

ŠEST KROKŮ K ÚSPĚŠNÉ PREZENTACI

Když připravujeme prezentaci, přejeme si, aby byla úspěšná. Co to však znamená? Úspěšná prezentace je taková, ze které lidé odcházejí a říkají si: „to je dobré“, „s tím docela souhlasím“, „toho bych se také rád účastnil“, „od zítřka s tím začnu“, „to je to, co potřebuji“... Výsledkem úspěšné prezentace je akceptace prezentujícího, respektive jeho názorů, postojů, návrhů, závěrů. Na úspěchu prezentace se podílí množství faktorů. Podívejme se na ty, o nichž lze s jistotou říci, že tvoří nezbytné základní kroky k úspěchu, k pozitivnímu přijetí na straně účastníků prezentace, ale i k dobrému pocitu na straně prezentujícího.

1. Podívej se na sebe

Image. Pokud prezentujete, nepodceňujte image. První dojem z prezentace je do značné míry tvořen vizuálními vjemy auditoria, které se soustřeďuje na to, jak prezentující vypadá, jak je mu blízký, příjemný, jaké „signály“ vysílá. Jen těžko můžete zabránit „haló efektu“, jen těžko budete bezvadným obsahem svého vystoupení „mazat“ špatný první dojem. Nepodceňujte své oblečení a úpravu. Veřejné vystoupení (a to i před kolegy z firmy) žádá formálnější oděv. Muži oblek, košile s dlouhým rukávem, kravata s jemným vzorkem, kožený pásek, tmavé polobotky. Ženy kostým, blůza, vždy punčochy, uzavřené lodičky, náušnice... Rovněž úprava musí být pečlivá. Muži ostříhané a upravené vlasy, vousy. Ženy decentní make up.

Osobnost prezentujícího a typ auditoria. Většina lidí nepatří mezi výrazně charismatické a extrovertní osobnosti, které na sebe strhávají pozornost. Většina se však může udělat při prezentaci zajímavějšími a postupně budovat výrazný a zajímavý projev, který upoutá. Zlepšete svůj oční kontakt, gestikulaci, mluvte výrazněji, prezentaci logicky strukturujte... Nelze však tvrdit, že určitá osobnost je stoprocentní zárukou úspěchu. Kvalita osobnosti je poměřována auditoriem a to je různé. Vzhledem k tomu je užitečné, aby prezentující uvažoval o své roli a o způsobu svého projevu ve vztahu k očekávání konkrétního publika. Přemýšlejte předem, ke komu mluvíte a jakého vás pravděpodobně přijmou.



Tréma a nervozita. Zcela bez trémy jsou jen psychologicky velmi problematictí lidé. Normální člověk pociťuje trému a naučí se s ní zacházet. Existuje mnoho rad, jak se trémě bránit. Dvě jsou naprosto spolehlivé: dobře se připravte, vše zkontrolujte, sám sebe ujistěte, že jste pro kvalitní prezentaci udělali vše, co je ve vašich silách. Druhá rada zní: „hodte to na ně“, nebojte se zapojit auditorium, rozptylte své obavy pomocí otázek „vhozených“ do auditoria. Ptejte se, diskutujte, neduste v sobě svou nejistotu.

2. Zvládni dobře formu

Jak vstoupit na scénu. Způsob, jakým se uvedeme na začátku prezentace, je nesmírně důležitý. Co je na začátku prezentace nezbytné? Vstát, zkontrolovat, zda jsme „OK“, jít jistě do „ohniska“ – na střed před auditorium, zakotvit. Rozhodně

nezačínáte mluvit ještě cestou, počkejte, vyšlete do auditoria neverbální pozdrav, na všechny se podívejte. Pozdravte, oslovte auditorium, představte sebe a případně své kolegy, řekněte, o čem budeme hovořit a s jakým cílem a konečně i jak dlouho bude prezentace trvat.

Mimika, oční kontakt.

Příjemný, usměvavý výraz a oční kontakt s auditoriem některé prezentující rozptyluje. Nicméně je nesmírně důležitý pro posluchače. Říká jim: „jsem tu pro vás, obracím se k vám a očekávám spolupráci“.

Gestikulace. Naše ruce dokáží vytvářet srozumitelné „ilustrace“ k tomu, co sdělujeme slovy. Významově plná gesta dotvářejí náš projev a dělají jej pro posluchače zajímavější. Neobávejme se gestikulovat před auditoriem. Na začátku prezentace dejme ruce do „pohotovostní polohy“ – před sebe, asi do výše pasu, volně je položte přes sebe. Jakmile začnete mluvit, začnou i ony pracovat. Otevřeným gestem vítají účastníky, prsty ruky ukazují, že jste stanovil například 3 základní cíle atd, atd.

Postoj a pohyb. To, co se pohybuje, vyvolává mnohem větší pozornost, než to, co je statické. Prezentující, který chce upoutat pozornost, uplatňuje vzpřímený postoj a účelně se pohybuje k lidem nebo k používané technice. Nutí tak posluchače, aby ho sledovali.

Práce s hlasem. Pro posluchače je monotónní hlas nepříjemný. Po 20 minutách přestávají nevýrazný hlas vnímat. Naopak dobrá práce s hlasem zvyšuje váhu slov a dělá projev dramatickým a dobře poslouchatelným. Nemluvte příliš rychle, měňte tempo a sílu hlasu, dělejte významné pauzy.

3. Vytvoř nosnou strukturu

Definování cíle. Častá chyba prezentujících spočívá v tom, že si určí (nebo je jim určeno) téma prezentace, ale nedefinují si jednoznačně cíl. Stačí málo: jasně si stanovit, s čím mají lidé z prezentace odcházet, co si mají myslet nebo dokonce co mají po skončení dělat. Pokud je cíl přesně určen, může sloužit jako základní kritérium pro zařazování různých tematických celků. Každý takový celek bychom měli do prezentace zařadit jen s tím, že jej nezbytně potřebujeme pro dosažení cíle.



Vytvořte si „mapu prezentace“. Kromě cíle bychom měli také vymezit, jak se k němu v průběhu prezentace dostaneme, jak budeme cílevědomě postupovat. Obrazně řečeno, nakresleme si předem „mapu prezentace“ a v průběhu prezentace ji hojně využívejme s cílem neustále orientovat posluchače na cestě k vymezenému cíli.

Strukturujte obsah prezentace. Zvolte si vhodný „strukturotvorný“ vzorec. Například „Problém – řešení“ nebo „Minulost – současnost – budoucnost“. Vhodně střídejte tzv. „emocionální důkazy“ (příběhy, analogie, bonmoty, vlastní zážitky,

varovné historky) s „logickými důkazy“ (odkazy na prameny, autority, data z výzkumů, statistiky apod.).

Začněte bombou! Strhněte pozornost auditoria a celkově uvolněte atmosféru úvodní bombičkou. Je to sice těžké vytvořit vkusnou „bombu“, ale vyplatí se to. Mimo jiné z Vás spadne díky vydařené „bombičce“ tréma a také účastníci prezentace se uvolní a celkově opadne počáteční napětí a lidé budou více ochotni k dialogu s prezentujícím.

Úvod, hlavní část, závěr. Klasická struktura úvod, stať a závěr se uplatní i při tvorbě prezentace. Musíme však vědět, jakou funkci jednotlivé části prezentace mají a co od nich očekávají posluchači. Každopádně je nezbytné zakončit prezentaci akčně a motivačně. Závěrečná „bombička“ bude možná tím, co i po čase připomene účastníkům vaši prezentaci.

4. Zapoj účastníky

Proč, kdy a jak zapojovat? Interakce s auditoriem patří mezi základní požadavky na moderně pojatou a účinnou prezentaci. Zapojování auditoria je předpokladem zjištění jeho potřeb a zájmů a tudíž i „nastavení“ prezentace v tom směru, který je pro účastníky nejužitečnější. Zapojování je důležité i jako prostředek překlenutí „napětí“ na začátku prezentace. Možnost být v interakci s prezentujícím vytváří výrazně lepší podmínky pro přijetí a zapamatování dané látky. Zvláště pro extroverty je možnost zapojení důležitá pro udržení jejich pozornosti. Pokud extroverty nezapojíte, zapojí se sami, ale jinak než chcete.

Umění klást otázky. Jak zapojovat? Je řada způsobů, ale ten nejjednodušší je, ptát se. Vyvarujte se „předpokládání“, nebuďte si nikdy jisti, že víte, co si auditorium myslí, co chce, co se mu líbí atd. Bezpečnější a pro úspěšný průběh prezentace užitečnější je se ptát, neustále klást otázky a vést jimi. Různé typy otázek jsou vhodné pro různé situace a účely. Vhodná kombinace uzavřených a otevřených otázek je tím nejlepším. Řečnickými otázkami nenutíte auditorium k explicitní reakci, ale rozhodně jej vtahujete do „děje“. Pomocí otázek zvyšujte pozornost, ověřujte porozumění, získávejte souhlas a posilujte zapamatování prezentované látky.



Umění naslouchat. Klást dobře otázky je jedna strana mince. Druhou stranou téže mince je naslouchání. Většina lidí má v tomto směru problémy: podléhá stereotypu, vnímá jen to, co chce. Na prezentaci je nezbytné tzv. „aktivní naslouchání“, kdy jasně dáváme auditoriu najevo (verbálně i neverbálně), že máme o jeho názory a zkušenosti zájem.

Brainstorming, diskuse, simulace, energizery, soutěže... Nikdy nebuďte v roli prezentujícího „dlouho sami pro sebe“. Využijte všech prostředků k zapojení posluchačů. Vaše schopnost navázat interakci s posluchači do značné míry rozhoduje o úspěchu prezentace. Kromě otázek existuje řada dalších prostředků: zkuste řízenou diskusi nebo brainstorming, nebojte se kvízů a soutěží, ukažte obrázek, model, pošlete vzorek, zadejte jednoduchou případovou studii.

5. Využívej AV techniku

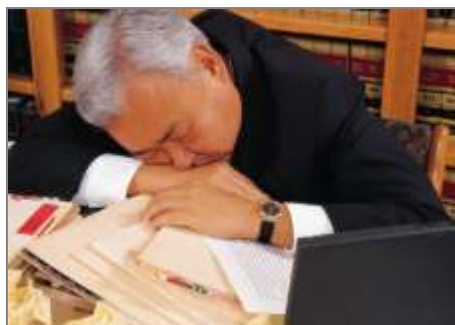
Základní poučka. Audiovizuální technika může být vynikajícím pomocníkem, dělá prezentaci profesionální, ovšem technika může být také „pastí“. Do ní spadnete, když se AV techniku nenaučíte spolehlivě ovládat nebo když nemáte připraveno náhradní řešení pro případ, že technika selže.

Projekční a záznamová technika. Základem AV podpory jsou v současnosti dvě zařízení, která se vhodně doplňují: jednak je to flipchart nebo jiný typ tabule, který umožňuje záznam toho, k čemu prezentující s účastníky dospěl. Výhodou flipchartu je, že práce s ním (psaní textů, symbolů, obrázků) je autentická a výrazně interaktivní. Tvoříte vizuální vjemy přímo před zraky a s přispěním účastníků prezentace. Druhým komplementárním audiovizuálním prostředkem jsou projekční zařízení: zpětný projektor (pro fólie), stále častěji však datový projektor pro projekci z PC. Výhodou je možnost pečlivé a graficky perfektní přípravy snímků (například v PowerPointu) včetně animací, vkládání obrázků, grafů, fotografií, videa apod. Využití hypertextových odkazů, umožňuje připravit projekci připravených snímků velmi flexibilní, zohledňující aktuální zájem účastníků. Pokrok v oblasti AV techniky je nesmírně rychlý. Například zařízení „Smart Board“ spojuje výhody projekční a záznamové techniky. Videokonference umožní „on line“ prezentaci na několika vzdálených místech najednou.

Zásady a doporučení pro práci. Při práci s AV technikou respektujte tyto zásady: Nejlepším audiovizuálním prostředkem je sám lektor. Neustupujte proto technice, nenechte se „vytěsnit“. V jednom okamžiku používejte pokud možno jen jeden AV prostředek, postupně a podle povahy výkladu je střídejte. Nehrajte „stínové“ divadlo, nechodte do světla projektoru. Když obsluhujete AV techniku, nemluvte. Projekce není čtecí zařízení lektora ani posluchačů, proto své snímky vždy okomentujte. Na snímek dávejte jen „klíčová slova“. Vyvarujte se dlouhých vět, které při prezentaci říkáte téměř shodně s tím, co účastníci vidí na snímku. Při chůzi k AV technice a při její obsluze nebudte zády k auditoriu.

6. Překonej obtížné situace

Co vše se může stát? Jste připraveni i na problémy? Víte, co budete dělat, když Vám vypnou proud a Váš dataprojektor zhasne? Jak budete reagovat na opozdilce nebo naopak ty, kteří budou chtít odejít předčasně? Co s účastníky, kteří se při prezentaci spolu živě baví a ruší vás? Proč si ten člověk stále kreslí ornamenty? Jak reagovat na tuhle nemístnou otázku? A co s tímhle člověkem, který říká, že to, o čem mluvíte, je jenom teorie, v praxi u nich to prý nemůže fungovat?



Vypnuli proud. Počítejte i s tím. Mějte připravené náhradní řešení. Zkuste například přejít na flipchart, který nepotřebuje proud, a s jeho pomocí znázornit věci, o kterých budete mluvit. Účastníci to určitě ocení.

Přicházejí pozdě. Přestaňte mluvit, než se usadí. Usadí se tiše a rychleji, než kdybyste pokračovali v prezentaci.

Baví se. Neignorujte je, ani školometsky nekárejte. Jednoduše přestaňte mluvit a podívejte se směrem k rušícím osobám. Jakmile váš pohled zachytí, přestanou. Očima jim poděkujte a pokračujte. Jinou možností je, že budete (s výrazem naivky) předpokládat, že se baví k věci a vyzvete je, aby se s ostatními o své zkušenosti podělili. Asi tak neučiní, ale rozhodně dají pokoj.

Ptá se „mimo mísu“? Neztracujte jej. Klidně mu poděkujte a řekněte, že to o čem chce mluvit, je velmi zajímavé a rozhodně se k tomu (příště / někdy jindy) dostanete.

Ptá se na něco, o čem již byla řeč? Vezměte to na sebe: „Mrzí mě, že jsem to zřejmě před chvílí dostatečně nevysvětlil, stručně to zopakuji...“

Co s námitkou, nesouhlasem? V případě že je jeho/její námitka oprávněná, neblufujte. Námitku uznejte, navrhněte řešení a ověřte, že s ním souhlasí. Pokud je to námitka neoprávněná, dříve než se pustíte do argumentace, zjistěte, co má konkrétně na mysli. Začít hned s argumentací při námitce typu „Tomu, co říkáte, moc nevěřím“, znamená bojovat na „široké frontě“ s rizikem prohry. Začněte otázkou, proč tomu nevěří, co se mu zdá špatné, nepravdivé apod. Až to přesně zjistíte, můžete jít dál.

Na závěr

Základní omyl nezkušených prezentujících je jejich předpoklad, že smyslem prezentace je předat co nejvíce relevantních informací a že podstatou prezentace je její obsah. Pokud jste již přišli na to, že méně znamená často více a že způsob, jakým prezentujeme je většinou důležitější než to, co prezentujeme, patříte již mezi zkušené a jste na dobré cestě.

Aleš Kabátek

Autor je sociolog, ředitel společnosti SMARTER Training and Consulting (www.smarter.cz)