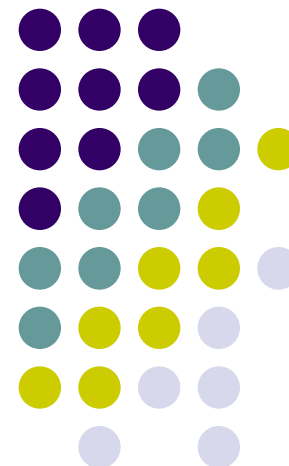


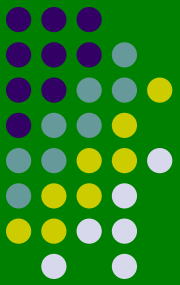
Efektīvas prezentāciju tehnikas un uzstāšanās prasmju pilnveidošana



92,07% no Projekta finansē Eiropas Savienība ar Eiropas Sociālā fonda starpniecību. Apakšaktivitāti administrē Valsts kanceleja sadarbībā ar Sabiedrības integrācijas fondu.

Šī lekcija un prezentācija ir veidotas ar Eiropas Savienības Eiropas Sociālā fonda finansiālu atbalstu. Par šīs lekcijas un prezentācijas saturu atbild biedrība "ZINIS" un biedrība "Kultūras projektu koordinācijas centrs"

1.sesija



Pieci uzstāšanās MĒRĶI



Uzstāšanās mērķis I

LAI INFORMĒTU



**Bet informācija
nepārlicina, jo:**

- skaitļi nogalina

Risinājums:

- noapaļot skaitļus
- izmantot tikai tad, ja nepieciešams ko pierādīt

Uzstāšanās mērķis II

LAI PĀRLIECINĀTU

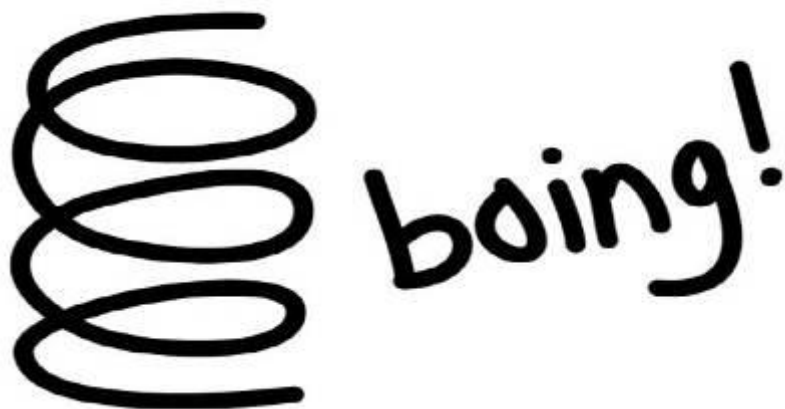


“Burvju vārdi”:

- Es zinu, ka...
- Esmu pārliecināts, ka...
- Es uzskatu, ka...

Uzstāšanās mērķis III

LAI PAMUDINĀTU UZ RĪCĪBU



Mudinājums uz rīcību

- sākumā – NEKAD
- beigās - VIENMĒR

Uzstāšanās mērķis IV

LAI IEDVESMOTU



Vārdam ir spēks

- veidot STĀSTU
- likt klausītājam REDZĒT un DZIRDĒT
- konkrēts VĀRDS (personība)
- No “MĒS” uz “ES”

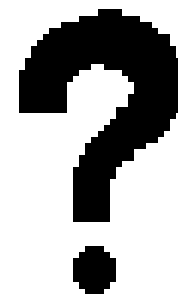
Uzstāšanās mērķis V

LAI IEINTERESĒTU



Kā noturēt auditorijas uzmanību?

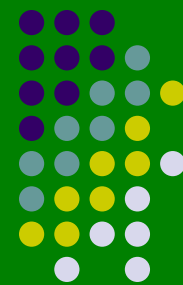
- piemēri!
- HUMORS ir vērtība!
- jautājumi! [2]
- attēli! [65%]
- pārsteigumi!



Ar jautājumiem – uzmanīgi! Jums ir jābūt drošiem, ka sagaidīsiet ‘pareizās’ atbildes!

2.sesija

Efektīvas prezentāciju tehnikas
IZKUSTAMIES un tiekamies 12:30!





Efektīvas prezentāciju tehnikas



Lifta uzruna (“Elevator Pitch”)



- 60 sekundes jeb ~130 vārdi
- Mērķis - ieinteresēt klausītāju
- **Tēmas, kas jāietver 60 sekundēs:**
 - *Projekts (pievilcīgs nosaukums!)*
 - *Unikalitāte*
 - *Mērķa grupa (kam tas būs interesanti?)*
 - *Konkurenti/ alternatīvas*
 - *Ieviešanas modelis*



Pecha Kucha (Japāna)



Pecha Kucha (“pečakča” – japāņu val.)

Piemērota:

- *publiskiem pasākumiem*
- *sadarbības partneru un atbalstītāju piesaistei*
- *uzstāšanās prasmju pilnveidošanai*

Formāts: 20 slaidi, katrs 20 sekundes = 6min 40sek

Notiek arī Rīgā - www.pecha-kucha.lv

Pecha Kucha Night®

ZINIM patīk runāt par:



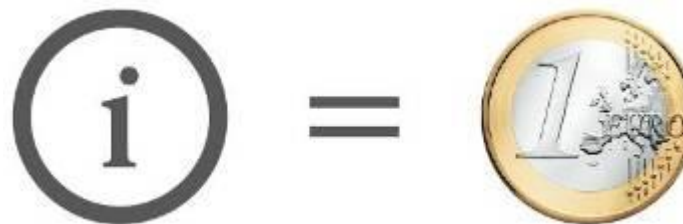
- Zināšanu pārnesi
(“kosmosu”)



- Jaunu ideju dzimšanu
(seksu)



Labklājību
(naudu)



Kawasaki 10-20-30



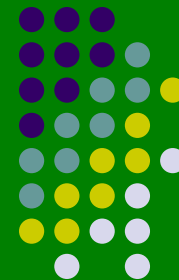
1. **Nosaukums** – kas esat un ko darāt
2. **Problēma** – ko piedāvājat risināt
3. **Risinājums** – konkrētais piedāvājums
4. **Ieviešanas modelis** – kā sasniegsiet mērķi
5. **Unikalitāte** – ar ko būsiet pārāki pār citām alternatīvām
6. **Tirgus un mārketinga** – kā sasniegsiet mērķauditoriju
7. **Alternatīvas** – cik viņas ir spēcīgas
8. **Komanda** – kāpēc to varēsiet
9. **Finances** – cik daudz/ cik ilgi/ kas tālāk
10. **Šī brīža situācija** – ko līdz šim esat sasnieguši

Tipiskās kļūdas



- Trūkst atmiņā paliekoša **nosaukuma**
- **Garš**, nesaprotams un tehnisks izklāsts
- Prasa atbalstu, bet **neparāda “sviedrus”**
- **Nepietiekami izvērtētas** vajadzības un alternatīvas
- Nav pateikts, **kāpēc** prezentē (nauda? partneri?)
- Nav apsvērtā **turpmāka** darbība/ ilgtspējīga attīstība

3.sesija



Būtiskas XXI gs prezentācijas raksturiezīmes



Prezentācijas XXI gadsimta pamatzīmes



- Attēli atspoguļo vairāk kā vārdi
- Burtu lielums un krāsa
- Teksta izvietojums
- Humors ir vērtība
- Uzsvars uz galveno
- Piemēri
- Kustība
- “Provokācijas”

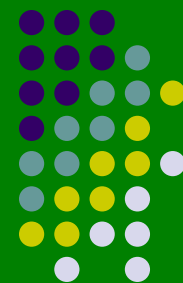


Prezentāciju tehniskie aspekti I



- Par **80%** palielina interesi izlasīt un piedalīties
- **72% atzīst, ka labāk atceras krāsainas prezentācijas**, nevis “tās, kur tikai melns un balts”
- Tai pat laikā **ik pēc 15 minūtēm** jāveic cita aktivitāte
- Sākumā **bilde**, pēc tam – **vēstījums/ teksts**
- Runātājs kā “**enkurs**” – stāv kreisajā pusē

Prezentāciju tehniskie aspekti II



- Uzskaitījumos labāk ievēro **skaitļus** ne simbolus
- **Verdana stils** ir visērtāk lasāmais
- **6x6** vārdu likums
- Virsrakstus ieteicams **necentrēt**
- Uz tumša fona gaišus burtus lasīt ir ērtāk, nekā otrādi

Ķermeņa valoda I



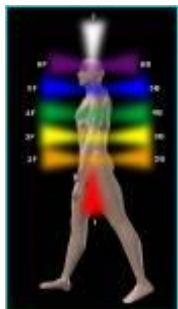
60-80%

- 20 sek



kur slēpjas enerģija?

- “diedziņš”



Ķermeņa valoda II



- ko darām ar rokām?
- ko darām ar kājām?
- ko darām ar seju?
- ko darām ar elpu?
- ko darām ar staigāšanu?
- uztraukums ir jūsu DRAUGS!

Ķermeņa valoda III



- pieturieties ar vienu roku, bet ne ar abām!
- iekustiniet rokas, bet neļaujiet tām satīkties!
- “Show must go on!”
- runājiet skaļi!
- smaidiet!
- “pantiņskaitāmai pozai” - nē!
- kabata NAV “grēks”!

8 pamatprincipi Apple prezentācijās



Tiekamies 15:15!

1. Noķer klausītāju “aiz astes”



Tev ir **90 sekundes**, lai
ieintrigētu.



Garlaicība
prezentācijas sākumā
“nogalina” uzmanību,
ko vēlāk grūti atgūt.

2.Izvairies no aizzīmju punktiem



Tikai ATTĒLI un VĀRDI.

Pozīciju sarakstam
(tehniskie parametri)

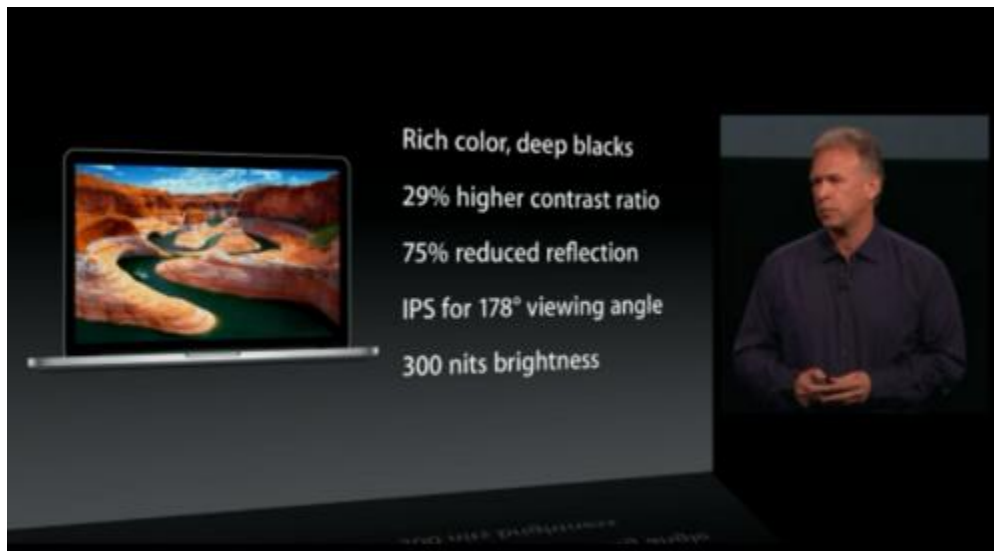
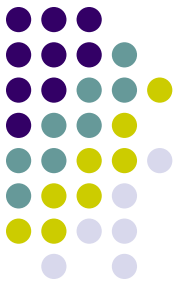
izvieto

bildi pa kreisi

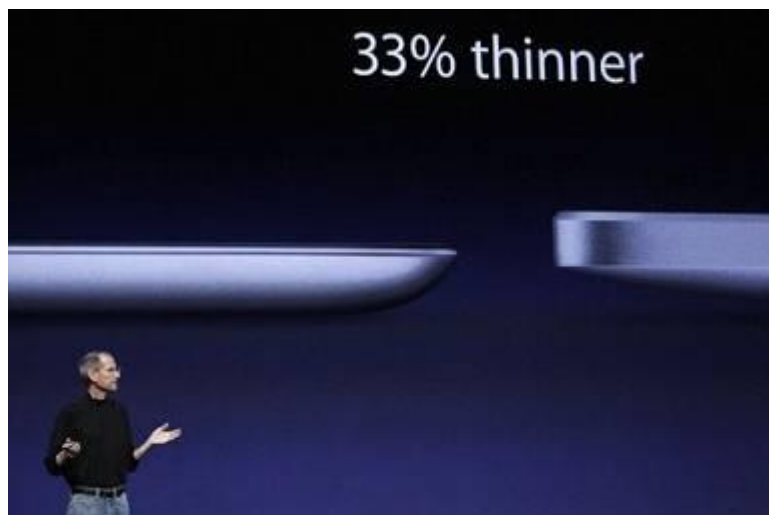
un

uzskaitījumu pa labi.





3.Skaitļi – tikai būtiskie



**Auditorijai, nevis Tev
būtiskie skaitļi!**

jaunais MacBook Pro -
tikai 0,71 collu biezš



4.Skaitļu slaidi – max vienkārši



Slaidā par statistiku ir jāparādās
tikai skaitlim.

“30 mljrd. aplikāciju tika
lejupielādētas no Apple store”

=

30 miljardi

Svarīgi skaitļi jāuzrāda atsevišķi

4.Skaitļu slaidi – max vienkārši



5.Sadali prezentāciju posmos



Filmā ir tikai **viens** galvenais tēls?

Ilgstoša prezentācija tikai ar vienu vadītāju ir **nogurdinoša**.

Tāpēc arī Tims Kuks nedominē prezentācijas laikā un iepazīstina **ar citiem dalībniekiem**.

Pirmajās 30 min klausītāji redz Apple vadītāju, dažus aplikāciju izstrādātājus un dizaineri, **kas prezentē jauno produktu**.



Gadījumā, ja partneru nav klāt..

6. Veido virsrakstus

Negaidi, kad citi Tevi pozicionēs.
Pozicionē sevi pats!

Apple **pati** piedāvā virsrakstu
katram no saviem produktiem.

Piemērs: “Ieviešam MacBook Pro.
Tā ir pilnīgi jaunā vīzija
klēpj datoriem”.



7. Sniedz auditorijai “wow!” momentus!



Neesi garlaicīgs!

Cilvēks nereaģē uz
garlaicīgām lietām.

Un Apple prezentācija
nekad nav garlaicīga.

8. Iedvesmo savu auditoriju!



Apple līderi nepārdod vienkārši savus produktus, **viņi arī iedvesmo auditoriju.**

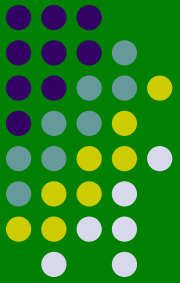


Tims Kuks: To, ko mēs kopā darām, ir **daudz svarīgāk** par to, ko skaitļi varētu atspoguļot. Mūsu mērķis vienmēr ir bijis **darīt izcilu darbu un pozitīvi mainīt cilvēku dzīves.** Nekas nevar padarīt mūs laimīgākus, kā redzēt simtiem tūkstošu izstrādātāju visā pasaulē, kuri izmanto mūsu programmatūru, **lai veidotu un dalītos ar jaunām idejām.**

Laba prezentācija efektīvi sniedz informāciju.

Izcila prezentācija iedvesmo.

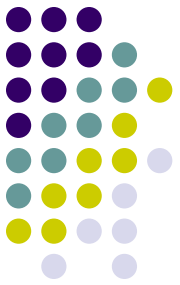
4.sesija



Gatavojam pārlicecinošu
vēstījumu!



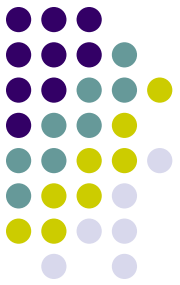
Vēstījumam ir jābūt īsam!



- max **12** vārdi!
- max 1 komats!
- “Kill Your Darlings!”
(*William Faulkner*)
- lieto **īsus** vārdus!
- izvairies no “ne-”



Trīs obligātie jautājumi



- Kas ir mana mērķauditorija?
- Ko es vēlos panākt?
- Kāda ir klausītāju motivācija?



No 3.jautājuma var dabūt
“atslēgas vārdus” vēstījumam!

Piemērs II (*biznesa ideja*)



Mērķauditorija: Dinamo kluba īpašnieki

Ko vēlas panākt: Dinamo zīmola izmantošanas atļauja

Motivācija: vairāk apmeklētāju hokeja spēlēs

Esmu pārliecināta, ka spēle “Dinamo laiks” sekmēs hokeja fanu interesi apmeklēt spēles.

Mēs par tiem, kas gatavi lidot!

leskaties: www.zinis.lv

Atraksti: zinis@zinis.lv

leskaties: www.brakovska.lv



@BiedribaZINIS

@prezidente



92,07% no Projekta finansē Eiropas Savienība ar Eiropas Sociālā fonda starpniecību. Apakšaktivitāti administrē Valsts kanceleja sadarbībā ar Sabiedrības integrācijas fondu. Šī lekcija un prezentācija ir veidotas ar Eiropas Savienības Eiropas Sociālā fonda finansiālu atbalstu. Par šīs lekcijas un prezentācijas saturu atbild biedrība "ZINIS" un biedrība "Kultūras projektu koordinācijas centrs"