

Cum (ne)



prezentăm

Chiar dacă la “Pas cu pas” vorbim de modul în care utilizați calculatorul, acum cea mai mare parte a sfaturilor vor veni din ceea ce trebuie să faceți înainte de realizarea propriu-zisă a prezentării.

Pentru început să vedem în câte moduri de prezentare ne putem identifica:


1. Activ – Sunteți o persoană care știe să vândă și cunoaște foarte bine produsul pe care vrea să-l promoveze;

2. Pasiv – Știți să produceți, dar nu știți să vă prezentați “marfa”;

3. Informativ – nu este obligatoriu să fiți prezent personal pentru a vă prezenta și mergeți doar pe principiul: “un client informat este un client câștigat”.

Să le luăm pe rând...

Cu siguranță nu mai este un aspect de noutate necesitatea utilizării calculatoarelor în activitatea de antreprenariat... După cum poate ați observat, timpul petrecut în fața calculatorului este majoritar pe culegerea de informații, comunicare, editarea de text și calcul tabelar. Cu alte cuvinte, foarte puțin ne ocupăm de partea de prezentare. Însă, trebuie să recunoaștem, marketingul (o traducere simplistă pentru termenul de marketing este și “arta și știința de a vinde”) reprezintă “sarea și piperul” în bunul mers al unei afaceri... În rândurile care urmează încercăm să vă oferim câteva sfaturi “Pas cu pas” în demersul vostru de a vă prezenta produsele, serviciile, firma, ideile etc.



ACTIV – Există foarte multe persoane “talentate”, care știu să vândă, care-și cunosc produsele și care, în aceste condiții, nu doresc (și chiar este indicat) decât un suport logistic modic în demersul lor. Astfel, ei au nevoie de o soluție de “background”, un minim necesar. Acest minim necesar este dat, de multe ori, de imagini sugestive, informații sumare, dar bine punctate, efecte vizuale pentru punctarea ideilor. Chiar dacă realizarea acestui suport pare a fi o activitate ușoară, pentru un efect pe măsură, sintetizarea informațiilor presupune un volum destul de mare de muncă.

PASIV – În această variantă, cel care dorește să prezinte o să caute să pună soluția soft (prezentarea Power Point, de exemplu) să “vorbească” pentru el.

Aici apar cele mai multe greșeli de comportamente – încărcarea excesivă cu informații sau folosirea “a tot ceea ce știu” în prezentare. În aceste condiții, trebuie respectate regulile de aur privind eficiența unei prezentări, dar și o educare a prezentatorului. Pentru acest mod de prezentare luați în considerare și varianta în care nu dvs. sunteți cel care prezintă, ci delegați pe cineva să facă acest lucru.

INFORMATIV – Timpurile ne schimbă... și modul în care căutăm și accesăm informațiile s-a transformat și el. Așa cum spunem, nu este obligatoriu să fiți prezent personal pentru a vă prezenta. În aceste condiții, pe lângă modul cum să punem o prezentare să se “prezinte” (ierțați repetiția) singură – kiosk, vom arăta și soluții alternative de prezentare, mai ales pe partea de on-line. De multe ori acest gen de prezentări vor trece cu mult în partea de multimedia, a desenelor animate și chiar a unui mod agresiv de prezentare, singurul scop fiind de acela de a atrage atenția, de a genera curiozitatea publicului.

Dacă până acum am vorbit de cel care prezintă, trebuie să amintim și despre auditor, cu alte cuvinte, despre CLIENT. El nu trebuie pierdut din vedere, mai ales că este și cel mai important... Clientul, care are (nu e așa?) întotdeauna dreptate, se caracterizează, și el, funcție de pregătire (capacitate de absorbție a informației), vârstă, sex, locația în care acesta se găsește, nivel de influență și ostilitate, și nu în ultimul rând, numărul lor.

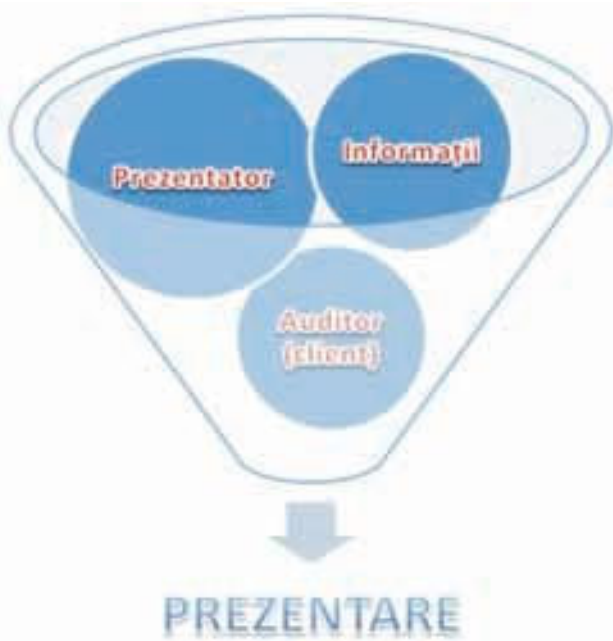
Număr. În funcție de număr trebuie, sau nu, să folosiți echipamente audio-video. Dacă aveți pliante care vă ajută în prezentare trebuie să adaptați cantitatea lor la numărul publicului. De asemenea, trebuie să luați în calcul distribuția acestora în timp util (cereți ajutorul terților pentru a câștiga timp). Un public numeros poate să atragă un mai multe întrebări. Încercați să vă cunoașteți publicul înainte de prezentare.

Nivel de influență și de ostilitate. E clar că trebuie să luați în calcul această prezentare dacă de ea depinde viitorul afacerii dvs. Dar nu trebuie să exagerați.

Capacitatea de absorbție a informației. Nu întotdeauna avem publicul pe care ni-l dorim. De aceea aici intervine capacitatea noastră de a adapta informația, cantitatea și fluxul ei, către public. Un public mai slab pregătit educațional nu este automat și un public mai ușor de manipulat (chiar din contra).

Din cele descrise mai sus, se poate realiza o prezentare grafică cu elementele care pot afecta calitatea unei prezentări...

Aceasta este o modalitate "clasică" de a vedea lucrurile – se iau toate ingredientele, se amestecă și se alege modalitatea optimă de prezentare. Un alt punct de vedere este cel "dinamic", în care fiecare element reprezintă "cheia" dar și frumusețea unei prezentări – acest demers este dedicat, în general, profesioniștilor.



Pasul 1

Ce avem de prezentat?

Pornim de la un mic studiu de caz:

"Avem o întreprindere familială – Hristea, din localitatea Scobinți, județul Iași care are ca obiect de activitate arta meșteșugărească. Prin intermediul Camerei de Comerț Iași i s-a oferit oportunitatea de a participa la manifestări expoziționale. A avut până acum participări la târguri, dar niciodată nu a fost pus în situația de a-și prezenta produsele prin intermediul unei expoziții..."

Informațiile pe care dorim să le folosim:

Adresă firmă: localitatea Scobinți, județul Iași

Obiect de activitate: artă meșteșugărească

Detaliere activitate: olărit, țesături, sculptură

în lemn

Etc.

Pasul 2

Care este grupul țintă?

Chiar dacă publicul este foarte larg, ceea ce poate influența viitorul afacerilor familiei Hristea este atragerea unor investitori, pentru a reuși să pătrundă și pe piața europeană.

Pasul 3

Ce mod de prezentare alegem?

A. Pasiv

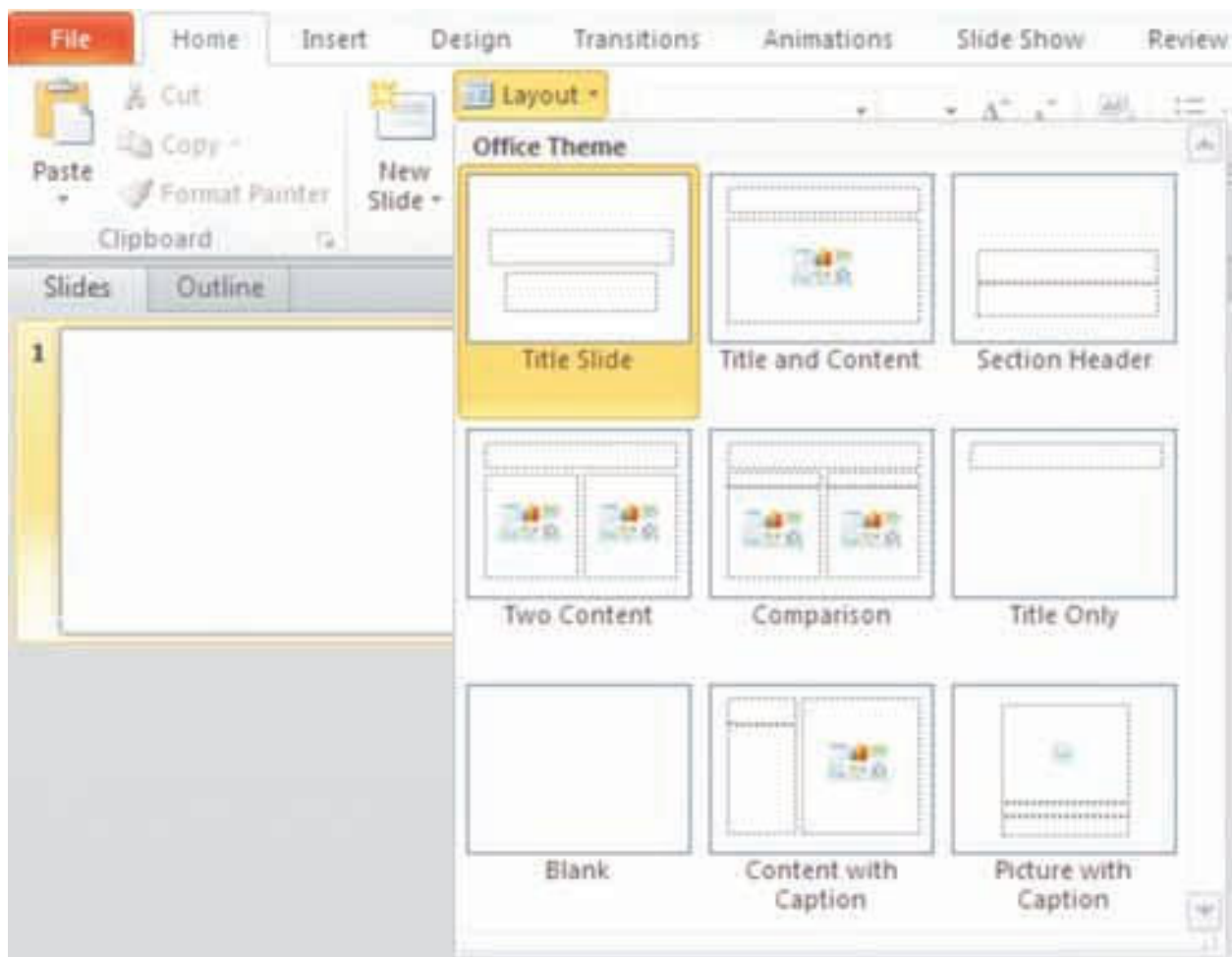
O să începem cu acest mod pentru că este cel mai des întâlnit. Nu o să detaliem partea cu ceea ce este rău, doar vom puncta extremele, ideea centrală este de a conștientiza pașii necesari pentru o prezentare corectă:

1. *Realizați o ciornă cu informațiile pe care doriți să le includeți.* Pentru aceasta plecați de la ceea ce ați dori să transmiteți verbal unei persoane interesate de subiect. Structura informațiilor ar trebui să fie una asemănătoare unui cuprins. Se spune că un material scris sună altfel atunci când îl roștiți. Deci, stilul natural, vorbirea obișnuită, va fi modalitatea cea mai indicată de utilizat. Scrieți. Nu mai așteptați. După ce v-ați documentat pe baza planului nu vă mai rămâne decât să scrieți. Prima dată veți avea “tone” de text. Apoi, REDUCEȚI – REDUCEȚI – REDUCEȚI. Fiți exigent. Dacă la început ați avut text, acum ar trebui să aveți notițe.

2. *Marea majoritate folosesc drept soft pentru prezentări Microsoft PowerPoint, ajuns acum la versiunea 2010 (versiune folosită și în cursurile proiectului RURACTIV).*

Programul folosește ca suport pentru informații diapozitivele (slide). Diapozitivele se împart în mai multe categorii, funcție de conținutul și poziționarea lor pe “foaie”.

Oricum, pentru început, vă interesează să împărțiți fișierul în două părți: copertă și conținut. Coperta ar trebui să includă numele firmei, tema prezentării și numele prezentatorului.



3. Zona de conținut diferă funcție de modul în care vreți să furnizați informațiile: inductiv sau deductiv. Inductiv presupune ca ideea principală să se regăsească la începutul diapozitivului, iar informațiile prezentate să devină argumente. Deductiv presupune ca ideea principală să se regăsească la finalul diapozitivului, iar informațiile prezentate să conducă la concluzie pas cu pas.



4. Informațiile prezentate pot fi: text, tabele, imagini, grafice, organigrame.

Se pot stabili efecte de animație pentru acestea. Dacă este o prezentare de afacere, încercați să vă limitați la o animație simplă. Textul trebuie să fie simplu și la subiect. Nu detaliați.



5. Interesant la produsele Microsoft este volumul mare de șabloane. Folosiți-le. Alegeți din șabloanele disponibile varianta care se potrivește mesajului pe care doriți să-l transmiteți.

6. Nu uitați să încheiați prezentarea cu un mesaj de final.

B. Activ

Așa cum spuneam, cei care știu să vândă nu au nevoie decât de un suport pentru prezentare, un minim necesar (vezi drept exemplu Steve Jobs, CEO Apple). Plecând de la prezentarea anterioară vom puncta câteva elemente din acest “minim necesar”.

1. Obligați-vă ca diaporizivele realizate să conțină doar câteva cuvinte. De asemenea, folosiți culori simple pentru fundal, chiar și numai negru.

2. Lăsați detaliile să fie cerute de client/public, oferind astfel un motiv pentru a participa. Faceți din fiecare diaporiziv un element memorabil.



Sursa imaginilor: <http://dealutulprinmuzeu.blogspot.com/2010/05/in-excursie-la-piscu.html>

3. Transformă totul într-o poveste, sau cel puțin asociază o poveste prezentării.

4. Dacă crezi că nu o să faci față detalierii cerute de public ia-ți un ajutor, fie din sală (vizual, identificați fani interesați), fie în echipă... transformați prezentarea într-o discuție (este mai greu pentru că trebuie să o moderați permanent pentru a nu degenera).

C. Informativ

Clasic, prezentatorul se folosește fie de mouse (sau presenter), fie de desfășurătorul automat stabilit de el în fișierul Power Point. În variantele informative alege modul kiosk de prezentare (derulare continuă și restartare). Această alegere presupune o atenție mai mare din partea “clientului”. În aceste condiții, prezentarea trebuie să aibă două caracteristici: atragerea atenției și informarea cât mai concisă și corectă în același timp.

Atunci când nu este necesară prezența prezentatorului, modalitățile de distribuire a mesajului se diversifică. Astfel, prezentările pot fi filmulețe postate pe Internet (ex. YouTube), fișiere grafice animate (gif, flash), articole pe blog-uri sau în media.





RUR Activ

**Sprijinirea dezvoltării sustenabile
a antreprenoriatului rural
prin crearea unui mecanism
de bune practici,
coerent și unitar,
la nivelul organizațiilor reprezentative
ale mediului de afaceri din România**

Pasul 4

Scrierea discursului

Atunci când vă scrieți discursul, pentru a-l putea folosi cât mai eficient, trebuie să folosiți câteva elemente ajutătoare... scoateți titlurile în evidență, spațiile libere arată pauzele dintre subiecte, folosiți fonturi mari și clare, marcați elementele ce trebuie accentuate, folosiți pauze în care puneți glume/exemple utile, numerotați paginile. Fișele/notițe scrieți-le pe hârtie groasă sau carton. Folosiți cuvinte cheie și culori. Folosiți-vă de memorarea vizuală, adăugând la prezentările video elemente care să vă ajute.

Limbajul trupului

Contactul vizual stabilește un raport pozitiv cu auditoriul. Limbajul trupului relaxat transmite încredere. Haina deschisă creează impresia de onestitate. Urmăriți întregul public. Stabiliți contact vizual cu o persoană care pare mai abordabilă. Gesturile cu mâna deschisă accentuează punctele cheie. Folosiți pauze/schimbarea poziției între elementele prezentate.

O prezentare poate uneori stârni reacții puternice sau puncte de vedere diferite în rândul publicului. Așa că cea mai răspândită întrebare pe care ne-o punem este:

Cum facem față?

În situații conflictuale nu vă mai ajutați contactul vizual prelungit;

Dacă afirmați ceva, aduceți și probe;

În general ostilitatea este îndreptată spre păreri și nu spre persoana dvs.;

Faceți o glumă pe seama dvs.;

Rezumați ideile expuse până acum și aduceți noi exemple;

Dacă publicul este indiferent găsiți puncte de interes comun;

Spuneți adevărul;

Răspundeți ferm și repede;

Rămâneți calm, dacă vă enervați ați pierdut;

Insistați asupra oricărui punct în care aveți aceeași părere cu publicul.

Cum prezentăm?

Ne bazăm pe tehnici atunci când vrem să obținem succesul.

Mijloacele audio-video

Folosirea mijloacelor audio-video poate reprezenta o problemă și pentru persoanele experimentate, de aceea este bine să: întrebați înainte ce veți folosi, testați (dacă se poate) din timp, faceți copii la materialele pe care le veți folosi (nu se știe niciodată). Chiar dacă aveți numai flip-chart sau tablă magnetică, verificați să aveți cu ce scrie și/sau dacă mai scriu (se mai întâmplă să nu). Cu cât sunt echipamentele mai complexe, verificați și testați... o prezentare devine anostă când trebuie să vă scuzați că ceva nu merge. Întrebați. Cereți ajutorul personalului, din timp, dacă nu știți să folosiți echipamentele. Nu e nici o rușine... plus că veți fi și apreciat de public dacă o veți face singur și nu ajutat.

Prezentarea

Nu începeți în forță pentru ca apoi să scădeți în intensitate. Fiți constanți dar punctați elementele cheie. Nu vă cereți scuze pentru lipsa de experiență ca vorbitor. Dacă ați divagat, cu calm reveniți la ideea principală. Nu pierdeți din vedere mesajul de transmis. Nu coborâți vocea la sfârșitul propoziției – creați impresia că nu sunteți sigur pe ceea ce spuneți. Atenție la timp – nu folosiți ceasul de la mână ci unul din sală (eventual cel de mână dar lăsat la vedere pe masă în apropiere). Anunțați timpul rămas, pentru a spori concentrarea. Atenție la încheiere. Nu încheiați brusc. Folosiți un rezumat bine gândit pentru încheiere.

Atenție! Tăcerea poate provoca publicul să pună întrebări. Încheiați cu un rezumat clar.

Pasul 5

Cum știm dacă a fost bine?

Întrebați.

Dacă nu aveți cum să o faceți, creați un mic chestionar tipărit pe care să-l distribuiți la final (sau odată cu broșurile de prezentare – dacă aveți așa ceva programat). Modul în care este realizat chestionarul poate să vă contureze o imagine asupra demersului dumneavoastră.

SUCCES!