

Ako prezentovať svoj produkt

Poznámky pre úspešných

Fázy prezentácie

[Príprava](#)

[Obsah prezentácie](#)

[Úvod prezentácie](#)

[Záver prezentácie](#)

[Hodnotenie prezentácie](#)

Príprava

Dobrá príprava je základ úspechu prezentácie. Hovorí sa, že dobrá príprava by mala trvať **10-krát** tak dlho ako samotná prezentácia.

Keď začínam pripravovať prezentáciu, musím si zodpovedať 5 základných otázok.

5 W-s

Why? (Prečo?) – Musí byť jasný **cieľ** prezentácie, **prínos** pre účastníkov (aby to nebolo plytvaním času zainteresovaných ľudí). Možno pomôže zodpovedať si pomocné otázky: Čo má publikum na konci prezentácie vedieť? Čo má na jej základe potom urobiť? Ako sa má publikum po prezentácii cítiť?

What? (Čo?) – V nadväznosti na predchádzajúcu odpoveď vyberiem niekoľko najdôležitejších bodov na splnenie cieľa. Viac pri príprave obsahu prezentácie.

Who? (Pre koho? Kto?) – Poznanie publika je veľmi dôležité. Je potrebné poznať jeho vekové zloženie, pôvod, čím tí ľudia sú, aký majú vzťah k prezentovanej problematike (Laici? Odborníci? Rôzne?) a pod. Takisto pomôže znalosť o tom (tých), kto robí prezentáciu. Teda silné a slabé stránky a ako to čo najlepšie využiť.

When? (Kedy?) – Ak je prezentácia skoro ráno, ľudia môžu ešte driemať. Ak je tesne po obede alebo večeri, tak zasa trávia. Najlepší čas je pred obedom a pred večerou. Takisto možno zobrať do úvahy, čo mali pred mojou prezentáciou (či to bola uspávanka alebo niečo privádzajúce publikum do varu), prípadne čo ich čaká po nej, aby sa zachovala nadväznosť. Ak viem, že publikum bude treba oživiť, pripravím si viac prostriedkov na to.

Where? (Kde?) – Dobrý prezentujúci pozná miestnosť a techniku dostatočne vopred: aká je veľká aj vzhľadom na počet ľudí, akustika, osvetlenie, rozmiestnenie nábytku, technika k dispozícii a iné detaily. Na miesto činu je dobré sa dostať dostatočne vopred, aby sa človek zoznámil s prostredím a vyskúšal si prípadne techniku.

Chýba Ti tam otázka **How?** (Ako?)? Odpoveď snáď nájdeš v ďalších odstavcoch.

Obsah prezentácie

Je veľmi dôležité, aby prezentácia mala **štruktúru**. Skús si spomenúť, na koľkých prednáškach si sa cítil(a) stratený(-á)?

Niekoľko hlavných bodov, najdôležitejších myšlienok, by malo mať **logickú súvislosť** – zrejmu aj pre poslucháča, ktorý dáva len občas pozor. Tieto body by mali byť niekoľko krát zdôraznené, aby bolo vidieť, že sú ťažiskom. A nielen to. Ľudský mozog má tendenciu si lepšie pamätať aspoň 3-krát opakované informácie – **3P**:

- Povedz, čo im povieš.
- Povedz im to.
- Povedz, čo si im povedal.

Okolo hlavných bodov sa budú točiť detaily. Avšak **sa nesnaž zahltiť!** Radšej uved' len niekoľko zaujímavých faktov a zvyšok daj poslucháčom na papieri (pozri pomôcky). Ak sú pre nich tie informácie zaujímavé, tak si ich na papieri nájdu (či už počas prezentácie alebo po nej). Ak nie sú zaujímavé, ušetríš si námahu i čas zainteresovaných, a hlavne trepezlivosť publika.

Tvoja prezentácia sa môže zostaviť napríklad podľa **stromovej štruktúry**. Strom má niekoľko hlavných konárov, ktoré majú menšie konáre a každý konár je zakončený ihličkami (listami). To je analogické ku hlavným myšlienkam, ku ktorým sa dospeje cez čiastočné myšlienky a každá z týchto sa podá prostredníctvom oznamov, vysvetlení, opisov, príkladov, vtipov, atď. na najnižšej úrovni.

Pri vysvetľovaní sa pokús preveteliť do kože poslucháča v publiku (jeho vek, znalosti, postoj k téme, pocity). Podaj to **jeho očami**. Podaj to tak, ako by si to Ty vnímal na jeho mieste. („Keď máš podať liek, podaj ho tak, ako by si dával cukrík!“)

Na toto je trefná skratka z angličtiny: **KISS – Keep It Short and Simple!**

Vysvetľovanie je dobré podporiť **príkladmi**. Čím sú príklady trefnejšie a zaujímavejšie, tým si ich budú lepšie pamätať. Môžeš mať v rukáve pripravených veľa príkladov, ktoré použiješ podľa toho, koľko budeš mať na ne času. Zrejme niet pochýb o tom, že vhodný **humor** môže veľmi zvýšiť pozornosť. Pridať vtipy a zábavu možno najmä vtedy, keď publikum upadá do driemot a nudy. Aj celá prezentácia môže byť jedna veľká šou s kopou zábavy, avšak treba dať pozor na jej hlavný cieľ. Takže všetko s mierou!

Časovaniu prezentácie treba venovať špeciálnu pozornosť. Čas na prezentácii uteká rýchlejšie, než sa to vopred zdá, preto pridel jednotlivým pasážam **viac času**. Je lepšie radšej mať rezervu času, ktorý nevyužiješ, ako málo času, ktorý Ti potom bude na prezentácii pri nejakej dôležitej myšlienke chýbať. Môžeš si tiež vopred pripraviť viac príkladov alebo vtipov, ktoré použiješ, ak budeš mať na to voľnú chvíľu.

Úvod prezentácie

Prvý dojem je veľmi dôležitý. A to nielen vzhľad, ale aj obsah. Je dobré začať niečím veľmi zaujímavým, čo okamžite pritiahne pozornosť publika a zvýši jeho motiváciu sledovať prezentáciu. Niečo, čo sa objaví náhle, akýsi BANG. Niečo, čo donúti poslucháčov rozmýšľať alebo si niečo predstavovať, napríklad vhodný vtip, citát, myšlienka, príbeh z vlastnej skúsenosti a pod. Pochopiteľne, naviazanie na tému prezentácie je žiadúce. A čím je táto väzba originálnejšia, tým sa ľahšie zapamätá.

Za tým by samozrejme nemalo chýbať – **POP(P)**:

- Pozdraviť
- Osloviť
- Privítať
- (Predstaviť sa) – ak je prezentujúci publiku neznámy

V rámci úvodného preslovu možno uviesť tému, prípadne pozadie vzniku prezentácie, a plynulo prejsť k vyznačeniu **cieľa**, resp. **prínosu** prezentácie pre poslucháčov a prípadne aj prezentujúceho. Je žiaduce, aby sa publikum a prezentujúci čo najviac zhodovali v tomto bode. Teda aby očakávania publika boli prezentujúcim dobre odhadnuté, a teda pripravený obsah bol tým, na čo publikum čaká. Toto sa zdá byť triviálne, ale skús si spomenúť v koľkých prípadoch prezentácií, čo si navštívil(a), bola v tomto bode naozaj zhoda medzi oboma stranami.

Ak to okolnosti dovoľujú (čas, prostredie, publikum), dobrý prezentujúci si na tomto mieste niekoľkými otázkami zhruba overí, či je to presne to publikum, ktoré očakával a či jeho motivácia byť na jeho prezentácii zodpovedá tej, ktorú očakával. Ak náhodou nie, treba to vziať v ďalšom priebehu prezentácie do úvahy a skorigovať program, ak sa dá.

Poslednou časťou je **program** – načrtnúť ho v hrubých rysoch, aby poslucháči vedeli, čo ich čaká. Je vhodné ho mať stále po ruke, aby sa počas prezentácie dalo ľahko sledovať, ako sa postupuje. Tu je tiež miesto na preukázanie prípadných korekcií (ak som sa vo svojom odhade v niečom sekol). Celkovo je dobré si nechať odobriť program publikom (Máte k programu nejaké otázky? Súhlasíte s ním?).

Záver prezentácie

V záverečnej časti by nemalo chýbať **zhrnutie** prebratého (Spomínaš na 3P spomenuté v obsahu?). Teda prejsť ešte raz stručne celým programom, zopakovať hlavné myšlienky, možno tiež pripomenúť mimoriadne udalosti, čo sa počas prezentácie udiali (nejaký trefný vtip alebo reakciu človeka, kde sa publikum dobre bavilo). Taký ucelený pohľad dozadu na všetko, čo sa udialo dodá poslucháčovi súvislosti. Uvedomí si z nadhľadu, čo všetko sa naučil a ako využil ten čas.

Ďalej dobré poukázať na cieľ, ktorý si prezentujúci i publikum na začiatku vytýčili. Publikum by malo zhodnotiť, ako jeho očakávania boli naplnené, či prezentácia splnila účel. Tu je asi najvhodnejší čas na

doplňkové otázky publika k celej prezentácii, resp. diskusi, ktorá z nich vyplynie. Rozsah diskusie môže pôsobiť trochu ako spätná väzba pre prednášajúceho, aký postoj zaujíma k téme publikum.

V nadväznosti na to si treba uvedomiť, ako táto prezentácia pomôže každému poslucháčovi, čo by mal na jej základe urobiť, nad čím pouvažovať. Dobrý prezentujúci môže takéto návrhy „vrhnúť“ do pléna a priamo naznačiť každému, čo môže po tejto prezentácii urobiť. Možno to urobiť aj formou otázok, ktoré nútia poslucháča k zamysleniu, na čo využije čas strávený sledovaním prezentácie.

V úplnom závere by samozrejme nemalo chýbať poďakovanie za pozornosť a tak, ako sa začínalo, tak aj ukončiť prezentáciu je pekné nejakým pôsobivým vyhlásením, výzvou, citátom, príkladom – niečím, čo poteší, prípadne vyvolá ďalšiu úvahu u poslucháča. V každom prípade by to malo byť niečo, podľa čoho si poslucháč bude svoju prezentáciu lepšie pamätať.

Forma prezentácie

Nech podávam čokoľvek, musím to podať **presvedčivo**, sebaisto! Akýkoľvek pocit neistoty môže u poslucháča vyvolať nedôveru.

Počas prezentácie je dobré **udržiavať** s publikom **kontakt**. Prezentujúci si tým overí, ako je jeho prednes vnímaný, či ľudia rozumejú, či ich to zaujíma. Ak niekto z publika prispeje k prezentácii, je výborné jeho vstup oceniť, podporiť. Poslucháčov to povzbudí aktívnejšie sa zúčastniť prezentácie.

Ak chce prezentujúci mať nadšené publikum, musí on v prvom rade prezentovať s **nadšením**. Hovorí sa, že úroveň nadšenia publika nikdy nepresiahne úroveň nadšenia prezentujúceho.

Komunikácia

Informácie prezentujúci nevysiela zd'aleka iba prostredníctvom slov, ale aj množstvom ďalších kanálov.

Verbálna komunikácia popisuje obsah vypovedaného, čiže slová a ich poskladanie do viet. Kvalita tohto prejavu závisí od rétorických schopností prezentátora, jeho slovnej zásoby a štylizácie. Používaný **jazyk** by mal byť pochopiteľne primeraný situácii (publikum, vek, téma). Čím je slovná zásoba bohatšia a štylizácia pestršia, tým môže byť prednes krajší. Je tiež dobré sa zbaviť „slovných barličiek“, ak nejaké máme, lebo tie môžu pôsobiť rušivo. Sú to slová ako proste, vlastne, takže, OK a iné alebo len také zvukové „ehmkanie“.

Neverbálna komunikácia zahŕňa všetko ostatné. Možno ju rozdeliť na hlasovú formu vypovedaného (paralingvistika) a reč tela.

Paralingvistika...

Ešte dôležitejší ako obsah slov, je **práca s hlasom, gestá, postoj a výzor**.

Pomôcky

Vizuálne – premietanie na stenu, písanie na tabuľu (najmä obrázky, kreativita)

Hudba

Fyzické – niečo do ruky počas prezentácie, záznam obsahu na papieri počas a po prezentácii

Hodnotenie prezentácie

Spätná väzba

Sebareflexia prezentujúceho po skončení