

Arturas Laskauskas

PREZENTACIJA *kitaip,*
arba pamirškite
migdančias
skaidres



Nuotykis su buteliu (vietoj įžangos)	6
--	---

1

KUR RASTI IDĖJŲ IR INFORMACIJOS

Nepakliūkite tarp 75 % pralaiminčiųjų, arba grafikas prieš startuojant	10
E. Preslis neturėjo tinklalapio, arba seni geri metodai vis dar veikia	11
1 metodas Razinos „iš lubų“, arba kaip prisišaudyti spontaniškų idėjų	12
2 metodas Devintokės radioaktyvumas, arba kaip išspausti naudos iš nežinojimo	13
3 metodas Eksperimento patirtis, arba išskirtinė informacija	14
4 metodas Geras žmogus ministerijoje, arba kaip gauti neprieinamos literatūros	16
5 metodas Nemandagus už visą milijoną, arba kaip „įdarbinti“ žurnalistus	16
Pasaulis pagal Google, arba šiek tiek interneto	19
Paieškos rezultatų potvynis ir kaip su juo kovoti	19
Liaudies balsas interneto forumuose	20
Kitos „žuvingos“ vietos internete	21
Prezidentas 5 minutėms, arba kaip pasirinkti patikimesnę informaciją	21

2

KAIP SUTVARKYTI INFORMACIJĄ

Popierius ir pieštukas, arba ką daryti prieš įsijungiant skaidrių programą	26
Idėjų retinimas, arba kam persidirbti	26
Pažertos laikrodžio detalės, arba kodėl reikia susisteminti informaciją	28
Dvejos durys, arba kiek teminių blokų reikėtų palikti	30
Skaidrės dėstytojams, arba kodėl iš 3 000 žodžių verta pasirinkti svarbiausią	33
Sniego kamuolio principas, arba kaip aplipdyti prezentacijos branduolį	34
Jūs ne taksistas maniakas – startuokite tik pasirinkę kryptį	35
Prezentacijos tikslas pagal „Rojaus“ ir „Pragaro“ modelius	37
Miego pardavėjas ir populiariausi naudos pasiūlymai	41
„Vieno sakinio prezentacija“	43
Ciceronas ir scenarijus pagal „5 sakinių taisyklę“	44
Kruizinis laivas, arba 2 priedai prie „5 sakinių taisyklės“	47
„Smėlio laikrodžio“ schema ir trys prezentacijų rūšys	51
Trumpiausias gyvenimas, arba kodėl reikia „prisukimo raktelio“	57
Numeruoti kelio stulpeliai, arba priminkite maršrutą	58

3

KAIP SUSTIPRINTI [SPŪD]

Jums nereikia galingo instrumento – reikia daugybės galingų instrumentų	62
1. Garso priemonės	63
Paršas prie vargonų, arba istorija, nuo kurios neįmanoma atsitraukti	63
Blogiausias viešbutis, arba kuo konkrečiau	68
„Aritmetika, nebijok – jie tavęs nelies“, arba apskaičiuokite už klausytojus	69
Kuprinė su pinigais, arba intriguojantis palyginimas	71
Burgundija laimi prieš hektarą, arba kaip paryškinti skaičius	73
Įžymybė ant banknoto, arba klausimas su atsakymų variantais	75
Nuo šiol nė vieno teiginio be pavyzdžio	76
Oblius, kirvis ir ypatingas atvejis – įžanga	78
2. Vaizdo priemonės	80
Elektroninės galimybės: PowerPointas	80
Rankšluosčiai ir 10 populiariausių mitų apie skaidres	81
Skaidrių krizė, arba kodėl pribrendome naujam PowerPointui	84
Kitoniškai japoniškai, arba karališko dydžio tekstas	85
Greitas motociklas ir dar greitesnis skaidrių patobulinimas „10 / 20 / 30“	87
Tokijo architektų požiūris: pečiakučia	89
Prekė kosmosui, arba šveicariška kokybė	90
Dar viena skaidrių dieta	92
Nuo Amerikos iki Azijos: požiūrių panašumai	94
Neelektroninės galimybės, arba kas veikia net ir dingus elektrai	96
Žuvis pilotams ir kiti piešiniai ant popieriaus	96
Skrandis kaip popierius, arba 3D daiktai	106
3. Interaktyviosios priemonės	110
Laiminga pabaiga	112

4

PRIEDAI: idėjos jūsų prezentacijoms

1 priedas. Greitai sukuriamų piešinių pavyzdžiai	116
2 priedas. 10 greitojo skaidrių patobulinimo pavyzdžių	118
3 priedas. 10 istorijų, faktų ir kitų idėjų įžangoms	123

1 metodas

Razinos „iš lubų“, arba kaip prisišaudyti spontaniškų idėjų

Žinote, kokia prezentacijos tema. Apskaičiavote, kiek laiko lieka iki pasirodymo priešais publiką. Padalinote tą laiką į tris dalis. Kas toliau?

Briusas Ly (*Bruce Lee*, 1940–1973), ryškiausia XX a. Rytų kovos menų figūra, yra pasakęs: „**Priimk tai, kas naudinga. Atmesk tai, kas nenaudinga. Ir pridėk tai, kas yra tavo paties.**“ Priimti informaciją, naudingą prezentacijos tikslui pasiekti, dar spėsite, atmesti nenaudingą – taip pat. Visų pirma pagalvokite, ką galite pridėti savo paties. Susirašykite visas su tema susijusias idėjas, kurios spontaniškai šauna į galvą (tai ta pati *brainstorming*, arba „smegenų šturmo“, technika, dar vadinama „minčių lietumi“). Pvz., rengiame prezentaciją „Lietuvos patrauklumas užsienio turistams“. Daug negalvodami imame ir rašome: „Trakų pilis, Nidos kopos, Vilniaus „Akropolis“, Palanga...“

Idėjos „iš lubų“ byrės dar greičiau, jeigu prikalbinsite prisidėti šeimos narį ar draugą. Jam pasakote pirmą pasitaikiusią savo idėją, pagalbininkas sugalvoja antrą, kuri jums duoda impulsą trečiaj, ir t. t. Jūsų porininkas

gali prisiminti skaitę, kad 3,1 mln. turistų Lietuvoje praleidžia 1 dieną, o 1,9 mln. – 2 ir daugiau dienų per metus. Jums kyla mintis palyginti Lietuvos ir kaimyninių valstybių turizmo apimtis. Užsirašote: „Lietuva: 3,1 + 1,9 mln. turistų; Latvija: ... Estija: ... Lenkija: ... Suomija: ...“ Vietoj daugtaškių vėliau įrašysite skaičius, o kol kas prisimenate M. K. Čiurlionio muziejų Kaune, Kryžių kalną, Grūto parką, buvusią sovietinių branduolinių raketų bazę prie Platelių ežero, Vilniuje pastatytą pirmąjį pasaulyje paminklą Frenkui Zapai (*Frank Zappa*)...

Štai ir ryškėja prezentacijos potėmės:

- atvykstamojo turizmo mastai (Lietuvoje, Latvijoje, Estijoje, Lenkijoje, Suomijoje);
- išskirtinės lankytinos vietos (Nacionalinis M. K. Čiurlionio muziejus, Kryžių kalnas, F. Zapos paminklas);
- gražiausia gamta (Nidos kopos, Aukštaitijos ežerai);
- pirminių turizmas (baltarusiai Vilniuje);
- medicininis turizmas (išeiviai savaitgaliais grįžta taisyti dantų);
- nostalgijos turizmas (rusai Palangoje).

Žodžiu, kol kas nieko nerūšiuodami ir neatmesdami užsirašote kuo daugiau spontaniškų idėjų. Kai kurie kūrybinių profesijų žmonės net ir vonios kambaryje arba miegamajame turi pasiruošę popieriaus ir rašiklį – niekada nežinai, kada pasibels įkvėpimas (prisimenu, kaip tris dienas sukau galvą, o geriausia idėja aplankė kaip tik tą akimirka, kai ryte lipau iš lovos). Verta pasižymėti ir tinkamus faktus (pvz., kažkur skaitėte, bet nesate tikri, ar tikrai Grūto parkas yra didžiausias sovietinių relikvijų muziejus Europoje – pirmiausia užsirašykite, o vėliau patikrinsite).



2 metodas

Devintokės radioaktyvumas, arba kaip išspausti naudos iš nežinojimo

Kauniečių šeima papasakojo tokį nutikimą. Devintokė dukra mokykloje gauna užduotį. Prezентacija „Radioaktyvumas“. Tema ne iš lengvųjų. Moksleivė tiesiu taikymu eina prašyti pagalbos: „Tėti, nuo ko pradėti?“ Tas pasikaso pakaušį: „Hm, tai kad aš ne fizikas, manęs galėtum klausti apie mediciną.“ O kokia gerb. ekspertės „Vikipedijos“ nuomonė? Vajergau, „spontaniškas nestabilių kurio nors cheminio elemento izotopų virsmas kito elemento izotopais, išspinduliuojant...“ Ne kažin kas. Prabėga viena diena, antra, trečia... Devintokė grįžta iš mokyklos. Prezентacija įvertinta toli gražu ne geru pažymiu. Ir net ne patenkinamu. Pačiu... geriausiu pažymiu!

Pasižiūrėkime, kas nutiko prieš tai. Kai nebežinojo, ko griebtis, tėtis paskambino pažįstamam technologijos mokslų daktarui. Šis capt iš savo lentynos knygą. Branduolinės energetikos fizikiniai pagrindai ar kažkas panašaus. Prašom – turėtų tikti.

Viskas teisėta: devintokės tėtis kreipėsi į tinkamą ekspertą. Tą patį galite ir jūs. Kaip ekspertą pakalbinkite savo šeimos gydytoją, pažįstamą chemijos mokytoją, pusę pasaulio apkeliavusį giminaitį ar netgi nepažįstamą muziejaus darbuotoją. Gerai pasukę galvą, visada atrasite pažįstamą, kuris žino tinkamo specialisto telefono numerį. Čiagi pusbrolių kraštas – per 5 tarpininkus įmanoma prieiti ir prie paties pačiausio, kurio pavardės dėl laiko stokos neminėsime...

Jei visgi nesiseka prisikalbinti tinkamo eksperto, apsvarstykite kitą galimybę – pakalbinti vieną kitą būsimos savo prezentacijos klausytoją. Pasiteiraukite, kas jam

būtų įdomiausia, ką norėtų sužinoti, ką jau žino? Na, o jeigu net ir tokios galimybės nėra, šnektelkite bent jau su žmonėmis, artimais tikslinei grupei.

Pavyzdys iš mano patirties. Netikėtai gaunu kvietimą į mokslinę konferenciją – susirinks 100 direktorių iš visos Lietuvos profesinių mokyklų. Mano pranešimo tema – „Kūrybiškas mokymo turinio pateikimas“. Ką gi, turėčiau ką pasakyti, bet ar tai aktualu būtent šios konferencijos dalyviams? Per savo gyvenimą nebuvau net praėjęs pro profesinę mokyklą arčiau kaip per 100 metrų. Ką aš darau toliau? Keliauju pasikalbėti pas pažįstamą gimnazijos mokytoją – juk apie mokyklas ji išmano daugiau negu aš. Vėliau paskambinu į tris profesines mokyklas, įsikūrusias Alytuje, Šiauliuose ir Vilniuje. Kaskart prisistatau vadovui arba vadovei, atvirai sakau tiems nepažįstamiems žmonėms, kad rengiu prezentaciją tam tikrai konferencijai, prisipažįstu, kad jaudinuosi. Paskiriu pokalbiams porą valandų, bet sužinau visko devynias galybes. Paprasta.



Geriausias vaikiškas vežimėlis, arba techniniai duomenys „neveža“

Vieną gražią dieną jūs užsimanote ausinių – kad galėtumėte klausytis muzikos. Elektrotechnikos parduotuvėje dvejodami apžiūrinėjate koncerno „Super Duper“ modelį „Bum bum 6969“. Pardavėjas iš paskutiniųjų stengiasi įtikinti, kad tai geros ausinės, juk va kokie techniniai duomenys: 24 Ω , 100 dB/mW, 18–20 000 Hz, 3,5 mm, 1,5 m ir t. t. Jei nesate radijo inžinierius, nuo tokių burtažodžių gali apsisukti galva. Tie 24 omai – gerai ar blogai? Einate toliau ir stabtelite prie išmaniųjų telefonų vitrinos. Pardavėjas ir vėl paslaugus: dar viena skaičių ir matavimo vienetų orgija...

Jei vien skaičiukai padėtų sėkmingai parduoti prekę, paslaugą arba idėją, jums nereikėtų skaityti šios knygos. Deja, omai, decibelai, hercai, terabaitai, liumenai, skoviliai ir kitos abrakadabros ne visuomet „veža“. Paaiškinimas paprastas: normalus žmogus neprivalo išmanyti *kiekvienos* prekės gerų arba blogų techninių duomenų, kai prekybos centre siūloma 50 000 ir daugiau skirtingų prekių. Gerai dar, jei bent matavimo vienetai pažįstami – o ką daryti, kai pirmą kartą išgirsti apie skovilius pipirų aštrumui arba delus skausmo stiprumui matuoti (gerbiami vyrai, ar pakeistumėte požiūrį į gimdymo skausmus, jei *Power-Pointo* skaidrėje perskaitytumėte, kad jie buvo lygūs 57 delams?)... Publika reaguoja ne į techninius duomenis. „Veža“ kitkas.

Pernai į mane kreipėsi prekybos tinklas – tobuliname vidurinio lygmens vadovų prezentacijas. Jiems pateikiau pavyzdį: kaip dviem būdais pirkėjams pristatyti tą patį vaikišką vežimėlį. Paprasčiausia būtų taip: „Labą dieną, aš esu pardavėjas Rimantas. Dairotės vežimėlio? Rekomenduojau atkreipti dėmesį į naują modelį „Tram pam pam“. Jo svoris 7,5 kg, ilgis – 94, plotis – 49, aukštis – 103 cm, ratukų skersmuo – 19 cm, reguliuojamą nugarėlę galima atlošti iki 163 laipsnių, yra 5 taškų saugos diržai...“

Tačiau tai būtų tik antrarūšis būdas. Geresnis skambėtų taip: „Šio vežimėlio plotis su ratais – tik 49 cm. Kokia iš to nauda jums? Atsakysiu: kai vyksite į svečius pas draugus, gyvenančius daugiaaukščiame name, jums niekada nereikės viena ranka laikyti kūdikio, o kita mauti vežimėlio ratų, netelpančių pro lifto duris. Šis vežimėlis yra siauresnis už kitus, todėl ir neišardytas be vargo įvažiuos į kiekvieną liftą.“

Nauda, kurią teikia prekė! Štai kas žmones sudomina labiau negu techniniai duomenys. O kad galėtumėte šiuos abrakadabrinis duomenis išversti į žmonių kalbą, tinka stebuklinga formulė:

„Kokia iš to nauda jums? Atsakysiu...“

Pvz., „Šių akinių lęšių indeksas – 1,53. Kokia iš to nauda jums? Atsakysiu: šie lęšiai nedūžta, nelūžta ir yra atsparesni raizymui.“



„Vieno sakinio prezentacija“

35-ame puslapyje minėjau, kad prezentacijos struktūrą konstruosime pagal „sniego kamuolio“ principą: pirmiausia sukursime „Vieno sakinio prezentaciją“, paskui ją praplėsime iki 5 sakinių, dar vėliau – iki struktūros, kurios pakanka 20 min. prezentacijai.

Beje, šioje knygoje tik vieną kartą jums bus pasiūlyta atlikti mokomąją užduotį. Ir tas vienas kartas yra dabar. Taigi, užduotis: prisiminkite paskutinę savo rengtą prezentaciją. Pagalvokite, kaip jos išorinį tikslą kuo tiksliau pasakytumėte vienu sakiniu – pagal „Rojaus“ arba „Pragaro“ modelį (žr. p. 39). Užsirašykite tą sakinį – netrukus prireiks.

Jeigu pagal „Rojaus“ arba „Pragaro“ modelį savo prezentacijos išorinį tikslą jau esate suformulavę vienu sakiniu – sveikinu, nes tas sakiny s ir yra gatava „Vieno sakinio prezentacija“! Netikite? Pasižiūrėkite į savo užrašytą sakinį: ar jis įvardina klausytojams aktualią problemą? Tikiuosi, kad taip. O ar yra konkretus pasiūlymas ką nors daryti kitaip nei iki šiol? Yra. Jeigu taip – parengę vos vieną sakinį, klausytojais jau rūpinatės labiau nei tie, kas skaidrėse užrašo 1 000 sakinių, bet pamiršta esmę...

Rekomenduoju „Vieno sakinio prezentacijos“ tekstą užsirašyti kiekvieną kartą, kai pradėsite rengtis susitikimui su publika. Pritaikysite dvejopai:

1. **Kai tarpdury** svarbiausias klausytojas netikėtai paprašys trumpai pasakyti prezentacijos esmę – nepadarysite klaidos, kurią tokią akimirką daro dauguma pranešėjų. Jie pasako, apie ką kalbės per prezentaciją (nurodo temą). Tačiau svarbiam asmeniui būtų 10 kartų naudingiau sužinoti ne temą („Supratau, jūs kalbėsite apie konkurencinę aplinką“), o žinią („Supratau: jeigu norime atsilaikyti prieš naują konkurentą, dėl kurio jau prarandame pusę užsakymų, jūs siūlote įgyvendinti trijų dalių planą“). Ne nuo temos, o nuo žinios priklauso, ar sutiktasis asmuo turi elgtis kitaip negu iki šiol.
2. **Kai kursite normalios trukmės pranešimą**, „Vieno sakinio prezentacija“ bus struktūros stuburas. Apie tai – jau kitame skyrelyje.



„Vieno sakinio prezentacija“ – tai tarsi svarstyklės, kurias išbalansavo klausytojų **problema**, o pusiausvyrą galima grąžinti, ant kitos lėkštelės padedant jūsų siūlomą **sprendimą**.

Prekė kosmosui, arba šveicariška kokybė

1962 m., Hjustono miestas (JAV). Vienas NASA darbuotojas vykdo specialią užduotį: eina per parduo-tuves, niekur neprisistato, visur perka po vieną panašių serijinių prekių pavyzdį. Tų prekių reikia moksliniams bandymams – jos turės atlaikyti galingus smūgius, vib-raciją, temperatūrą nuo -18 iki +93 °C, vandens garus, nesvarumo būklę ir stiprų magnetinį lauką.

Po keleto mėnesių. Paaiškėja, kad visus išbandymus atlaikė vienintelė prekė. Ją NASA paskelbia tinkama skrydžiams į Mėnulį. Vėliau tokį patį gaminį į kosmosą pasiima rusų kosmonautai. Ta prekė – šveicariškas laik-rodinis. Jo pavadinimas – „Omega Speedmaster Profes-sional“. Tai griežčiausiais pasaulyje testais patikrintas rankinis laikrodinis.

Griežčiausių testų rinkinys yra sukurtas ir skaidrėms. Jo autorius – šveicarų retorikos treneris Matijusas Pio-mas (*Matthias Pöhm*), parašęs knygą „Vis dar kuriate prezentacijas ar jau žavite? *PowerPointo* paklydimas“. Supažindinsiu su šio eksperto požiūriu ir kai kuriais teiginiais.

- **Skaidrės ekranui ir skaidrės, skirtos spausdinti, yra ne tas pat.**

Didžioji dauguma *PowerPointo* naudotojų suplaka krū-von dvi skirtingas programos pritaikymo galimybes, kai galima sukurti: 1) prezentacijos skaidres, skirtas rodyti ekrane, 2) dalijamąją medžiagą, skirtą atspausdinti ir iš-dalinti klausytojams. M. Piomas siūlo ekrane palikti tik 5 % to turinio, kuris spausdintu pavidalu išdalinamas klausytojams. Tai reiškia, kad dalijamoji medžiaga ir skaidrės ekranui kuriamos atskirai.

- **Skaidrėje rašomi ne sakiniai, o kuo trumpesnės frazės.**

Pasak M. Piomo, ekrane reikia kuo mažiau teksto, be to, jis turi būti toks, kad be pranešėjo paaiškinimų publikai būtų neaiškus. Tik šitaip sukuriamą įtampa ir žadinamas smalsumas.

- **Pranešėjo sakomas žodis turi neatsilikti nuo žinios pasirodymo ekrane.**

Visiems įprasta tokia prezentacijos eiga:

1. ekrane įjungiama nauja skaidrė;
2. pranešėjas pradeda komentuoti.

Ir kas nutinka? Publika skaidrės tekstą perskaito grei-čiau už prezentacijos autorių ir ima nuobodžiauti. Pagal šveicarų eksperto rekomendacijas reikėtų daryti kitaip: sakant sakinį, skaidrę įjungti ne iš anksto, o tuo mo-mentu, kai ištariama svarbiausia sakinio vieta – tarkime, skaičius. Pvz., pranešėjas sako: „2012 m. japonų turistų Lietuvoje padaugėjo...“ – tik dabar įjungiama skaidrė, kurioje stambiu šriftu parašyta „35 %“, ir prezentacijos autorius baigia sakinį: „...35 procentais.“



- **Vienoje skaidrėje – tik 1 žinia.**

Tai reiškia, kad skaidrėje rašoma tik 1 frazė. Vietoj jos gali būti 1 nuotrauka, diagrama ar piešinys (kitais variantais, grafinė žinia). Jeigu rodoma nuotrauka ir prie jos užrašytas komentaras – tai jau ne viena, o dvi žinios.

- **Diagrama parodoma ne visa iškart, o dalimis.**

Pyrago pavidalo diagrama, stulpelinis grafikas, schema arba skaičių lentelė neturi užgriūti publikos visu sunkumu – tai pernelyg apkrauna momentinę atmintį ir sukelia atmetimo reakciją. Geresnis būdas – po vieną atskleisti vis naujus diagramos elementus, t. y. duomenis pateikti porcijomis. Pvz., jei stulpelinį grafiką sudaro 4 stulpeliai, pateikiantys 2012, 2013 ir 2014 m. rodiklius, pradžioje rodomas tik pirmas stulpelis (2012 m.). Vėliau pranešėjas spusteli kompiuterio klaviatūros klavišą, ir ekrane atsiranda antras stulpelis (2013 m.)... Taip ir leng-

viau sekti pokyčius, ir įdomiau. O jeigu išsyk parodoma viskas – nebelieka intrigos.

- **Įmonės logotipas neturi šmėžuoti ekrane nuo pirmos iki paskutinės sekundės.**

Pacituosiu M. Piomą: „Jeigu logotipas rodomas kiekvienoje skaidrėje, dėmesys nuolat atitraukiamas nuo tikrosios žinios. Jūs tikrai dar nė karto nesate gavę užsakymo vien dėl to, kad kiekvienos *PowerPointo* skaidrės apatiniame dešiniame kampe įkomponavote savo įmonės logotipą.“

Pats M. Piomas anksčiau buvo įsitikinęs, kad pakanka teisingai naudoti skaidres. Dabar jis teigia, jog stipresnį įspūdį galima padaryti visai be skaidrių. Dvi gerosios išimties: skaidrės tinka nuotraukoms ir akcijų kurso kreivėms rodyti.



Metodo privalumai:

- Apsaugo nuo didžiųjų klaidų, dėl kurių vien per artimiausią valandą visame pasaulyje žlugs vidutiniškai 3 000 prezentacijų.
- Taiko tuos pačius principus kaip ir geriausių reklamų kūrėjai: daroma viskas, kad publikai būtų suprantama ir nenuobodu.
- Ragina *PowerPointo* skaidrėms gražinti pirminę paskirtį – rodyti vaizdus, o ne tekstus.
- Atskiria publikai rodomas skaidres nuo dalijamosios medžiagos – ekrane išvengiama teksto pertekliaus, o spausdintuose dokumentuose – paviršutiniškumo.



Trūkumai:

- Lietuvoje šis požiūris gali atrodyti pernelyg radikalus. Jam reikia pribręsti.
- Kai kuriais teiginiais galima pasinaudoti tik turint nemažai patirties.
- Atskirai rengiant skaidres ekranui ir skaidres dalijamajai medžiagai, reikia skirti daugiau laiko. Kokybė kainuoja – kaip ir visada.
- Dauguma įmonių turi savo firminį grafikos stilių, kuris nurodo ir oficialų *PowerPointo* skaidrių šabloną. Pagal jį dažniausiai privaloma logotipą rodyti kiekvienoje skaidrėje, o to nepaisyti – beveik tas pat kaip išduoti tėvynę. Jeigu prezentacijos autorius turi kūrybinį sumanymą ir konkrečią skaidrę nori maketuoti kitaip – tenka rinktis vieną iš dviejų blygybių. Abi – be laimingos pabaigos...

9 pavyzdys

Rosvelo ateivių legenda

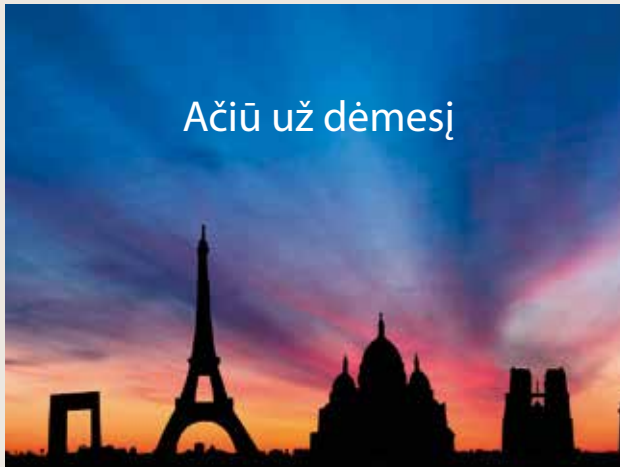
- Tai garsiausias NSO pasirodymo atvejis
- 1947 m. spauda rašė apie skraidančias lėkštes
- Slepami ateivių palaikai?
- Kariškių versija: ne NSO, bet oro balionas



Šiuo atveju publiką domina ne skaitiniai, o dokumentai (pvz., nuotrauka). Visa kita pranešėjas gali papasakoti.

10 pavyzdys

Ačiū už dėmesį



www.adresas123.lt

Paskutinę prezentacijos skaidrę galima išnaudoti naudingiau negu vien padėkoms. Pvz., užrašykite savo svetainės adresą. Arba išvis atsisakykite tokios skaidrės, o sutaupytą laiką skirkite raginimui: ką publikai siūlote daryti kitaip negu iki šiol.

3 priedas | 10 istorijų, faktų ir kitų idėjų įžangoms

Kai žmonės teiraujasi mano kūrybinės pagalbos ir paklausiu, kada turi būti parengta prezentacija, dažnai iš anksto žinau, koks bus atsakymas. Vakar, nes „dega“...

Suprasdamas tai, pateikiu jums 10 atsarginių istorijų ir faktų, susietų su skirtingomis verslo temomis: atnaujinimas, patobulinimas, rezervai, komunikacija, optimizmas... Tiesiog imkite ir naudokite kaip prezentacijos įžangą.

O jeigu jums reikia specifinės idėjos, bet neturite laiko kūrybai, parašykite man elektroninį laišką:

a.laskauskas@gmail.com

Išradingumas

„1968 m. chemikas Spenseris Silveris (*Spencer Ferguson Silver*) bandė sukurti naujoviškus klijus. Pagal jo formulę pagaminta lipni masė gerai prilipdavo prie bet kokio paviršiaus, bet taip pat gerai ir atsiklijuodavo. Komercinės sėkmės nesulaukta. Po 6 metų chemiko bendradarbis Artas Frajus (*Art Fry*) pasiėmė iš laboratorijos tų pačių klijų ir patepė jais popierinį knygos skirtuką – kad jis neiškristų, kai knygą laikai nuožulniai. Taip buvo išrasti spalvoti lipnieji lapeliai užrašams, kuriuos amerikiečių žurnalas „Fortune“ drauge su kompaktiniu disku ir lėktuvu „Boeing“ priskyrė prie svarbiausių XX a. išradimų (publikai parodome geltonų 76 x 76 mm dydžio lipniųjų lapelių bloką).

Arto Frajaus išradimo esmė – netradiciškai pritaikyti tai, kas sukurta anksčiau. Dabar pristatysime pasiūlymą, kurio esmė yra panaši. Mes taip pat netradiciškai pritaikėme tai, kas išrasta anksčiau...”

Optimizmas

„Prieš sukurdamas elektros lemputę, tinkamą masinei gamybai, išradėjas Tomas Edisonas (*Thomas Edison*, 1847–1931) atliko 9 000 nesėkmingų bandymų. Kai po dar vieno nepavykusio eksperimento bendradarbiai jau nuleido rankas, T. Edisonas pasakė: „Mums dar nepavyko, bet tai nėra nesėkmė. Mes tiesiog sužinojome 1 000 būdų, kaip elektros lemputė negali būti gaminama. Mums pavyks.“ Ir pavyko. Per savo gyvenimą T. Edisonas užpatentavo daugiau išradimų negu bet kas kitas per ilgą žmonijos istoriją.

Kolegos, šiomet mes dar nepadidinome rinkos dalies tiek, kiek norėjome. Tačiau sužinojome dar vieną būdą, kaip negalime išsiveržti į pirmąją vietą. Prisiminkime Tomą Edisoną ir pasistenkime dar kartą...”

Geriausias

„Melionuose yra visų įmanomų vitaminų, mineralų ir mikroelementų. Tačiau kai trūksta vitamino A, ieškome žuvų taukų, kai stinga vitamino C – citrinų, o ne melionų. Žmogui reikia ne to, kuris turi visko po truputį, bet to, kuris geriausias savo srityje.

Mūsų įmonė nesiūlo jums visko po truputį. Mes siūlome konkrečiai tai, ką sugebame geriausiai, t. y. ...“

Atnaujinimas

Tylomis nupiešiate žmogeliuką. Per jo kaklą perbrėžiate raudoną brūkšnį. Atsisukate į klausytojus ir tariate: „Dauguma senovės Romos skulptūrų buvo sukurtos