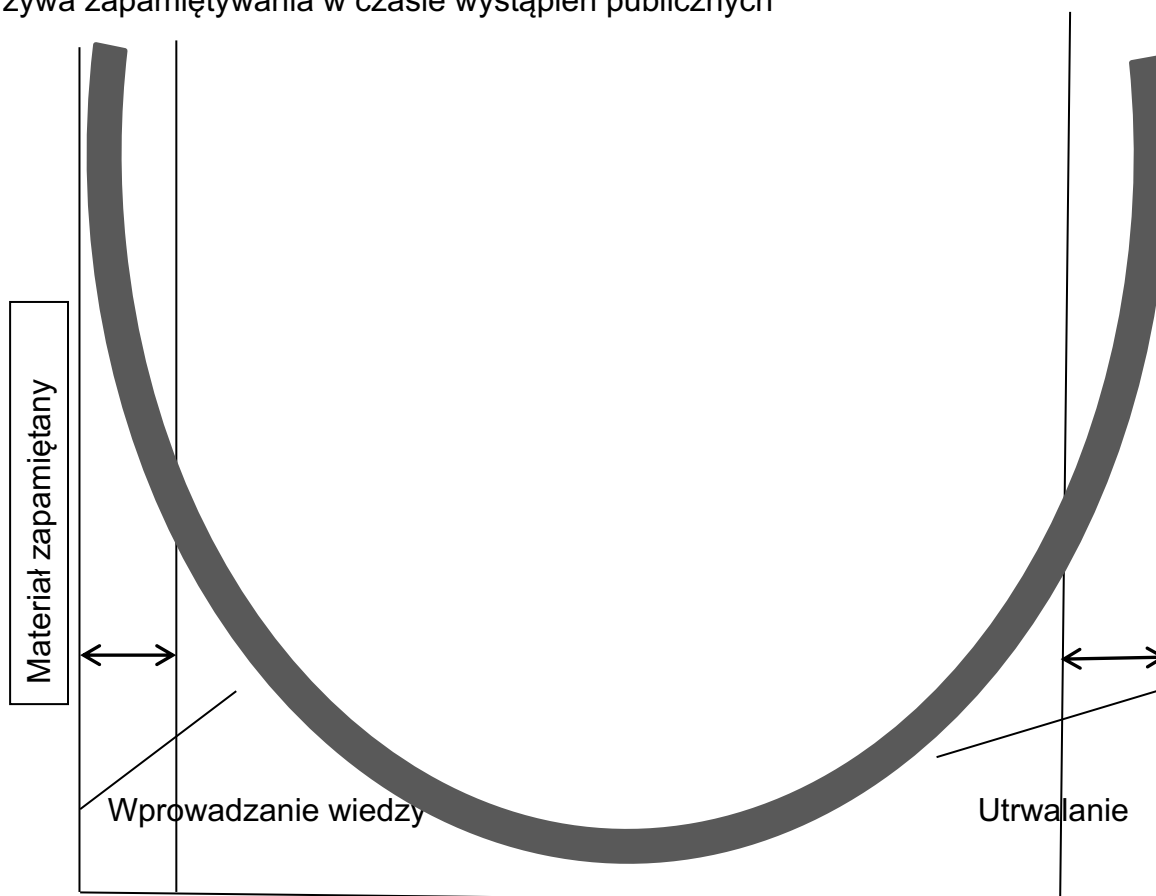
Mów zrozumiale i w prosty sposób KISS (KeepItSimpleandShort)

- **Używaj krótkich wyrażeń** – słowa krótkie częściej używane, są częściej zapamiętywane. *Lepiej powiedzieć **teraz** – niż **w danym momencie**.*
- **Używaj krótkich zdań** - Jeżeli nie wypowiesz zdania na jednym oddechu to oznacza, że jest zbyt długie. Mów poprawnie gramatycznie i stylistycznie
- **Proste słowa** (mała ilość sylab, bez żargonu)
- **Używaj opisowych przymiotników** - dodadzą emocji (niesamowite, niezawodne,

Dbaj o uwagę słuchaczy



Krzywa zapamiętywania w czasie wystąpień publicznych



- Kiedyś uważano, że uwaga spada mniej więcej po 2/3 czasu wykładu, dziś wiadomo, że po 10 minutach - zaplanuj element interaktywny, opowiedz dowcip, wpleć anegdotę, historię, pokaż wideo, zrób coś nieoczekiwanego, co przyciągnie uwagę słuchaczy
- W przypadku klasycznego wykładu szczytowa koncentracja odbiorców trwa 12 min, po 40 min jest równa 0.
- 10-15 minut to najefektywniejszy czas koncentracji widowni, dla jego przedłużenia dodajemy urozmaicenia wzmacniające uwagę słuchaczy.
- Tylko 1/3 materiału dociera do słuchaczy.
To co ważne musi zostać powtórzone **co najmniej 3x**. Można parafrazować wcześniejsze wypowiedzi. *Jak już wcześniej wspomniałem Drodzy koledzy słyszeliście już podczas mojego wykładu.....*
- **Powtórzenie 3** *To ważne, byśmy wszyscy mówili jednym językiem, to ważne, byśmy wierzyli w realizację celu, to ważne, byśmy wreszcie ten cel zrealizowali)*
- Stosuj podsumowania
Każdy wykład zawierający kilka kwestii powinien zawierać krótkie podsumowanie fragmentu prezentacji - 1 zdanie na pojedynczym slajdzie.
- Stosuj drogowskazy- używaj harmonogramu!
Wyrażenia, które pozwalają słuchaczom orientować się w przebiegu wystąpienia.
Pomosty, które prowadzą słuchaczy od jednego kluczowego punktu do następnego.
Używaj formy dopowiedzeń:
Teraz przejdziemy do.....
Z zagadnieniem tym wiąże się również.....
Innym czynnikiem mającym wpływ na.... jest.....
Pozwólcie Państwo, że podsumuję wszystko....
Rozwijając, Wracając, Kończąc
- **Najważniejsze informacje/argumenty powtórz dwa razy - na początku (efekt pierwszeństwa i na końcu (efekt świeżości).**

Wywołuj emocje

- **Intrygująca, zaskakująca historia**
- **Porównanie, metafory, anegdoty**
- **Magiczne pociski**
- **Stosuj pętle**- zaczynasz intrygujący wątek na początku, pozostawiasz go, wracasz i domykasz na końcu. Pętle potrzebują mieć związek z tematyką
- **Apele:** *Co minutę nasze komórki mózgowe obumierają - zatem do dzieła!*
- **Wplataj komendy wyobrażeniowe:** *Wyobraźcie sobie...*
- **Łańcuch:** *Dobra cena to więcej klientów, więcej klientów to wyższe obroty, wyższe obroty to większe bezpieczeństwo zatrudnienia.*
- **Upředzenie zarzutów (komunikat dwustronny):** *Ktoś może pomyśleć, że a sprawa jest prosta, ponieważ..... Zdaję sobie sprawę, że są tutaj osoby, które pomyślały..... I rozumiem Was. Tymczasem ja pozwolę sobie przedstawić moje argumenty. Otóż....*
- **Zwłoka:** *A co to dla nas oznacza, przekonamy się zaraz po filmie, który teraz obejrzymy.*
- **Pytania:** podkreślają najważniejsze momenty, aktywizują
 - **do grupy skierowane wprost:** *Jaka jest wasza opinia na temat..., Co Wam się wydaje najważniejsze?*
 - **retoryczne:** *Zadaję sobie pytanie, co to dla nas oznacza? – Pozwalają uwypuklić najważniejsze treści naszego wystąpienia*
 - **przeniesione:** *To bardzo interesująca kwestia. Czy ktoś z Państwa ma jakiś pomysł na rozwiązanie?*
 - **pytania „3 Tak”-**
*Czy chcemy zdobyć grant na ten projekt? **TAK!** Czy mamy na niego pomysł **TAK!** Czy konsolidujemy siły by go udoskonalić? **TAK!***

Eksperci

Wybieraj ekspertów, których Twoi słuchacze darzą zaufaniem. Poeta Carl Sandburg opisał to dowcipnie: „Ekspert to jakiś głupek mieszkający daleko stąd”. Hmmm...

Używaj zwrotów osobowych

Pozwala to nawiązać kontakt oraz zbudować osobisty charakter relacji Was spikerów z audytorium.

*Zamiast: **Próbowano dowieść** – lepiej powiedzieć: **Czytałem, że***

Liczby podawaj atrakcyjnie!

- Minimalizuj ilość danych liczbowych w prezentacji!
- Zaokrąglaj liczby - łatwiej je przeczytać i zrozumieć
Np. zamiast :4,78% - lepiej powiedzieć ok. 5%

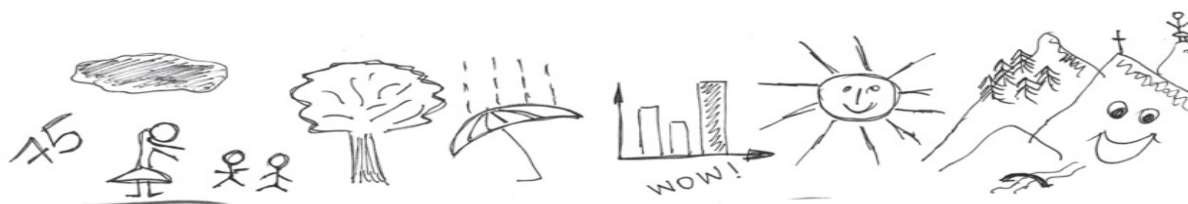
- Nadaj liczbom skalę i kontekst, to pomoże odnieść do własnego życia
Wyłączcie telewizory. Przeciętny przedszkolak spędza przed telewizorem 5000 godzin. To więcej niż potrzeba, by zaliczyć 5-letnie studia.

700 miliardów dolarów to tyle ile wystarczy, by ufundować studia 23 milionom ludzi.

Polskie emisje CO₂ wynoszą ok. 0,3 mld ton rocznie, w porównaniu z ponad 40 mld ton globalnych emisji ze spalania paliw kopalnych, produkcji cementu i zmian użytkowania terenu. Tymczasem sami Chińczycy emitują ok. 10 mld ton CO₂ rocznie, a Amerykanie 5 mld ton

- Przedstaw liczby w obrazowy sposób, np. w kontekście życia codziennego czy budżetu domowego.
- **Spraw by ludzie czuli, że liczby ich ponaglą – zmuszają do działania.**

STORYTELLING



Historie wywołują emocje i wciągają słuchaczy w ich treść. Pomagają wyobrażać sobie niewyobrażalne, są pięknymi analogiami.

Narzędzia dobrej historii to:

- Magiczne pociski
- Metafory i analogie
- Zwroty akcji
- Pętlenie

Dobra historia angażuje zarówno myślenie racjonalne- daje fakty, ale przede wszystkim pobudza wyobraźnię.

By pobudzić wyobraźnię warto używać narzędzi, stymulujących 3 zmysły- wzroku, słuchu, czucia

- Pokazuj obrazy, zdjęcia, filmy
- Używaj słów które wspierają kreowanie obrazów w głowie odbiorcy, obrazów,
- Pomóż słyszeć głosy (zmieniaj ton własnego, wykorzystaj muzykę)
- Wspieraj odczuwanie emocji, używaj słów związanych z emocjami, stosuj komendy wyobrażeniowe itp.

Struktura historii:

a/ **Wprowadzenie** - opisanie sytuacji i bohaterów, przynajmniej wprowadzenie głównego bohatera

b/ **Rozwinięcie, konfrontacja, konflikt, problem** - bohater staje przed wyzwaniami, które z początku wydają się nie do pokonania. By tego dokonać, musi zdobyć nowe umiejętności, pokonać wiele kamieni na swej drodze, przeżyć różne przygody i zwyciężyć swoje ograniczenia. Ma wygrać z czarnym charakterem.

c/ **Rozwiązanie, rozstrzygnięcie** - wszystko udaje się pokonać, zakończyć w pozytywny sposób. Dzięki zdobytemu doświadczeniu bohaterowie odradzają się na nowo, wyciągają wnioski, postrzegają świat inaczej itp.

Dobra historia nie musi być Twoja! Za to potrzebuje być niesztampowa i zaskakiwać!

Tematy przewodnie- inspiracja dla historii

- **Obcy w mieście** - mądry człowiek przybywa do miasta i uczy jego mieszkańców, jak być mądrymi
- **Oswojenie smoka**- motyw wyzwania, z którym się mierzymy i je pokonujemy
- **Ponowne odrodzenie/ powstanie z popiołów** - stawanie się „nowym” poprzez przyswajanie nowych umiejętności
- **Tam, gdzie nikt wcześniej nie dotarł** - motyw podróży w nieznane i nieodkryte i nauka w czasie drogi
- **Powrót do domu** - motyw podróży i powrotu do domu bogatszym o nowe doświadczenia, wiedzę, umiejętności
- **Tragedia/ dramat** - smutna historia pozwalająca wyciągnąć wiele wniosków
- **Od pucybuta do milionera** - historia drogi do sukcesu, nauka czerpana z tego doświadczenia
- **Komedia** - zabawna sytuacja, która dała cenną naukę

Jako minimum warto wprowadzać czarny charakter, który jest w opozycji do białego charakteru.

E jak Ewakuacja (Exit)

To łatwe nawet w przypadku interesującego wykładu, słuchacze z zadowoleniem witają jego koniec.

- Dobrze zaplanuj swoje zakończenie – kończ z optymizmem
- Wróć do swojego celu – podsumuj najważniejsze 3 obszary.
- Kiedy powiesz, że kończysz, to od tego momentu masz około 30 sekund do zejścia ze sceny.

Kilka sprawdzonych metod kończenia prezentacji:

- **Emocje** - warto wykorzystać zamknięcia wywołujące mocne emocje, gdy chcemy, by audytorium pozostało wbite w krzesło na końcu. Takie zamknięcia mają silny wpływ.
- **Humor/ żart** - lepiej sprawdzają się przy mniej formalnych prezentacjach jak pikniki, spotkania świąteczne, wesela itp. Ryzyko - gdy widownia nie uzna żartu za zabawny, pozostanie lekko skonfundowana. W ramach biznesowych prezentacji lepiej unikać tego rodzaju zakończenia

- **Zamknięcie pętli** - jeśli zaczęliśmy od jakiejś historii, potem ją zostawiliśmy, to powrót do niej jest doskonałym zamknięciem naszej prezentacji
- **Wezwanie do działania** - idealne, gdy naszym celem jest sprawić, by słuchacze po prezentacji podjęli konkretne działania.
- **Potrójne zamknięcie**- niezwykle popularne, polegające na trzykrotnym powtórzeniu części wypowiedzi, np.: „*zgodziliśmy co do tego, zgodziliśmy się co do tego i zgodziliśmy się co do tego....*” albo: *Przyszłość naszego projektu pokładam w...., przeszłość pokładam w.... I wreszcie przyszłość pokładam w....*

**Zawsze! Zakończ zanim publiczność chciałaby żebyś zakończył.
Zostaw poczucie niedosytu.**

F jak Follow Up/ Feedback

Kontakt po prezentacji ma swoje zalety. Pozwala uzupełnić i rozwinąć aspekty szczególnie interesujące dla słuchacza, ustalić następne kroki, podjąć kroki... Feedback pozwala na rozwój własnej idei – może dotyczyć mówcy, zawartości, praktycznego wykorzystanie zdobytej wiedzy. Feedback może być zebrany zaraz po, lub osobno po chwili, ale nie dłużej niż 7 dni po wydarzeniu.

Typy audytorium - na ogół w grupie masz przedstawicieli wszystkich trzech grup:

„Mędracy, znawcy”- uważają, że wszystko, o czym chcesz mówić, oni już wiedzą i znają, niczym ich nie zaskoczysz. Mają tendencję do krytykowania i umniejszania wartości informacji, które przekazujesz. Często to osoby analityczne, lubiące logikę, szczegóły i porządek.

- Nim zaczniesz przedstawiać poszczególne partie materiału warto powiedzieć „Zdaję sobie sprawę, że część Państwa już o tym wie, jest świadoma...” Jeśli postawisz się w roli eksperta, zrobią wszystko, by Ci udowodnić, że nim nie jesteś. Zatem pokaż nieco zrozumienia dla ich ego.

„Gąbki”- to niemal przeciwieństwa. Mają otwarte umysły i chłoną wszystko, co słyszą w czasie prezentacji. Niekiedy kiwają cały czas głową, potakując Twym słowom

- Złap ich uwagę, zaangażowanie i prostu mów, z zainteresowaniem słuchają. Warto od czasu do czasu zerknąć na nich by czerpać siłę i energię z ich otwartości.

„Wewnętrzne gaduły”- prowadzą w czasie prezentacji wewnętrzny dialog na tematy, które prezentujesz. Widać to na ich twarzy - często widnieje tam zaniepokojenie, zdziwienie lub stan daleki od Twego pozytywnego nastroju.

- Zatrzymaj się i zadaj im pytanie. Efektywniej wydobyć ich główkowanie na zewnątrz, niż pozwalać im prowadzić własną oddzielną umysłową prezentację obok twojej.

Wizualizacja prezentacji

Pomoce wizualne:

- Ułatwiają zrozumienie treści – powinny być czytelne i robić wrażenie.
- Pozwalają przedstawić informacje – podkreślają najistotniejsze elementy.
- Wzmacniają przekaz.
- Zachęcają do słuchania
- Należy je znać na pamięć
- Ich zawartość musi dotyczyć tylko omawianej tematyki
- Należy nad nimi panować i używać tylko wtedy, kiedy są potrzebne

Przygotuj slajdy czytelne i wizualne (obrazy mówią więcej niż setki słów)

- Tytuł nie więcej niż na 2 linie - chwytliwy
- Unikaj więcej niż 6 linii na slajdzie
- Nasz mózg kocha obrazy – zdjęcia!
- Minimalny font 24
- Jeśli tekst - 30 słów maksymalnie
- Ogranicz ilość kolorów
- Najlepsze są ciemne tła, a na nich jasne (białe) litery lub jasne jednolite tła i granatowe lub czarne litery
- Upewnij się, że forma pasuje i nie przytłacza treści (nie przesadzaj z efektami specjalnymi)
- Animacja bez zaskakujących dźwięków odwracających uwagę od treści.
- Warto z niej skorzystać, gdy stopniowo chcemy pokazywać dane.

Mowa ciała musi być spójna z płaszczyzną emocjonalną oraz z tym, co mówimy tylko wówczas informacja jest odbierana jako przekonująca i szczerą. Niepewność mówcy często prowadzi do niespójności.

Postawa ciała - otwarta

- Postawa wyprostowana, tułów wyprostowany, nie zadzieraj głowy do góry, ramiona zrelaksowane, stój pewnie na dwóch nogach, odległość pomiędzy stopami na długość jednej stopy, unikaj krzyżowania rąk i nóg.
- Ćwicz postawę w domu, przy ścianie- spraw, byś „urósł”
- Postawy z rękami z tyłu są niewskazane: ‘postawa na SS-mana’ - a więc nogi rozstawione dość szeroko, ręce założone z tyłu, biodra lekko wypięte do przodu - to typowy szczególnie dla mężczyzn pokaz męskości, dominacji, autorytetu. Druga ‘postawa na ucznia’, nogi złączone, ręce splecione z tyłu, głowa opuszczona - to z kolei oznaka zakłopotania, poczucia winy, słabości.
- Ruch ma być intencjonalny i służyć podkreśleniu treści prezentacji, a nie rozładowaniu energii prezentera. Nie chodź cały czas po scenie – wystarczy parę kroków, szczególnie, gdy rozpoczynasz nowy wątek. Zbyt szybkie kroki rozpraszają słuchaczy. Nie przechodź przed obiektywem rzutnika. Nie kiwaj się. Niezależnie od wzrostu poruszamy się tak jak osoby wysokie.
- Stój twarzą do publiczności, nie mów do ekranu!.
- Do ekranu obróć się bokiem, jeśli potrzebujesz pokazać tekst, wskazuj wyciągniętą dłońią, wskaźnikiem lub pointerem zakreślając koła by zneutralizować drżenie ręki.
- Otwarte gesty rąk, odsłonięcie dłoni dla podkreślenia tego, o czym mówisz.
- Nie zaciskamy pięści, nie chowamy ich za plecami ani w kieszeniach, nie ściskamy nerwowo wskaźnika próbując go złamać na oczach publiczności.
- Mównica – przydatna, gdy korzystamy z notatek, ale ogranicza ekspresję wykładowcy. Nie polecam!

Gesty

- Naturalne
- Otwarte gesty rąk – odsłonięte dłonie (bez przesady). Gesty wykonywane w sposób ekspansywny (unikamy gestykulacji jak z budki telefonicznej).
- Unikamy gestów niepewności i zdenerwowania (zasłonięcie dłonią ust, dotykanie włosów, pocieranie brody, drapanie się po głowie, poprawianie okularów) oraz gestów wywołujących agresję u słuchaczy (np. wskazywanie w kierunku słuchaczy palcem wskazującym).
- Gesty skupienia – złożone dłonie, piramida. (Nie modlimy się)- mogą ale nie muszą.

- Gesty- im wyżej i bardziej na prawo- tym ważniejsze
- Ręka w kieszeni spodni- do niedawna była uważana za gest lekceważenia. Obecnie dopuszcza się, jednak nie za długo. Gest ten niewątpliwie dodaje pewności siebie, nie polecam jednak w czasie rozmów i prezentacji do grona osób starszych czy wyższych rangą
- Uwaga na gesty, których nadużywamy, pomocne może być lustro lub kamera video.

Uśmiech, mimika twarzy

- Uśmiech to najtańszy sposób poprawienia wyglądu i zdobycia sympatii słuchaczy.

Im bardziej ktoś jest sobą, tym mniej prawdopodobne jest wystąpienie niespójności w jego mowie ciała.

Wzrok

- Nie wpatruj się w nikogo. Obejmuj wzrokiem wszystkich, przenosząc kolejno wzrok, nikogo nie pomijaj. Ta zasada oczywiście dotyczy małej grupy słuchaczy. Uważaj żebyś nie rzucał głową na lewo i prawo.
- W przypadku dużej grupy wystarczy wybrać trzy osoby po środku, po lewej i prawej stronie Sali. Płynnie przenosimy wzrok od 1 do 2 i 3.
- W razie zdenerwowania warto wybrać sobie osobę, która jest przychylnie do nas nastawiona by czerpać od niej pozytywną energię.
- Unikaj następujących strategii:
 - Przezroczysty
 - Jestem zbyt zajęty
 - Proszę, pomóżcie mi
 - Czytam tablicę u okulisty
 - Nie jestem wart by stawać przed wami
 - Oglądanie meczu tenisowego

Głos - Barometr twojej energii

- Mów głośno i wyraźnie
- Sprawdź czy jesteś słyszalny w ostatnich rzędach
- Pamiętaj, że zmiana głośności na cichą jest czasem słuszna bo zmusza słuchaczy do skupienia uwagi.

- Moduluj ton głosu i głośność : jeśli chcesz podkreślić ważność fragmentu wypowiedzi lub obudzić czyjąś uwagę. (Unikaj zbyt wysokiego tonu, teatralnej intonacji oraz przesadnego entuzjazmu).
- Końcówki zdań wymawiaj niższym tonem, unikaj śpiewnego tonu
- Nie krzycz na słuchaczy- Adam Hitler nie jest najlepszym przykładem
- Tempo wypowiedzi właściwe 120 -150 słów na minutę (mówiąc wolniej jesteś odbierany jako nudny, szybciej – niezrozumiały). Zmiany tempa mówienia mogą również uczynić prezentację ciekawszą - ważniejsze kwestie wypowiedz wolniej, przyspieszenie ożywi prezentację
- Ogranicz słowa i dźwięki pozbawione treści (hm,ee,aa, tak jakby, zasadniczo, ale, absolutnie itp.) Warto ćwiczyć metodą dzwonka lub innego sygnału, który ktoś życzliwy zapewnia zawsze, gdy Ty wpleciesz przerywnik.
- Rób pauzę - przykuwa uwagę (może uciszyć publiczność, jest naturalnym przejściem do nowego wątku).

Wygląd – jak się ubrać?

- Strój formalny, ale dostosowany do sytuacji i odbiorców.
- Strój może nawiązywać do wizerunku mówcy np. zamiast krawata – muszka, czy u kobiety szal lub broszka.

Skromność – tak, ale bez przesady

Symbole sukcesu – tak, ale z umiarem i wyczuciem.

TY – TO NAJWIĘKSZE AUDIOWIZUALNE NARZĘDZIE

Pasja

- To uczucia, a nie fakty poruszają ludzi
- Ludzie nie pamiętają słów lecz wrażenie jakie na nich wywarły
- Entuzjazm karmi się pozytywnym nastawieniem
- Entuzjazm jest zaraźliwy ☺, apatia również ☹
- Pasja udziela się słuchaczom i utrzymuje ich emocjonalny związek z tematem nawet długiego wystąpienia. Taki emocjonalny związek bywa nazywany energią.

Podsumowanie mowy ciała:

Typowe zachowania niewerbalne wiążące się z poczuciem pewności siebie i bezpieczeństwem

- Otwarta postawa ciała
- Dobry kontakt wzrokowy
- Niewielkie napięcie mięśni,
- Rozluźniona postawa ciała
- Swobodne ramiona
- Umiarkowane lub niskie natężenie ruchów
- Adekwatna ilość gestykulacji
- Rozpięcie marynarki lub jej ściągnięcie (mężczyźni)
- Nogami swobodnie oparte o ziemię
- Ręce luźno oparte o poręcz
- Spokojny głos

Typowa mowa ciała wiążąca się z napięciem, niepewnością i poczuciem braku bezpieczeństwa

- Zamknięta postawa ciała (bariery z rąk lub nóg)
- Odchylenie do tyłu
- Wycofanie się, odsuwanie się od drugiej osoby
- Unikanie kontaktu wzrokowego
- Napięte mięśnie
- Niewygodna postawa ciała
- Spięte ramiona
- Szybkie, nerwowe ruchy
- Duża ilość gestykulacji
- Ściąga usta
- Duża ilość *adaptatorów* (np. głaskanie się po ramionach, zagryzanie palców, sprawdzanie czy naszyjnik jest na miejscu, itp.)

Typowa mowa ciała wiążąca się z lękiem

- Częste mruganie powiekami
- Zwilżanie warg (np. poprzez oblizywanie)
- Wiercenie się na krześle
- Drganie nóg
- Zagryzanie palców
- Zagryzanie warg
- Zagryza końce włosów lub palce
- Skubie dłonie
- Ściskanie, wykręcanie dłoni
- Chrząkanie, przeczyszczenie krtani
- Załamania głosu
- Ciężki, szybki oddech

Repetitorium est master studiorum.

- Ćwiczymy prezentację dla kontroli czasu, jeśli ćwicząc mówimy dłużej niż zakładany czas – skracamy prezentację, jeśli kończymy do 10% wcześniej niż zakładaliśmy - pozostawiamy ją bez zmian.
- Możesz się nagrać na video i przeanalizować w gronie najbliższych.
- Jeśli istnieje taka możliwość przećwiczmy przed gronem zaprzyjaźnionych osób (współpracownicy, rodzina). Pozwoli to na dopracowanie przede wszystkim wykorzystania Twojego ciała i przestrzeni, którą dysponujesz
- Przeczytać wykład na głos dla kontroli głosu i ekspresji
- Ćwiczymy nie tylko z własnymi notatkami, ale wybraną przez nas na wykład pomocą wizualną.
- Najstaranniej pracujemy nad początkiem i końcem - których uczymy się na pamięć.

Odpowiadanie na pytania z sali

Pytania stwarzają okazję do

- Wyjaśnienia wszystkich niejasności
- Wzmocnienia najważniejszego przekazu
- Są informacją zwrotną o logice i przejrzystości prezentacji

Technika udzielania odpowiedzi:

a/ Wysłuchaj

- Dostrzeż wszystkich chętnych do zadania pytania, by nikogo nie pominąć
- Zbliź się do publiczności, by nawiązać z nią osobisty kontakt
- Wysłuchaj pytania do końca, nie przerywaj
- Patrz na osobę, która zadaje pytanie
- Nie krzyżuj rąk w postawie obronnej, trzymaj je w neutralnej pozycji
- Nie układaj odpowiedzi przed wysłuchaniem pytania do końca

b/ Odpowiedz

- Odsuń się nieznacznie od publiczności (pozwoli to nadać szerszy kontekst pytaniu i pomoże skupić się na odpowiedzi wszystkim słuchaczom)
- Powtórz pytanie by upewnić się, że usłyszała je cała publiczność i jeśli chcesz mieć chwilkę na zastanowienie
- Odnieś się pozytywnie do pytania, podziękuj. Pytający poczuje się doceniony
- „Dziękuję, że zwrócił się Pan uwagę na tę kwestię „itp.
- Nie oceniaj pytania
- Udziel zwięźle i przejrzysto odpowiedzi.
- Jeśli nie znasz odpowiedzi nie wymyślaj.
- W czasie udzielania odpowiedzi musisz nawiązać kontakt wzrokowy z osobą , która zadała pytanie. Nie pomijaj jednak pozostałej publiczności. (ok. 25% kontaktu wzrokowego dla pytającego, 75% dla pozostałych).

Osobowość nie zapomnij o niej.

Trudno być sobą w świecie, który chce Cię zrobić jak wszyscy inni.

- Najlepsi prezenterzy są sobą lub bardziej niż sobą
- Pomyśl o wykładowcach, których podziwiasz, jakie cechy posiadają?
- Podpisz każda swoją pracę swoim autografem doskonałości.
- Stwórz w głowie wizję doskonałej prezentacji...

Uwierz, że potrafisz!

Bo jesteś jedyna/ jedyny na świecie i to jest Twoja siła.

Formularz informacji zwrotnej

Elementy prezentacji	Tak/ Nie	Uwagi
1.Cel prezentacji		
2.Struktura prezentacji-		
• Wstęp		
• Rozwinięcie		
• Podsumowanie		
3.Ramy czasowe prezentacji		
4.Styl prezentacji		
• Powtórzenia		
• Podsumowania		
• Drogowskazy		
• Język (zwroty osobowe, długość zdań)		

•		
• Przedstawienie danych liczbowych		
5. Mowa ciała		
• Kontakt wzrokowy		
• Mimika twarzy		
• Postawa i Ruch sceniczny		
• Gestykulacja		
• Praca głosem		
• Pasja		
6. Wykorzystanie pomocy wizualnych		
7. Pytania do słuchaczy		
8. Czy prezentacja przekonała słuchaczy		