

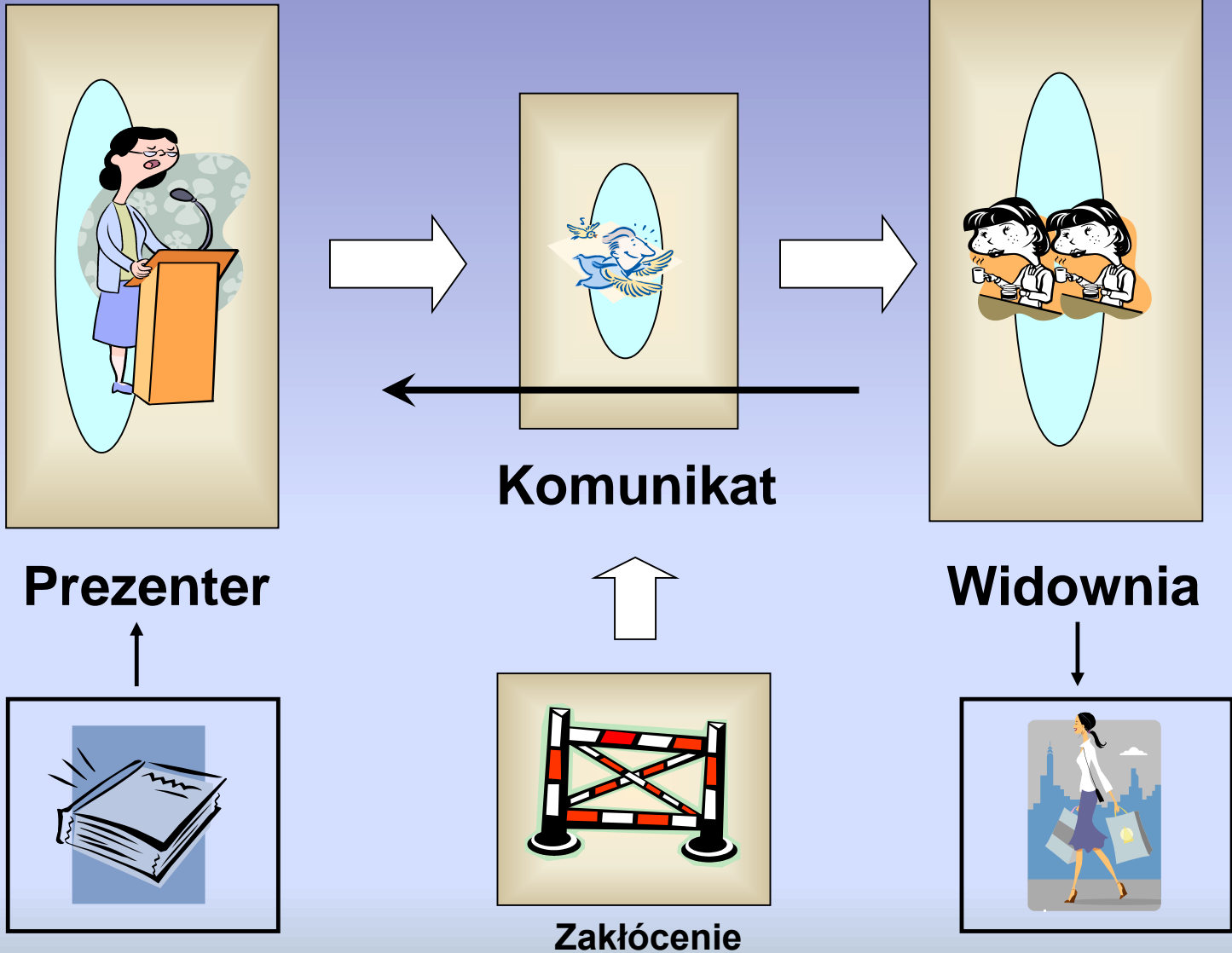
Skuteczna prezentacja

Skuteczna prezentacja

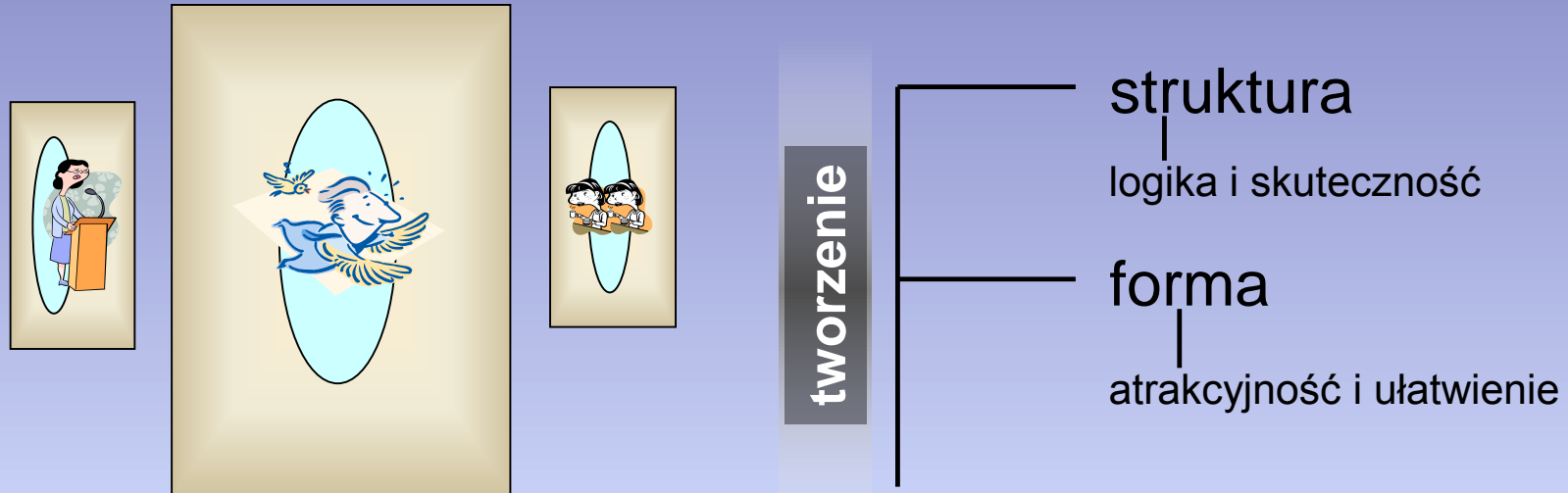
multimedialna

Jerzy Górecki

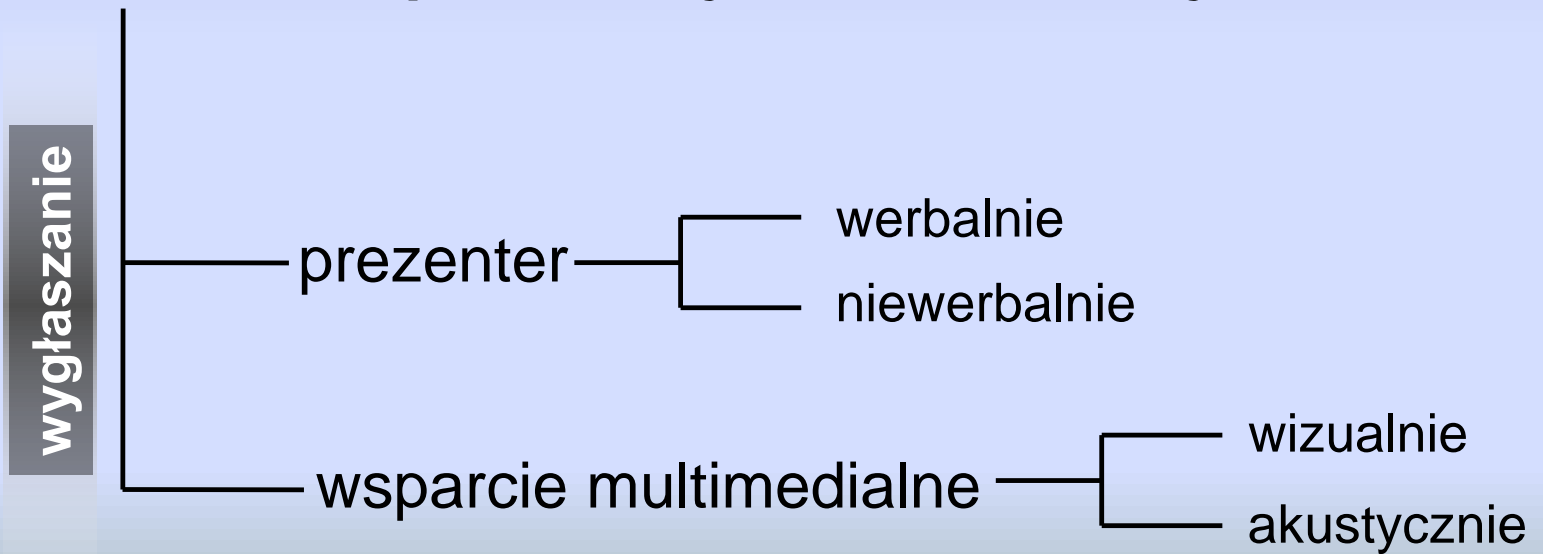
Proces komunikacji



Prezentacja multimedialna



Komunikat w prezentacji multimedialnej



Prezentacja multimedialna



Prezenter



Komunikat



Widownia



Prezenter

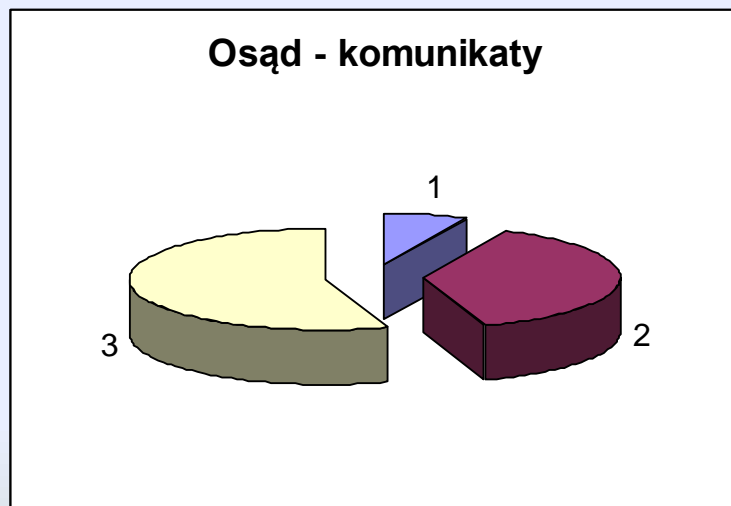


Pierwsze wrażenie

Pierwsza opinia o prezenterze 5-10s

Potwierdzenie lub częściowa zmiana opinii 50s

Reguła 7 – 38 - 55



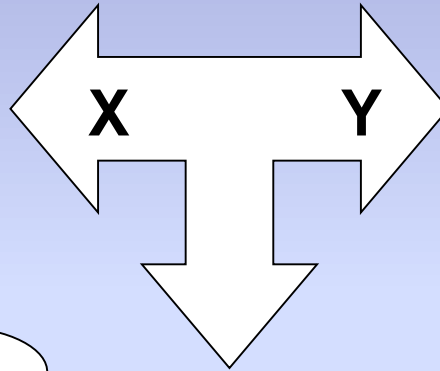
Odbiór komunikatu zależy:

- 1 – treść słów – 7%
- 2 – ton głosu – 38%
- 3 – język ciała – 55%

Zastosowanie „7-38-55”



5 10784.36
2.71372
9 ÷ 1



$X \neq Y$



Y
Oszust

Mowa ciała

Mimika

Odbicie duszy
Trudna do opanowania

Uśmiechaj się

Spojrzenie

Kontakt wzrokowy

Postawa

Nie opierać się
Nie trzymać rąk w
kieszeniach

Gesty

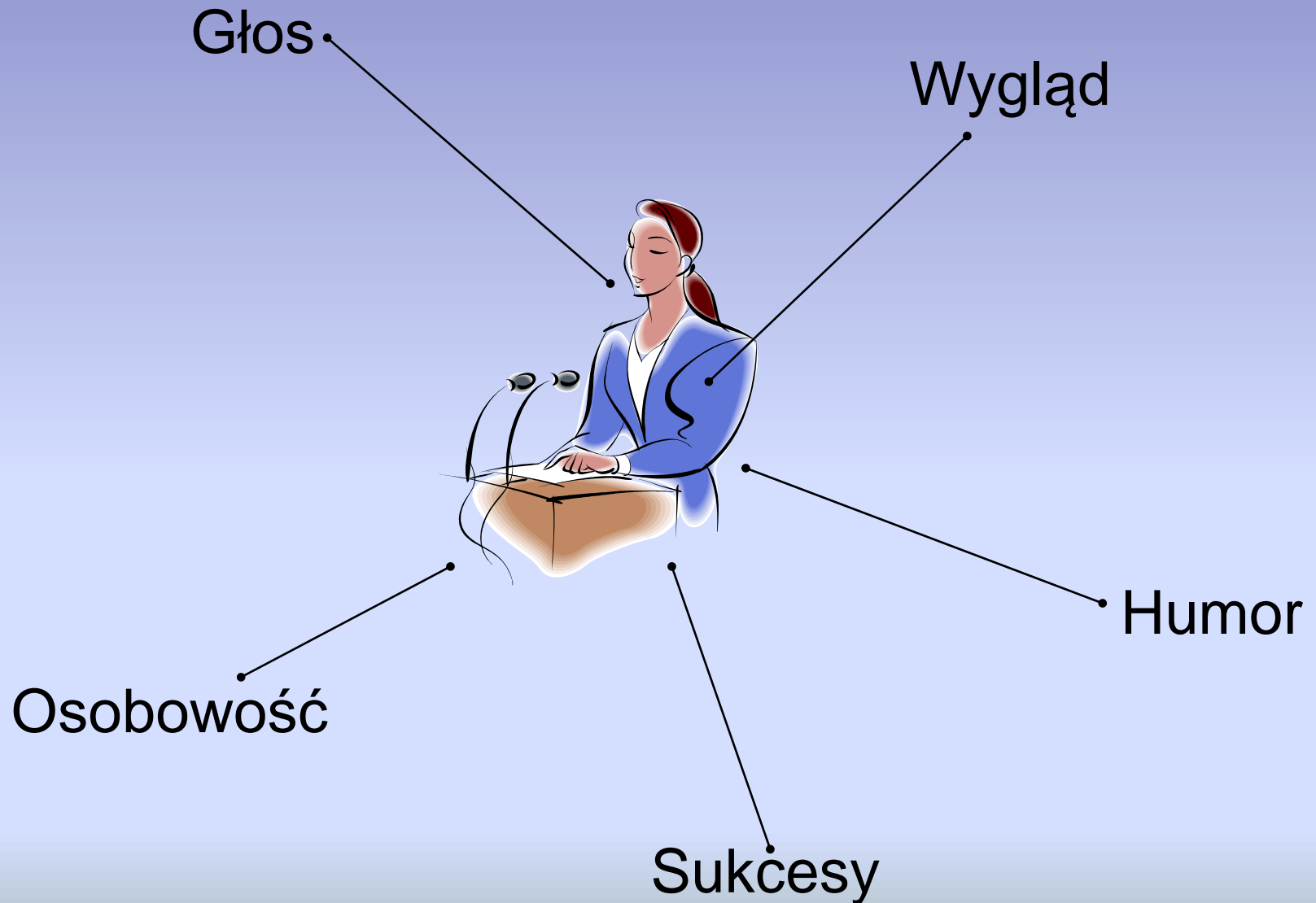
Spokojne otwarte





Zaangażowanie w wystąpienie

Wykorzystanie - zalety i zdolności

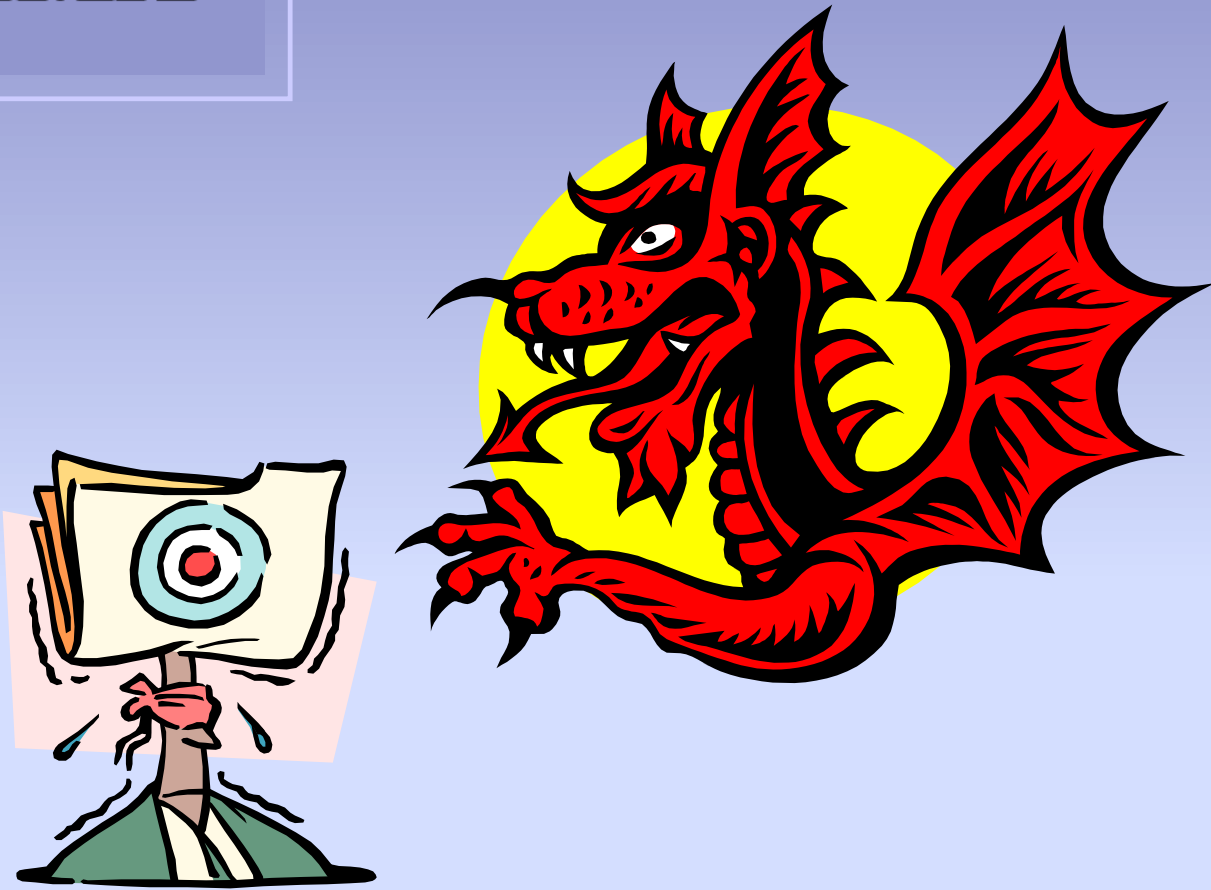


Dobry prezenter –wyniki badań

- 1. Szczegółowe dopracowywanie do potrzeb publiczności**
- 2. Zdefiniowanie i realizacja celów**
- 3. Dzielenie informacji**
- 4. Wiara w sukces**
- 5. Różne punkty widzenia**



TREMA



Trema – kilka uwag

Zauważamy znacznie więcej swoich błędów niż słuchacze

Nawet jeżeli wszystko schrzanimy nikt nas nie zastrzeli 😊

Słuchacze boją się naszej porażki tak samo jak my

Zdenerwowanie mówcy udziela się publiczności

Widownia nie jest naszym wrogiem

Trema – co robić?!

W sytuacji stresowej wydziela się adrenalina



Zmniejszyć ilość adrenaliny

Dotlenienie - oddechy

Złoszczenie się

Powtarzanie bodźców

Porządne przygotowanie

Trema – zegar wewnętrzny

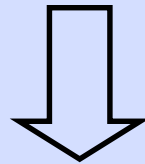
Zaburzenie oceny czasu trwania prezentacji

Spieszy się?

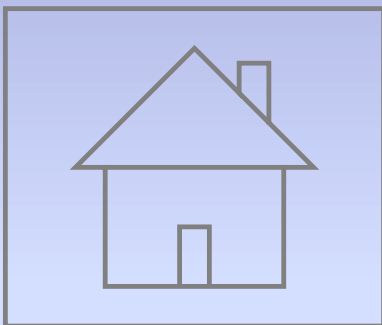


Spóźnia się?

Stres => adrenalina => zaburzenie wewnętrznego zegara



Zegarek + zapisanie czasu zakończenia prezentacji



Komunikat - wygłaszanie

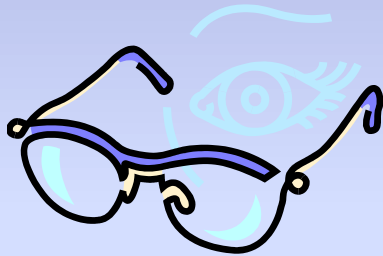


**Odpooczywasz na pięknej
piaszczystej plaży**

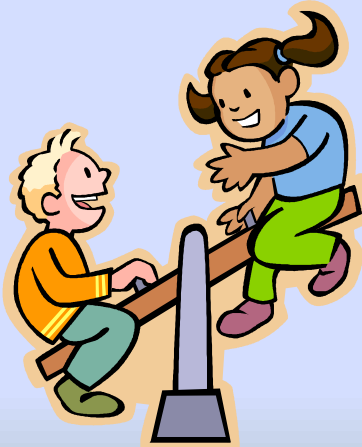
Zapamiętywanie informacji



SŁUCH (20%)



WZROK (30%)



DZIAŁANIE (70%)

RAZEM (50%)

Słowa są symbolami, które można różnie interpretować



KOT



Pomocne informacje

Nie czytaj - interpretuj

Czy Twój Ojciec był szklarzem?

Synchronizuj wizję i fonię włącz sprzężenie zwrotne

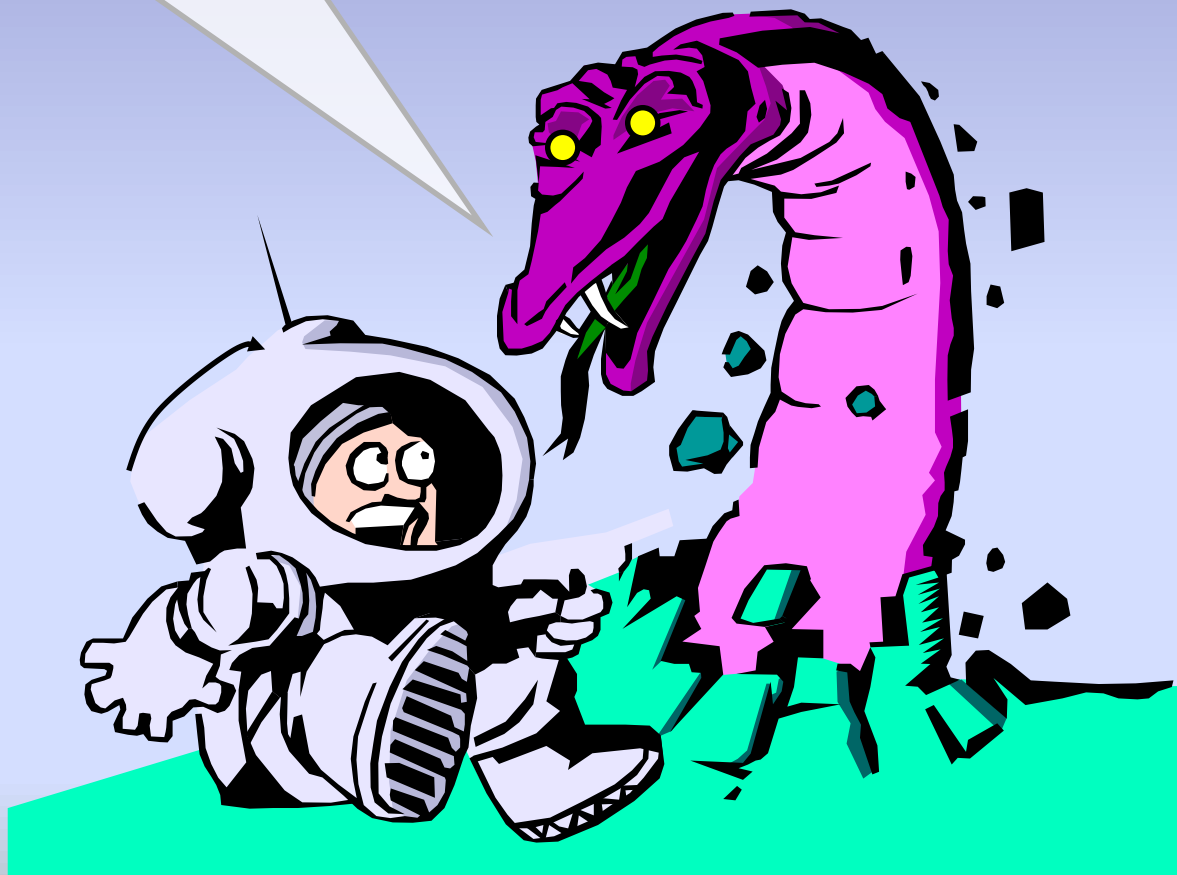
Nie bądź ograniczony materiałami (technika, złożoność prezentacji)

Mów tak jak w czasie normalnej rozmowy tylko trochę wolniej

Aby zwrócić na siebie uwagę naciśnij „B” i porusz się



**Mam małe
pytanko!**



Odpowiedzi na pytania



- 1. W czasie zadawania pytania słuchaj**
- 2. Powtórz głośno pytanie**
- 3. Pytający 20% kontaktu wzrokowego reszta sali 80%**
- 4. Zatrzymanie wzroku na pytającym pod koniec odpowiedzi – kontynuacja „rozmowy”**

Odpowiedzi na pytania

Kłopotliwe pytania

Nie znasz odpowiedzi - „*Nie wiem, ale sprawdzę*”



Prowokacje

rozluźnij się, kontroluj się, bądź uprzejmy,
sprawdź reakcje widowni, bądź szczery.

„*Dość radykalna opinia. Niestety musze przejść do kolejnego punktu*”
„*Zrobiłem wszystko jak umiałem najlepiej*”

Uwagi techniczne

Nie przykręcać wtyczki do rzutnika

Nie wyłączyć rzutnika bez schłodzenia

Bez względu na jakość baterii włącz zasilanie laptopa

Przełączając prezentacje zasłaniaj obiektyw rzutnika

Jeżeli jest to możliwe miej zapas

Nie używaj CD-RW (najlepszy własny laptop)

Używaj myszy multimedialnej

Wersje: PowerPoint, Windows Media Player, System, Flash Player

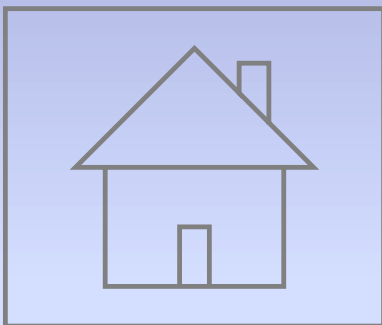
3 rady zapewniające sukces w multimedialności

3 rady zapewniające sukces w multimedialach

Sprawdź wszystko raz

Sprawdź wszystko drugi raz

Sprawdź wszystko trzeci raz



Widownia



Publiczność jest aktywnym uczestnikiem prezentacji

Fenomen tłumu

Wróg czy przyjaciel?

Widownia - wielkość



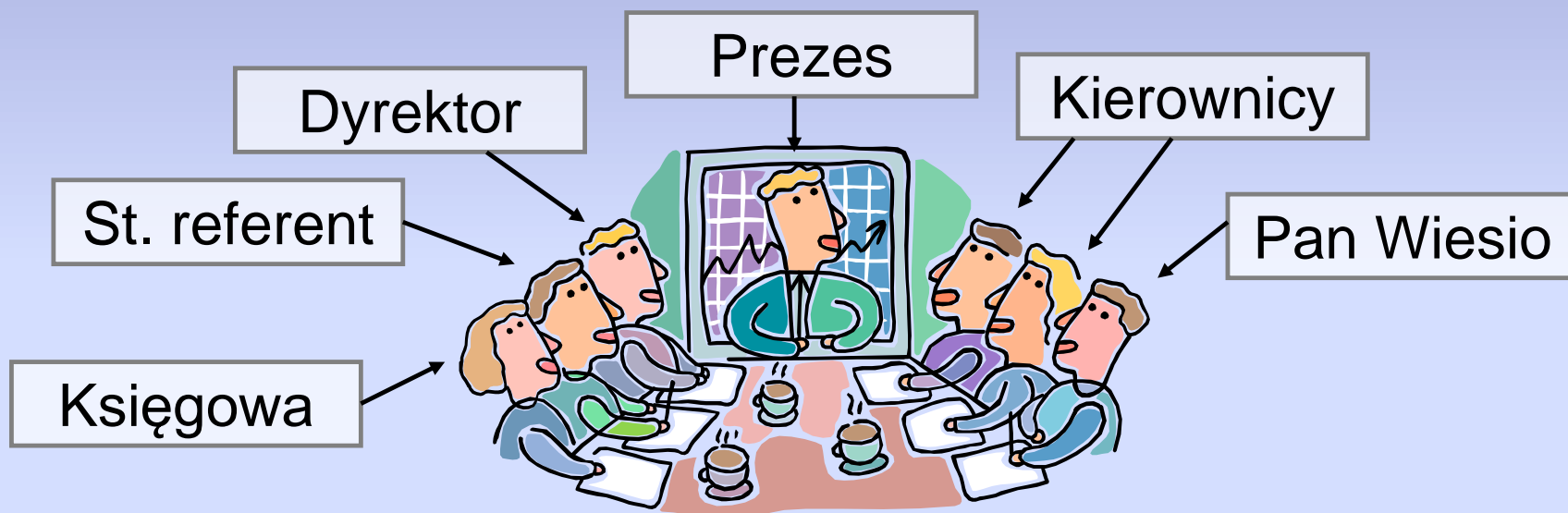
Stopień formalności zebrania zależy od wielkości grupy

Im większa grupa tym mniejsza satysfakcja uczestnika
i większy stres prezentera

Widownia - struktura

Grupa to zbiór heterogenicznych jednostek

Relacje między członkami grupy



Trzeba starać się zadowolić wszystkich

Widownia - potrzeby

Realizacja potrzeb i oczekiwań widowni musi być podstawowym celem prezentacji

Sprzedaż dóbr i usług

- zysk finansowy, oszczędność czasu, oszczędność wysiłku

Trening pracowników i klientów

- szybsza praca, mniejszy stres i wysiłek

Informowanie społeczeństwa

- osiągnięcia i plany firmy, przedstawienie zysków dla społeczeństwa (ludzi)



Widownia - kontakt

Czy chcą tutaj być?



Czy czują się komfortowo?



Zrozumienie widowni pozwala nawiązać z nią
kontakt



Bez kontaktu, skuteczność przekazywania informacji
jest marna

Widownia - kontakt

Harmonogram spotkania

Zaczynaj i kończ o oznaczonym czasie
Jeżeli start się opóźnił zapewnij wszystkich,
że cenisz ich czas i skończysz o czasie

Komfort pracy

Temperatura, hałas, układ stołów i stołków, oświetlenie
Zaopiekuj się widownią

Wiek

Młodsza => ruch, dynamika, wizualizacja
Starsza => głośniejsze mówienie, większe litery, wolniejsze
tempo

Poziom intelektualny

Dostosuj język i informacje do możliwości widowni

Koncentracja widowni



84% studentów wytrzymuje max. 20-30 minut

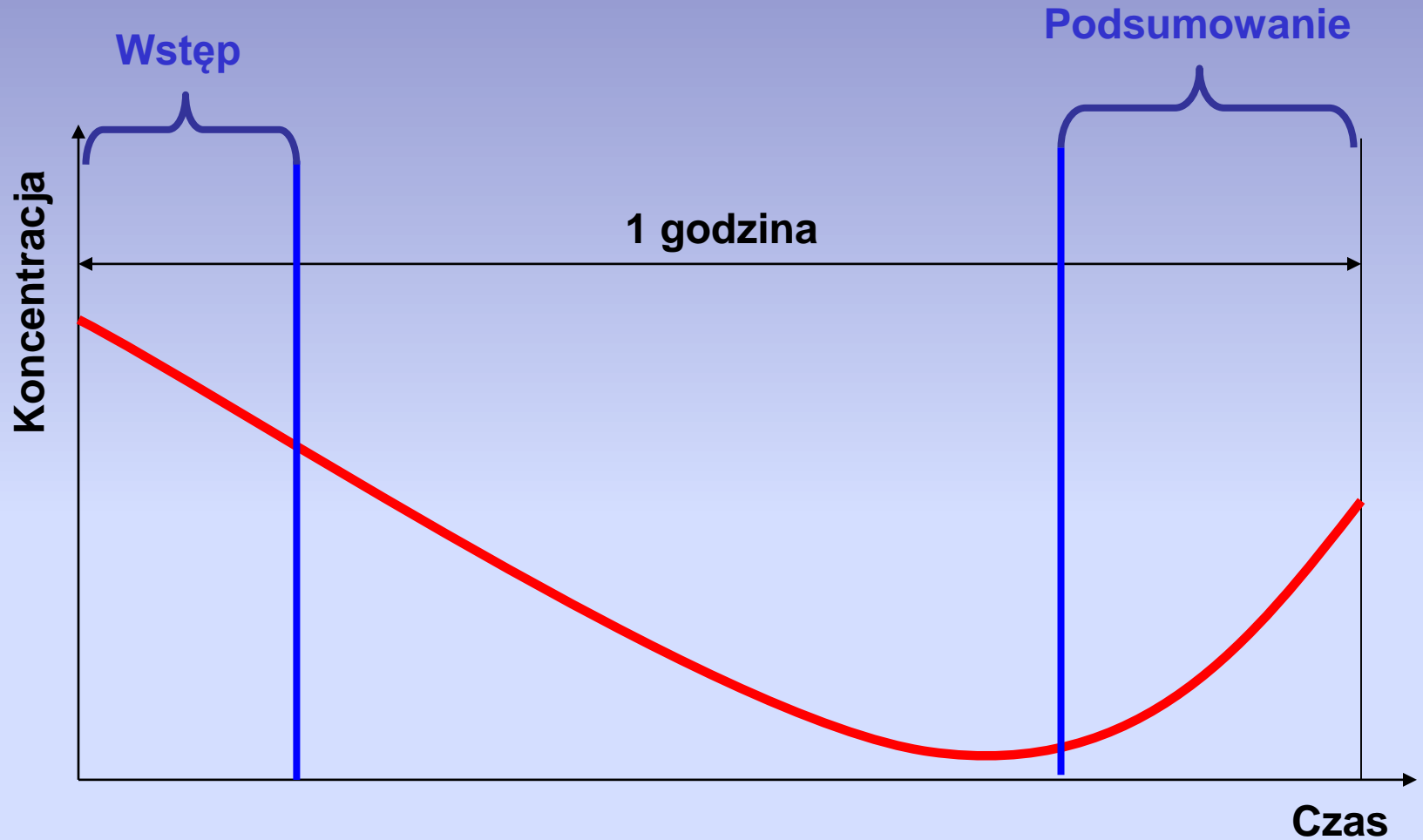
Uwaga wyłącza się przez powtarzane stymulacje

Uwagą można sterować

Widownia - reaktywacja

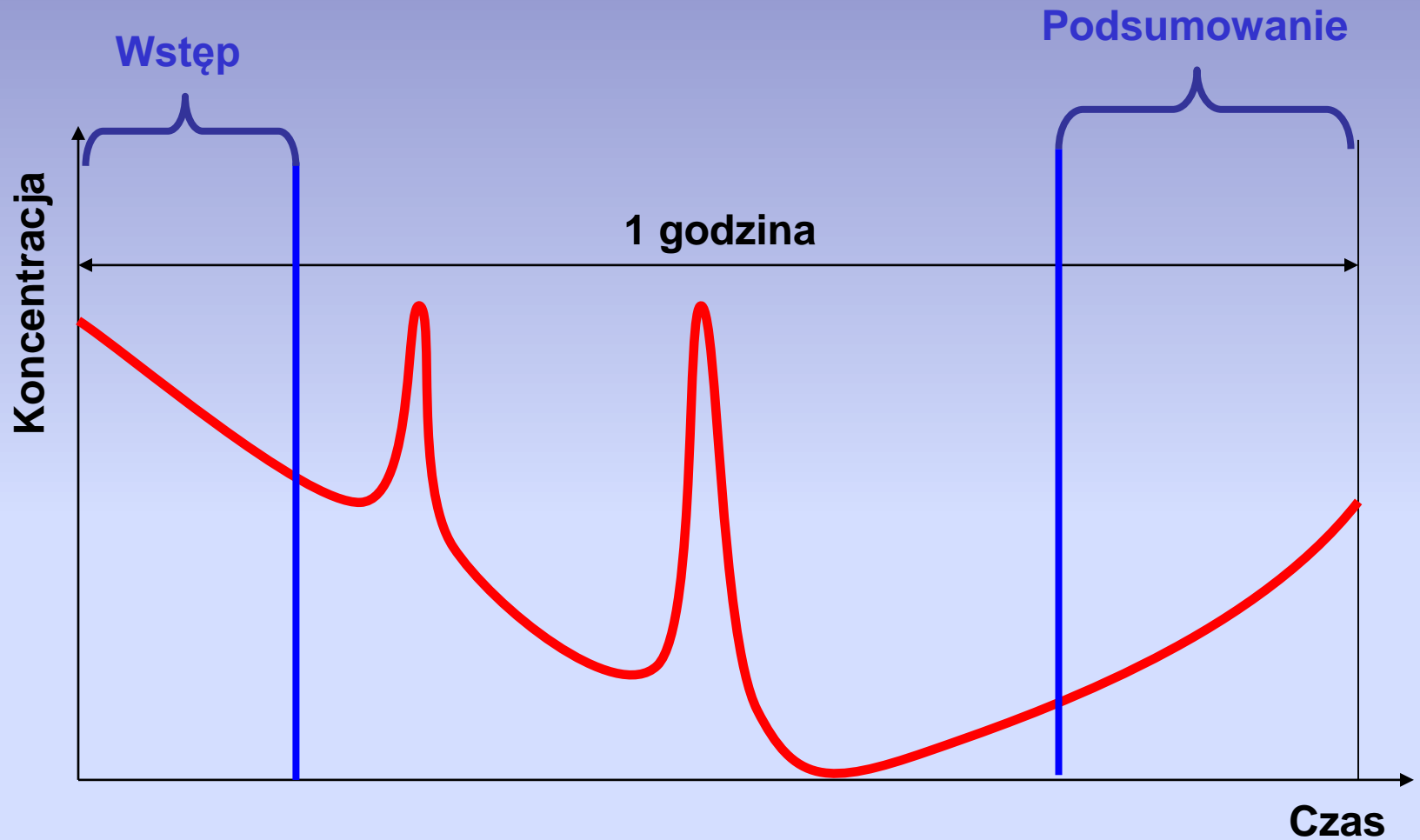


Zdolność koncentracji



Na poziom koncentracji wpływa godzina i dzień tygodnia

Zdolność koncentracji

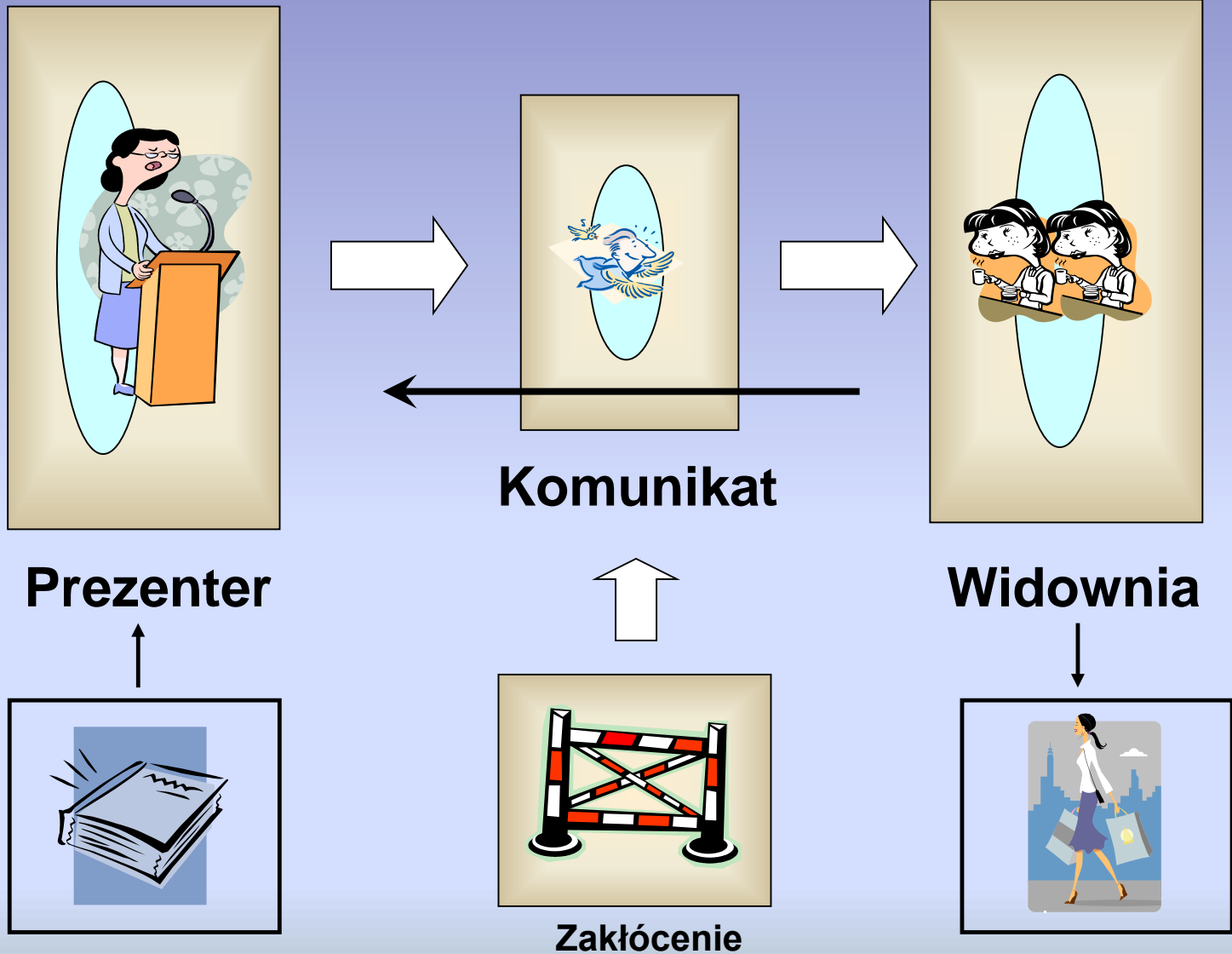


Na poziom koncentracji wpływa godzina
i dzień tygodnia



PODSUMOWANIE

Proces komunikacji - podsumowanie



Dziękuję za uwagę

