



Klíčové otázky:

- Komu přednášíme?
- Co je cílem prezentace?
- Jak strukturovat prezentaci?
- Jakou zvolit formu prezentace
- Jak zachovat dynamiku?
- Jak zvládat obtížné situace?
- Jak pracovat s trémou?



Komu přednášíme?

Můžeme-li si udělat před prezentací průzkum, kdo je v publiku, můžeme ji podle zjištění upravit a zajistit tak dosažení našeho cíle.

Jaké má publikum očekávání? Jaké má publikum zkušenosti? Jak je na tom po odborné stránce? Jaký typ člověka převládá v publiku? Kde mohou být bloky? Jaký „jazyk“ bude publikum preferovat?

Jak bych měl/a působit já?

Co bych měl/a v dané prezentaci zohlednit?



Čtyři aspekty autority:

- **Poziční**
- **Odborná**
- **Morální**
- **Charisma**

Klíčový je stejně jako u setkání první dojem, následně to, jak na druhého působíte.

Co je cílem prezentace?



Co je téma prezentace?

Co je účel prezentace?

Inspirovat, nadchnout, změnit postoj, odstranit bloky, zbavit strachu, zaujmout, motivovat, získat něco?

Jak strukturovat prezentaci?



Pokud byl 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 „kostru prezentace“. Strukturujte obsah prezentace.

Začněte bombou! Strhněte pozornost auditoria a celkově uvolněte atmosféru úvodní bombičkou. Je sice těžké vytvořit vkusnou „bombu“, ale vyplatí se to. Mimo jiné z vás spadne díky vydařené „bombičce“ tréma.

Desatero dobré „bomby“:

1. Upoutá to pozornost?
2. Je to něco, co nečekali?
3. Je to vtipné a vztahuje se to k předmětu (cíli) prezentace?
4. Nedotkne se to nemile někoho?
5. Zapamatují si to?
6. Je v tom podobenství, příměr?
7. Je v tom „jasná zpráva“?
8. Je to ve „zkratce“ to, co budeme dále sdělovat?
9. Není to „otřepaný vtip“?
10. Budou si o tom vyprávět ještě za týden, měsíc?

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.



ZAHÁJENÍ

Uvědomte si, že velká část účastníků si dělá předběžný úsudek o prezentacích hned na jejich začátku. Mozek vytváří podvědomě alternativní hypotézy: “bude to asi dobré”, “tak tohle si nejsem jist” a “tohle určitě nebude stát za nic”. Tyto (podvědomé) hypotézy, které významně ovlivňují výsledné (vědomé a racionální) hodnocení prezentace, jsou formulovány v prvních vteřinách a minutách prezentace. Proto velmi záleží na tom, jak začnete, jaká je Vaše image, jak zvládnete P-O-P, zda vyvoláte pozornost a získáte zájem (například pěknou úvodní “bombičkou”). Hned na začátku vytvořte správný vztah, například tím, že nenásilnou a účastníky nedeprimující formou je zapojíte. (“Pokud máte zájem, pozorně poslouchejte. Kdo bude schopen na závěr odpovědět na otázku, kterou položíme, získá některý z připravených dávků.”). Na začátku udělejte dobrý dojem, ale také získejte autoritu. Jak? Například tím, že jasně vysvětlíte, co je cílem prezentace, co může přinést účastníkům, jak budete postupovat a.



HLAVNÍ ČÁST

Důležité je vytvořit na začátku prezentace jakousi “mapu”, po které se pohybujete v hlavní části. Účastníci musí mít onu “mapu” stále před očima, aby viděli, jak Vaše naplánovaná “cesta prezentace” postupuje, kde právě jste a kam povede další etapa. Trasa prezentace na zmíněné “mapě” musí být logická. Nikdo nepochopí, proč – obrazně řečeno – cesta z Prahy do Vídně vede přes Lipsko. Programové body probírejte v logickém sledu, nepřeskakujte a nenechte se odvést z cesty. Mluvte jasně a názorně. Pomocí interakce s účastníky rozvíjejte zájem, udržujte pozornost a ověřujte souhlas. Pravidelně rekapitulujte, držte se cíle a zbytečně neodbíhejte. Chcete-li, aby Vás účastníci “brali”, vyzařujte energii a dávejte verbálně i neverbálními prvky (řečí těla) najevo, že to, o čem mluvíte, je Vaše “hobby”.



ZAKONČENÍ

Celou "trasu" prezentace a všechny důležité body a myšlenky dovedte do konce. Na závěr nezapomeňte na shrnutí nejdůležitějších bodů. Zrekapitulujte především to, co chcete, aby si účastníci zapamatovali. Zvláště závěrečná část by měla být motivující k nějaké akci, kterou chcete prezentací vyvolat. Může to být podpis kontraktu, ale možná jen to, že účastník začne působit intenzivně na svého šéfa, který může rozhodnout o navázání spolupráce právě s Vaší společností. Závěrečná "bombička" bude tím, co vytvoří asociaci mezi zábavným koncem a vážnějším meritem prezentace.



Strukturotvorná schémata

Na různé obsahy a různé části prezentací se hodí rozličná schémata, která nám pomáhají vytvořit dobrou strukturu. Zde jsou některá, která se mohou hodit:

Schéma **problém – řešení** je výborné, když prezentujeme návrh projektu, inovace, postupu apod. Je to schéma, které vyhovuje manažerům a obecně pragmatickým lidem.

Schéma **minulost – budoucnost** je výborné například když chceme prezentovat nějakou vizi, která má překročit do budoucnosti.

Schéma **obecné – konkrétní** představuje klasický přístup, který spočívá v logice obecného a zvláštního, celku a části, systému a detailu. Je to schéma, které akceptují analytici, ale pro extroverty a někdy i pragmatiky je příliš akademické.

Chronologické schéma je například vhodné pro prezentaci výsledků, kterých společnost dosáhla v posledních letech a obecně pro prezentaci různých časových řad, které reflektují nějaký vývoj v čase.

Schéma **pořadí podle důležitosti** se hodí tehdy, když jinou „logiku“ pro uspořádání již nenalzáme. Například při strukturování porady nebo programu jiné akce.

Schéma: **téma – D1 – D2 – tvrzení**. Spočívá v tom, že nejdříve uvedeme, co je smyslem našeho vystoupení, potom poskytneme emotivně podbarvený důkaz (příhodu ze života), následuje racionální důkaz (data, fakta) a končí tvrzením.

Jakou zvolit formu prezentace?



Způsob, jakým se uvedeme na začátku prezentace, je nesmírně důležitý. Co je na začátku prezentace nezbytné? Vstát, jít jistě do „ohniska“, zakotvit, vyslat do auditoria neverbální pozdravy (např. Úsměvem), pozdravit, oslovit auditorium, představit sebe a případně své kolegy, říci, 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 dokážou 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.

Postoj a pohyb. To, co se pohybuje, vyvolává mnohem větší pozornost než statické předměty. Prezentující, který chce upoutat pozornost uplatňuje vzpřímený postoj a účelně se pohybuje. Nutí tak posluchače, aby ho sledovali.

Práce s hlasem. Pro posluchače je monotónní hlas nepřijatelný. Po 20 minutách přestávají nevýrazný hlas vnímat. Naopak dobrá práce s hlasem zvyšuje váhu slov a dělá projev dramatickým a dobře poslouchatelným.

Aby Váš pohled nebyl špatně chápán, dívejte se do trojúhelníkové oblasti vymezené vnějšími koutky očí a kobytkou nosu. Rozděľujte svůj pohled rovnoměrně mezi všechny posluchače. Pokud je v sále mnoho posluchačů rozděľujte svůj pohled ve směru písmene M (začněte v předních řadách, postupujte dozadu, pak se vraťte očima na střed atd.)

Důležitý je nezalomený postoj. Mírné naklonění dopředu vyjadřuje Váš zájem, je vhodné obzvláště při kladení otázek posluchačů. Nevhodný je jakýkoliv zalomený postoj – shrbený, vystrčené břicho atd.

Nejvhodnější jsou otevřená (vstříčná) gesta, při kterých nevytváříme žádnou fyzickou překážku mezi námi a posluchači. Dáváme tím najevo svou jistotu, dobré úmysly a svoji otevřenost.

Při použití uzavřených gest (vytváříme nějakou blokádu – zkřížené ruce, desky v rukou, skrývání rukou za zády za stolem nebo řečnickým pultem) působíme méně jistě a přesvědčivě.

Používejte proto hojně otevřená gesta a vyvarujte se gest uzavřených.

K posluchačům je nejvhodnější stát čelem (nikoliv bokem nebo dokonce se točit zády). Váš pohyb by měl být vždy účelný – tj. vyvarujte se „rituálních tanečních“ pohybů a pohybuje se vždy k nějakému cíli (např. plátnu, flip-chartu, posluchačům apod.).

Důležité je respektovat osobní zóny svých posluchačů tak, abyste nevzbuzovali dojem nadřazenosti.

Snažte se výrazně a jasně vyslovovat, nepospíchejte, nepolykejte koncovky nebo celá slova. Raději toho řekněte méně, ale srozumitelně.

Síla hlasu

Ke zdůraznění toho, co říkáte, můžete využít zesílení i ztlumení hlasu. Zesílení probudí pozornost, ztlumení ji posílí, dodá na dramatičnosti.

Tón hlasu

Představa, že tón hlasu je dán a nelze na něm nic měnit, je falešná. Zkuste měnit tón. Chcete-li např. dodat tomu, co říkáte, vážnost mluvte hlubším hlasem (a pomaleji).

Tempo, rytmus

Musí být proměnlivé, ne příliš rychlé, adekvátní tématu. Zrychlení i zpomalení zvyšuje pozornost, podbarvuje téma, o kterém hovoříte.

Pauza

Chvilka mlčení, pomlka, "řekne" někdy více než spousta slov. Nebojte se mlčet, nechte v pauze účastníkům "strávit" vyslovenou myšlenku.

Jak zachovat dynamiku?



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, energizéře, 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.



Jak zvládat 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?



Námítky

Námítky zpravidla nejsou zásadní překážkou k získání souhlasu druhé strany. Právě naopak, správné reagování na námítku a její překonání může znamenat vyjasnění přístupu (potřeb) obou stran a rychlou cestu ke vzájemnému souhlasu.

1. Příčiny námitek:

- *Neznalost, nedostatek informací.* Námitka pramení z limitované znalosti problematiky. Možná je to jen chyba druhé strany, ale může to být nedostatek srozumitelné komunikace na Vaší straně. Objasněte věc komplexně, detailněji.
- *Nedorozumění.* Námitky jsou často důsledkem špatné komunikace, podávání neúplných nebo nepřesných informací. Na vině také může být vytvoření vlastního mylného názoru nebo úsudku a neschopnost tuto představu opustit.
- *Potřeba získat jistotu.* Komunikační partner se potřebuje ujistit, že správně chápe Vaše slova, argumenty. Pomozte mu zbavit se nejistoty tím, že mu nejdříve potvrdíte, že věc správně pochopil a poté své sdělení přeformulujte.
- *Touha se poradit.* Druhá strana má buď skutečný zájem o radu nebo se jedná o falešný projev, kterým chce získat čas nebo oddálit konečné rozhodnutí. V druhém případě je Vaším úkolem odhalení příčiny formou dotazování.
- *Rozpor zájmů.* Námitka odkrývá odlišné zájmy (potřeby) druhé strany. Pokuste se jednáním sblížit zájmy (potřeby) a oslabit tak námitku.
- *Prestiž.* Druhé straně je zatěžko uznat, že má pravdu někdo méně zkušený, s nižším vzděláním, mladší, žena... Snažte se druhou stranu zapojit do vámi navržené alternativy, nechte jej, ať si myslí, že je toho názor, nápad apod.

2. Druhy námitek:

- *Oprávněné: Postup – uznání,* omluva, stručné vysvětlení (zdůvodnění), řešení.
- *Neoprávněné: Postup – vedení pomocí otázek ke zjištění, kde je „problém“, návrh řešení, ověření.*
- *Spekulativní: Postup – uznání možnosti,* snížení pravděpodobnosti, řešení pro danou eventualitu.

3. Kdy odpovídat na námitky:

- *Předem?* Pokud je očekáváme, můžeme učinit „preventivní“ kroky.
- *Ihned?* Jsme-li připraveni reagovat bezprostředně.
- *Později?* Potřebujeme-li získat čas. Účinným způsobem je předložení ústního návrhu na poskytnutí doplňujících informací např. po dokončení prací na analýze.





Jak pracovat s trémou?

Zcela bez trémy jsou jen psychologicky velmi problematictí lidé. Normální člověk pocituje trému a naučí se s ní zacházet. Existuje mnoho rad, jak se trémě bránit. Dvě jsou naprosto spolehlivé: dobře se připravte, vše zkontrolujte a nebojte se zapojit auditorium, „hodte“ své obavy do auditoria v podobě otázek, diskuse apod. Uvědomte si, že žádný profesionál vystupující na veřejnosti není úplně bez trémy. Herci, když necítí trému, se dokonce obávají, zda to negativně neovlivní jejich výkon. Jistá dávka trémy pomáhá k výkonu.

Trému je třeba udržet pod kontrolou. Pokud necháte trému, aby nad Vámi zvítězila, Váš postoj bude strnulý, pohled nejistý a kradmý, budete pravděpodobně mluvit rozdechvěle, příliš potichu nebo naopak příliš hlasitě, příliš rychle, budete ztrácet dech, hrát si s tužkou, dělat roztržité pohyby rukama, sahat si zbytečně do vlasů a na obličej atd.

Čím více si prezentující svou nervozitu uvědomuje, tím je nervóznější – je to začarovaný kruh. Neberte prezentaci až tak vážně a ani svůj význam nepřeceňujte. V nejhorsím se Vám prezentace tentokrát nepovede, ale příště to napravíte.

Pokud chcete zvítězit nad trémou, dobře si svou prezentaci připravte a zkontrolujte. Projděte si materiály, se kterými budete pracovat. Udělejte si scénář, aby Vás nestresoval čas. Ujistěte se, že to, co máte připraveno, odpovídá tomu, co pravděpodobně posluchači očekávají. Má to logiku a spád? Pokud ano, nemáte se čeho obávat.

Bojíte se, že nebudete vědět, jak dál, že budete mít „okno“? K tomu jsou poznámky – nahlédnete do nich a vybaví se Vám „nit“. Máte strach, že se ve Vás vše sevře a nebudete schopni mluvit? Je třeba dýchat zhluboka a pomalu, mluvit zvolna a s častými přestávkami.

Bojíte se, že na Vás padne deprese? Je třeba navádět pozitivní přístup, nemluvit o svých obavách. Je vhodné opakovat pozitivní výrazy např. „Dokážu to“, „Jsem dobře připraven“, „Lidé mě přijmou“.

Máte obavy, že na začátku zapomenete, co říci? Je dobré umět prvních pět až sedm vět z paměti. Těchto pět až sedm vět je třeba mít napsané v poznámkách.

Školáckou chybou je začínat své vystoupení omluvami, že nejste ten správný člověk. Chyby pravděpodobně dělat budete, ale nedělejte ještě tu chybu, že o své „nedostatečnosti“ předem mluvíte.

Konečně se neznervózňujte zbytečnou stylizací. Buďte sami sebou a budete jistější, než když budete něco předstírat a někoho křečovitě napodobovat.

A na závěr něco velmi důležitého: tréma z Vás spadne, pokud rychle zapojíte auditorium. Není to snadné, ale stojí to za to, přesvědčte se, „hodte“ svou nervozitu a počáteční trému do publika, Začněte „bombičkou“ a interakcí a auditoriem

