SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

25. Планирование презентации. Целевая аудитория

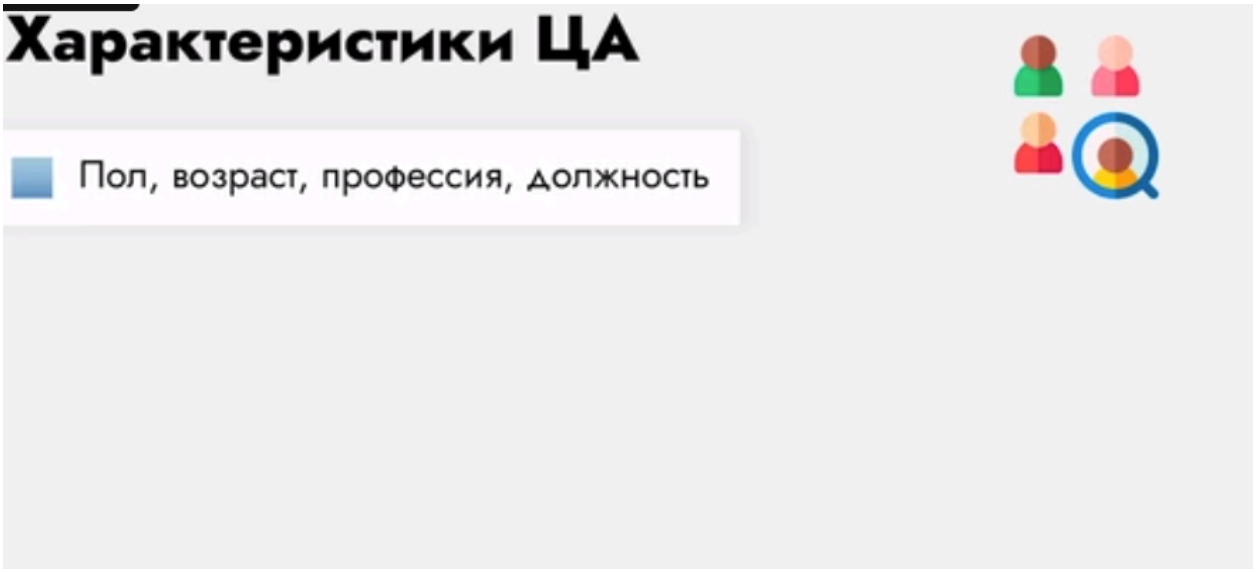
Содержание

1. Характеристика ЦА

Сегодня мы будем анализировать целевую аудиторию вашей презентации и увидим, как характеристики ЦА влияют на контент, структуру и дизайн будущей презентации.

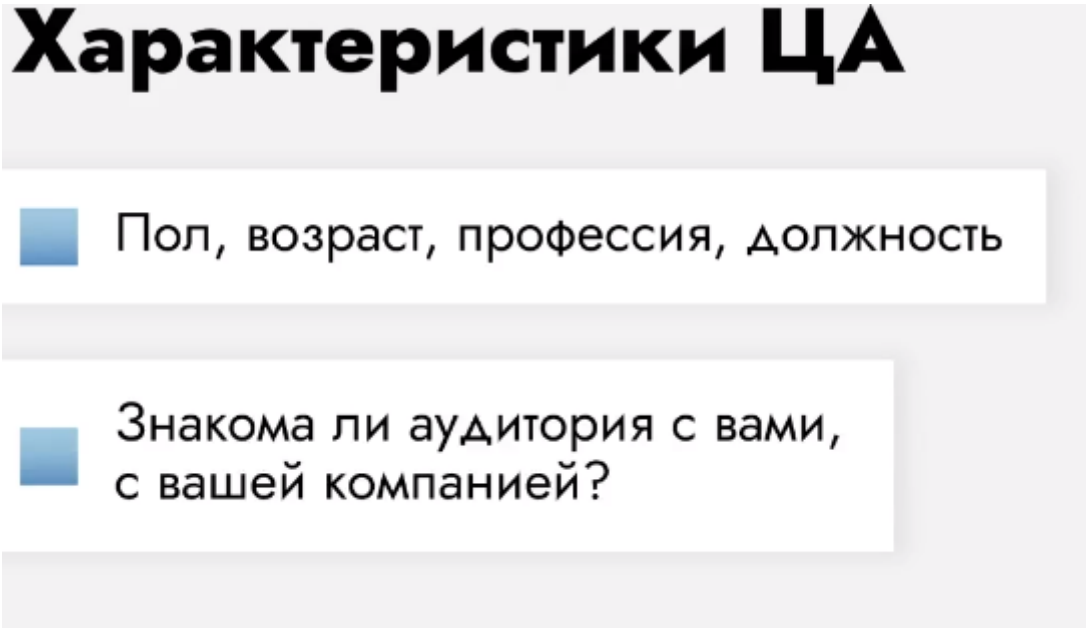
Характеристика ЦА

Чтобы **определиться кому мы вещаем**, необходимо **провести небольшое исследование характеристик ЦА**.
И **первый вопрос**, который мы будем исследовать **– пол, возраст, профессия, должность нашей аудитории**:



Что нам дает знание этих характеристик?
Согласитесь, если вы будете делать презентацию для стажеров и презентацию для топ-менеджеров компании – это будет совсем разные язык презентации и визуальный стиль.

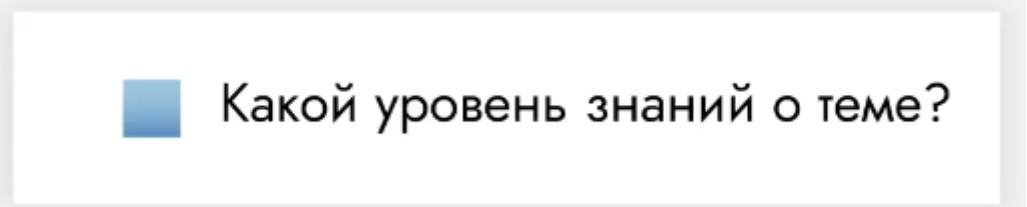
Хотя это может быть в рамках одной компании и даже на одну тематику.
Если вы будете разговаривать на выступлении или подготавливать презентацию для тинейджеров, и если вы будете разговаривать на ту же тему с людьми пенсионного возраста, то вы будете употреблять совсем другие термины. Вы будете избегать слов сленга с людьми более старшего возраста.
И наоборот будете использовать более современный язык, когда будете общаться с подростками.
И тоже самое с визуальным стилем. Вы каждый раз будете выстраивать стиль под характеристики вашей аудитории.
Поэтому от этих характеристик зависит визуальный стиль и язык, которым вы будете доносить информацию.
Следующее, что мы будем исследовать в характеристиках ЦА – Знакома ли ваша аудитория с вами, с вашей компанией?:



Если аудитория плохо знакома с вами, и вы уделите недостаточно времени в представлении своему и своей компании, то вы рискуете аудитория не будет воспринимать вас как эксперта. Не проникнется к вам с доверием.
Напротив, если аудитория хорошо знакома с вами, а вы затяните со своим представлением, будете говорить о себе и о вашей компании слишком долго, то вы рискуете наскучить и тоже потерять вашу аудиторию.

Поэтому, **этот вопрос нужно сразу определять и варьировать количество информации о вас и вашей компании в зависимости от ответа на этот вопрос**.

Идем дальше **– какой уровень знаний о теме, про которую вы будете говорить?**



Согласитесь, что очень по-разному будет выглядеть презентация.

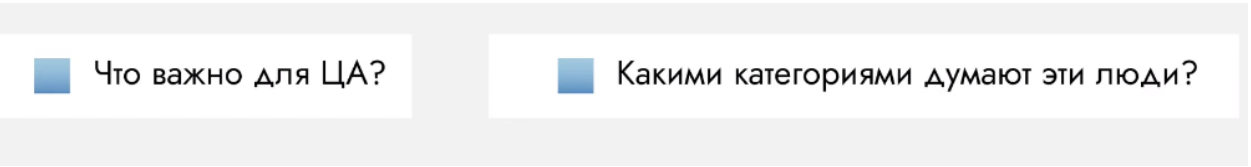
Например, если вы рассказываете о приготовлении какого-либо блюда для учеников кулинарного курса, ну допустим, начинающих домохозяек и для шеф-поваров на какой-нибудь профессиональной конференции.

Блюдо может быть одно и тоже, но и стиль подачи, и подробность изложения и содержание контента будут очень отличаться.

Если ваша аудитория не очень разбирается в теме, то важно начинать погружение в эту тему постепенно. Необходимо начинать с определений, нужно давать время на вопросы аудитории и постепенно вводить в курс дела.

Если же вы общаетесь с экспертами, то здесь будет совершенно другой стиль. Здесь нужно будет говорить о нюансах, особенностях, не сосредотачиваясь на каких-то мелочах, которые будут всем известны.

Следующая характеристика целевой аудитории – **что важно для ЦА** и сюда же подойдет вопрос, который вытекает из первого – **какими категориями думают эти люди?:**



Например, что важно для топ-менеджеров в компании? Наверно, им важно долгосрочная устойчивость компании, долгосрочное развитие, имидж компании.

Соответственно какими категориями будут думать эти люди?

Стратегическое планирование, финансовая устойчивость, финансовые показатели.

Если мы не будем учитывать эти характеристики, то мы рискуем говорить с аудиторией на другом языке, не совпадающим с их интересами. И аудитория нас просто не услышит.

Например, если вы создаете презентацию по какому-то продукту, который хотите продать, то презентации будут очень разные, в зависимости от аудитории.

К примеру, для технолога производства, которому вы предлагаете данный продукт будет одна презентация. А для заведующего склада будет совсем другая презентация. Потому что для технологов важно качество этого продукта, как он повлияет на качество конечного продукта его производства, как он будет взаимодействовать с другими компонентами на этом производстве и так далее.

И вот когда вы будете готовить презентацию для технолога важно будет обсудить именно эти моменты, говорить на его темы и его языке.

А если вы будете этот же продукт презентовать заведующему склада, то его будет интересовать: как организованы поставки, в какой упаковке приходит данный товар, как его складировать, условия его хранения и так далее.

Как видите, один и тот же продукт с одной целью продать, презентации могут быть очень разными, в зависимости от характеристик целевой аудитории, что важно и какими категориями думают эти люди.

Следующий вопрос – **какие вопросы вам задавали в подобных ситуациях**?

Если вы уже вели подобные презентации для аналогичной аудитории, что у вас спрашивали. И сюда же относится вопрос – **какая информация нужна для принятия решения?**:

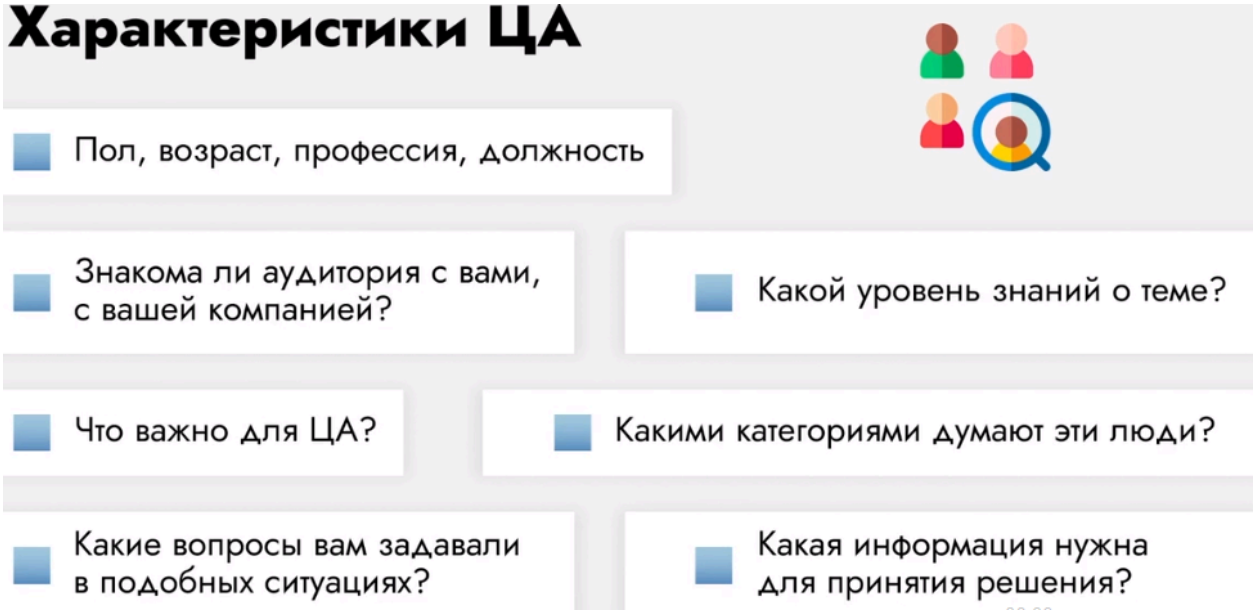


Это два очень важный вопроса, ответы которых не позволят пропустить важную ключевую информацию в презентации. Включить все важные ключевые точки, которые нужно услышать человек для принятия решения.

Для совершения целевого действия. И уже на стадии планирования презентации включить этот контент в презентацию. Запланировать его освещение, чтобы не

пришлось людям задавать эти вопросы. Так как кто-то может задать, а кто-то может подумать об этом и не озвучить вслух данный вопрос. И он останется с этим сомнением, возражением. И в результате вы не добьетесь целевого действия. А если уже на этапе планирования включить данные вопросы в контент презентации, то они снимаются сами собой и повысят вероятность достижения цели вашего презентации.

Это и есть основные характеристики целевой аудитории, которые необходимо учитывать при планировании презентации:



А также эти характеристики будут влиять и на контент презентации, на структуру и даже дизайн презентации:

SF EDUCATION

От характеристик ЦА зависит:

- Контент презентации
- Структура презентации
- Дизайн презентации