

Doporučení pro správnou prezentaci

Díky zpětným vazbám našich posluchačů jsme se rozhodli shrnout požadavky a očekávání návštěvníků našich konferencí a seminářů. Pomocí získaných informací Vám tímto chceme pomoci připravit úspěšnou prezentaci a účinně tak zpropagovat Vámi nabízená řešení. Prosím přečtěte si tato doporučení, která vznikla na základě požadavků ze strany posluchačů a která Vám mohou být při tvorbě Vaší prezentace nápomocná.

Vždy než si nachystáte vlastní prezentaci, mějte na paměti pro koho je prezentace určená a publiku svůj výklad přizpůsobte.

Neprezentujte pouze informace, které se klient dočte na webových stránkách. Vše spojte s praxí, ukažte příklad řešeného problému, případovou studii. Pochlubte se, jaké projekty máte na svědomí, co jste vyřešili, jak jste klientovi pomohli. Prezентуйте konkrétní příklady využití a implementace z praxe.

Snažte se publikum zaujmout. Přesvědčte je o své odborné kvalifikaci a znalostech.

Věnujte se novinkám v oblasti, kterou reprezentujete. Vysvětlete, v čem spočívá zlepšení, připravte si údaje pro srovnání apod.

1. Představení

Na co nezapomenout: Představte v krátkosti sebe a firmu, kterou zastupujete. Představení by mělo být krátké.

Čeho se vyvarovat: Vynechte zbytečné a nepodstatné informace. Vynechte výroky typu: jsme nejlepší na trhu, jsme jedničkou v..., prodeje firmy se každoročně zvyšují, zaměstnáváme už x lidí, naše akcie na trhu stoupají již x let, dosahujeme obrátu ... atd.

Zpětná vazba našich posluchačů:

„Přednáška firmy Y měla charakter reklamní kampaně na prodej hrnců. Informace podávané během přednášky byly povrchní a základní a byla vedena účelově za cílem propagace produktů nebo služeb, které distribuuje či poskytuje zaměstnavatel přednášejícího.“

2. Téma

Na co nezapomenout: Mluvte k věci, stručně a jasně. Držte se daného tématu. Hovořte k tématu z odborného hlediska. Vyzdvihněte svou odbornou způsobilost a znalost daného tématu. Seznámte tak posluchače se svými kvalitami a přednostmi a přinášíte pozitivní dojem o společnosti. Uveďte případovou studii, referenci. Nesnažte se představit veškeré portfolio Vašich řešení, vyberte si hlavní téma, které se snažte probrat do hloubky. Další záležitosti a řešení můžete nastínit a zmínit. Nezapomeňte, že v řadách posluchačů sedí odborníci, kteří rozhodují o nákupu. Přesvědčte je, že dané problematice rozumíte a dovedete se přizpůsobit jejich požadavkům.

Čeho se vyvarovat: Neuvádějte nepravdivé nebo nepodložené informace. Neshazujte konkurenci. Nesnažte se za každou cenu dané řešení prodat na místě. Kvalitně odvedená prezentace je zaměřená odborně a posluchači by měli mít pocit, že se něco nového dozvěděli. Pokud řešená problematika zájemce zaujme, sami si Vás vyhledají a doptají se na další informace. Neprezentujte celé portfolio firmy, povrchní prezentace bez obsahu posluchače neosloví. Katalogové informace si posluchači mohou najít kdekoliv na webu, buďte konkrétní.

Zpětná vazba našich posluchačů:

„Dobrý den. Očekávali jsme prezentaci firmy Y dle tématu nejlépe formou případových studií. Ve skutečnosti však šlo o prezentaci firmy a výrobků. Nezlobte se, ale tyto informace jsou volně dostupné na většině marketingových akcích firmy a taky na webu.“

„Zvýšit úroveň předkládaných informací. Vyvarovat se přímé propagaci produktů (přednášející firmy Y přímo řekl posluchačům, že mu jde jen o to, aby představil portfolio).“

„Líbila se nám prezentace firmy Y formou případové studie, kdy jsme si mohli představit reálné využití produktu v praxi.“

„Nejvíce se nám líbila přednáška firmy Y, kdy řečník vysvětlil podstatu dané problematiky do hloubky a také vhodně navrhnul řešení, které navíc avizoval na řešených případech.“

3. Projev

Na co nezapomenout: Nezapomeňte, že posluchače musíte zaujmout, mluvejte nahlas, srozumitelně, a ne příliš rychle. Intonujte. Pozor na zdlouhavé a nudné projevy (uspávače hadů).

Čeho se vyvarovat: Příliš tichý a nezáživný přednes. I sebelepší řešení posluchače nezaujme, nebudou-li Vám rozumět, nebo je Váš projev uspí. Prezentaci nikdy nečtěte!

Zpětná vazba našich posluchačů:

„Nelíbila se mi prezentace spol. Y. Jednalo se pouze o čtení prezentace, kterou nebyl přednášející schopen ani konkrétněji vysvětlit.“

„ Perfektní byly zvláště přednášky 8 a 10, které byly velice poutavé a „k věci“ což bylo vidět i na zájmu a reakci posluchačů.“

4. Limit

Na co nezapomenout: Stěžejním kritériem je dodržení časového limitu přednášky. Stanovený čas, který má přednášející k dispozici je striktní a nejenom další přednášející ale i posluchači jeho nedodržení velmi citlivě vnímají. Zatímco Vaše prezentace trvá dvacet minut, posluchači v místnosti sedí i dvě hodiny a natahování přednášek velice vnímají.

Čeho se vyvarovat: Přílišnému natahování přednášek a nedodržení časového limitu, které je považováno za neprofesionální.

Zpětná vazba našich posluchačů:

„Zlepšení pro další ročníky? Snad jen dát si větší pozor na čas u přednášejících.“

„Nedodržení časového rámce některými přednášejícími, zejména ze strany firmy Y.“

„Moc se nám líbilo, že byl dodržen časový harmonogram akce a přednášky tak na sebe plynule navazovaly.“

5. Prezentace

Na co nezapomenout: Připravte si prezentaci zajímavou, stránky musí být dobře čitelné a viditelné. Nezahlťte prezentaci textem, přednáška by měla být pouze v bodech, vše ostatní řeknete sami. Doplňte prezentaci videem, nebo ukázkou, fotografií, připravte si pro srovnání čísla, statistiky, zajímavé příklady z praxe, prototypy, či jiné předměty.

Čeho se vyvarovat: Dlouhé prezentace, nečitelné informace, malé písmo, příliš mnoho textu, spousty nečitelných grafů a tabulek.

Zpětná vazba našich posluchačů:

„Praktické ukázky firmy se mi líbily. Zdlouhavé a nezáživné čtení prezentace se mi ale nelíbilo.“

„Stánky jednotlivých zúčastněných firem boli pre nás vítaným miestom, kde sme sa mohli dozvedieť viac o riešení niektorých našich problémov (napríklad mazivá alebo energetický ingeneering...).“

„Někteří přednášející by mohli uvítat pomoc s úpravou jejich prezentací, zejména jejich grafickou stránkou (příliš textu, velké tabulky...)“

