SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

26. Планирование. Формат презентации

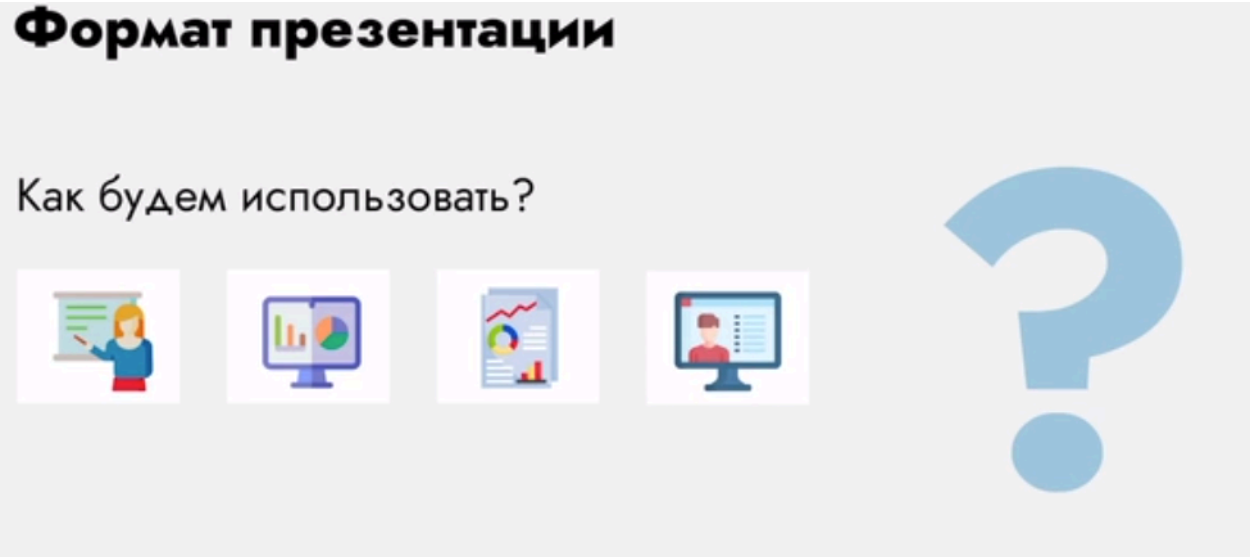
Содержание

1. Формат презентации
2. Отправка по почте и размещение на сайте
3. Распечатка на принтере для клиентов и руководителей
4. Выступление оффлайн
5. Выступление онлайн

Сегодняшняя тема будет определять технические параметры оформления презентации. Недочеты в этом вопросе могут критически повлиять на итог вашего проекта, свести к нулю результативность даже очень продуманной и грамотной с точки зрения содержания презентации.
Говорим сегодня о форматах использования презентации.

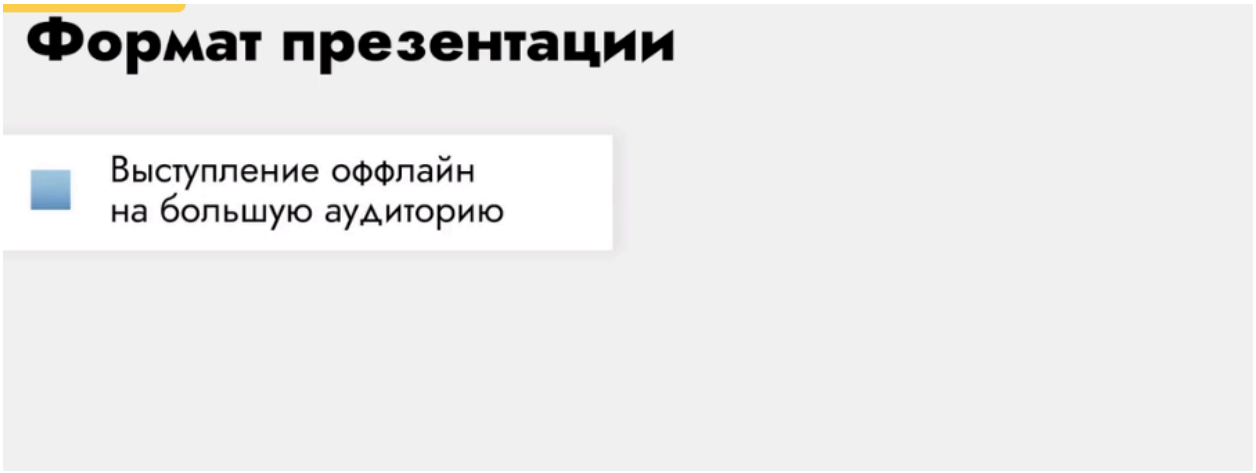
Формат презентации

Способы использования презентации может быть множество. Для выступления онлайн и оффлайн, для распечатывания, для размещения на площадках:



Сейчас перечислим основные способы и посмотрим как они будут влиять на саму презентацию.

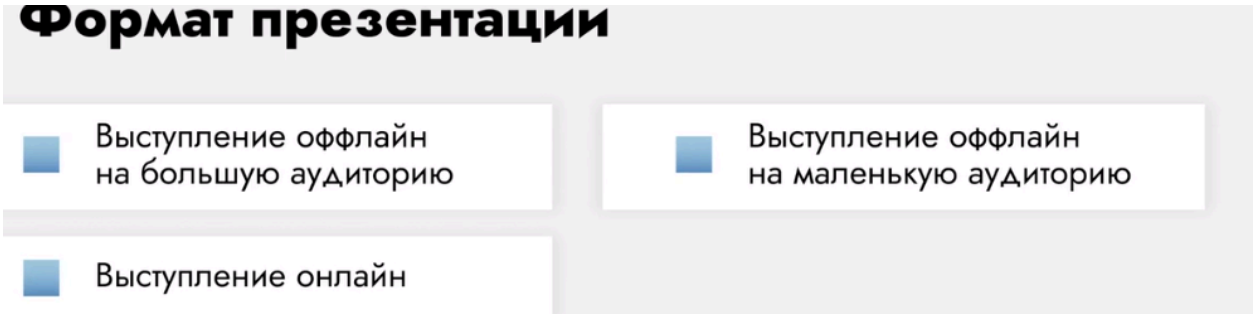
Начнем с того, что можно использовать презентацию в качестве выступления оффлайн на большую аудиторию:



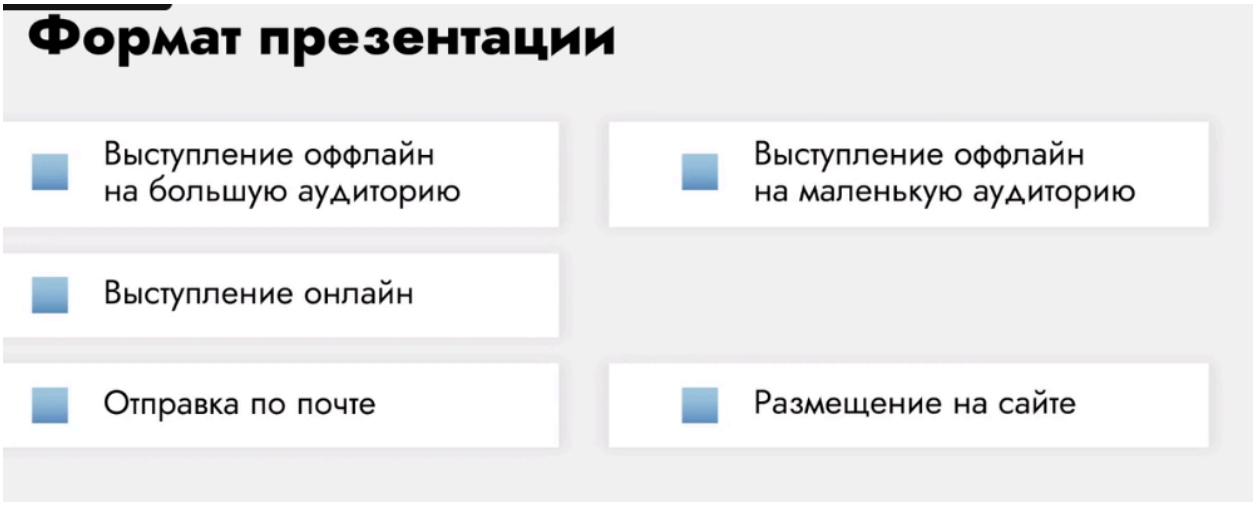
И другой формат, если выступление будет оффлайн на маленькую аудиторию:



Ну и, конечно же, выступление онлайн тоже имеет свои особенности, которые также нужно учитывать:

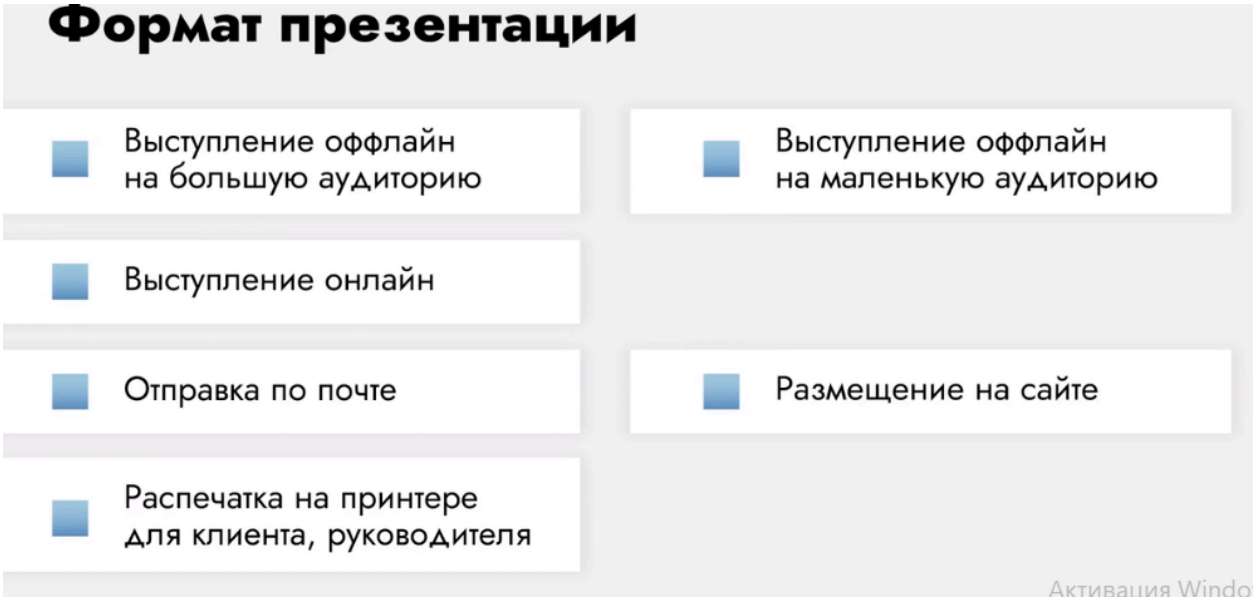


Также отправка по почте и размещение на сайте как ни странно один и тот же формат презентации:



В котором важны будет определенные одинаковые особенности.

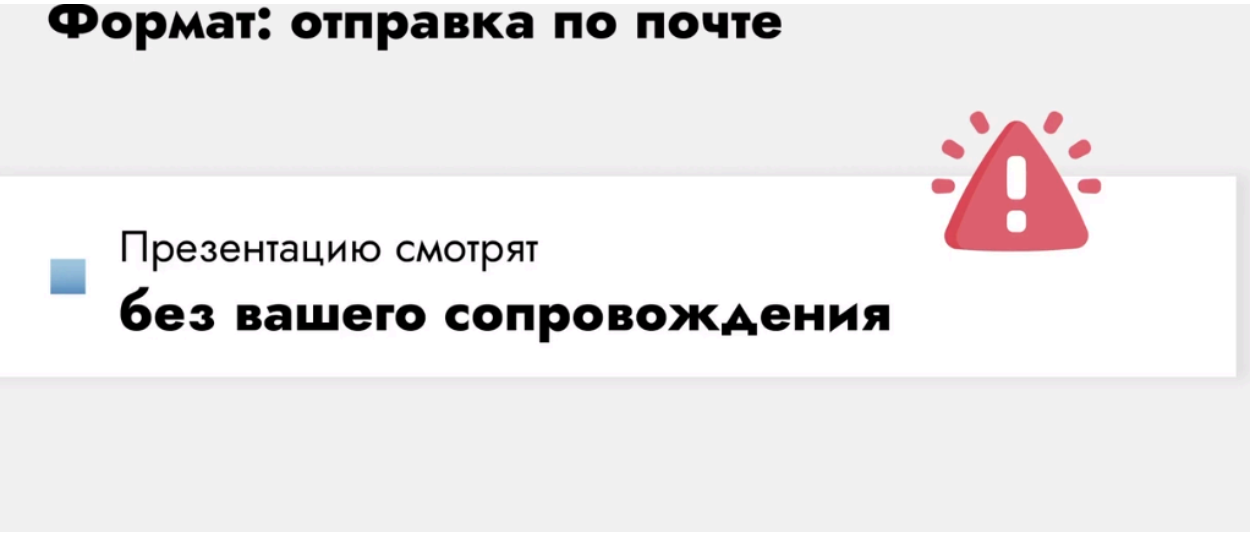
И формат распечатки на принтере, когда вы отдаете клиенту руководителю. Он тоже может относится к тому формату, что и отправка по почте или размещение на сайте:



Отправка по почте и размещение на сайте

Отправили по почте или разместили на сайте без комментариев, презентацию смотрят без вашего сопровождения:

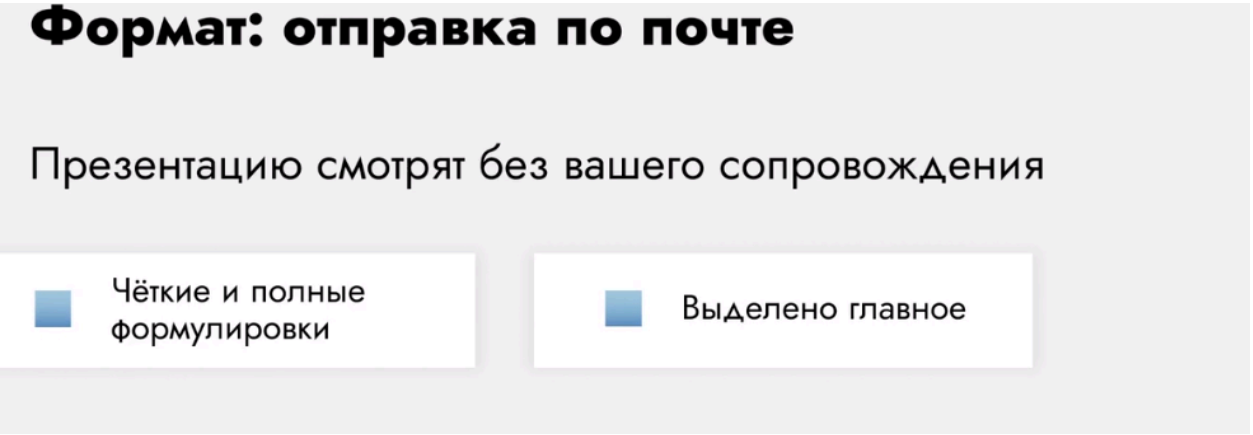
SF EDUCATION



А значит вы не сможете пояснить, что то добавить.

Люди посмотрят только те формулировки, что вы добавили и в тех объемах.

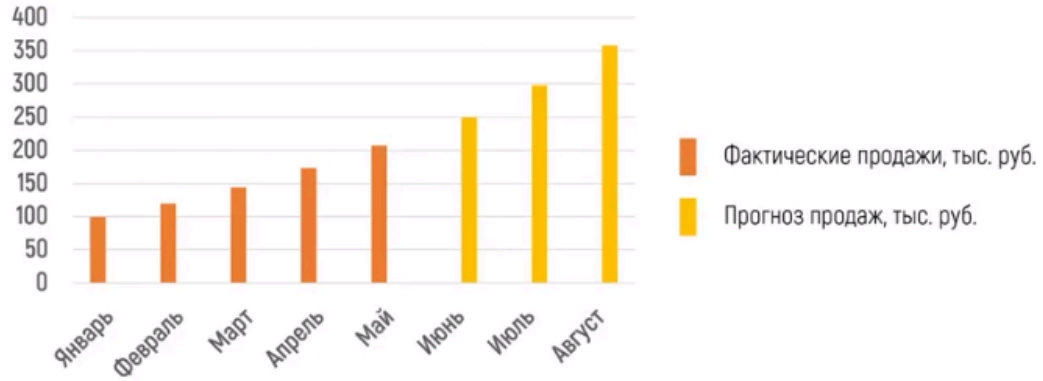
Поэтому для таких форматов важно выделены главное и четкие формулировки:



Перед нами на экране слайд:

SF EDUCATION

ОТЧЁТ О ПРОДАЖАХ ФИЛИАЛА КОМПАНИИ «ОМЕГА»



Здесь есть заголовок отчет о продажа филиала компании омега.

И есть некоторая диаграмма с легендой.

Что можно понять? То, что здесь идет речь о продажах.

Что хотел автор? Какие выводы сделала бы об этом слайде?

Неизвестно.

Поэтому мы работали с слайдом и вот что из этого получилось:



Отчет о продажах переехал из заголовка в надзаголовок, также как упоминание о филиале.

Заголовок теперь выражает смысл слайда. Также появился заголовок диаграммы.

Появились выводы из этой диаграммы, которые написаны непосредственно рядом с информацией.

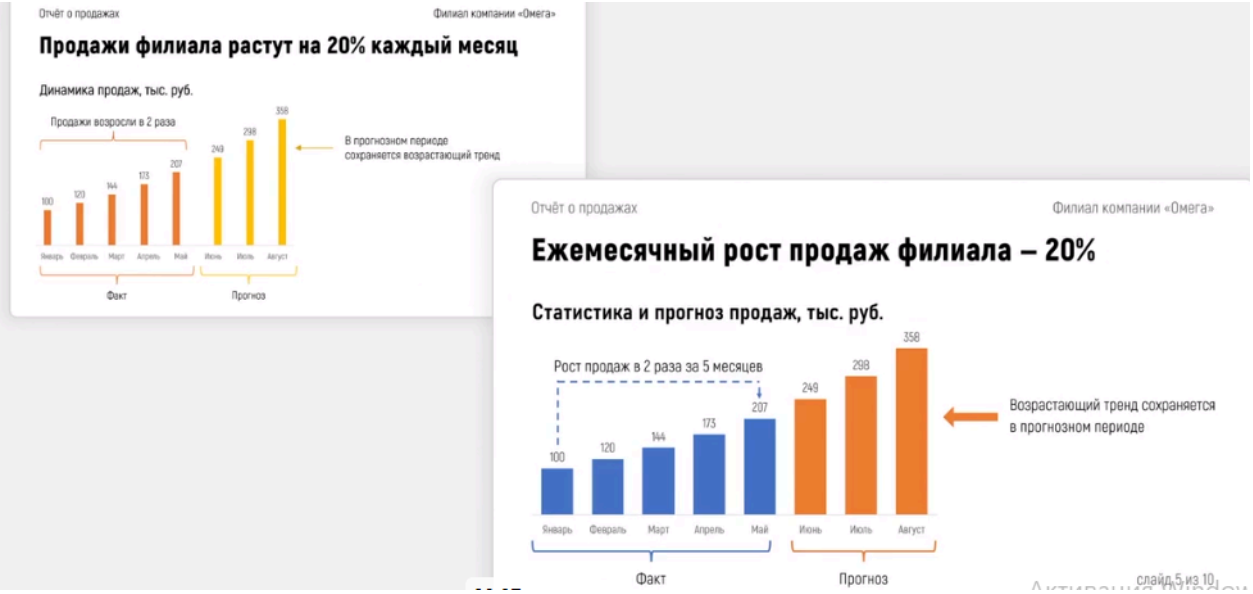
Вот другой слайд с такой же информацией:



Здесь можно видеть, что изменился и контент, и оформление.

Для того, чтобы понять разницу, выведем на экран:

SF EDUCATION



Обратим внимание на заголовки, по смыслу одинаковый, но стал короче.

Прочитав только два слова сразу понятен смысл.

Теперь перейдем к названию диаграмм. В первом случае это назывной заголовок и он соответствует диаграмме. Во втором случае читая заголовок, человек понимает, что будет две части, прогнозная и фактическая.

Далее идут выводы по диаграмме. В первом случае рыжие столбки. И он тоже соответствует диаграмме.

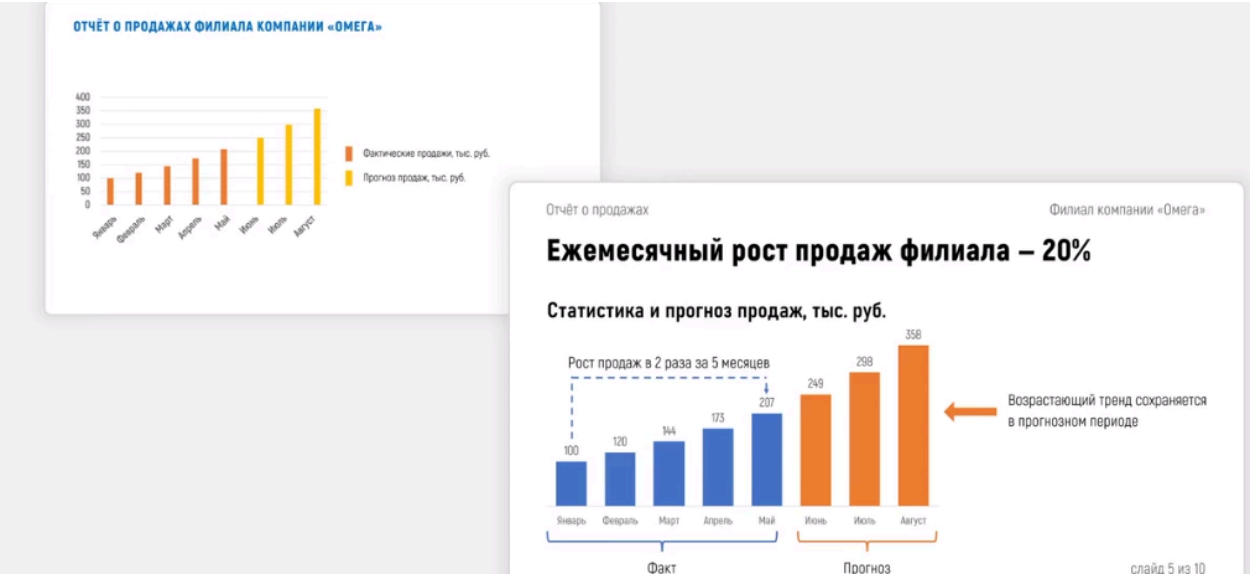
Во втором случае смотрите какое главное слово «Рост» вынесено в начало и еще указано за какое количество времени.

То есть стала более информативней информация.

Во обоих случаях сохранились слова, однако главный смысл опять вынесен в начало.

Если смотрим с точки зрения дизайна, видим, что здесь более контрастно и акцентные цвета.

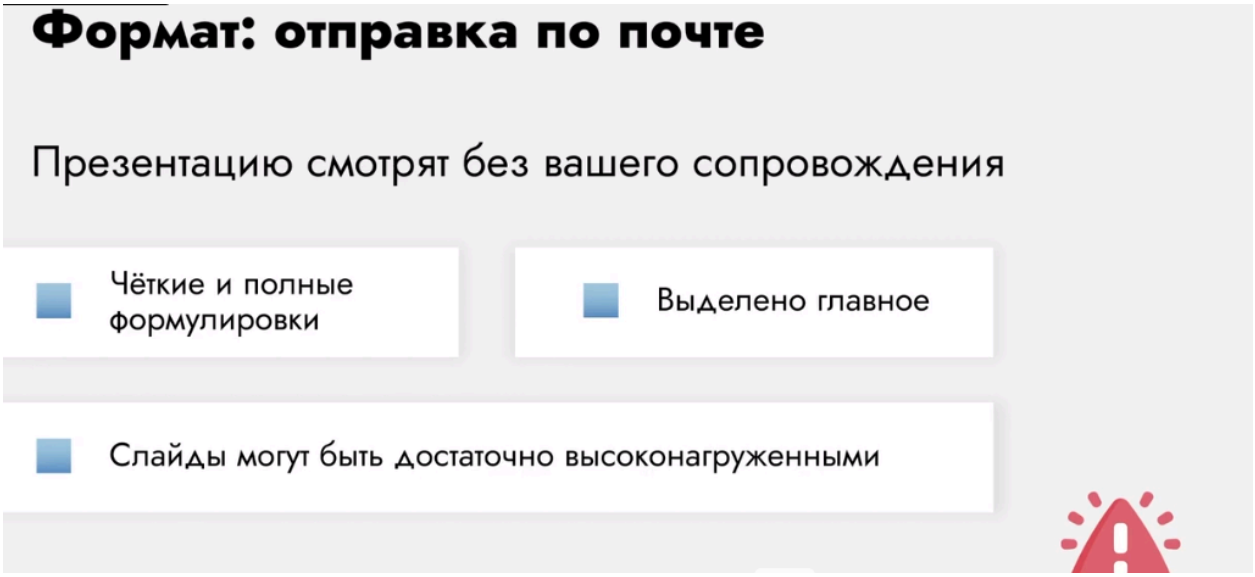
Ну а если сравнить исходный слайд и получившийся:



То здесь, конечно, разница просто небо и земля.

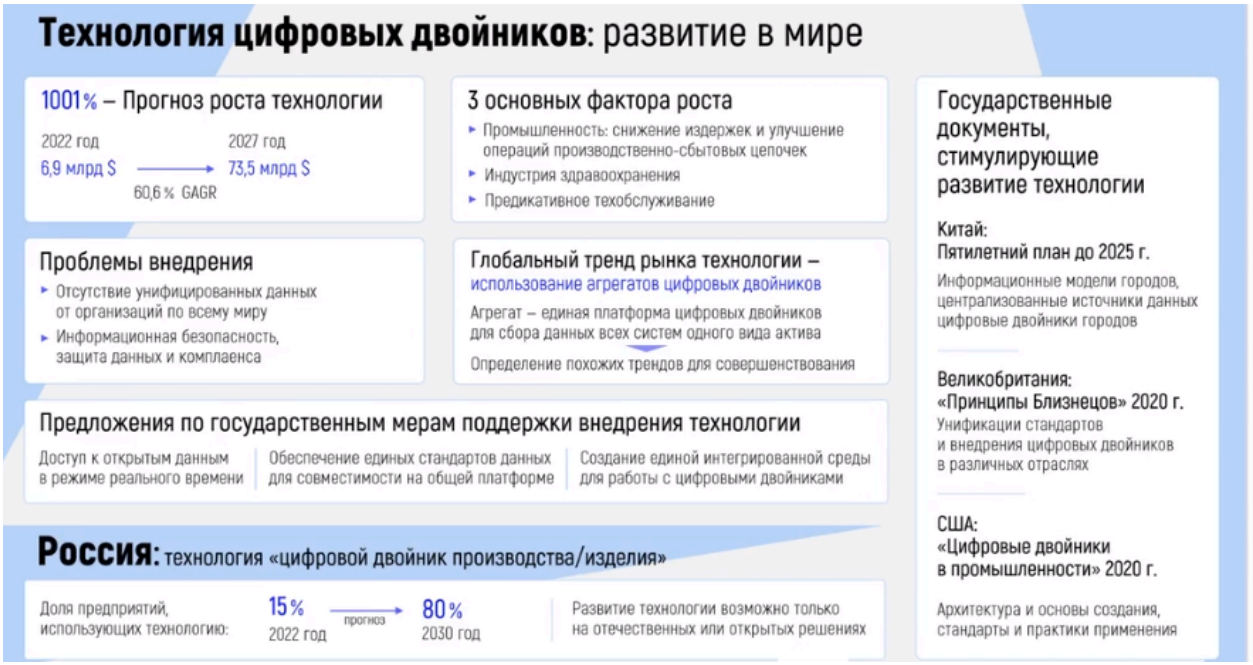
Вот именно таким образом можно работать со слайдами, когда мы их отправляем по почте или размещаем на сайте.

При формате отправки по почте также нужно помнить, что файлы могут быть высоконагруженными:

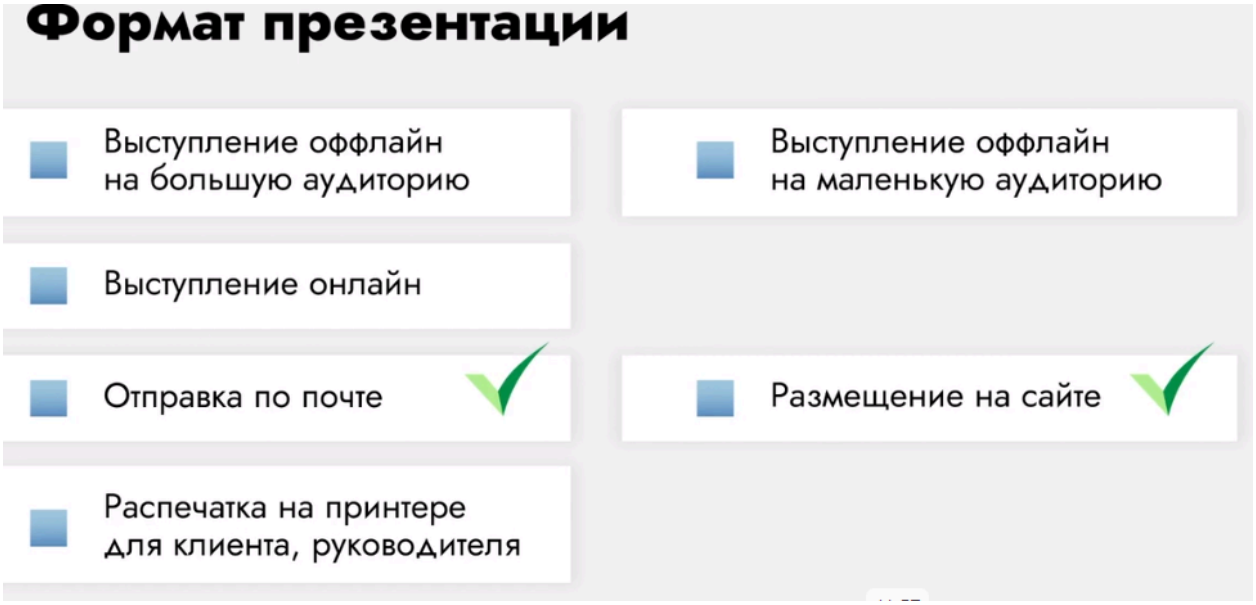


Как понять высоконагруженными? Вот пример слайда:

SF EDUCATION



Он как раз высоконагруженный, но когда человек получает его по почте или видит на экране, у него есть время для того, чтобы погрузиться в эту информацию. Правда это не отменяет того, что должно быть выражено главное и сделаны акценты на самом важном. Здесь можно прочитать заголовки и понять, о чем речь. Сейчас мы просмотрели отправку по почте и размещение на сайте:



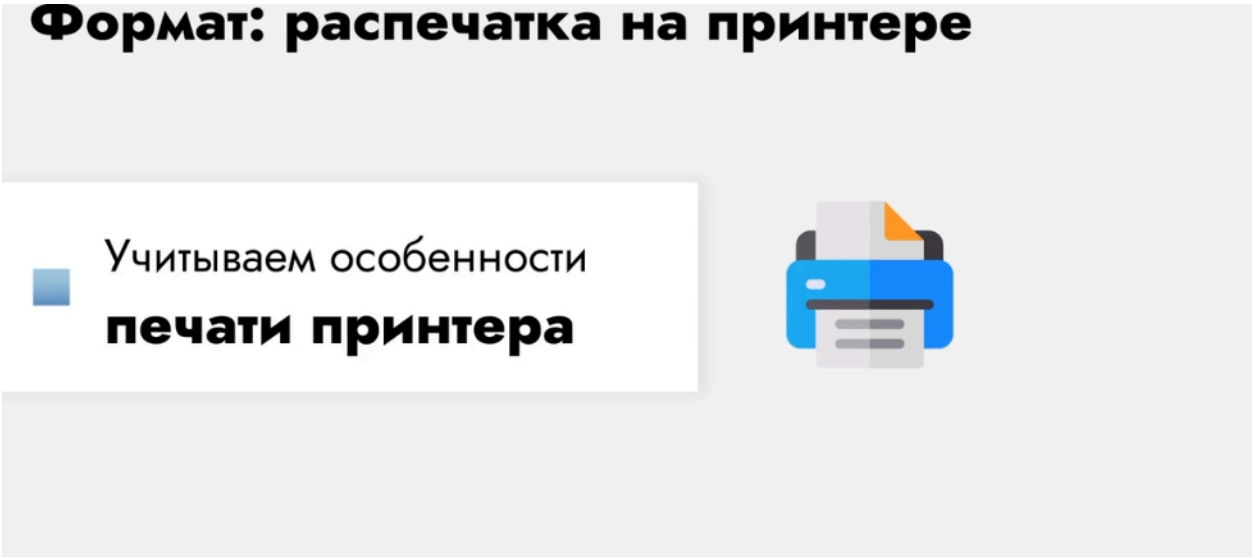
Распечатка на принтере для клиента и руководителя

SF EDUCATION

Далее рассмотрим распечатку на принтере для клиента и руководителя:

Этот формат близок к отправке по почте, если вы отдаете распечатку без своих комментариев.

Да, мы учитываем особенности печати на принтере:



Какие именно?

Лучше использовать **белый фон**. Это экономит тонер принтера, а также оказывается на визуальном восприятии.

Обязательно нужно проводить **тест теней и градиентов, если вы используете их в оформлении презентации.**

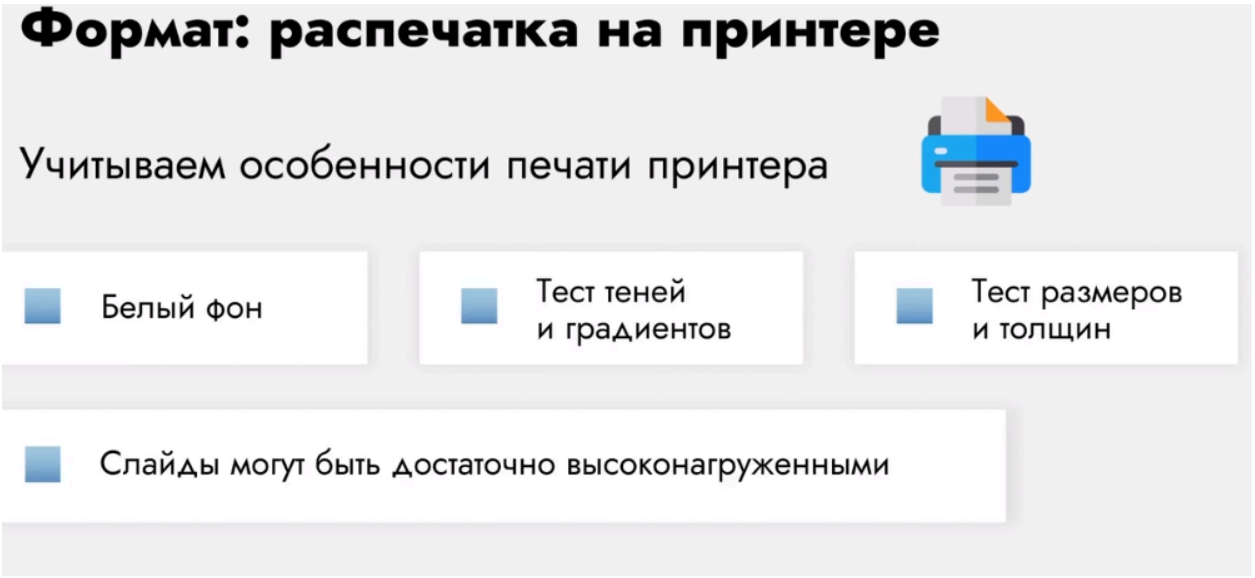
Лучше не использовать тени и градиенты при печати.

Также проводить тест линий и толщин.

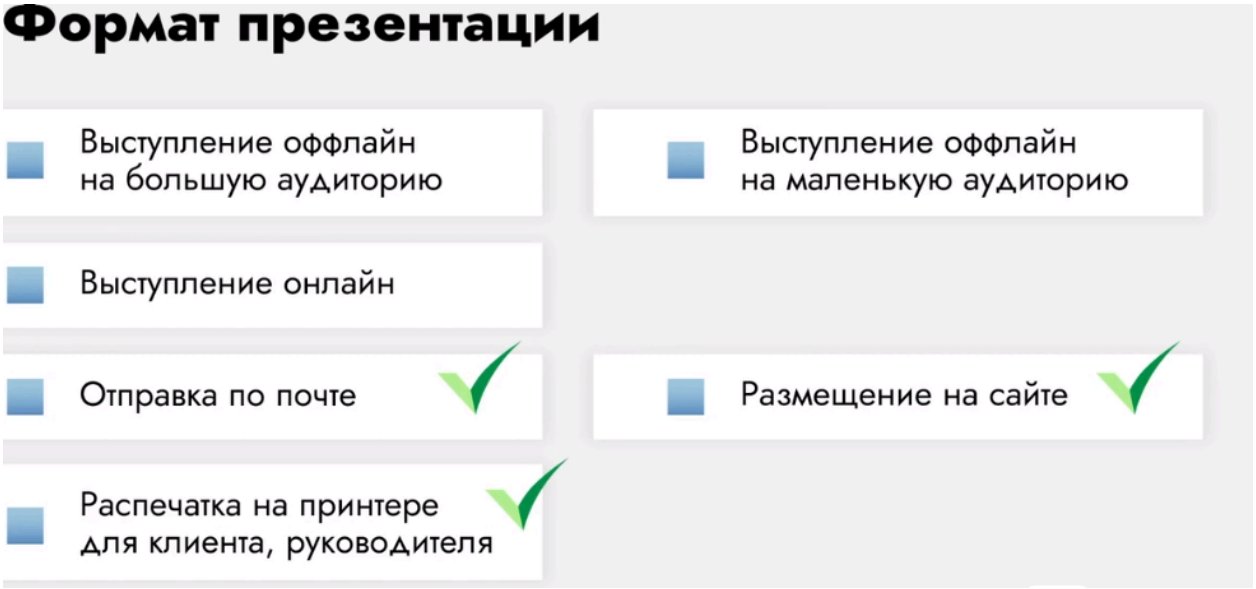
Потому что тонкий шрифт, который красиво смотрится на экране, может быть просто не пропечатан на принтере.

Также важно помнить, что слайды могут быть достаточно высоконагруженными:

SF EDUCATION



Это все то, что касается распечатки на принтере:

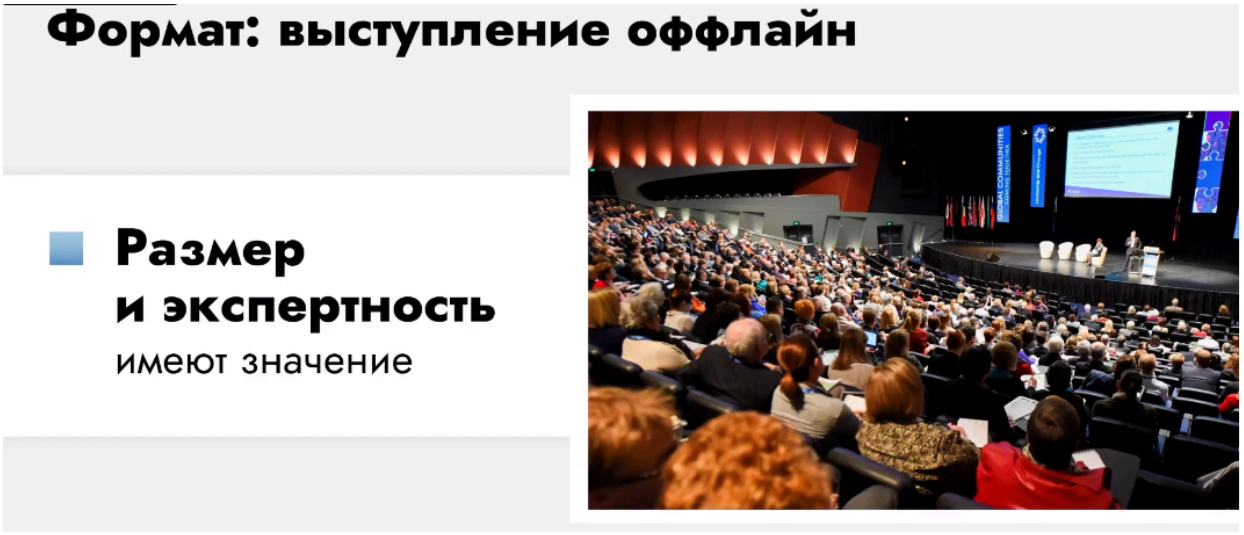


Выступление оффлайн

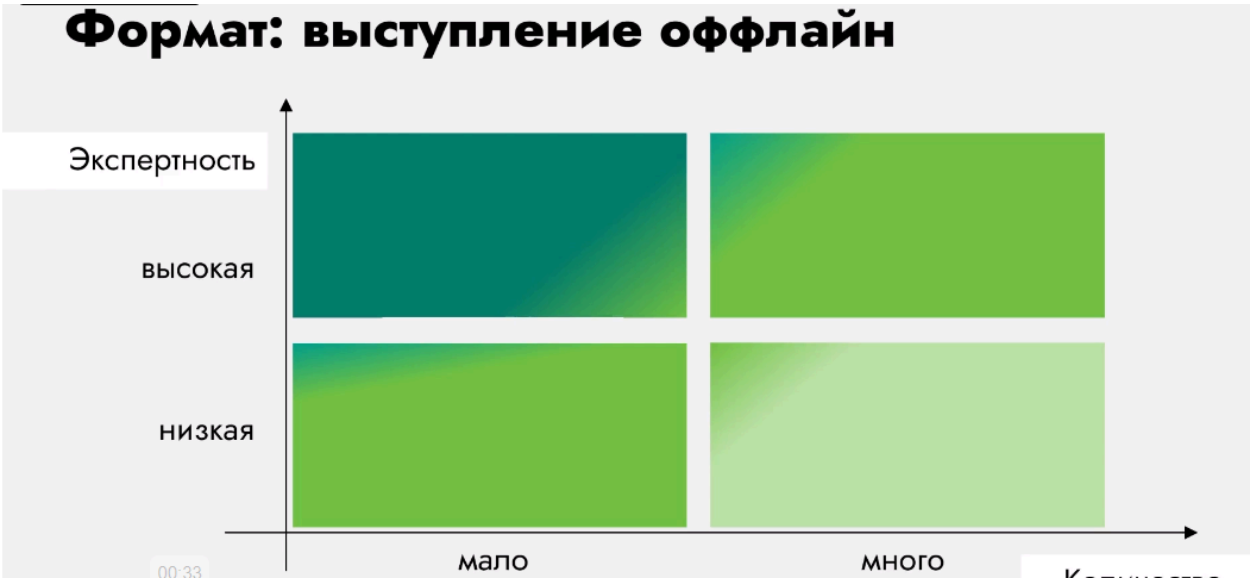
Выступление оффлайн это тот случай, когда размер имеет значение.

Но не только размер, но еще и экспертность аудитории:

SF EDUCATION



Влияет на контент и стиль оформления. Разберемся как это будет:

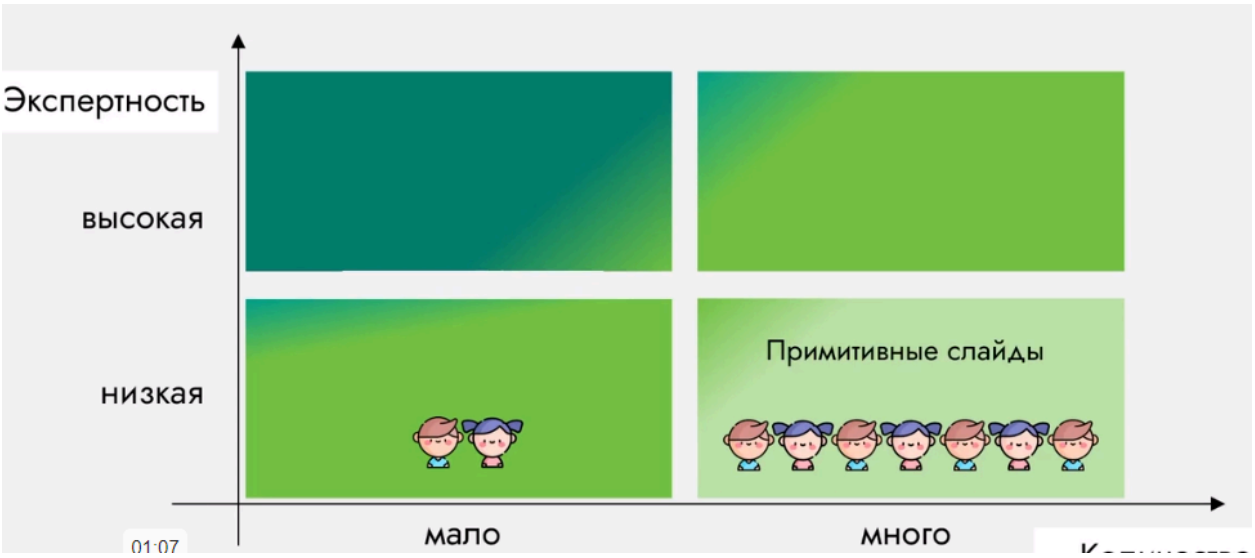


Перед вами матрица. В нижней оси отложены количество мало и много. А в верхней оси экспертность высокая и низкая.

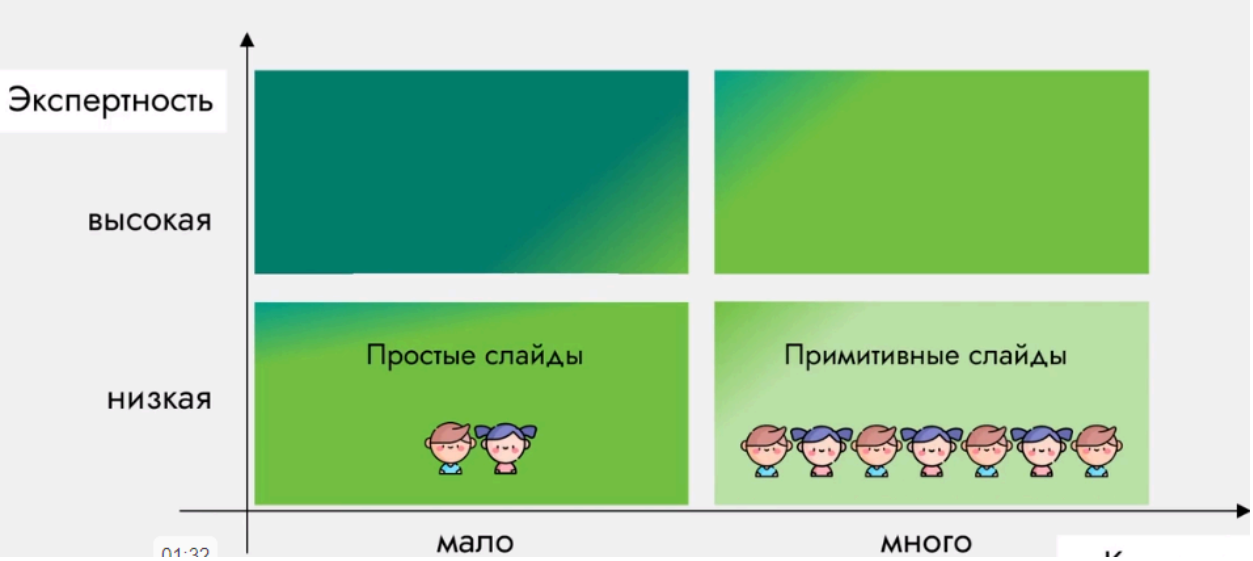
Разберемся теперь какие слайды должны быть когда низкая экспертность и когда должно быть мало и много:



Когда мы имеет большую аудиторию низкой экспертности нам нужны примитивные слайды:



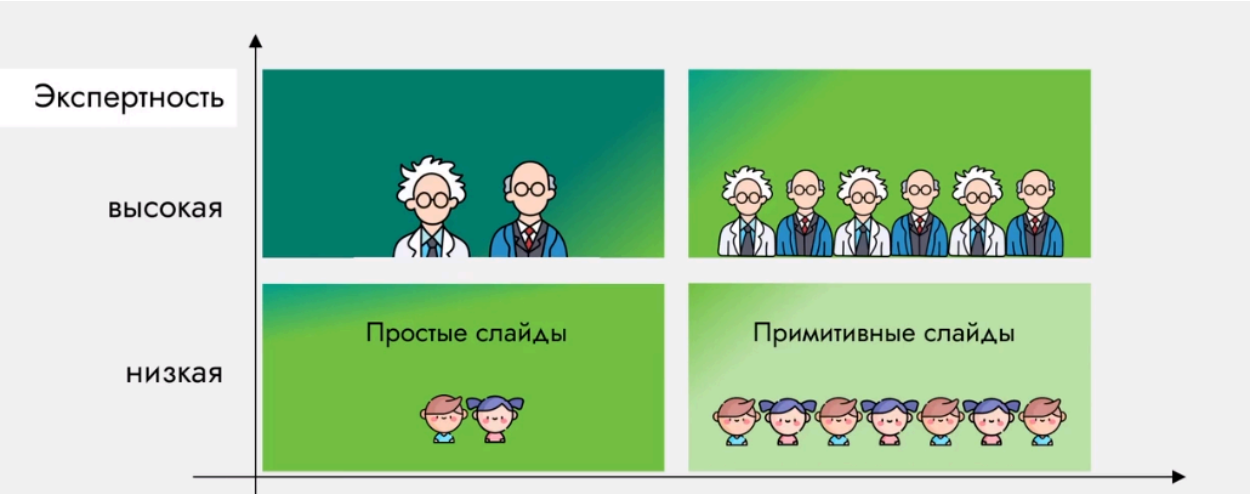
Как можно простые, чтобы мы могли привлечь внимание, удержать внимание.
А когда у нас маленькая и низкая аудитория, то слайды тоже должны быть простые:



Но там должно быть чуть больше информации, чем в предыдущем варианте.

Теперь перейдем к экспертной аудитории.

Если много и мало аудитории.



И даже если у нас много экспертной аудитории, то слайды все равно должны быть простыми:



Объясняется просто. Когда у нас большое количество народу, то очень сложно воспринимается информация.

А если вот мало экспертной аудитории, то здесь можно делать насыщенные слайды со сложной информацией:



Это та ситуация, когда собираются маленькое количество экспертов, к примеру, совещание или переговоры.



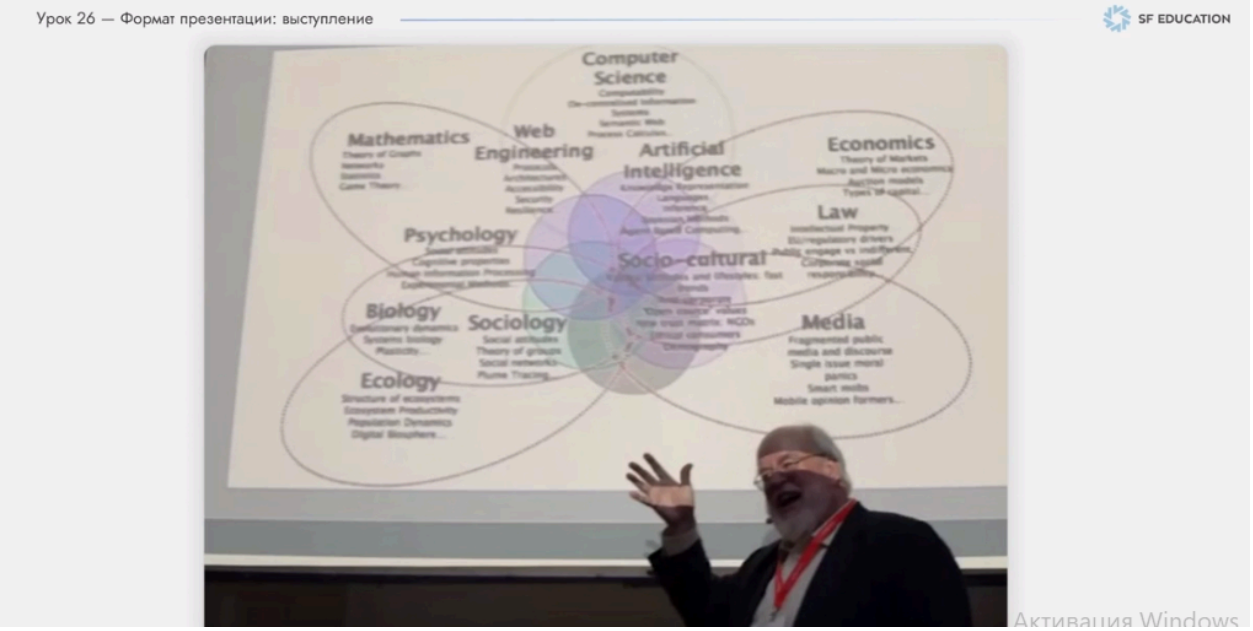
Также, когда очень большая неэкспертная аудитория то это формат выступления TED:



На примере посмотрим какие слайды соответствуют какому формату:



Перед нами слайд и он очень высоконагружен. На нем много объектов. Много информации. Такой слайд будет жизнеспособен на совещании. Когда будут сидеть несколько экспертов смотреть на нее и на ее основе принимать какие-то решения. Беда случится, если такого формата слайд окажется на конференции. Вот пример:



У говорящего есть микрофон, что означает, что он вещает на большую аудиторию. В таком случае что вынесет аудитория? Только то, что они смогут прочитать крупные надписи.

Мелкие подписи просто физически не смогут увидеть.

Какие слайды должны быть на большую аудиторию:



Формат TED. Идеальный слайд в виде фотографии.

Также вот еще один слайд из четырех слова, тоже идеальный формат TED:



Теперь рассмотрим на примере этого слайда, как он будет трансформироваться в зависимости от увеличения аудитории:



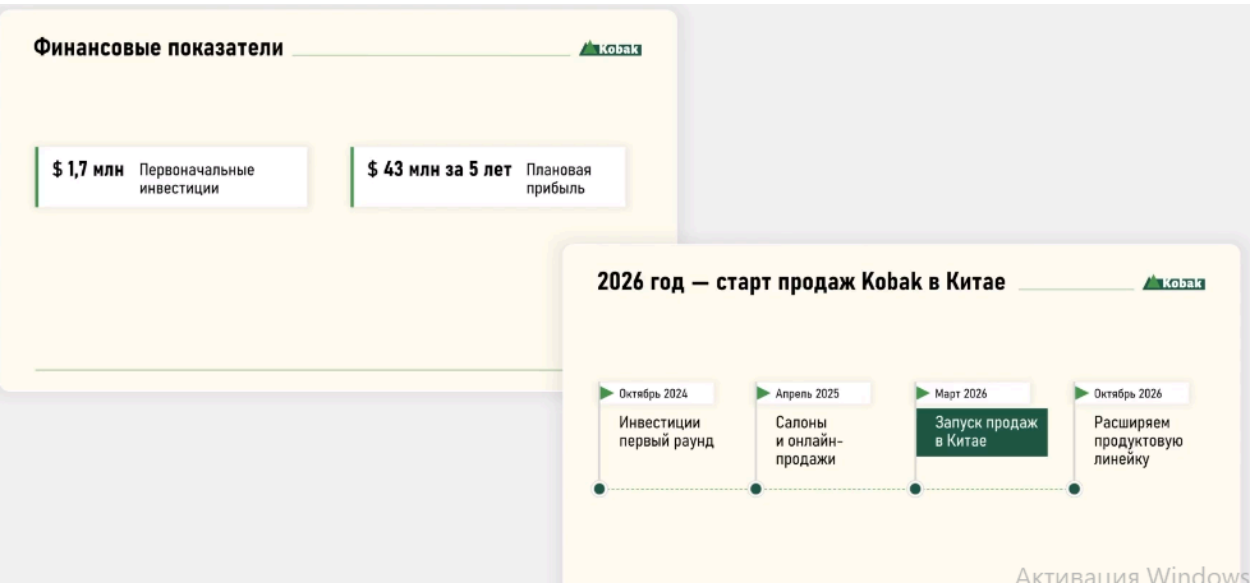
Он высоконагружен. Здесь есть заголовок, цифры, таймлайн, детальная информация, которая относится к каждому периоду таймлайна. Хорошо относится к переговорам. Где 10 человек, которые смогут рассмотреть все это и включиться к этой информации. А оратор сможет удержать внимание этих 10 человек на этой информцаии.

Если же у нас увеличится количество аудитории, к примеру, до 20 человек. Им будет физически сложно рассмотреть информацию, которая внизу. В этом случае лучше оставить главную информацию. Остальное можно просто рассказать, если там что-то важное, лучше перенести на другие слайды.

Если мы увеличим количество аудитории:



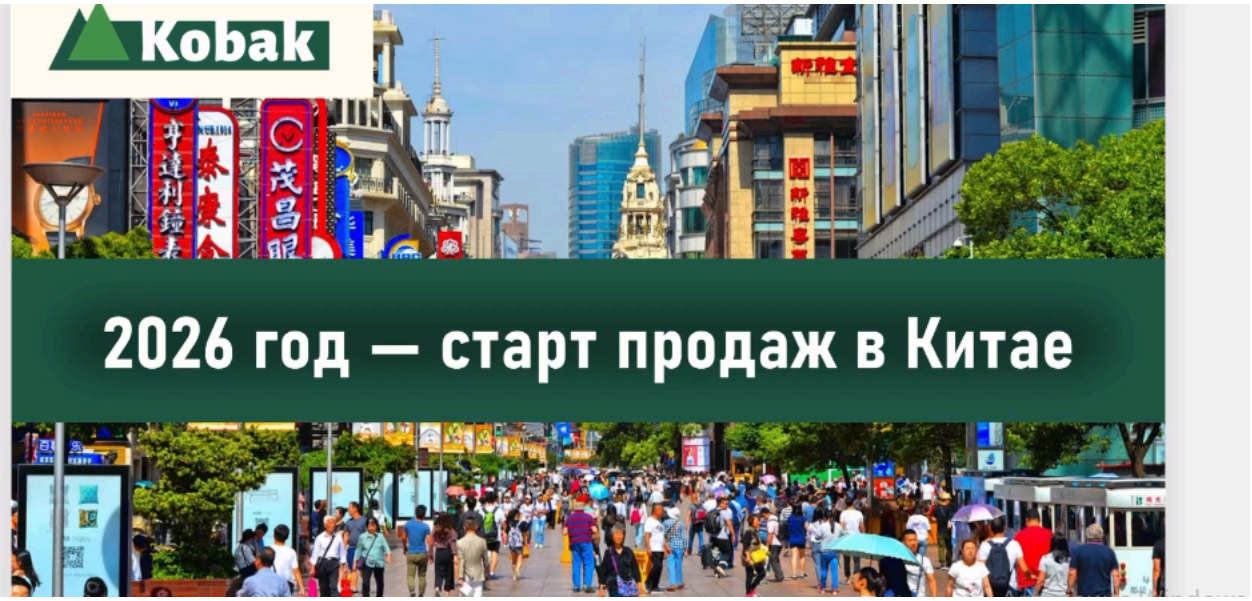
И мы переваливаем за 20 и больше к 30 человек, то здесь этот слайд лучше разделить на два. Для того, чтобы удержать внимание аудитории, чтобы добавить динамики:



Как мы говорили, что при увеличении аудитории, очень сложно удерживать внимание людей.

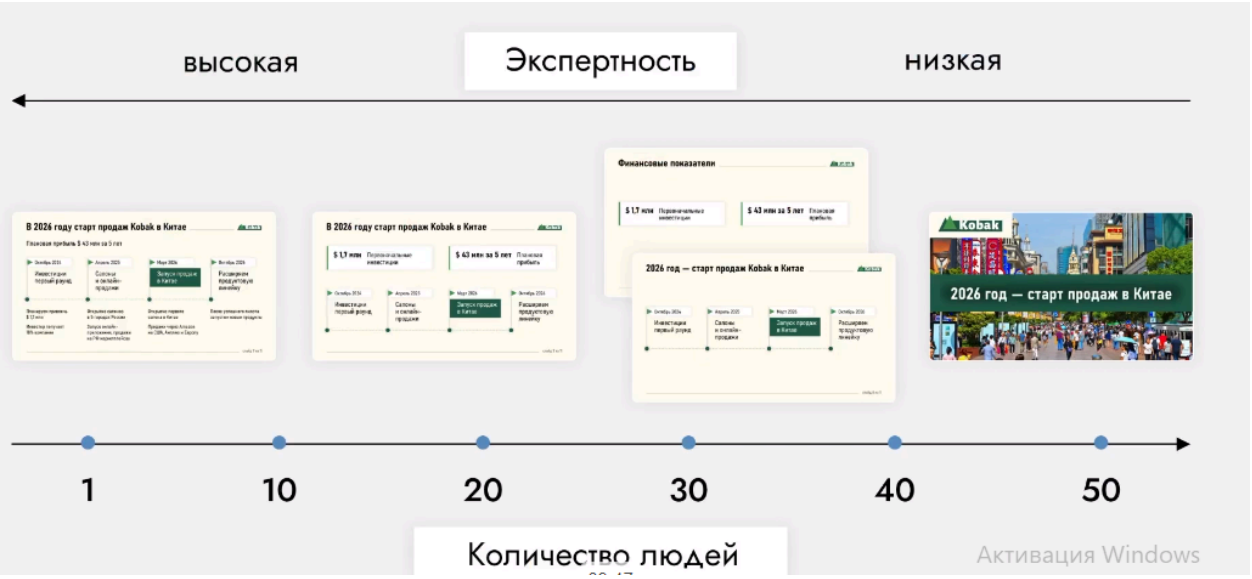
И важно, чтобы на экране была динамика. Менялся контент, лучше подавать информацию дробно.

Здесь формат слайда TED:



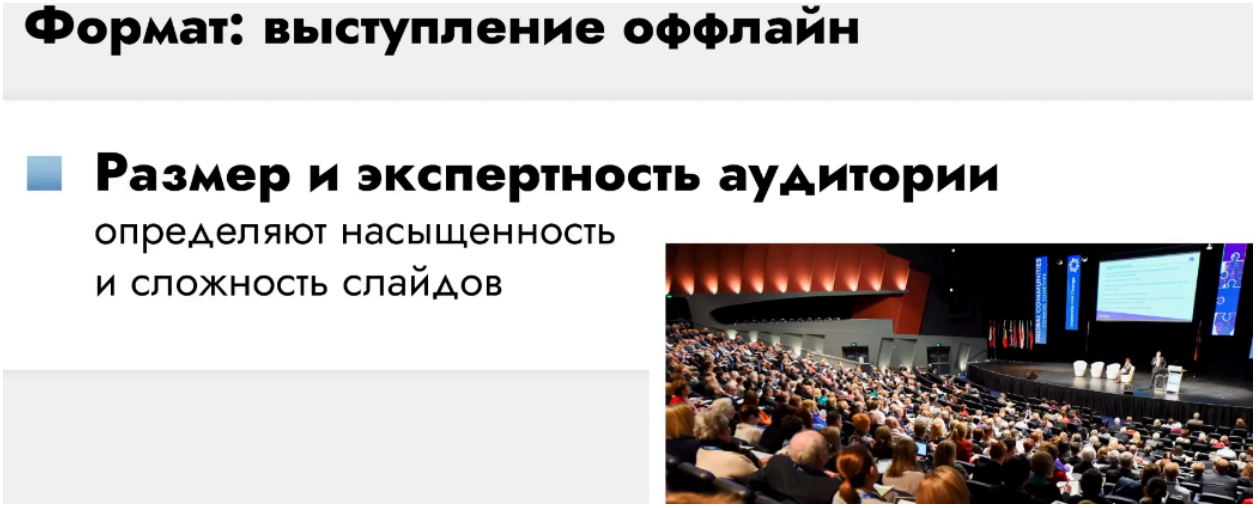
Крупная фотография, бренд и цифра, когда состоится старт продаж в Китае.

Вот как мы можем посмотреть на одном слайде:

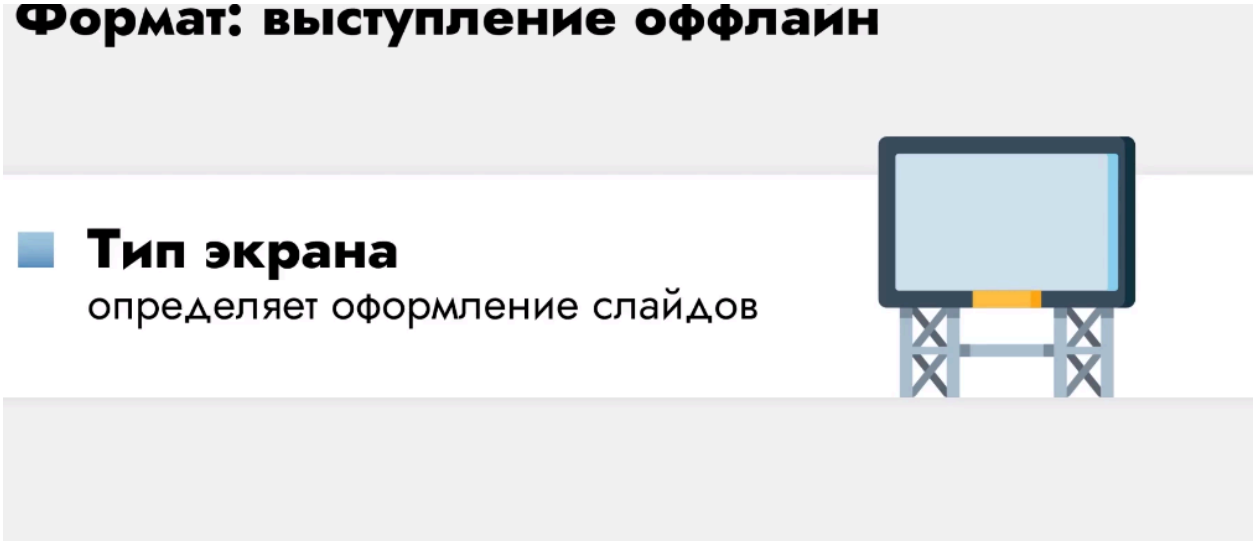


Как будет изменяться насыщенность слайдов при изменении экспертности от высокой к низкой. И при изменении количества людей.

Итак, размер и экспертность аудитории имеет большое значение при выступления оффлайн и они определяют насыщенность и сложность слайдов:

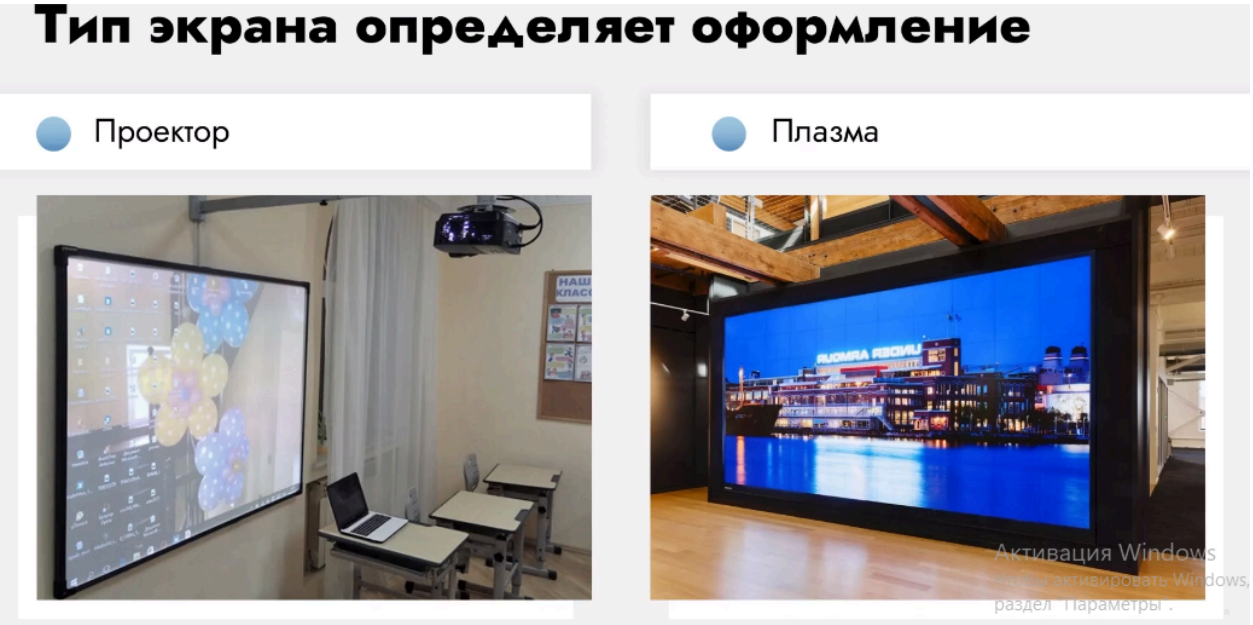


Также при выступлении оффлайн тип экрана имеет важное значение, он определяет оформление слайдов:

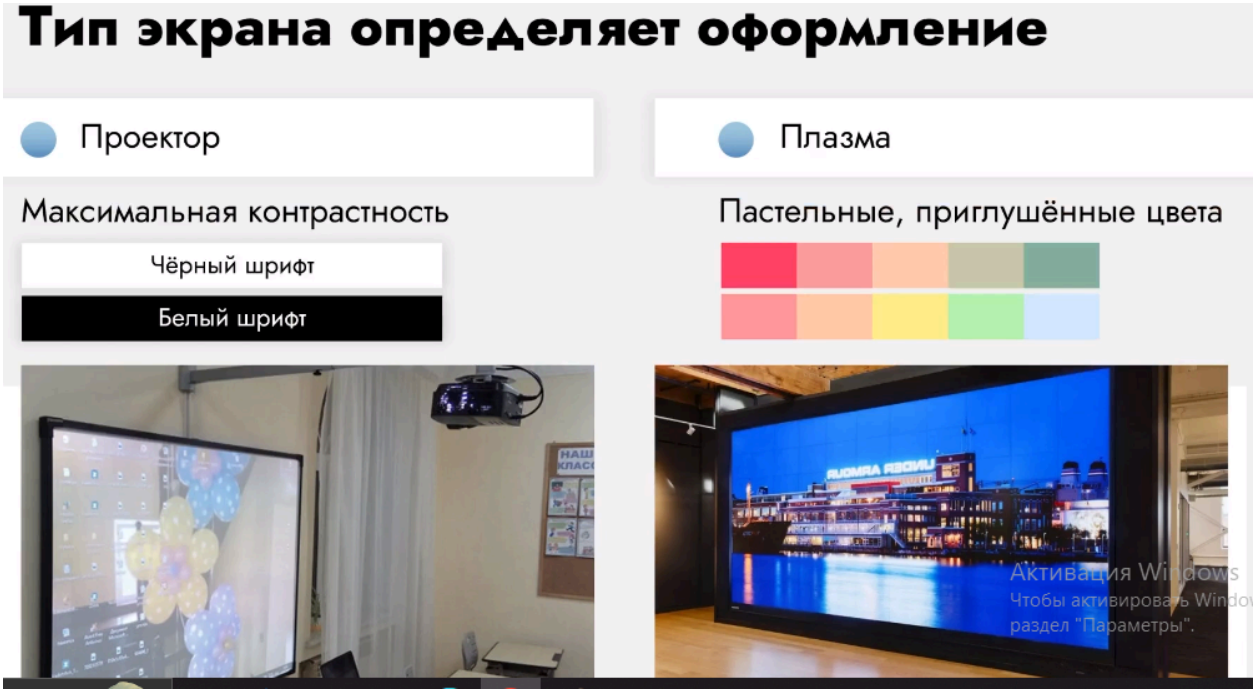


И даже на этих примерах вы можете посмотреть как плазма и проектор по разному передают информацию:

SF EDUCATION



Так, если у вас проектор то позаботьтесь о максимальной контрастности:

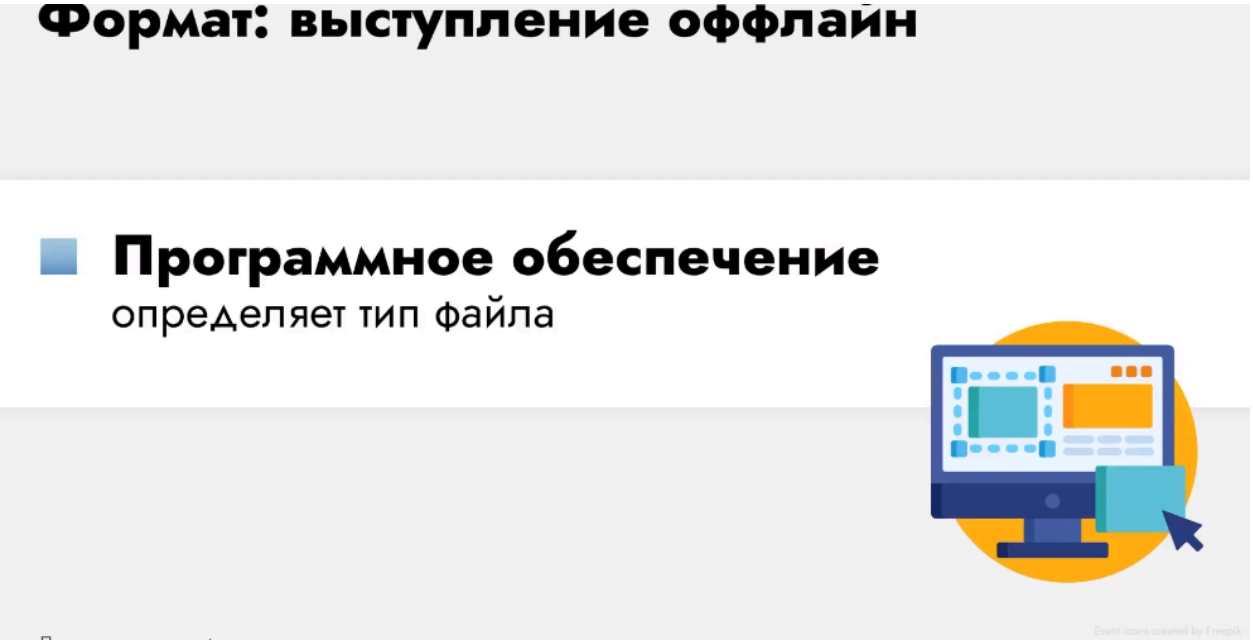


Если у вас плазма, то мы категорически не используем белый цвет.

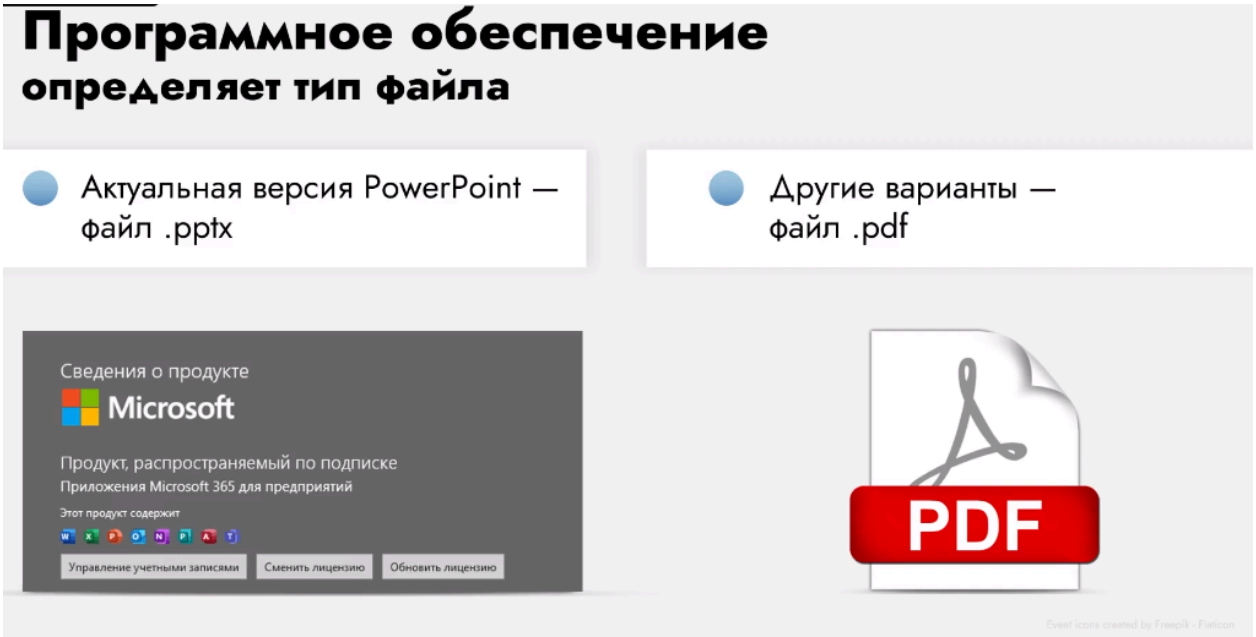
Используем только пастельные приглушенные цвета.

Ну и обязательно нужно узнать про программное обеспечение, так как именно оно определяет тип файла:

SF EDUCATION



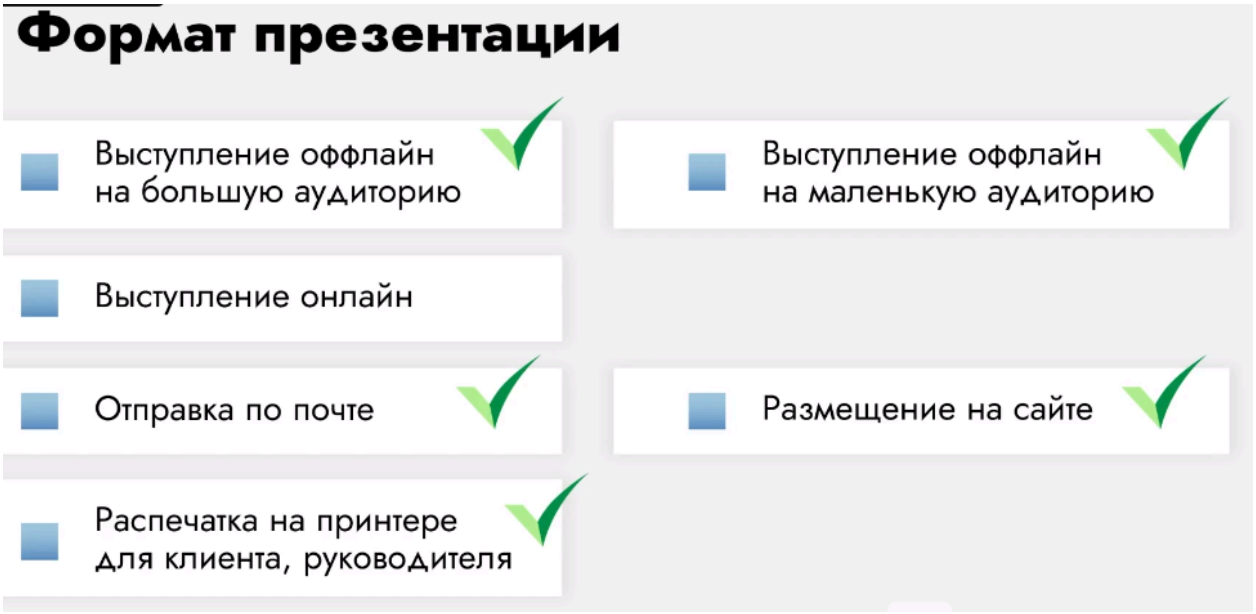
Если стоит актуальная версия PowerPoint, то вы можете сделать всевозможные эффекты:



Если же актуальной версии нет, а стоит старые версии или вообще не установлен PowerPoint, а другая программа, то лучше сделать в варианте PDF.

И транслировать в таком формате.

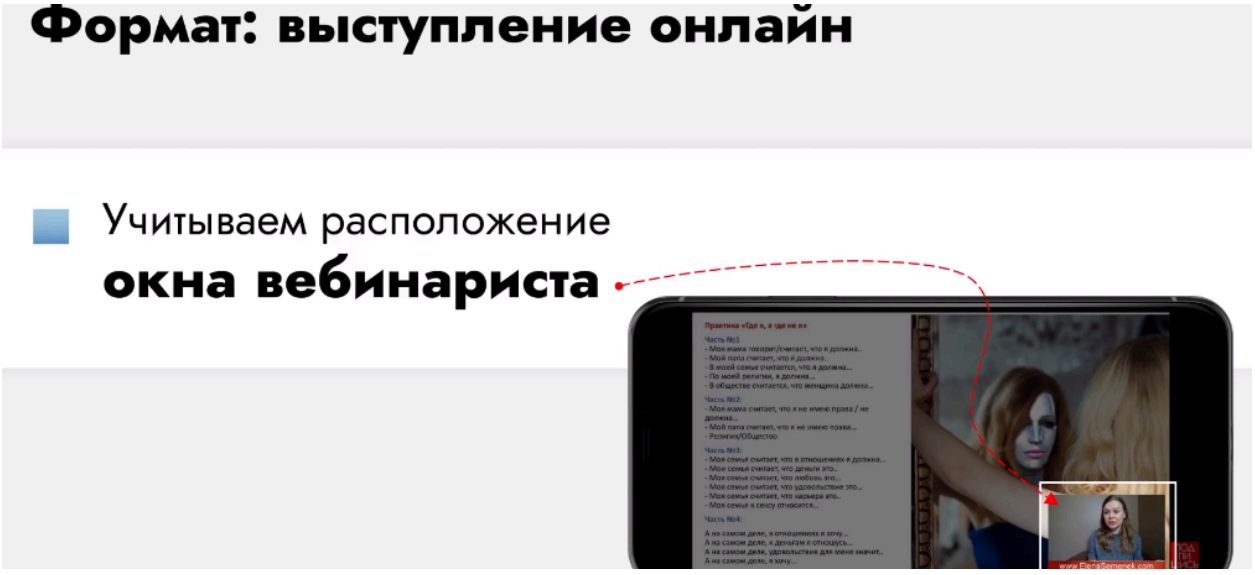
Итак, мы рассмотрели особенности выступления оффлайн на большую и маленькую аудиторию:



Выступление онлайн

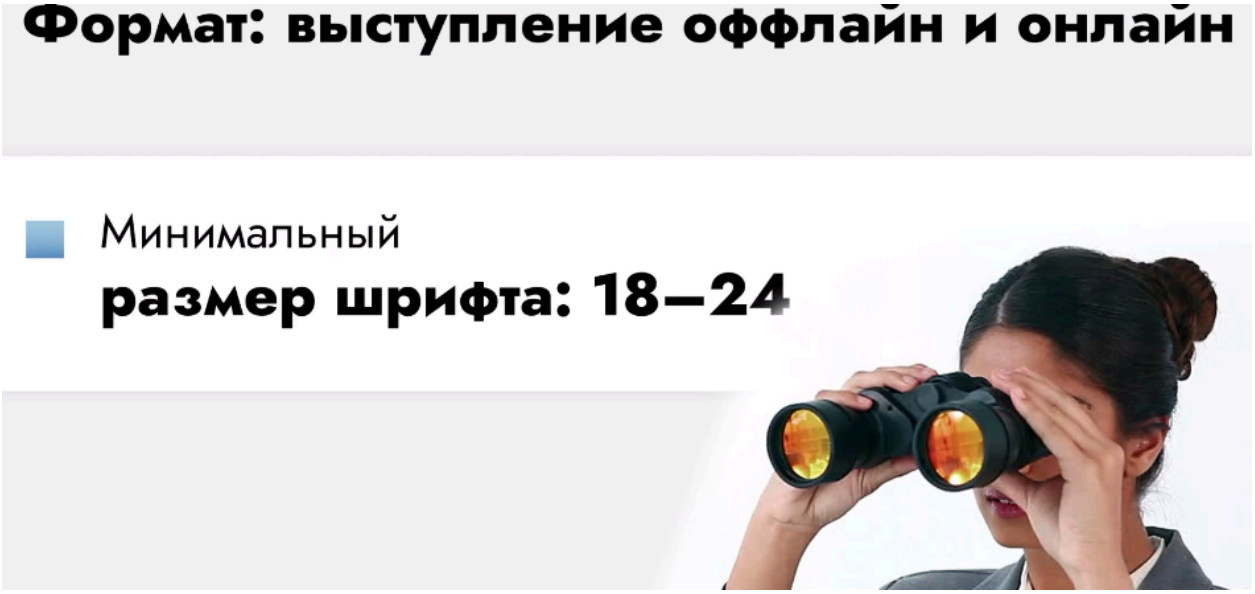
Сейчас пару слов о выступлении онлайн.

Все, что необходимо знать, то, где расположено окно вебинариста:



Также очень важно как для выступления онлайн, так и оффлайн – читабельность шрифта:

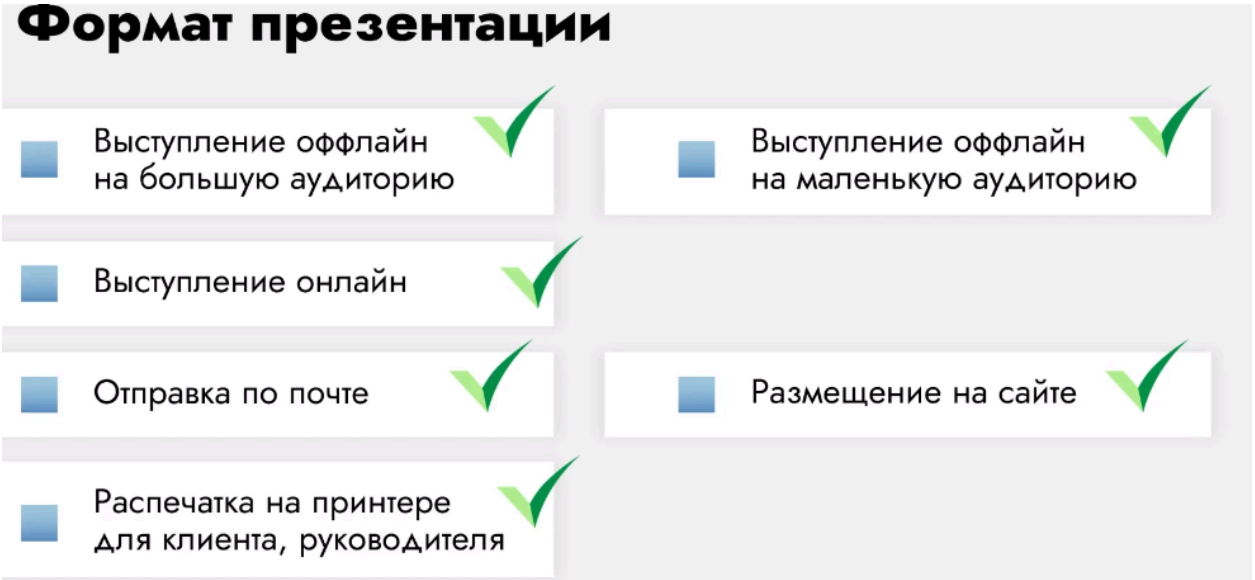
SF EDUCATION



Позаботьтесь о том, чтобы аудитория могла различить ваш текст.

Поэтому минимальный размер шрифта 18-20-24 шрифт.

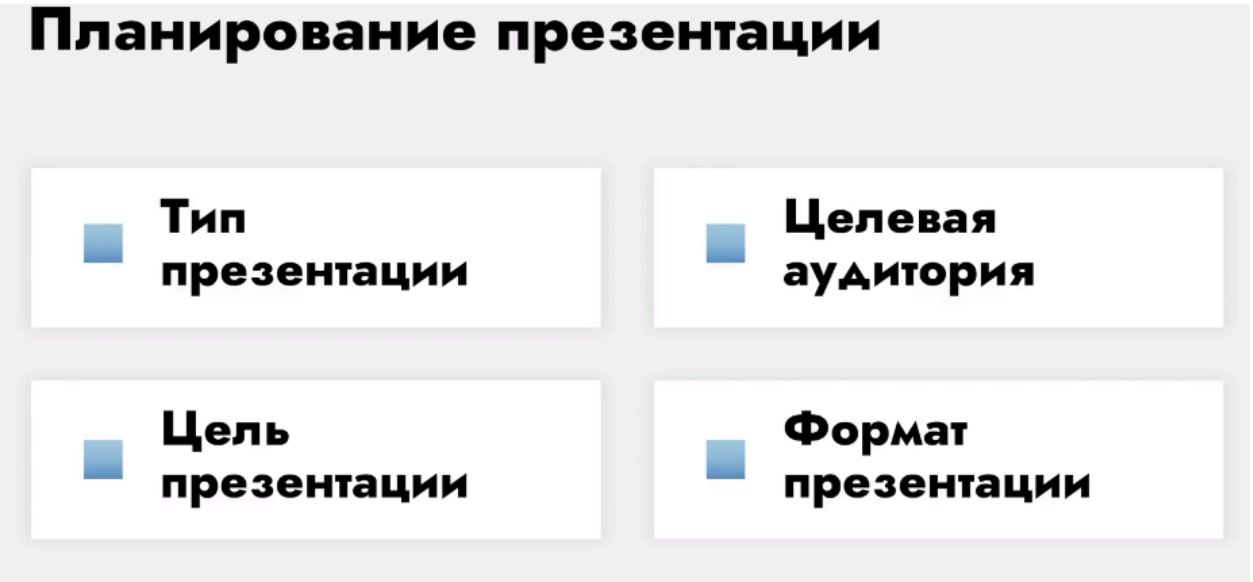
Мы рассмотрели сейчас все варианты форматов презентации:



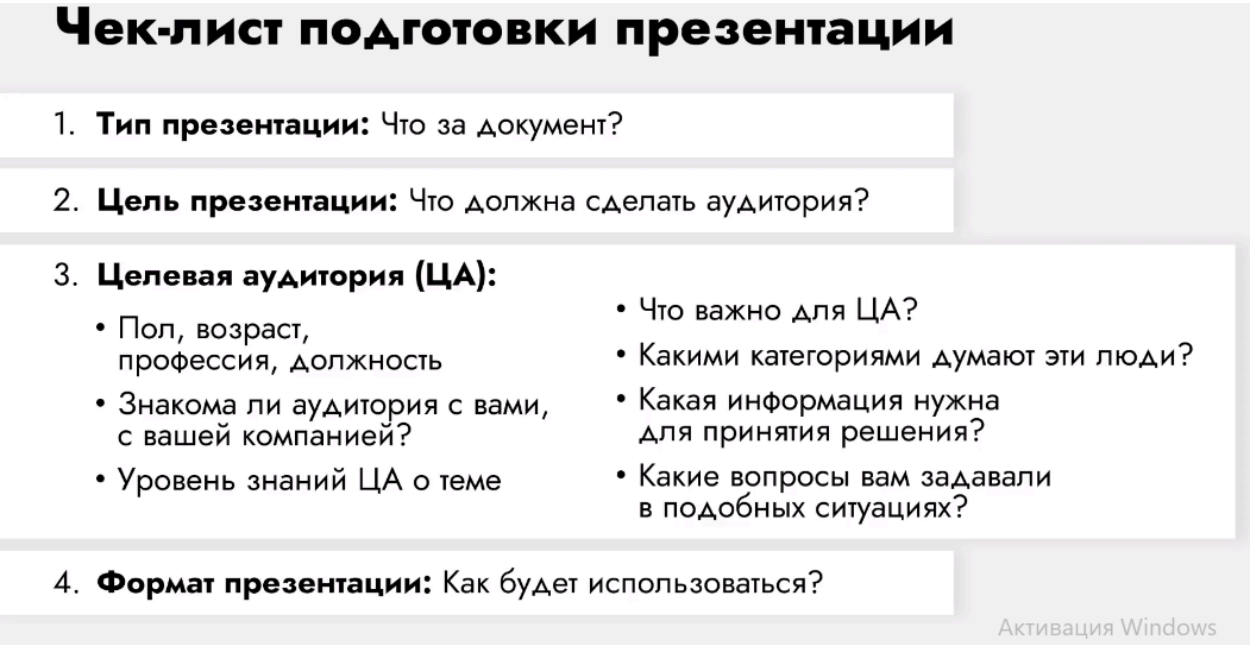
От формата презентации зависит контент и дизайн презентации.

И вот, что рассмотрели по поводу планирования:

SF EDUCATION



Тип презентации, ЦА, цель презентации, формат презентации и если все свети воедино, то получаем чек-лист подготовки презентации:



Это те вопросы, которые обязательно надо учесть, когда вы еще не начали формировать презентацию.


SF EDUCATION