

Техника презентации проекта

Вишневская Наталья
Николаевна

nvishnevskaya@hse.ru

Москва, 2020

Вишневская Наталья

Опыт:

- Управление программой цифровой трансформации F5Service, ФАМ, СМАР
- Разработка маркетинговых стратегий
- Проекты по передаче на аутсорсинг вспомогательный функций (СПОРТМАСТЕР, МТС, СЗТелеком, РАО ЕЭС, Мин.здравоохранения РФ)

Интересы:

- Организационное и стратегическое развитие
- Дизайн мышление
- Цифровая трансформация организации



Что почитать?

1. Алексей Каптерев, Мастерство презентации, «Манн, Иванов и Фербер», ЭКСМО, М: 2013
2. Нэнси Дуарте, Resonate: захвати аудиторию своей яркой историей, «Манн, Иванов и Фербер», М: 2012
3. Мартин Сайкс, Никлас Малик, Марк Вест, «От слайдов к историям. Пошаговая методика создания убеждающих презентаций», «Манн, Иванов и Фербер», М: 2013
4. Р.Макки История на миллион долларов: мастер класс для сценаристов, писателей и не только
5. Нэнси Дуарте, slide:ology искусство создания выдающихся презентаций, «Манн, Иванов и Фербер», М: 2012
6. Джин Желязны, Говори на языке диаграмм, «Манн, Иванов и Фербер», М: 2012
7. Богачев А., Графики, которые убеждают всех, АСТ, М: 2020
8. Нейтан Яу, «Искусство визуализации в бизнесе. Как представить сложную информацию простыми образами» «Манн, Иванов и Фербер», М: 2013
9. Р.Гандапас, «К выступлению готов! Презентационный конструктор» «Манн, Иванов и Фербер», М: 2010
10. www.ted.com

Что такое
презентация?



Что такое презентация?

Форма коммуникации

Процесс коммуникации краток

Времени участники тратят много

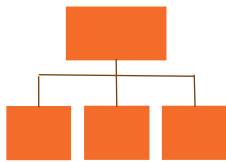
Зачем?

Потому что до сих пор эффективно!

Что такое
презентация?



Что такое презентация?



Структура

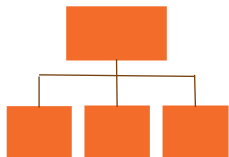


Слайды



Подача

Структура

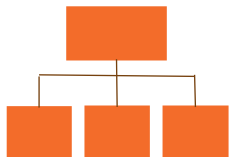


Факты

Аргументация

История или сторителлинг

Структура



Сторителлинг – выстраивание фактов в определенной последовательности и установление связей между ними

Слайды



Слайды $\neq$ PowerPoint

Слайды



Слайды – наглядные
пособия, а не шпаргалки!

Слайды



Эффект превосходства изображений

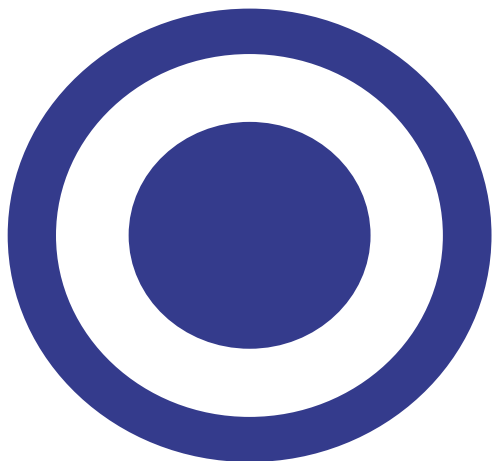
* Ну и немножко шпаргалка

Подача

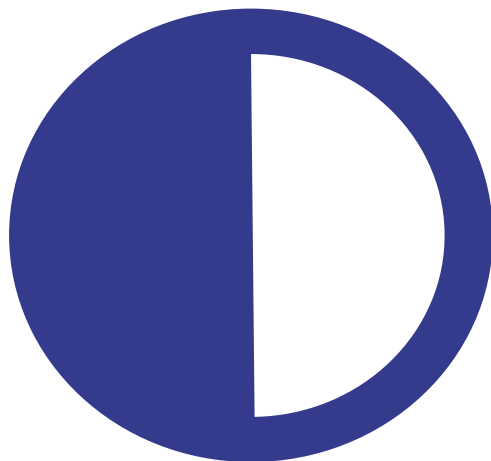


Публичное выступление: Подготовка
Импровизация
Ответы на вопросы

Принципы презентации



Фокус

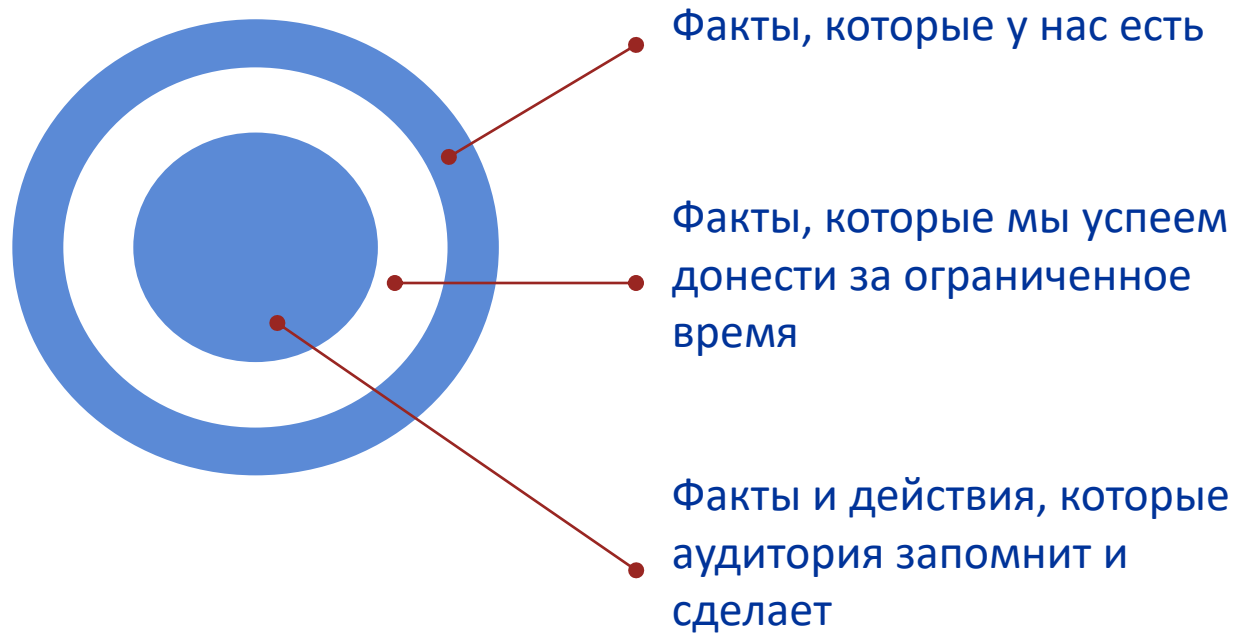


Контраст

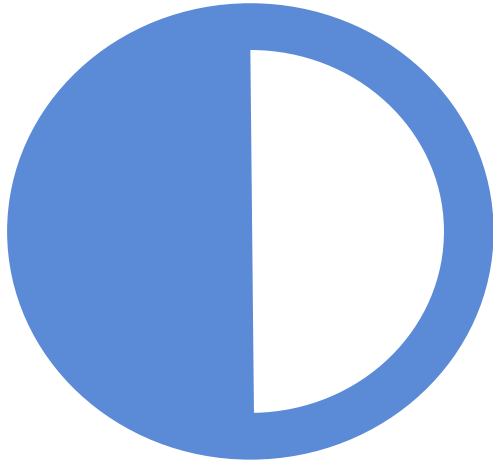


Единство

Фокус



Контраст



Факты не обладают каким-то собственным смыслом. Нужны сравнения.

Предсказуемость скучна.

ЕДИНСТВО



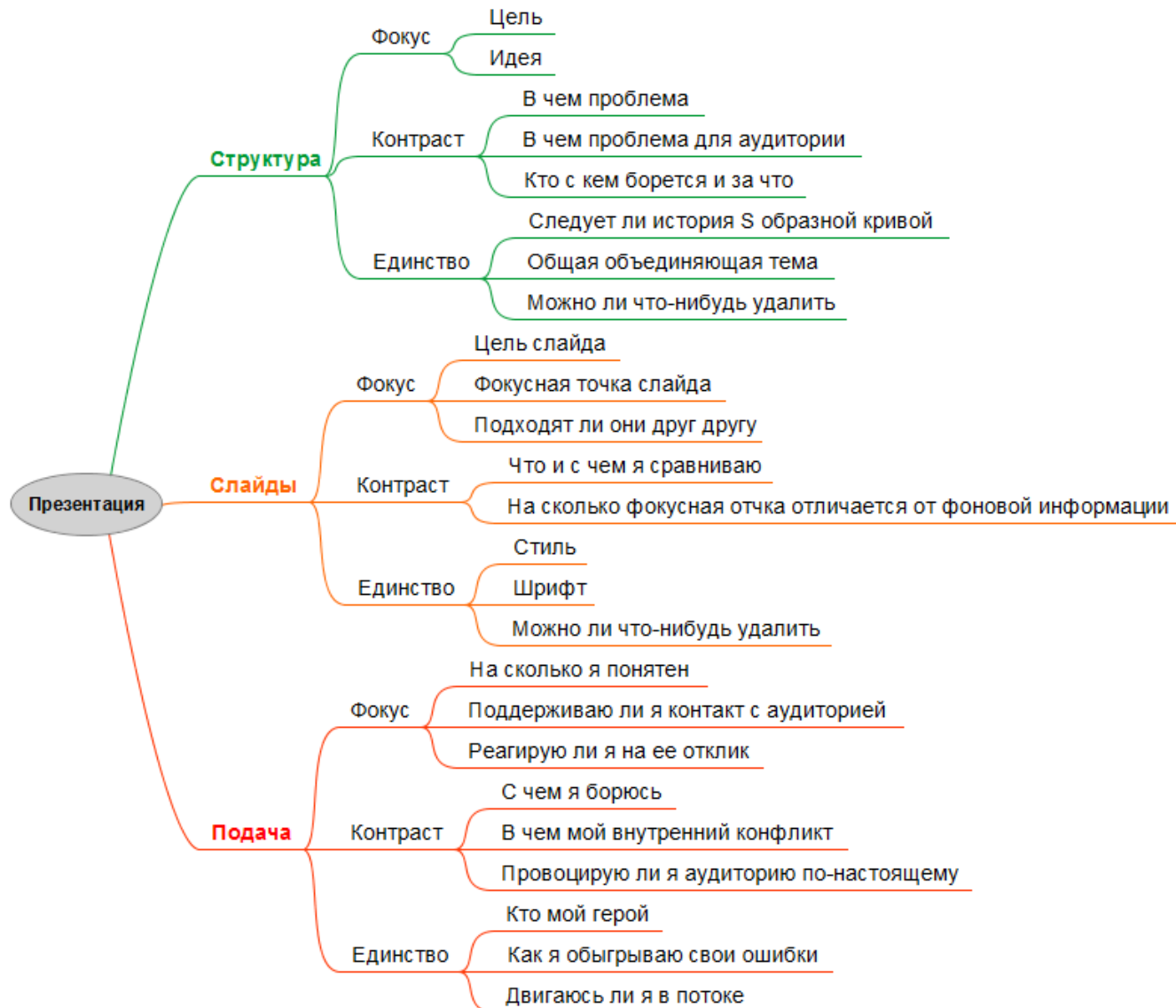
Законченный путь от
трудностей (контраста) к
главной цели (фокусу)

Какой список легче запомнить?

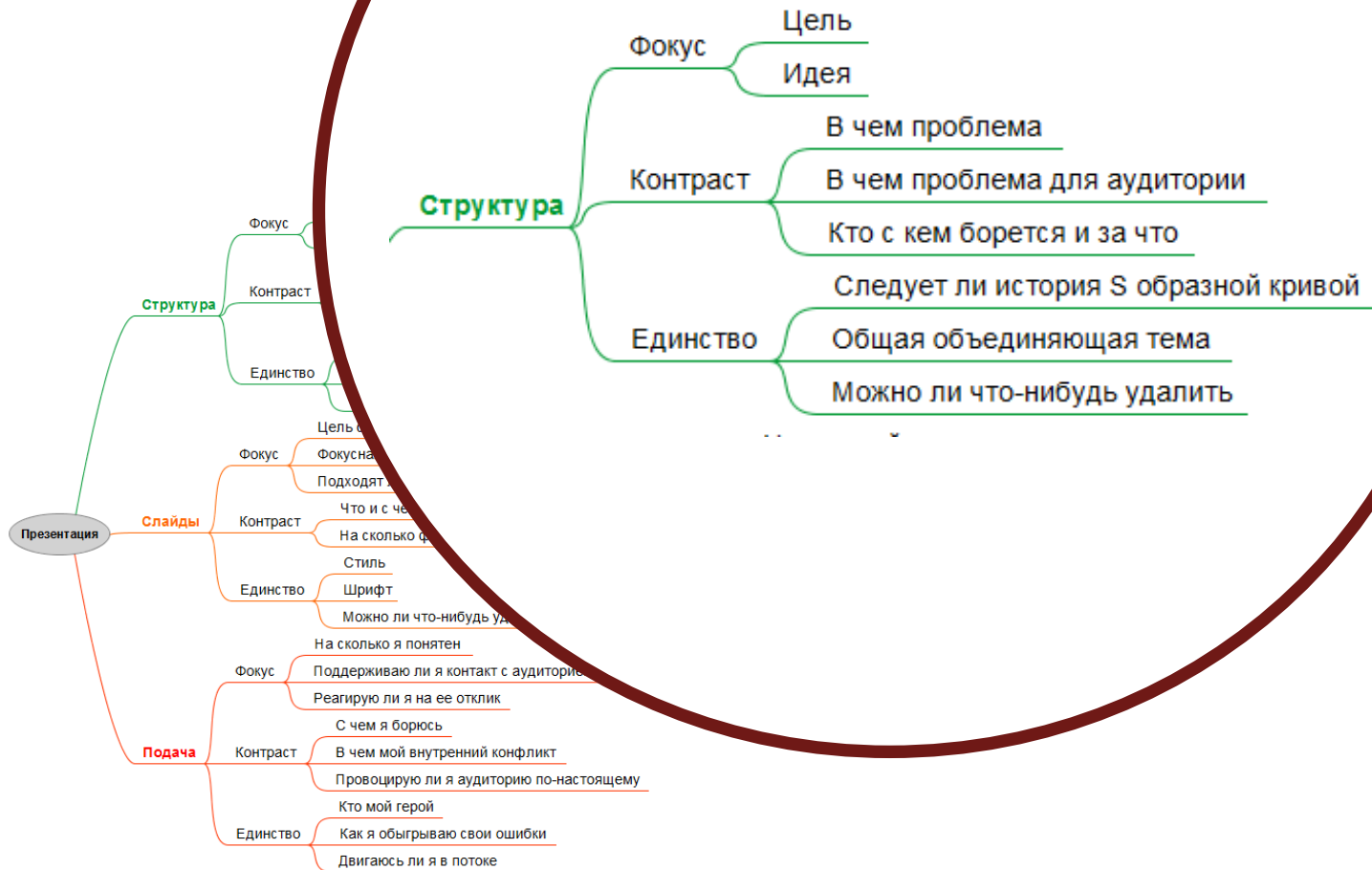
1. Йогурт
2. Туалетная бумага
3. Яйца
4. Соль
5. Чай
6. Салфетки

1. Мука
2. Соль
3. Сода
4. Яйца
5. Сахар
6. Молоко

Презентация это не просто набор слайдов



Структура в фокусе



Слайды в фокусе



Подача в фокусе



С чего начать?

Начните со структуры и содержания



НЕ начинайте создавать презентацию сразу

в POWER POINT или любой схожей компьютерной программе иначе

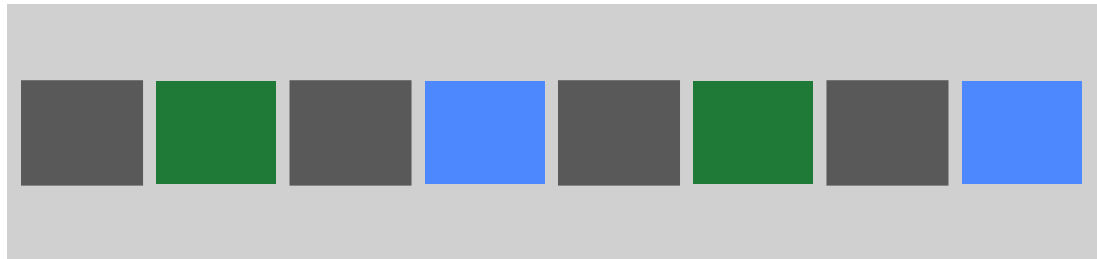
погрязнете в мелких деталях!



ИСТОРИЯ И СТРУКТУРА

Помните, Вы автор презентации!

Для слушателей история – как фильм
одна сцена следует за другой

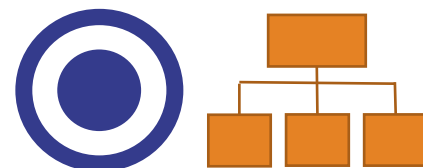
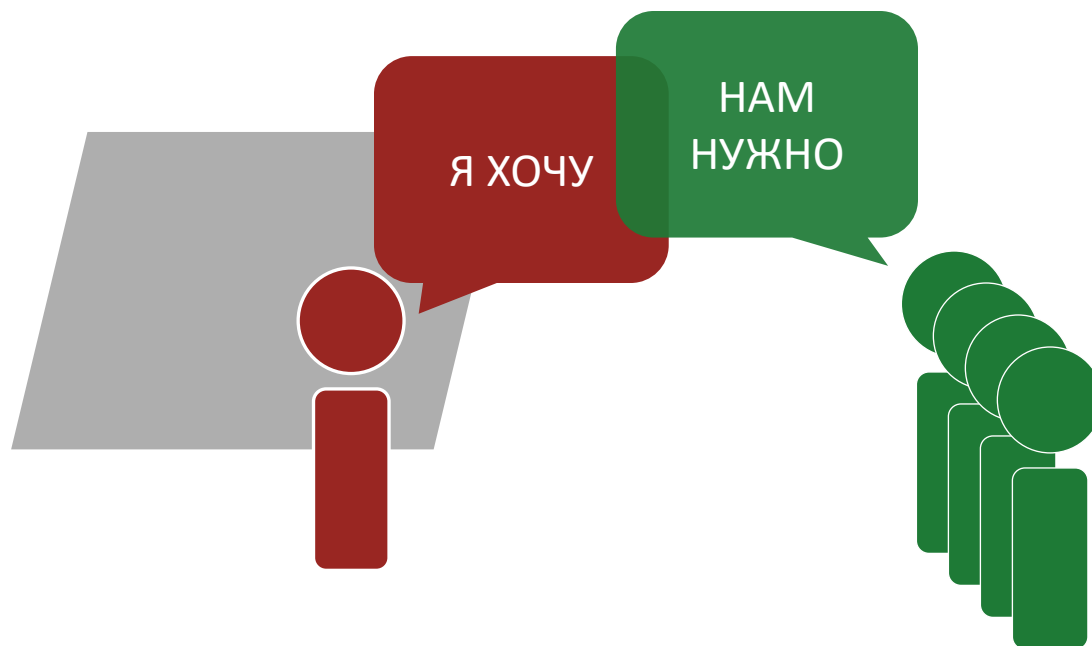


Помните, Вы автор презентации!

Для автора презентация это иерархия



Цель должна объединять докладчика и аудиторию



Скажи мне - и я забуду.

**Покажи мне – и я,
возможно, запомню.**

Вовлеки меня – и я пойму.

Конфуций

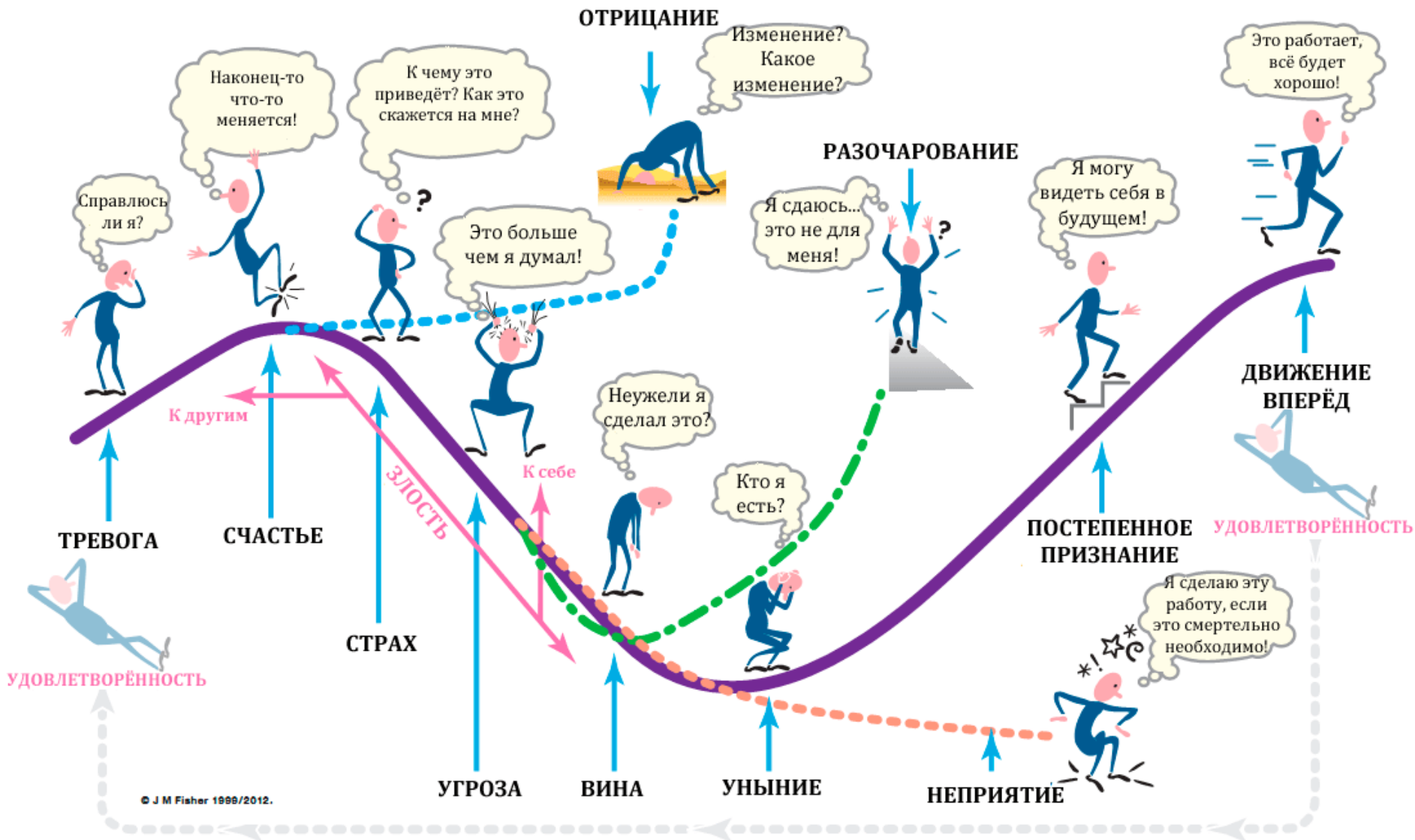
В чем цель презентации?



Услышать - Запомнить- Сделать - Стать лучше

1. Я хочу чтобы они услышали X и запомнили это
2. Я хочу чтобы они запомнили X и сделали Y
3. **Я хочу чтобы они сделали Y по причине Z**

Изменение отношения к переменам



Запоминание и воздействие

Степень запоминания – на сколько хорошо люди помнят что им говорили

Степень воздействия – в какой степени люди действуют сообразно тому, что им было сказано

Запоминание и воздействие

Сложный шрифт сложнее прочесть но текст написанный им лучше запоминается и наоборот

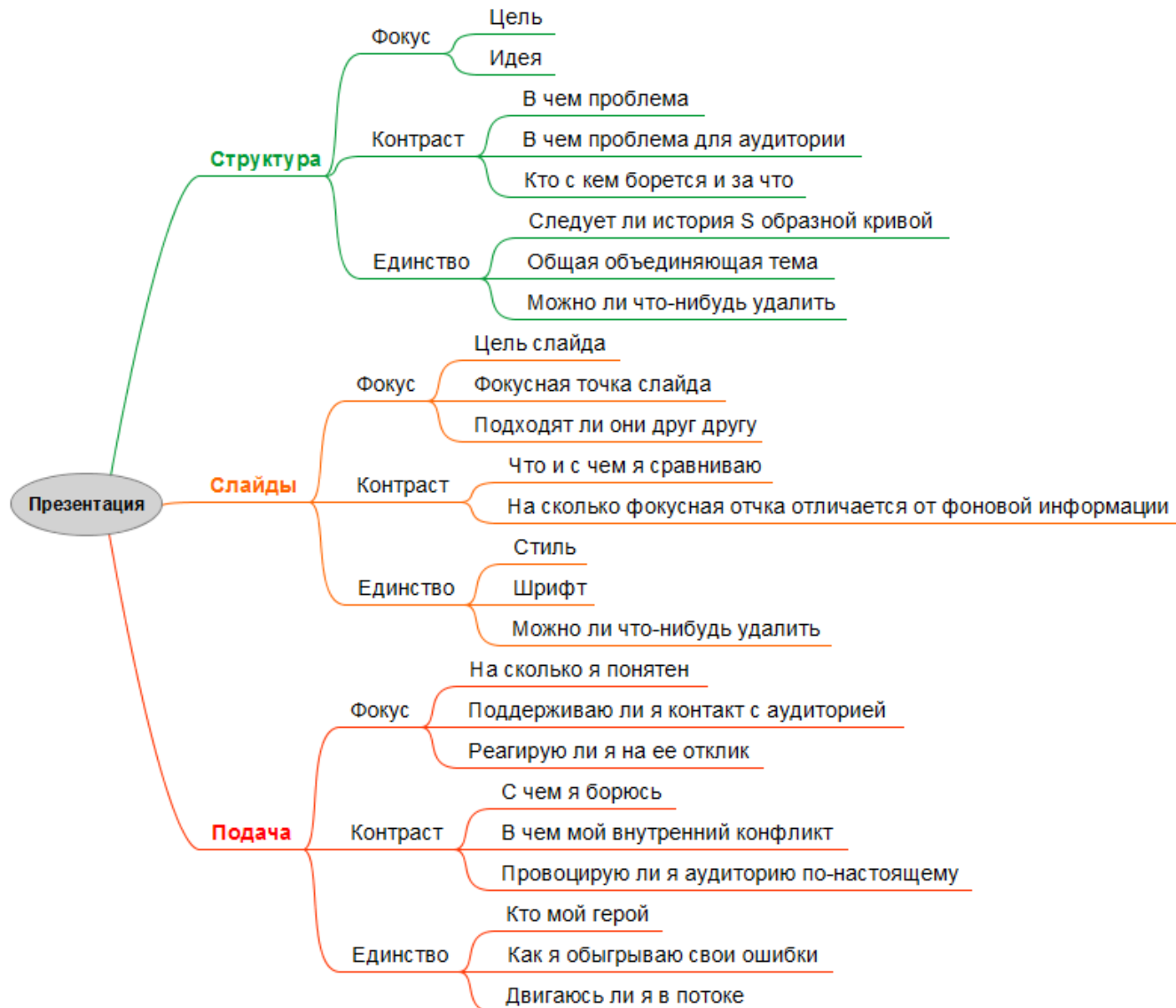
Люди ассоциируют простоту прочтения задачи с простотой или сложностью ее выполнения

Запоминание и воздействие

*Сложный шрифт сложнее
прочитать но написанный им
текст лучше запоминается и
наоборот*

Люди ассоциируют простоту прочтения
задачи с простотой или сложностью ее
выполнения

Презентация это не просто набор слайдов





Практика

Какова цель следующих презентаций?



- Защита проекта.
- Коммерческое предложение.
- Представление новой марки автомобиля.
- Результаты исследования общественного мнения по благоустройству городского парка.



Собираем факты

Собираем факты

Почему?

Что?

Как?

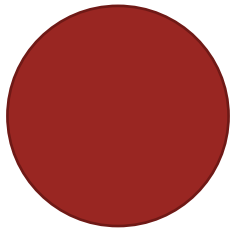
Что если?

Почему?

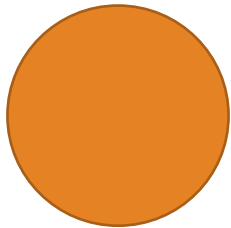
Или **зачем** вообще нужны изменения?

Почему наши слушатели должны нас слушать?

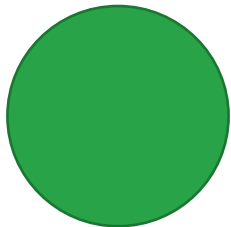
Почему люди желают перемен?



Недовольство сложившимся
положением дел

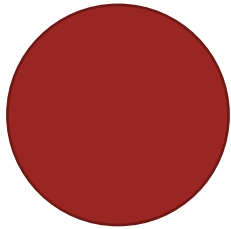


Желание привнести что-то новое и
полезное

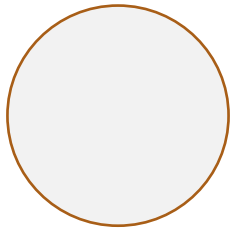


Чье-либо личное желание и
мотивация

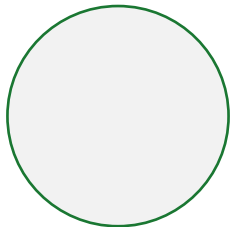
Почему люди желают перемен?



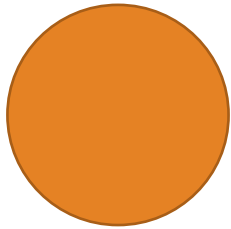
**Недовольство сложившимся
положением дел**



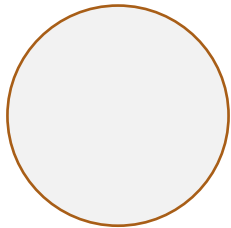
Выявить и систематизировать
проблемы, вызвавшие эту ситуацию,
показать, как Ваше решение может
справиться с ними.



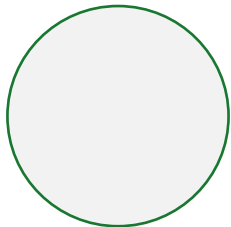
Почему люди желают перемен?



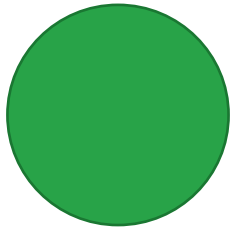
Желание привнести что-то новое и полезное



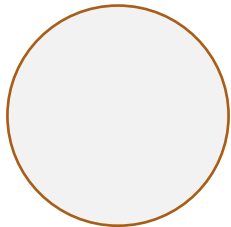
Нет необходимости решать проблемы, но есть предложение в повышении эффективности. Нет ситуации безотлагательности, сложно убедить аудиторию



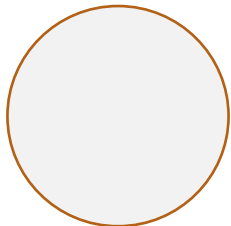
Почему люди желают перемен?



**Чье-либо личное желание и
мотивация**



История лично для Вас. О
самосовершенствовании, получении
новой работы или снижении веса.





Что это значит для
меня?



Что это значит для
Вас?

Метод 5 почему (Toyota Motor Corporation)

Почему? Почему нашей компании нужна автоматизация процесса приема входящих коммуникаций?

Почему?

Почему?

Почему?

Почему?

Что?

Что будет затронуто
изменениями?

Что будет подвергнуто изменениям?

Вещи

Технологии и инструменты

Источники информации

Местоположение и возможности

Ресурсы

Финансы

Что будет подвергнуто изменениям?

Вещи

Здания, техника, компьютерное ПО и т.д.

Люди

Культура

Навыки и опыт

Мотивация и вознаграждение

Осведомленность, компетентность и интерес

Соглашения и отношения

Что будет подвергнуто изменениям?

Вещи

Здания, техника, компьютерное ПО и т.д.

Люди

Количество, знания, навыки, умения, ценности

Процессы

Последовательная деятельность людей

Методы и процедуры, показатели успеха,
взаимозависимости, бизнес модель,
функциональная модель

	Начать	Сделать по-другому	Остановить	Не менять
Вещи	С чего начать?			Что оставить прежним?
Люди		Что сделать по-другому?		
Процессы			Что остановить или отменить?	

Как



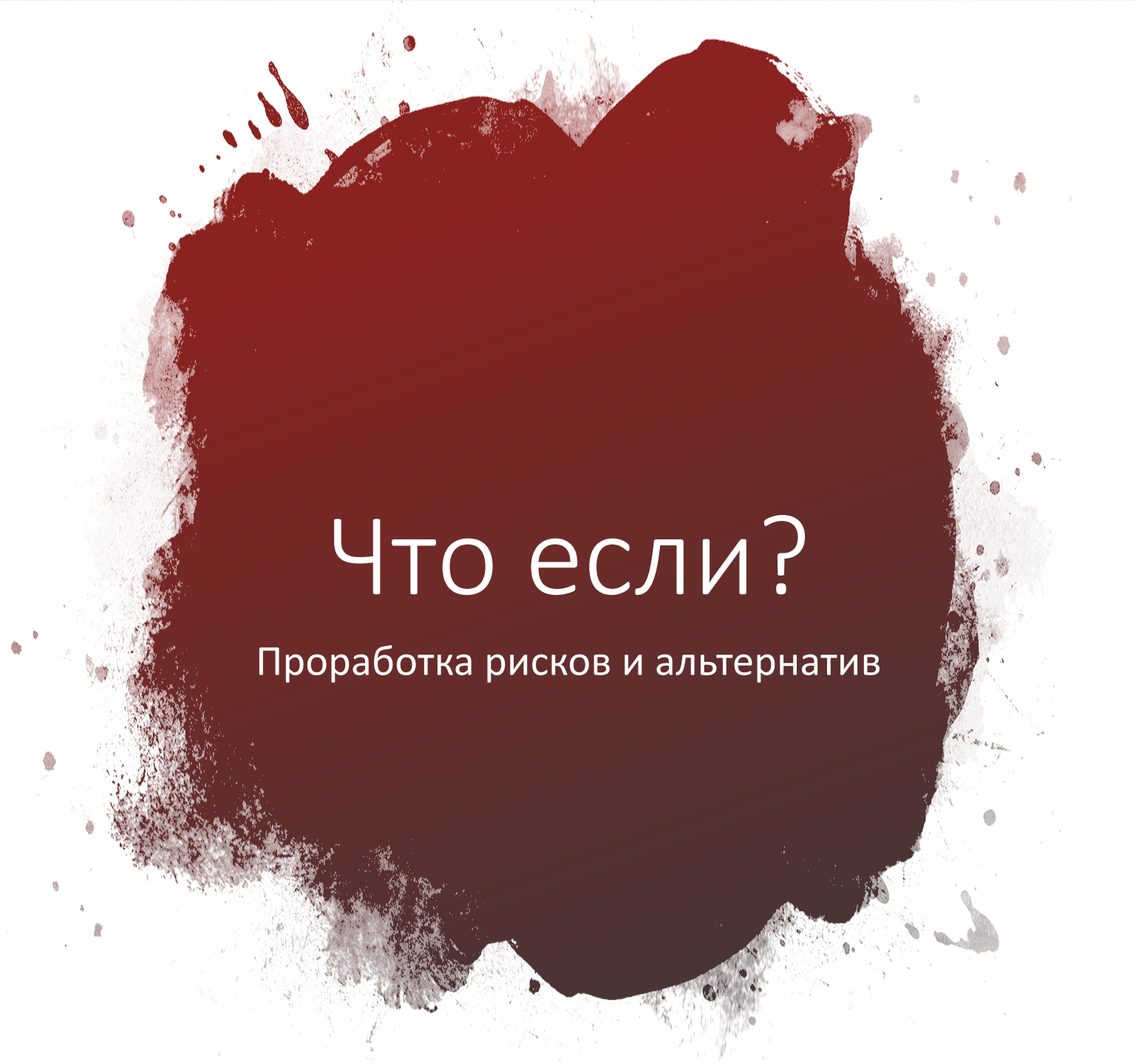
Как?



Ответ на вопрос КАК? - конкретные решения проблем, определенных на предыдущих этапах.



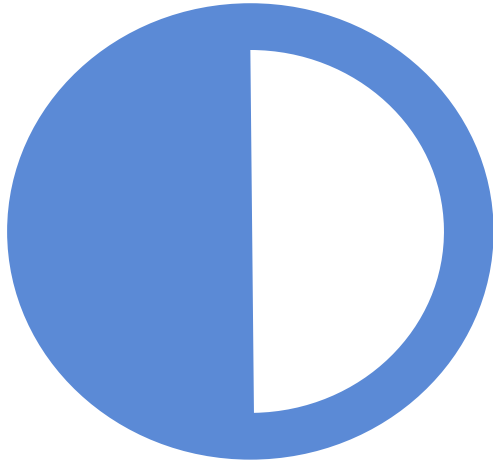
Как мы будем менять (ЧТО) и для чего мы это делаем? (наша цель)



Что если?

Проработка рисков и альтернатив

Контраст



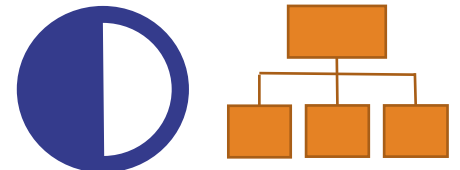
Факты не обладают каким-то собственным смыслом. Нужны сравнения.

Предсказуемость скучна.

Контраст в истории

Конфликт – двигатель презентации.

Нет конфликта – предсказуемость – скука...



История только из фактов

<https://www.youtube.com/watch?v=u06BXgWbGvA>

Контраст в истории

1. Создайте конфликт
2. Поддерживайте напряжение
3. Постоянно проводите сравнения даже на самом базовом, фактологическом уровне
4. Объясните решение

Примеры презентаций

Стив Джобс Презентация Irod 2001 год

Цель. Презентовать новое устройство.

Формат. Презентация для выступления.

Аудитория. Зрители конференции Apple.

На что обратить внимание. Запоминающаяся история о продукте («1000 песен в кармане»). Простое донесение сложной статистики. Наглядная демонстрация плюсов продукта через сравнение с моделями конкурентов и примеры (iPod толщиной с колоду карт).

<https://www.youtube.com/watch?v=kN0SVBCJqLs&t=244s>

Презентация Стива Джобса Irod 2001

Суперпортативность продукта

Уровень 1

Проблема: ни один плеер не стал хитом

Решение: Мы положим тысячу песен в Ваш карман

Уровень 2

Уровень 3

Уровень 4

Уровень 5

Презентация Стива Джобса Irod 2001

Суперпортативность продукта

Уровень 1

Уровень 2

Проблема: Как нам положить 1000 песен в Ваш карман?

Решение: Мы начнем с ультратонкого жесткого диска

Уровень 3

Уровень 4

Уровень 5

Презентация Стива Джобса Irod 2001

Суперпортативность продукта

Уровень 1

Уровень 2

Уровень 3

Проблема: Как мы запишем столько песен на этот диск?

Решение: Мы используем шину FireWire

Уровень 4

Уровень 5

Презентация Стива Джобса Irod 2001

Суперпортативность продукта

Уровень 1

Уровень 2

Уровень 3

Уровень 4

Проблема: Почему именно Firewire?

Решение: Потому что она
высокоскоростная

Уровень 5

Презентация Стива Джобса Irod 2001

Суперпортативность продукта

Уровень 1

Уровень 2

Уровень 3

Уровень 4

Уровень 5

Проблема: Насколько она
высокоскоростная?

Решение: Мы можем загрузить целый CD
за 5-10 секунд

Цель

Аргумент

Аргумент

Аргумент

Контраргумент

Предыстория

Сравнение

Контрмнение

Сравнение

Узнаваемость

Эмоциональный резонанс

Не избегайте очевидного

Непредусмотренные ассоциации

Смерть через Power Point

А.Каптерев.

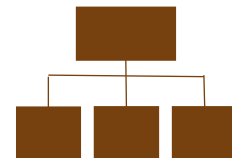
Тип конфликта

1. Моральная или психологическая проблема
2. Конфликт с другим человеком или компанией
3. Конфликт с господствующей парадигмой и статус – кво
4. Конфликт с силами (природы, экономики, курсов и даже судьбы) – и так называемыми объективными вызовами

Единство истории

Драматургический код

1. Вступление и первый поворотный момент
2. Развитие действия по нарастающей
3. Кульминация



Структура истории

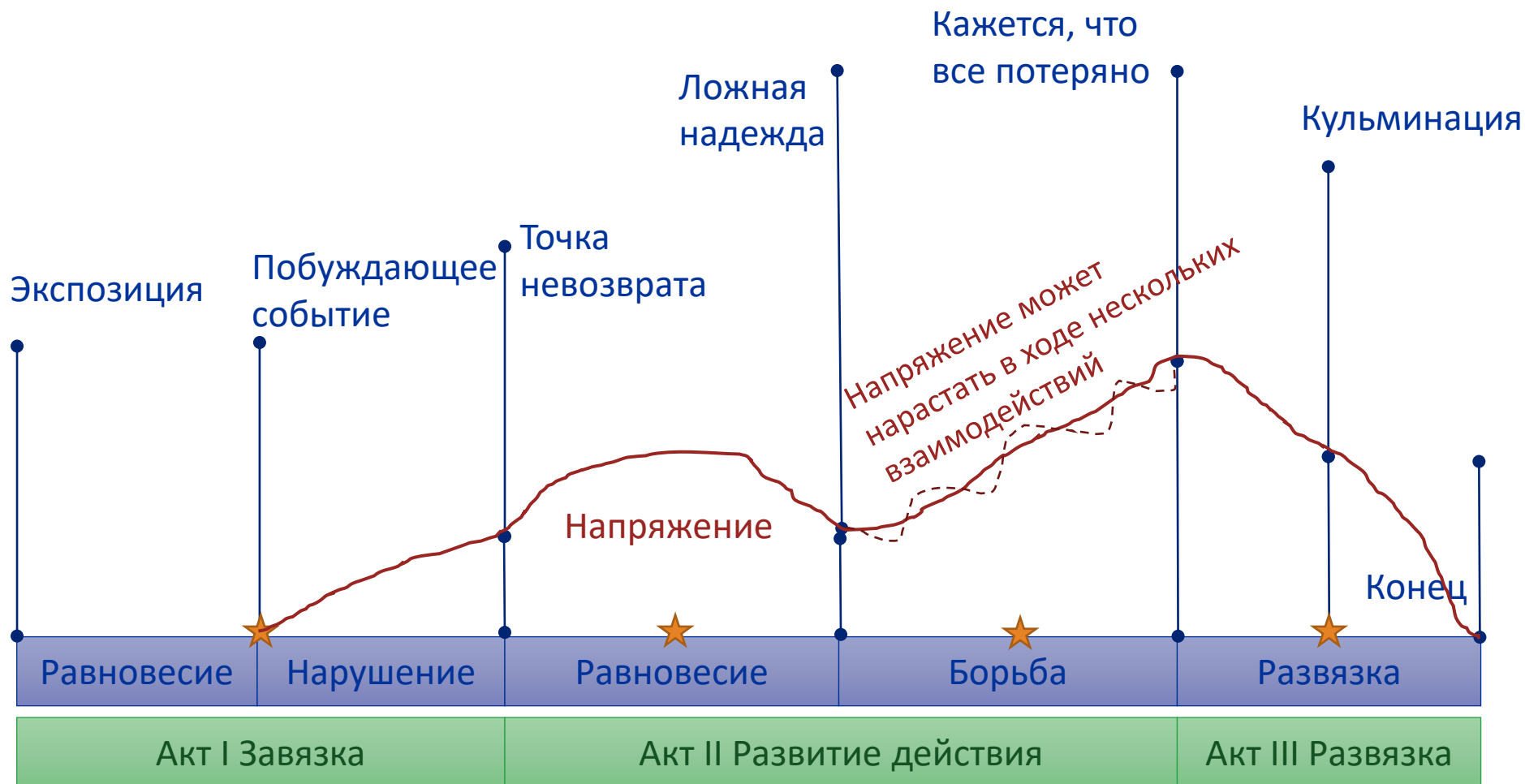
Вступление: Закладываем основу, обрисовываем контекст и знакомим аудиторию со своими героями

Проблема: Задаем вопросы и вводим конфликт, противодействующие факторы и трудности

Решение: Самая длинная часть, которая делится на несколько подчастей. Это и есть настоящая презентация, все остальное играет вспомогательную роль

Заключение: Все обобщаем, обсуждаем выводы из истории и призываем слушателей к каким либо действиям

Структура истории



(> _ <)

(o _ o)

(O _ O)

(^ _ ^)

Сценарий «Самурай в туалете»

Такеши Китано

(> _ <)

(o _ o)

(O _ O)

(^ _ ^)

Пример вступления и проблемы

«Жил-был принц, он хотел взять себе в жены принцессу, да только настоящую принцессу»

Г.Х.Андерсен «Принцесса на горошине»

Структура презентации



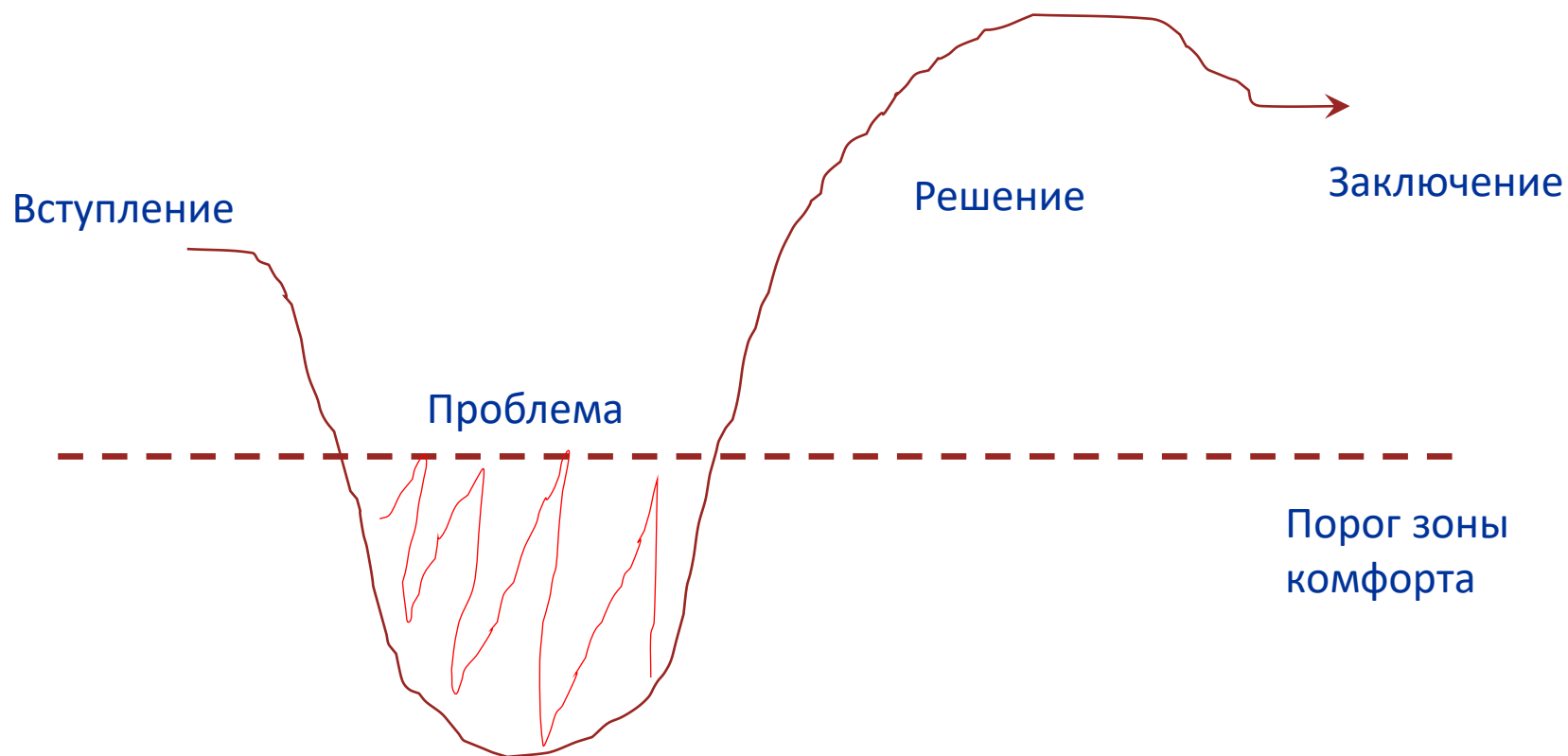
Вступление

Проблема

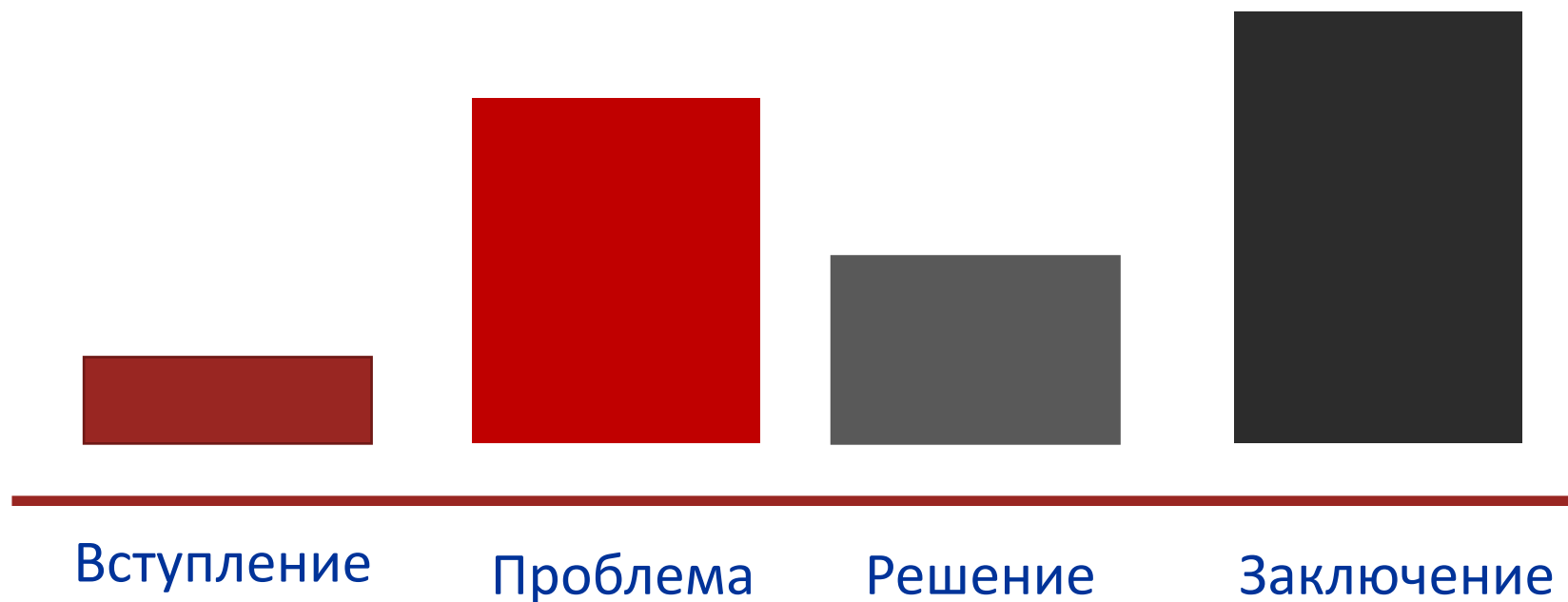
Решение

Заключение

Эмоциональность



Относительная эмоциональность



Важно!

ТЫ
НЕ
ГЕРОЙ

Ты не герой

Мы создаем визуальную историю, чтобы заставить аудиторию действовать, поддержать изменения или принять решение

Именно аудитория будет выполнять всю тяжелую работу

Слушатели должны идентифицировать себя с персонажами истории, и некоторые увидят себя в роли героя.

Примеры презентаций

Стив Джобс Презентация 1ого Iphone 2007 год

<https://www.youtube.com/watch?v=MnrJzXM7a6o>

Формат. Презентация для выступления.

Аудитория. Зрители конференции Apple.

На что обратить внимание. Трёхактная структура. Контраст: проблема-решение, плохой-хороший продукт. Ёмкие заголовки. Погружение в контекст. Наглядная демонстрация продукта. Эмоциональное вовлечение аудитории. Юмор.

7 базовых сюжетов историй

Архитипичные сюжеты Кристофера Букера

* Мартин Сайкс, Никлас Малик, Марк Вест, «От слайдов к историям. Пошаговая методика создания убеждающих презентаций», «МИФ», М: 2013

Победа над чудовищем

Герой должен справиться с темным всемогущим существом, низвергающим разрушительную мощь на других людей или место

Пример: «Звездные войны», «Челюсти»

Бизнес пример: Столкновение с серьезной угрозой нашему бизнесу

Победа над чудовищем

Основные этапы	Примеры
1. Призыв	Обозначьте угрозу бизнесу
2. Первоначальный успех	Первоначальная реакция позволяет быстро, но поверхностно решить проблему
3. Противостояние	Угроза рассматривается как намного более серьезная, чем казалось ранее
4. Последнее испытание	Теперь необходимо приложить все усилия, чтобы справиться с угрозой
5. Чудесное спасение	Укажите слабое место противника, куда можно нанести удар, или предложите интересный способ преломления ситуации и победы

Победа над чудовищем

Идея визуального ряда

Поместите ключевое ядро истории («чудовище») в середину страницы и расположите ключевые этапы истории вокруг него.

Используйте стрелки или символы, чтобы гарантировать, что аудитория будет следить за ходом истории в верном направлении

Победа над чудовищем.



Базовый сюжет:

Поиск

Герой не обретет покой, пока не достигнет очень важной, но часто отдаленной цели. Во время путешествия герой найдет помощников и ресурсы, а также встретит препятствия и силы, пытающиеся ему помешать

«Властелин колец», «В поисках утраченного ковчега»

Запуск крупной идеи нового продукта

Поиск

Основные этапы	Примеры
1. Призыв	Определяется цель, которая поначалу может расцениваться как незначительная, но постепенно начинает восприниматься как стоящая затраченных усилий
2. Путешествие	Определяются и собираются ключевые ресурсы для достижения цели
3. Прибытие и разочарование	Достигнута изначальная цель, но становится ясно, что задача не выполнена
4. Последнее испытание	Требуется последнее усилие для решения серьезной проблемы
5. Цель	Достигнута цель поиска и его результаты находят практическое применение

Поиск. Визуальный ряд.

Графическая метафора путешествия, начинающееся слева с призыва и продолжающееся вверх по склону холма. Оказавшись на вершине, Вы обнаруживаете, что мост разрушен. Цель – изумительный вид, которым можно любоваться, если пересечь мост.



Путешествие и возвращение

Как и при поиске в основе сюжет лежит путешествие. Чаще всего герой не планировал путешествовать, а был перенесен в совершенно иной мир, а затем обратно. Во время путешествий герой глубже понимает окружающую действительность.

Волшебник изумрудного города, Алиса в стране чудес, Назад в будущее

Обмен важным опытом. Исследование новых способов работы.

Путешествие и возвращение

Основные этапы	Примеры
1. Попадание в другой мир	Выявлена новая технология, коренным образом, меняющая способы работы
2. Первоначальная привлекательность	Все стремятся попробовать и изучить возможности
3. Разочарование	Никто не знает что сработает, а что нет. Время и средства потрачены не верно
4. Кошмар	Возвышается конкурент, использующий эту технологию. Существует вероятность, что все будет потеряно.
5. Захватывающее бегство и возвращение	Выясните, как извлечь преимущества из новой технологии и применить их к старому бизнесу

Путешествие и возвращение. Визуальный ряд.

Последовательность из 5 кадров, как в комиксе. В первых четырех кадрах похожий фон, чтобы отобразить черты другого мира, при этом на 4м кадре на первый план выносим отрицательные стороны, смещаем фокус и привлекательного на разочарование и кошмар. Последний кадр показывает возвращение к нормальной жизни с усвоенными уроками, идеям или технологиями, которые герой приносит с собой в нормальный мир.

Путешествие и возвращение. Визуальный ряд.



Попадание в
другой мир



Первоначальная
привлекательность



Разочарование



Кошмар



Захватывающее
бегство и возвращение

Комедия

История, в которой персонажи страдают от неправильно выбранного пути и взаимного непонимания (Аристотель)

Все хорошо, что хорошо кончается

Чародеи, Гордость и предубеждение

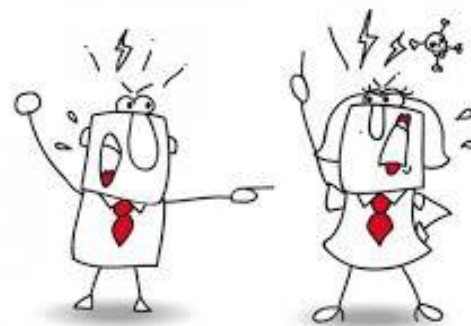
Преодоление непонимания между разными рабочими группами

Комедия

Основные этапы	Примеры
1. Путаница	Несколько групп работают для достижения одних и тех же целей, и так как их интересы пересекаются, поведение становится конкурирующим и конфликтным
2. Кошмар	Неразбериха в работе приводит к росту напряжения и соперничеству, группы пытаются перехитрить друг друга
3. Новая информация преобразует ситуацию	Сторонний агент указывает им на совершенные ошибки, определяет общую цель и объединяет группы

Комедия. Визуальный ряд.

Разнесите группы на странице, указав четкие границы каждой. Поместите деструктивные действия в промежутки между группами, чтобы показать их взаимодействие. Покажите новую ситуацию, отделив ее визуальными средствами, так чтобы было понятно, что произошло преобразование



Любовь это...



Когда он обнимает тебя
и шепчет на ушко, что - то приятное

Трагедия

Центральный персонаж совершает ряд действий, приводящих к краху. Крах часто вызывает у аудитории чувство страха и жалости, даже несмотря на то, что одержимость героя выходит за пределы нормальных правил общества

Гамлет, Макбет

Бизнесу грозит банкротство из-за ошибок управления

Трагедия

Основные этапы	Примеры
1. Предвкушение	Подготовка и планы, создаваемые для быстрого развития бизнеса
2. Мечта	Ранний успех порождает мечты о великих свершениях
3. Кошмар	План начинает рушиться и возникают непредвиденные препятствия, каждое новое хуже предыдущего. Все они нелегко преодолеваются
4. Кошмар	Последняя трудность настолько велика, что не осталось сил ее преодолеть. Риск в бизнесе был слишком велик
5. Разрушение	Вывод новых продуктов терпит крах, доля рынка снижается, доходы стремительно падают

Трагедия. Визуальный дизайн.

Опишите весь ужас финала, отводя каждому этапу все больше места по ходу развития истории. Используйте изображения или схемы из каждого этапа, чтобы проиллюстрировать первоначальный план и его последующий порвал

Возрождение

В таких история герой оказывается под воздействием темных чар. И хотя чары могут быть наложены третьей силой, часто они оказываются созданы самим героем. Герой может освободиться от злых чар только благодаря действиям добрых сил, обычно исходящих от другого персонажа. В литературе такой силой часто оказывается любовь, в бизнесе – сторонний агент, приносящий новую надежду или партнерство. В итоге добрая сила предоставляет возможности для освобождения, но важные действия все равно придется предпринимать герою.

Красавица и Чудовище, Спящая красавица,
Рождественская история

Восстановление бизнеса после длительного упадка

Возрождение

Основные этапы	Примеры
1. Герой попадает под влияние темных чар	Успешный бизнес разрабатывает технологию отслеживания клиентов с целью лучше понять их покупательское поведение
2. Некоторое время все идет хорошо	Бизнес хорошо развивается, благодаря полученной информации
3. Живой труп	Клиенты возмущены вторжением в их частную жизнь, компании остается только прилагать все усилия для восстановления репутации
4. Очевидный триумф темных сил	Покупатели отворачиваются от компании, и регуляторы приостанавливают ее деятельность
5. Чудесное спасение	Новый лидер возвращается к изначальным принципам бизнеса и выпускает новый продукт, чтобы вернуть покупателей

Возрождение. Визуальный дизайн.

Представьте страницу в виде временной шкалы, идущей слева направо. Теперь разделите ее по вертикале на две части. Верхняя часть символизирует растущую темную силу, а нижняя успех бизнеса. Сделайте страницу фоном, на который вы будете добавлять детали и события по ходу развития истории.



Из грязи в князи

Герой, кажется, ни с того ни с сего получает богатство и статус. И как только он начинает наслаждаться новой жизнью, все стремительно исчезает. Теперь герою приходится бороться со злодеями ли противником, чтобы вернуть обретенный им новый мир

Золушка, Алладин, Большие надежды

Внезапный успех

Из грязи в князи

Основные этапы	Примеры
1. Изначальный упадок	Маленькая компания безуспешно пыталась вырасти и данный момент еле держится на плаву
2. Изначальный успех	Создан новый продукт, сильно отличающийся от исходной цели бизнеса: он привлекает много внимания, особенно со стороны основных партнеров
3. Главный кризис	Компании предстоит решить, оставаться ли в старом, проверенном и надежном бизнесе, или вкладывать силы и средства в новый продукт
4. Независимость и последнее испытание	Компания решает разделиться и привлечь инвестиции для выпуска нового продукта
5. Окончательный союз	Основной партнер формирует прочные долгосрочные отношения

Примеры историй

- <https://www.youtube.com/watch?v=zAFcV7zuUDA>

TED

Terry Mour

Как завязать шнурки правильно?

89037275146

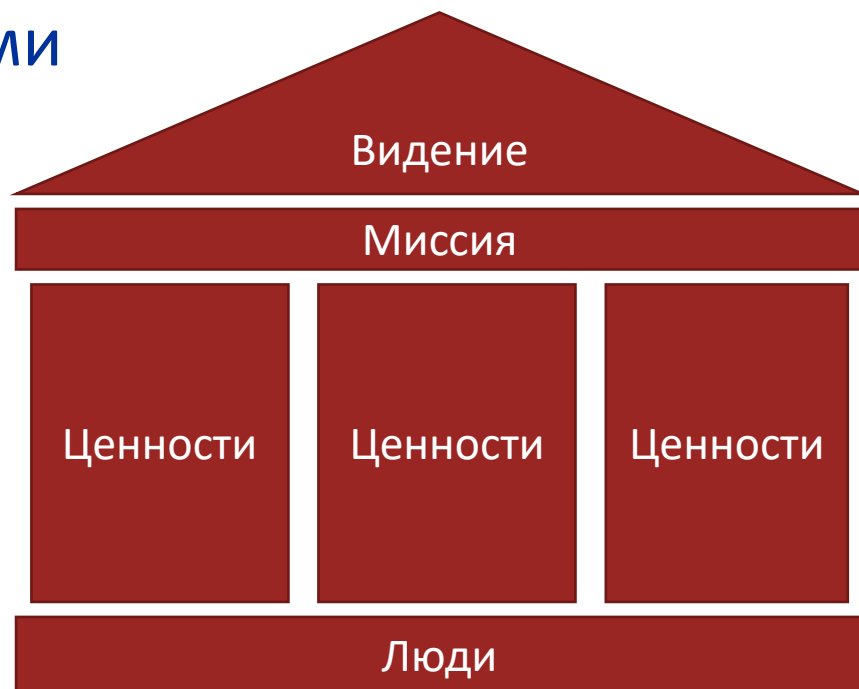
Организация информации

L.A.T.C.H. (Ричард Вурман)

L.	Location	Местоположение
A.	Alphabet	Алфавит
T.	Time	Время
C.	Category	Категория
H.	Hierarchy	Иерархия

Месторасположение

- Карта
- Стул с тремя ножками
- Колесо
- Дом



1

2

3

4

Иерархия



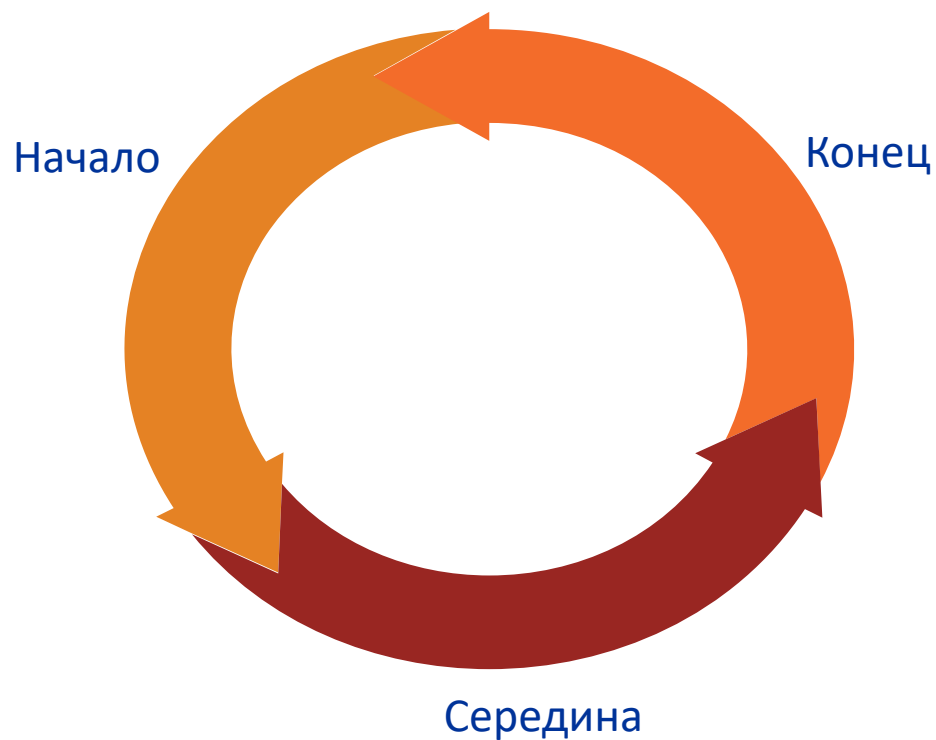
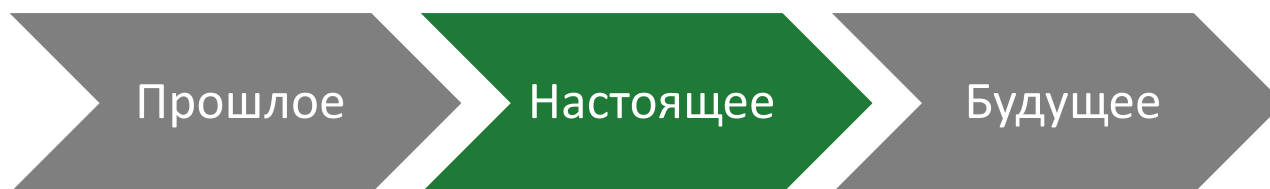
1

2

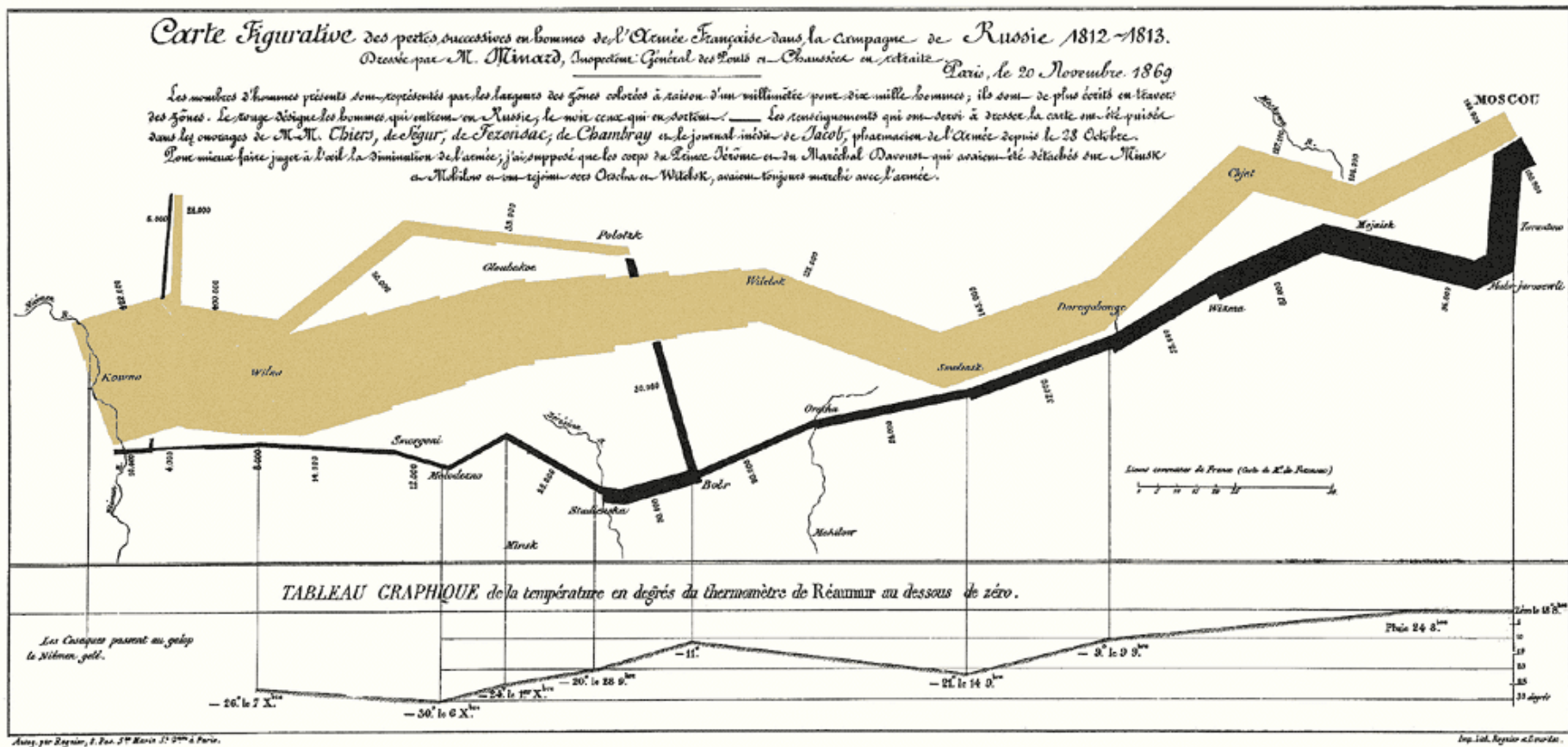
3

4

Время



Время



Заключение

Резюме

Призыв к действию

Мораль