

Struktura a příprava prezentace

Prezentujeme hravě

Co nás čeká?

- ✓ Základní kroky při přípravě
- ✓ Analýza cílové skupiny a zpracování tématu
- ✓ Příprava obsahu prezentace

A proč je to důležité?

- ✓ Publikum dobře porozumí tématu a ví, co si z něj má odnést, rozumí, co je pro něj důležité.

Kroky

1. Dostanu zadání
2. Sběr vstupních dat: analýza cílové skupiny, informace o kontextu, prostoru, okolnostech
3. Definování cíle prezentace
4. Ověřuji zadání
5. Zpracování obsahu prezentace (analýza tématu, tematické celky)
6. Přidání narativních prvků (analogie, ozvláštnění, humor...)
7. Volba vizuálních prostředků a zpracování vizuálních výsledků (tvorba slidů)
8. Zkoušení prezentace nahlas
9. Sebereflexe - co zlepším?

* Nepřetržitě: Pilování verbální a nonverbální techniky (hlas a tělo)

Kouzelná trojka

- JÁ: moje informace, moje téma, můj cíl, moje silné a slabé stránky
- ONI: zájmy a charakter publika
- TO: okolnosti, prostor, čas a další faktory

→ Průnik těchto 3 kruhů tvoří SMYSL prezentace.

ANALÝZA

Úvodní analýza

Na úvod se zahřej následujícími otázkami a projdi si základní vstupní informace.

Proč to prezentuji právě dnes těmto lidem?

Co je mým cílem?

Co se díky mé prezentaci má změnit?

Čeho chci dosáhnout?

Cílová skupina

Jednotná cílová skupina

Nejsou ve skupině velké rozdíly v motivacích? Vytvořte si jednoho zástupce, představte si ho a zkuste zodpovědět níže uvedené otázky.

Smíšená cílová skupina

Vytvořte si více typických zástupců, které charakterizují vaši skupinu. Zkuste odpovědět níže uvedené otázky.

Konkrétní skupina

Vybavte si konkrétní lidi, pro které prezentaci chystáte. Co je pro ně typické? Zkuste odpovědět níže uvedené otázky.

Jaké znalosti mají posluchači? Jsou to odborníci nebo laikové?

Jaký mají postoj ke mně a k tématu?

Jaká jsou jejich očekávání od prezentace?

Jak jim byla prezentace komunikována?

Jaké zájmy a potřeby má publikum vzhledem k tématu?

Proč je pro publikum téma důležité?

Jaké otázky pravděpodobně položí?

Jaké námitky vynesou?

Na čem jim záleží?

Co je pobaví?

Okolnosti

Vznešené ideály jsou jedna věc, realita je věc druhá.

Pro kolik lidí sestavuji prezentaci?

Pro jaký prostor?

Jaký je kontext? (osmá prezentace na konferenci, ranní firemní meeting...)

Jaké je přesné zadání?

Jaká jsou očekávání zadavatele?

Moje téma

Vyznač na škále a zapřemýšlej, v čem je prezentace taková a maková...

interní	_____	externí
formální	_____	neformální
věcná	_____	motivační
analytická	_____	prodejní

Získané poznatky zkus shrnout do 3 vět:

Prezentací chci dosáhnout ...

Kritéria pro vyhodnocení dosažení cíle jsou ...

Je potřeba ...

OSNOVA

Základní osnova prezentace

- Řekni, co chceš říct
- Řekni to
- Řekni, co jsi řekl

Všechny body jsou zaměnitelné, nahraditelné. Nic není dogma. Hlavně nepracujte přes kopírák. Vše se upravuje na základě předchozích analýz a stanovení cílů. Jádro prezentace stavte podle logiky, ne podle počtu doporučených tematických celků.

Podrobná osnova prezentace

Úvod

- kontakt se sebou (uklidnit se, koncentrovat se) / kontakt s publikem (oční kontakt, úsměv) / kontakt s tématem (téma v jedné větě)
- (pozdrav, představení řečníka)
- nastínění tématu - vhodné jsou otázky
- představení struktury a časového plánu
- představení cíle a klíčových myšlenek
- motivace publika, proč by měli chtít poslouchat - na základě analýzy cílové skupiny

Jádro prezentace

- je dělené na tematické bloky. Jak je poskládat záleží na cíli prezentace
- cíle prezentace mohou být: přesvědčit, informovat
- to, co říkám, jsou informace (věcné, přesné...) nebo argumenty (hodnotící, formující postoje)

Závěr

- shrnutí informací
- pointa, myšlenka - ujištění, že mi posluchači porozuměli
- návrat k cíli prezentace
- výzva - call to action
- poděkování, rozloučení

Struktura prezentace s cílem přesvědčit

- nestačí model "problém -> řešení"
- problém je třeba vždy rozebrat, nezačínat od řešení, vcítit se do klienta/ posluchače
- končit musí návrhem akce - call to action

Struktura krok po kroku:

- situace (jak vypadá problém - soustředit se na fakta)
- negativní důsledky (co se stane, pokud nenajdeme dobré řešení)
- návrh (konkrétní kroky)
- pozitivní výsledky (co nám přinese realizace tohoto řešení)
- call to action - co jsou nejbližší kroky

Struktura prezentace s cílem informovat

Struktura krok po kroku

- význam a pozadí - proč je to pro cílovku důležité, o čem mluvit bude a o čem ne
- bloky informací (cca 3) - bloky informací musejí obsahovat vlastní mini-shrnutí, uzavření a jasný přechod k dalšímu bloku (Př. Teď jsme si tedy pověděli o pěstování jablek a dále se podíváme na technologii sklizně.)
- shrnutí - co z těchto informací vyplývá, jaké jsou styčné plochy s cílovou skupinou, pohled do budoucna

3 základní pohledy na strukturování informací

- výchozí situace - postup - výsledek
- problém - tradiční řešení - nový přístup
- teze - antiteze - syntéza

Tipy na závěr

- ✓ Zkontrolujte, jestli vaše struktura postupuje logicky. Jestli někde neskáčete od tématu, nebo nemluvíte o faktech, která posluchač zjistí později.
- ✓ Seznamte posluchače s plánem prezentace, bude se lépe orientovat ve vašich myšlenkách.
- ✓ Je to stravitelné? Jsou sousta dost malá, aby je posluchači spolkli?
- ✓ Jsou informace relevantní, pravdivé a podložené? Víte odkud citujete?
- ✓ Kontrolujte časový harmonogram:
 - stať prezentace by neměla trvat víc než 80% času. Myslete na rezervu aspoň 15% času.
 - časové checkpointy - do struktury si pro sebe napište v jaké minutě se máte dostat ke kterému bodu
 - myslete na body struktury k vynechání a k přidání