SF EDUCATION

Презентации для профессионалов

33. Смыслосодержащие заголовки

Содержание

1. Смыслосодержащие заголовки
2. Структурирование информации

Первое, что видит аудитория на слайде – заголовки. Он самый крупный, заметный. И даже если остальной слайд не будет прочитан, то заголовок читают всегда. Поэтому очень важно грамотно формулировать название слайдов.

Смыслосодержащие заголовки

Напомню, что **мы работаем с раскадровкой на уровне слайда**. Мы уже разобрали, как перерабатывать исходную информацию, как сделать черновую верстку слайда с логикой от общего к частному, и теперь разбираемся со смыслосодержащими заголовками.

Можно выделить два типа заголовков. Есть назывные и смыслосодержащие:



SF EDUCATION

Назывные заголовки всего лишь обозначают тему слайда.

Смыслосодержащие заголовки передают основную мысль.

Разберемся на примере.

Представим, что перед нами вот такой слайд. У него уже есть заголовок «Отчет о продажах отдела»:

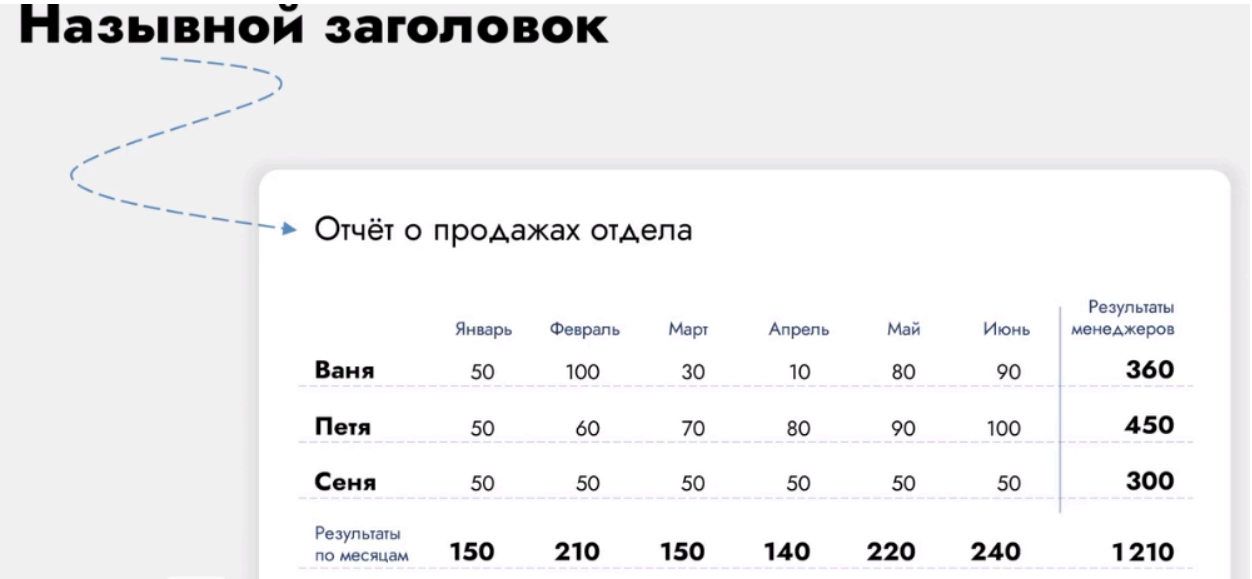


	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

Как думаете, это смысловой или назывной заголовок?

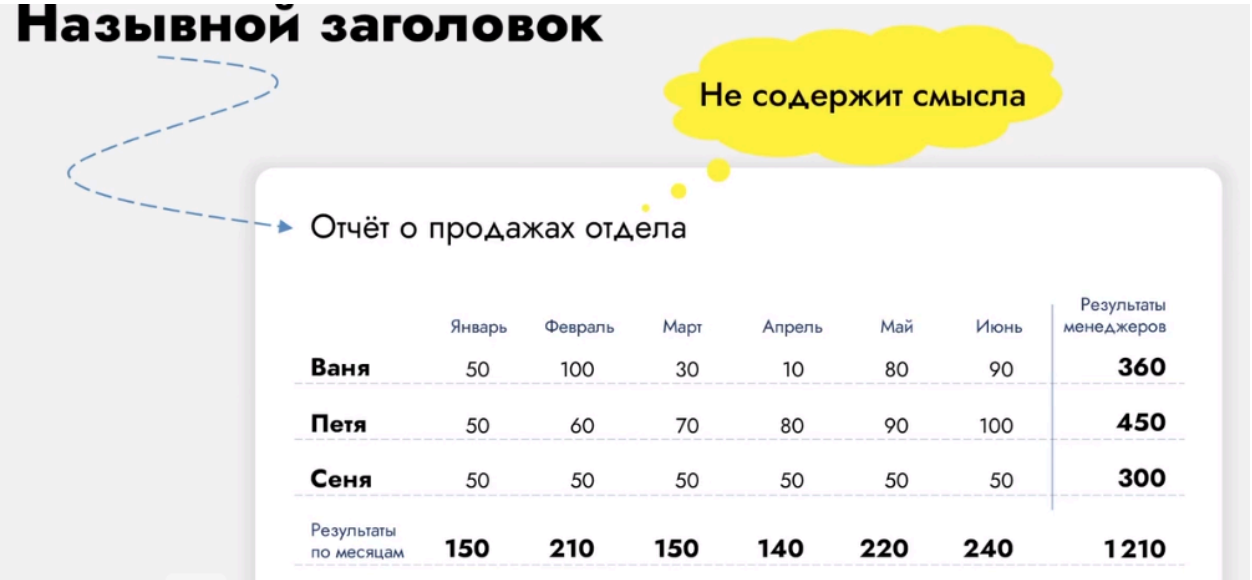
Что передает этот заголовок?

Он говорит тему данного слайда, то есть этот заголовок назывной:



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

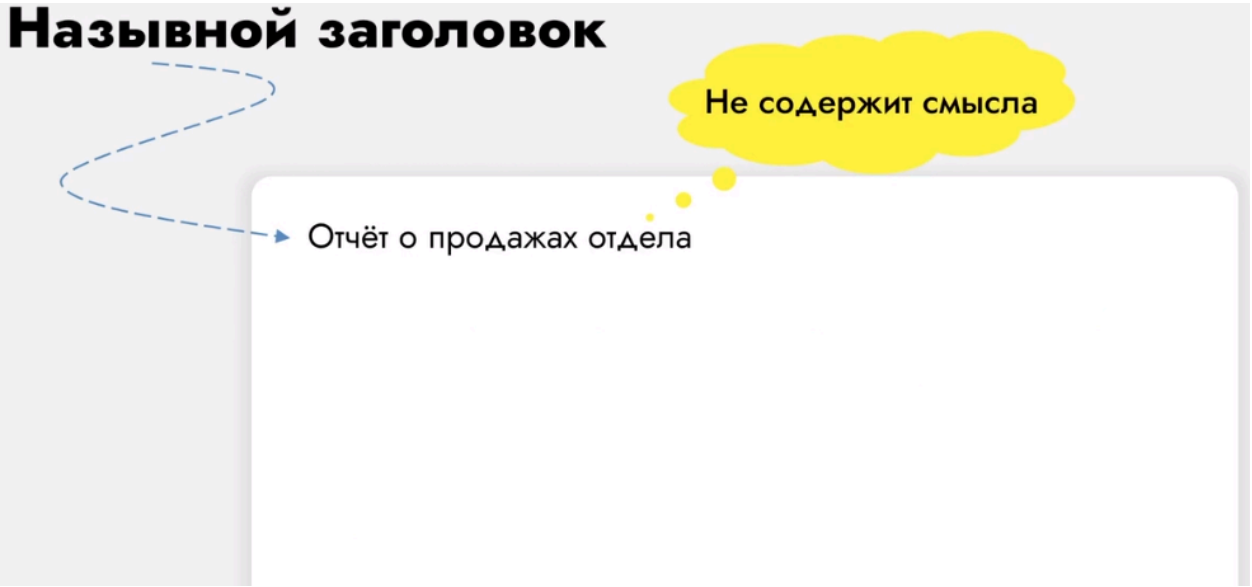
И он не содержит смысла:



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1 210**

Как же понять, что заголовок бессмысленный?

Очень просто. Если закрыть основной контент на слайде:



Сможем ли мы понять основную идею из заголовка? Нет. Из этого заголовка ничего не понятно, кроме того, что здесь про продажи.

Ни за какой период, ни что случилось с продажами, не понятно.

То есть здесь просто названа тема, не более того.

Такой заголовок нам не нужен:

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

Нам нужен заголовок, который передает основную идею слайда, то есть смыслосодержащий заголовок:

Смыслосодержащий заголовок

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

Какую идею можно выделить здесь?

На самом деле на основе этих данных можно сделать очень разные выводы.

Например, один из выводов – объемы продаж отдела нестабильны:

SF EDUCATION



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1 210**

Если мы посмотрим на результаты по месяцам, то увидим крайнюю нестабильность в объемах продаж.

Также здесь может быть вот такой – Петя лучший продавец по объему и росту продаж:



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1 210**

И это действительно так.

Можно выделить и другие смыслы. Опять же какой смысл выделять?

А это зависит от того, какую цель вы закладываете в свою презентацию.

К примеру, ваша цель презентации – организовать обучение для сотрудников данного отдела, то вы показываете, что, результаты по месяцам нестабильны и нужно отправить сотрудников на обучение. И тогда результаты станут стабильны. И другим слайдом вы покажете, что в другие месяца были проведены рекламные компании. И именно вслед за рекламными компаниями были всплески продаж. И тогда ваша цель будет, что обязательно нужно проводить рекламные компании. И тогда можно использовать заголовок «Объем продаж отдела нестабильны»:



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1 210**

А на следующем слайде показать, что пики продаж соотносятся с рекламными компаниями.

Если ваша задача, как HR, показать, кто достоим быть начальником отдела продаж или наставником над более молодыми продавцами, то заголовок будет «Петя – лучший продавец по объему и росту продаж»:

SF EDUCATION



То есть, то, что вы хотите донести, вкладывайте в заголовок.

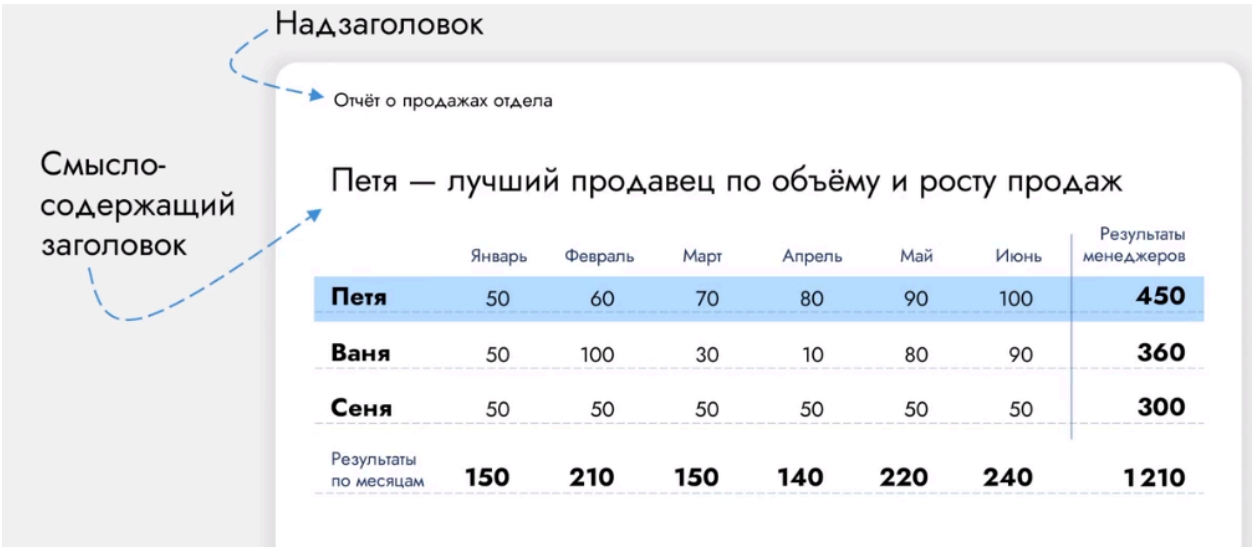
Посмотрим, как можно сделать этот слайд, чтобы он смотрела законченным, с учетом того заголовка, который у нас на экране:



Чтобы сформировать слайд, мы делаем акцент именно на Пете. Мы его выносим на первую строчку таблицы, подсвечиваем акцентным цветом строчку, и теперь наш заголовок соответствует таблице.

Если в целом смотреть на слайд, мне кажется, он еще не до конца завершен.

Давайте его дополним назывным заголовком, который был в начале «Отчет о продажах отдела». То есть помимо основного заголовка, мы еще добавить надзголовок:



	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

Если это большая отчетная презентация, то здесь совсем не лишним будет навигация, которая будет расположена в правом верхнем углу:

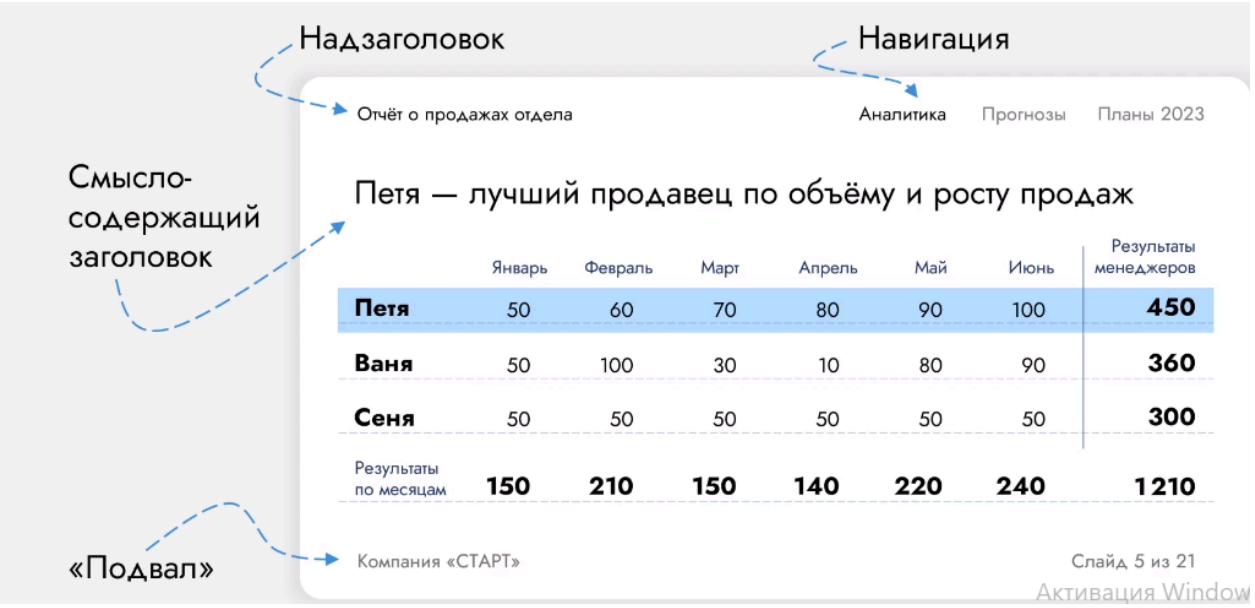


	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Результаты менеджеров
Петя	50	60	70	80	90	100	**450**
Ваня	50	100	30	10	80	90	**360**
Сеня	50	50	50	50	50	50	**300**
Результаты по месяцам	**150**	**210**	**150**	**140**	**220**	**240**	**1210**

Один из пунктов навигации выделяем акцентным цветом, а другие нет. За счет контрастности цвета, шрифта и фона презентации.

Смотрим теперь вниз слайда. И там тоже заполняем пространство, так называемый, «Подвал», с помощью дополнительной информации:

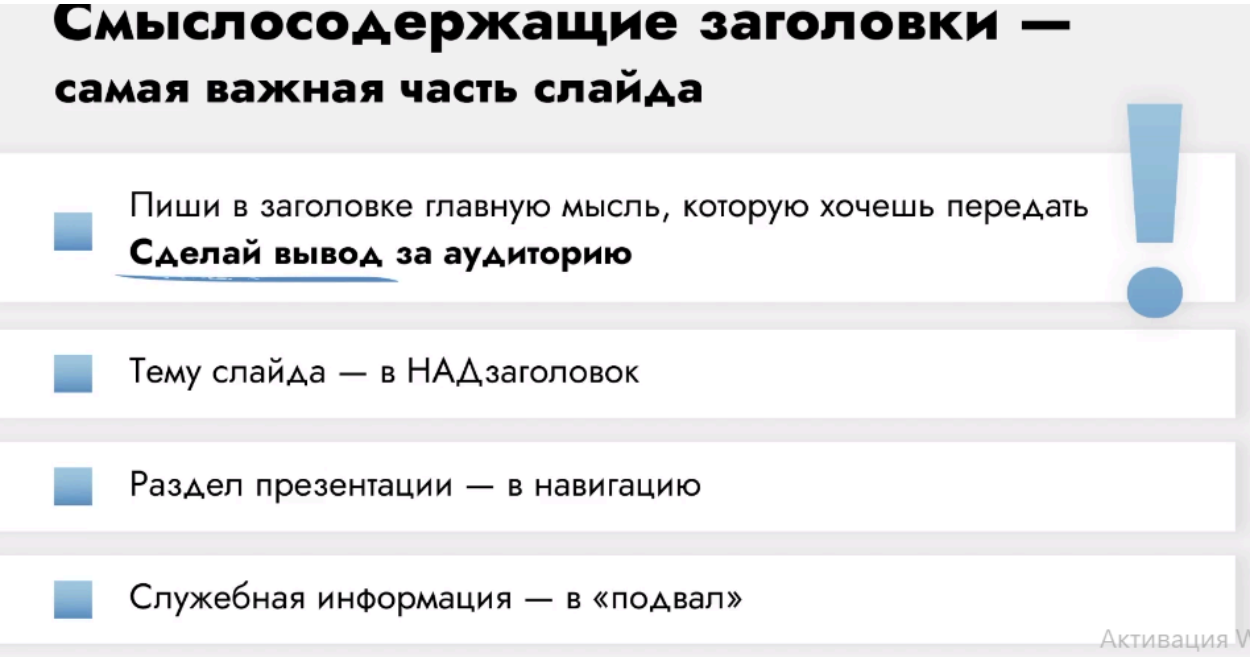
SF EDUCATION



И вот теперь наш слайд действительно приобрел и смысл, и оформление, которое позволяет выглядеть ему законченным.

Используйте надзаголовки, навигацию слайда – это будет заполнять пространство и концентрировать внимание.

Итак, подведем итог:



Смыслосодержащие заголовки – самая важная часть. Пишем в заголовке главную мысль, которую хотим передать. Тему слайда пишем в

надзаголовок. Раздел презентации в навигацию, а служебную информацию в «подвал».

Структурирование информации

Если мы сейчас посмотрим на этот заголовок слайда:



То мы сразу поймем, что этот заголовок чисто назывной.

Темпы роста, что произошло с этими темпами не понятно. Даже не понятно вообще не только с заголовка, но и с контекста.

Так как, если посмотреть на контент, то он не слишком хорошо организован.

Мы уже редактировали этот текст. Теперь посмотрим, что не в порядке с остальным.

Если смотреть по графику, то навигация внизу. Поэтому когда мы начинаем читать слайд сверху, а мы читаем слева сверху, то мы не понимаем, что за 13, 12, что за голубая линия, а что за оранжевая линия и без обозначений, а тут еще синяя есть и какие-то кварталы. Аааа, все обозначения написаны снизу. Нет, так не пойдет.

Поэтому, первое, что сделать надо, перенести легенду наверх.

Далее, если мы смотрим на график, то мы не понимаем, что он выражает.

Мы видим данные, но не видим сделанного вывода.

И не понимаем, на что стоит обратить внимание, здесь три ярких акцента. Сейчас посмотрим, что можно сделать с этим слайдом и как его можно преобразовать, с помощью известных нам инструментов и получить структурированный, смысловой слайд:



Это тот же самый слайд, та же самая информация, но сформирована по нашим принципам.

Что мы здесь видим?

Назывной заголовок – годовой отчет ПАО «Аэрофлот» 2018.

Справа эмблема и название компании.

Далее идет смыслосодержащий заголовок всего слайда, который акцентирует внимание на основной тенденции и главной цифре 10,7% роста.

Далее идет диаграмма, наши три графика. И здесь четко выделен один главный график, это как раз весь объем рынка. И четко выделена главная акцентная цифра, которая будет выделена и в заголовке.

Обратите внимание, как прекрасно выделен чемпионат мира по футболу, про который сказано на слайде и эта информация тоже важная.

И справа из этого длинного текста выделено самое главное, не упущено ни одной цифры, ни единого важного смысла и получилось три коротких смысловых блока, с выделенными основными цифрами.

SF EDUCATION

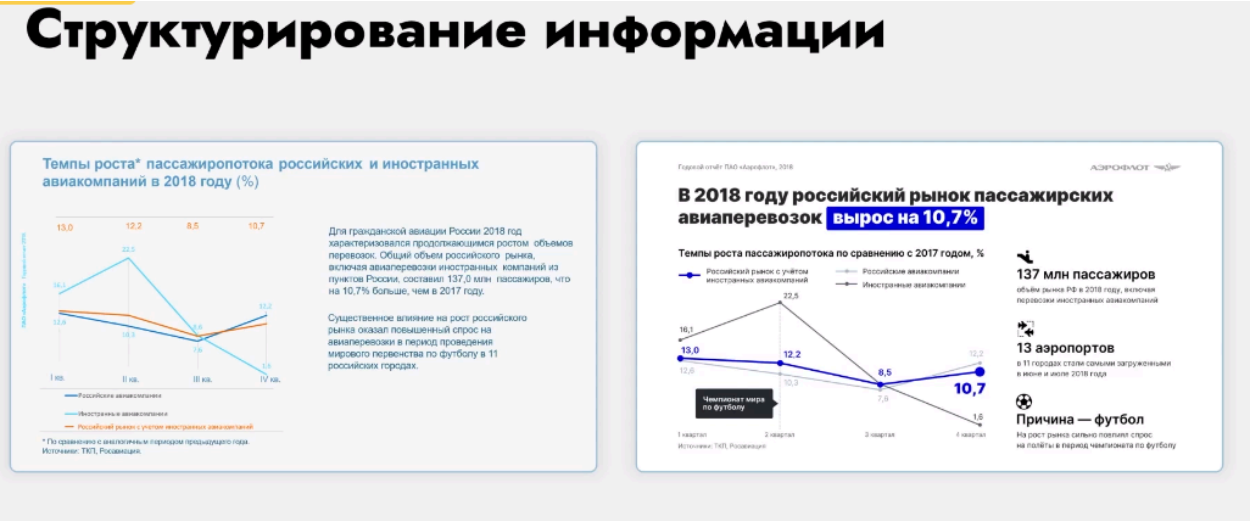
На этом слайде применены все принципы по структурированию информации.

Сделан смыслосодержащий заголовок.

Оформлены края, углы слайда.

Выделены, с помощью иерархии шрифтов и иерархии расстояний, смысловые блоки.

А теперь сравните, что было и что стало, применяя принципы, которые мы уже разобрали:



Очень важно знать, как применяет акцентный цвет.

Управление вниманием с помощью цвета это камень в организации внимания на слайде.

Обратите внимание, на нашем слайде один акцентный цвет – ярко-синий.

Остальные цвета – серые, они не акцентные.

Также акцентный цвет выделен у нас в заголовке. Вырос на столько то.

И этот же цвет применен к диаграмме, где выделено этим же цветом то, что относится к росту.

Итак, мы разобрали смыслосодержащие заголовки и как перерабатывать информацию, как формировать слайд от общего к частному.