SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

28. Сценарий презентации

Содержание

1. Четыре части хорошей истории
2. Эмоциональные качели

Четыре части хорошей истории

На данном уроке мы будем писать сценарий нашей будущей презентации. Мы изучим: как создавать хорошую интересную историю, за счет чего возникает интерес и как его поддерживать на протяжении всей презентации.

Сценарий презентации – это прежде всего хорошая история. А в какой сфере человеческой деятельности накоплен максимальный опыт по созданию качественных историй? Конечно же, это драматургия. Многие столетия драматурги оттачивали это мастерство, и нам не грех воспользоваться их опытом.

Как же создать хорошую историю? В хорошей истории четыре части. Хорошая история - она же хорошая структура. Мы возьмем эту структуру и перенесем ее потом в нашу презентацию. Нам нужно понять скелет истории, а потом мы будем его наращивать для создания уже нашей презентации.

Итак, первая часть - вступление. На этом этапе с психологической точки зрения важно установить контакт с аудиторией. Программа «Максимум»: чтобы аудитория прониклась к вам доверием, симпатией. Программа «Минимум» – это показать, что общение с вами безопасно. Да, именно безопасно, потому что на подсознательном уровне каждый раз, когда мы встречаемся с чем-то новым, мы прежде всего проверяем это на безопасность. Это заложено в нас природой. На информационном уровне мы здесь рассказываем о себе и о том, о чем будет наша презентация. То есть мы отвечаем на вопрос аудитории, о чем сейчас пойдет речь.

Вступление – это очень короткая часть, но очень важная. Она – залог того, что зритель пойдет дальше по вашей истории.

А вот вторая часть – это часть, которая будет гарантировать то, что зритель дойдет с вами до конца. Вторая часть – это ключевая часть с точки зрения обеспечения внимания. И эта часть в драматургии называется конфликтом. Скорее всего, в нашей презентации драматургического конфликта не будет. У нас это будет выглядеть как проблема либо как неосознанная возможность. Не во всякой презентации есть проблема.

Например, если вы продаете элитную продукцию, то они зачастую не решают каких-то серьезных проблем. У людей, которые ее покупают, чаще всего все проблемы уже решены. Однако можно показать неосознанную возможность, и тогда мы идем не через проблему, не через конфликт, а через позитив. Но даже при условии, что это не касается премиальной сферы, если вы продаете какой-либо товар, и у компании, которой вы его предлагаете, эта потребность сейчас закрыта - у них уже есть поставщик или у них уже куплен данный товар, то вы можете показать, какие дополнительные возможности и преимущества дает именно ваш товар и ваши услуги. И тогда по мере вашего общения человек, принимающий решение, начинает понимать, что может быть то решение, которое есть сейчас, недостаточно хорошо, что может быть лучшее решение с большими возможностями. Это про то, как использовать неосознанную возможность. То есть на этом этапе мы отвечаем на вопрос нашего потенциального клиента, нашей аудитории, зачем нас слушать. И если вы смогли это показать, то вы обеспечили дальнейшее внимание.

Третья часть – это решение: там, где мы разворачиваем наше предложение. С точки зрения контента это основная часть, которая максимально насыщена информацией. Именно здесь вы говорите о том, что вы предлагаете, про условия вашего предложения. Показываете продукт, если вы предлагаете продукт. Рассказываете про свои услуги, если это про ваши услуги. Говорите про условия инвестиционного предложения, если эта презентация – инвестиционное предложение. И на третьем этапе мы отвечаем на вопрос, как решить ту проблему

или как реализовать ту неосознанную возможность, которую мы показали на втором этапе.

Ну и четвертая часть нашей презентации, нашей хорошей истории – это заключение. В случае презентации это будет призыв к действию. Мы отвечаем на вопрос: что же сделать, чтобы забрать себе то решение, про которое мы рассказали; каких действий мы ждем от клиента.

Вот четыре части хорошей истории. Мы сейчас узнали, как это можно сделать, но может остаться вопрос, как быть, если никакой проблемы, конфликта и неосознанной возможности реально нет. Например, эта презентация не продажа, не инвестиционное предложение. Это презентация отчетная - человек выходит и отчитывается за проделанную работу. Например, начальник отдела на встрече с руководством говорит, как дела в его отделе.

Как зачастую выглядят подобные отчетные презентации? Как дела в его отделе? Как думаете, на какой минуте этого выступления аудитория потеряет интерес и откровенно заснет? Думаю, что примерно ко второй минуте это уже случится. Какой же конфликт можно внести сюда? Давайте проведем это отчетное выступление по четырем частям хорошей истории.

Вступление: в прошедшем периоде у нас стояла задача достигнуть каких-то показателей или удержать показатели прежнего этапа. Конфликт: сначала нам казалось, что это реально достижимо, потому что у нас уже, например, был опыт такой работы, но в процессе работы оказалось, что наш поставщик отказался, или у нас заболел ведущий сотрудник, или кто-то уволился, или изменилось законодательство, или в связи с переездом офиса в другое помещение возникла такая-то проблема, которая могла сорвать все решение нашей задачи. Вот он конфликт, никогда не бывает, чтобы все происходило абсолютно гладко. Всегда можно найти то, что можно показать как противодействующую силу. Дальше мы рассказываем, как мы справились с этим и что в результате достигли вот таких показателей. Такая структура будет держать внимание на вашей отчетной презентации до конца.

В любой презентации, какая бы она ни была, всегда можно найти конфликт. Когда вы начинаете думать про структуру своей презентации, относитесь к ней всегда как к истории, даже когда эта презентация не для выступления, потому что презентация, которая высылается по почте, — это тоже история. Для нее еще более значимо вести вот эту структуру, так как на выступлении вы всегда можете добавить еще каких-то эмоций своим голосом, своими словами, своим поведением или внешним видом, а презентация, которую вы присылаете без своего сопровождения, делает все за вас. И если в ней нет вот этих крючков, которые позволяют держать внимание и пробуждают интерес, то презентация, скорее всего, не достигнет своей цели.

Итак, мы создаем хорошую историю. А за счет чего история становится интересной? Почему вот этот самый конфликт держит внимание? С точки зрения автора презентации, самой насыщенной частью и самой важной, как правило, является решение, потому что там будет максимальное количество контента. Собственно, ради решения все и создается, вся остальная структура, вся остальная презентация. А вот с точки зрения привлечения внимания и достижения цели презентации, самой главной в этой презентации будет вторая часть - конфликт. Если ее не будет, то до заключения мало кто доживет.

Эмоциональные качели

Что же нам дает данная структура? Почему она вызывает интерес? Потому что именно такая структура позволяет провести нашу аудиторию через эмоциональные качели. Как выглядит эмоциональная арка хорошей истории? На вступлении мы начинаем знакомиться и вводить в курс дела, и здесь такое достаточно ровное состояние аудитории. Оно может чуть-чуть повышаться, так как аудитория начинает проникаться к нам доверием. Дальше мы говорим про проблему, и это та часть, которая уводит вашу аудиторию ниже порога зоны комфорта, потому что они начинают чувствовать тот самый дискомфорт, осознавать проблему либо неосознанную возможность, которую они упускают. И отсюда необходимо вывести людей на то, что есть хорошее решение проблемы. Эмоциональное состояние аудитории идет вверх, и вот эти качели создают то

самое напряжение и интерес. Заключение проходит тоже на позитивной стороне, и оно уже более стабильно.

Обратите внимание, что уровень эмоционального состояния аудитории на четвертом этапе должен быть выше, чем на вступлении, то есть эмоциональное состояние должно стать лучше - люди должны быть воодушевлены тем, что можно найти решение, что они видят свою выгоду и готовы идти за ней. Если это так, то значит вы достигли цели вашей презентации.

Очень правильно будет помнить каждый раз именно про эту эмоциональную арку хорошей истории. Вы можете потренироваться соблюдать эту арку, проверить, как она работает и насколько вы уже овладели этой методикой. Ей можно пользоваться не только при создании презентации. Попробуйте использовать ее даже в бытовых разговорах, например, рассказывая, как прошел сегодня день. Проследите, чтобы ваш рассказ шел именно по этой структуре, именно с такой эмоциональной аркой, посмотрите на реакцию ваших собеседников. Как это у них вызовет интерес? Какая реакция у них будет? Чем осознаннее вы будете тренировать навык конструирования хороших историй именно по такой структуре, тем легче вам будет работать со структурой презентации и выступления.