



VJEŠTINE USPJEŠNOG POSLOVNOG PREZENTIRANJA

edukacijski trening za slovenske menadžere

Bled, 17. travnja 2009.

dr.sc. Davor Perkov



SVRHA treninga

Unapređenje vaših
kompetencija poslovnog
komuniciranja i
prezentiranja da biste bili
uspješniji u ostvarenju
organizacijskih i
individualnih **ciljeva**.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

2

Savršena komunikacija bi postojala kada bi **misao** ili **ideja** bila prenesena tako, da **svjesna slika** koju je percipirao primatelj, bude **istovjetna slici** koju je zamislio pošiljalatelj!

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov

3

- Učinkovito komuniciranje je **najvažnija vještina** u životu koja se može **uvježbati** (istrenirati).
- Bez ovladavanja vještinama **govora i slušanja** drugih, menadžeri ne mogu daleko stići i napredovati u karijeri!

Komunikacija je prodajni proces

Sastoji od:

- prezentacije
- pregovaranja i
- Prodaje (i postprodaje)



Da biste prodali ideju, sobu, prijedlog, znanje, proizvod, uslugu, program ili nešto drugo, morate ih **argumentirano prezentirati** tako da vašim sugovornicima bude razumljivo što im nudite i po čemu ste **drukčiji od drugih!**

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

5

Tržište čine ljudi

Tržište čine pojedinci, kupci. Nikada ništa nisam prodao "tvrtkama", "trgovinama", "tvornicama", "industrijskim postrojenjima" i "kućanstvima". Niti jednom nisam uspio ni kod jednog od tih "subjekata".

- Nešto se može **prezentirati (prodati)** samo **osobi**, čovjeku, ljudima.

-Vaša **moć komuniciranja i vaš entuzijizam** - a ne samo znanje - ključ su vašeg uspjeha.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

6

Strah od javnog govora češći je od prehlade

⇒ Da biste postigli svoje ciljeve, morate nešto pokazati (uraditi) ili reći. **Morate komunicirati!**

⇒ Dobra prezentacija misli i ideja **prvi je korak** kojim se uspješno predstavljate i širom otvarate vrata zanimanju drugih ljudi za ono što ćete im nakon toga pokazati ili reći.

⇒ Ako ne komunicirate na **način prihvatljiv vašim sugovornicima**, i najbolje zamisli i planovi, u koje je uloženi veliki trud, neće se ostvariti.

⇒ Budući da i drugi ljudi misle svojom glavom, **tijekom komuniciranja izloženi ste ocjeni sugovornika**. Dobra ocjena znači dobar prijem poruke. Loša ocjena znači suprotno - često i kraj komunikacije!

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

7

Male tajne protiv straha

- Ono što prezentirate samo je **dio** ("marka") vašeg ukupnog znanja ("razglednice").

- Uvjerite sebe, da to što izlažete **znate bolje** od auditorija

- Uz sebe imajte svoju **amajliju** (figuricu) tj. predmet u koji ćete pogledati kada vam je najteže tijekom javnog nastupa.

- **Uvježbajte prezentaciju** 1-2 puta



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

8

Što je prezentacija?

Prezentacija je predstavljanje, prikazivanje, predavanje, izlaganje.



“Prezentacija je iznošenje strukturiranog redoslijeda misli određenim primateljima.”

E. Hierhold

“Prezentacija je predava na kojoj prezentator određenom krugu ljudi iznosi pripremljene sadržaje.”

J.W. Seifert

Prezentaciju promatramo kao planirani i organizirani proces prenošenja mentalnih sadržaja od pošiljatelja ka primatelju.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

9

Pobijedite sami sebe!

⇒ Osnovna prijetnja uspješnoj prezentaciji jeste - VI.

⇒ Vaš strah, vaše neznanje i vaša ev. nepripremljenost, upropastiti će svaki vaš pokušaj da predstavite nove informacije ili ideje.

⇒ Na vama je da te prijetnje suzbijete samopouzdanjem, znanjem i pripremljenošću, kako biste održali uspješnu prezentaciju.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

10

6 strahova i kako ih nadvladati

⇒ **Strah od nepoznatog** pobjeđuje se poznavanjem tehnika prezentacije i stalnim vježbanjem.

⇒ **Strah da vas krivo ne razumiju** svladat ćete dobrim zabilješkama te jasnom i jednostavnom prezentacijom.

⇒ **Strah od publike** rješava se poznavanjem ljudske psihologije.

⇒ **Strah od loše čujnosti** svladat ćete dobrom produkcijom glasa.

⇒ **Strah od pojedin(a)ca** pobjeđuje se koncentracijom i treningom pamćenja.

⇒ **Strah od fizičke reakcije** pobjeđujete dubokim disanjem i psihičkim prilagodbama (autogeni trening npr.).



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

11

Poslovna prezentacija

⇒ Prezentacije, kojima je cilj poslovna odluka slušatelja, usmjerene su k upoznavanju nazočnih s:

- **proizvodom** (ili uslugom),

- **načinom primjene**, te

- **koristima** koje slušatelj može imati.

⇒ Od ove vrste prezentacija očekuje se da pobudi **zanimanje slušatelja** i da potakne na pitanja, koja mogu dovesti do očekivane poslovne odluke.

⇒ Poslovna prezentacija slična ovoj, zahtijevat će od govornika **detaljnu pripremu i jasan slijed misli**, brojne pokazatelje i analize, a od nazočnih se očekuje sudjelovanje putem pitanja, komentara i prijedloga.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

12

OTVARANJE – osnovna struktura prezentacije

OTVARANJE	ODREĐIVANJE SADRŽAJA O KOJEMU ĆE SE GOVORITI	IZLAGANJE	DOKAZIVANJE I ANIMIRANJE	ZAKLJUČIVANJE	USMJERAVANJE
Objasnite svrhu izlaganja u 1-2 rečenice	Najavite 2-3 glavne teme o kojima ćete govoriti	Objasnite svaku temu posebno i detaljno	Navedite primjere iz života da biste bili uvjerljiviji	Sažeto ponovite što ste govorili	Iznesite prijedlog slijedećih mogućih koraka (akcija)
Ako to niste u stanju, niste spremni za prezentaciju	Izlaganje s više od 3 glavne teme djeluje nepregledno	Govorite, pokazujte, činite	Koristite anegdote da biste ih zabavili	Otvoranje prezentacije = građenje mostova između prezentatora i auditorija	

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

13

Ciljevi prezentacije



- Osvojiti i što duže zadržati **pozornost** primatelja.
- Uspostaviti što prije **razumijevanje** između pošiljatelja i primatelja.
- Izazvati i stalno održavati **interes** primatelja za temu i pošiljatelja.
- Pobuditi želju kod primatelja da **učine** ono što im se savjetuje.

Verbalna komunikacija čini samo **7%** poruke, sve ostalo je "neverbalna poruka"

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

14

Kako biti uvjerljiv presenter?



1. Niti jednog čovjeka nećemo nikada uvjeriti samo **činjenicama**.
2. Naši slušatelji ne žele biti samo potaknuti racionalno, već i **emocionalno**.
3. Oni moraju osjećati da potpuno **stojimo** iza toga što govorimo.
4. Svoje stajalište trebamo zastupati cijelom svojom **osobom**, a ne samo riječima.
5. Uvjeriti može samo onaj tko je **uvjeren** u ono što govori. Tada su naime, riječi i tijelo podudarni.
6. Da bi bio uvjerljiv, presenter mora biti prvo **simpatičan** auditoriju. Ljudi više vjeruju onima koji su im simpatični.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

15

4 faze **PRETPRIPREME** prezentacije (1)

1. faza: **Spoznaja osnovnog poticaja za držanje prezentacije.**
Dok je ideja još iskra u glavi ili riječ (rečenica) na prvom papiru koji ste dohvatili, zapravo je shvaćanje zašto uopće održati prezentaciju.
2. faza: **Intenzivno traženje ideja koje bi se mogle osmisliti i prezentirati**
Rijetki su govornici koji prezentaciju "vide" odmah od početka do kraja. Najčešće se radi o ideji kojoj tek treba dati oblik prepoznatljiv slušateljima.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

16

4 faze **PRETPRIPREME** prezentacije (2)

3. faza: **Istraživanje tko su potencijalni "korisnici" vaše informacije.**

Ako ste zaključili da bi ideja mogla zanimati veći broj ljudi, tada ste na putu ka prezentaciji. Ako bi vaša prezentacija mogla donijeti korist (financijsku, obrazovnu, poslovnu, društvenu i neku drugu), imat ćete i publiku.

4. faza: **Pročišćavanje početne ideje.**

U ovoj posljednjoj fazi pretpripreme, početnu ideju trebate pročitati. Nužno je pritom upoznati se sa svim dostupnim pojedinostima i potražiti mišljenje onoga tko o temi zna više.

Podrobno planiranje prezentacije

Prezentacija i njezin tijek moraju biti podrobno isplanirani i uvježbani.

- "Majmun koji nema jasnu predodžbu o grani na koju skače, potencijalno je mrtav majmun", - kaže Rudyard Kipling u »Knjizi o džungli«.
- Ako vi ne znate kako bi trebali (barem okvirno) izgledati **početak, sredina i kraj prezentacije**, otvarate mogućnost da po završetku (ili čak i tijekom) prezentacije nezadovoljni slušači reagiraju od šapćućeg nezadovoljstva i slijezanja ramenima, pa do glasnog negodovanja.
- Uvijek pripremite **nekoliko varijanti uvoda, sadržaja i zaključka**, osobito u situacijama kada precizno ne znate sastav nazoćnih i njihove stavove (uvjerenja, motive).



5 faza prezentacije

- **Priprema** (sadržajna i informativna)
- **Otvoranje** (početak)
- **Izvođenje** (glavni dio)
- **Završavanje** (zaključak)
- **Distribucija** (sažetka ili integralnog sadržaja)



1. PRIPREMA - pitanja prilikom odabira teme prezentacije

1. Tko je moja **publika**, što zna, što želi, što očekuje?
2. Koja je **svrha** izlaganja teme?
3. U kojim dijelovima teme sam **najjači**?
4. Što novo mogu prezentirati slušateljima kako bi im to **koristilo i nakon izlaganja**?

Želite li biti siguran i uvjerljiv govornik, stalno proširujte svoje znanje o temi o kojoj govorite!

Kako od ideje do slike? (Neka načela produkcije)

- **Jasnoća** ima prednost ispred ljepote i originalnosti.
- **Ilustracija** mora biti vidljiva.
- Deblje linije, jednostavna grafika, malo detalja.
- Koristite **mala tiskana slova** (velika tiskana slova su manje čitka!)
- **Uokvirite** slide, crtež...
- Pogled teče od lijeva na desno, od gore prema dolje.
- Poštujte osnovnu **simboliku boja**
 - **crvena**: krv, život, ljubav; sve opasnosti ovog svijeta
 - **zeleni**: priroda, nada, rast
 - **crna** i **plava**: njih koristite za pisanje teksta i opise
- **Veći crtež ili veća slova** = veća važnost (sigurnost)

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

21

7 najvećih pogrešaka pri izradi slide-a

1. **Previše informacija** (teksta, brojki, detalja)
2. **Premala slova** (nikako ne ispod vel. 16)
3. **Pretanke linije**
4. **Samo preslikani tekst bez ikakve obrade**
5. **Nema ilustracija** (brojke i tekst su apstraktni, nepregledni, dosadni)
6. **Nema boja** (koristite samo glavne boje: crvenu, plavu, crnu, zelenu...)
7. **Broj slideova nije u suglasju s raspoloživim vremenom** (o svakom slideu morate govoriti barem 1 minutu – inače ga nemojte ni pokazivati)

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

22

2. OTVARANJE – početak prezentacije

⇒ **Otvaranje prezentacije = građenje mostova između prezentatora i auditorija**

- **CILJEVI** što ih treba ostvariti:

- Privući **pozornost**
- Zadobiti **naklonost**
- Uvjeriti u **korisnost**



- Pozvati auditorij na suradnju !!!
- Uputiti komplimente slušateljstvu !!!

Najavite o čemu ćete govoriti i istaknite ciljeve koje želite postići!

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

23

Moguća struktura izlaganja

1. korak:

- Pozdrav i zahvala na dolasku
- Predstavite se
- Pobudite pozornost

2. korak:

- Kažite svrhu prezentacije
- Kažite što ćete prezentirati

3. korak:

- Ponovite sažeto što ste govorili
- Predložite zaključke i slijedeće korake
- Zahvalite se i pohvalite auditorij



Sve priče o strukturi predavanja i sl. su bez osnova ako nema dovoljno ZNANJA i MATERIJALA koji se želi prenijeti.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

24

Uvod, glavni dio i zaključak

- Govor pred drugim osobama prirodno se sastoji od tri dijela: uvoda, glavnog dijela i zaključka.
- U uvodu naglasite što ćete ljudima reći, recite im to u glavnom dijelu i u zaključku im ukratko ponovite što ste im rekli.**
- Imajte na umu da tijekom prezentacije morate reći ono što slušatelji trebaju zapamtiti te u što biste ih željeli uvjeriti.
 - Nemojte zaboraviti napraviti općenite **zabilješke**. Tijekom prezentacije nešto može odvući vašu pozornost s teme ili vam se može dogoditi da ne znate gdje ste stali i kako nastaviti prezentaciju.
 - Osjećaj za vrijeme** važno je obilježje dobrog govornika i morate procijeniti koliko će vaša prezentacija trajati, prije no što otvorite usta.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE



Uvod

Uvod obuhvaća pozdrav, predstavljanje i početak prezentacije.

- Pozdrav.** Vaša pojava mora biti ugodna, profesionalna i autoritativna.
- Predstavljanje.** Recite slušateljima svoje ime, iskustvo, područje rada te imena i status kolega (ako ih ima) koji asistiraju prezentaciji ili su pridonijeli njezinoj pripremi.
- Početak prezentacije.** Želite li imati uspješnu prezentaciju, morate slušatelje zainteresirati za temu u **prve tri minute svoga govora**, kada im je koncentracija najveća.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

26

Svaki početak je težak



Prije nego započnete sa slijedećom fazom – izvedbom, dobro je za uspostavu uzajamnog kontakta i smanjenje pritiska, ispričati neku primjerenu **dosjetku**, anegdotu, šalu (po mogućnosti povezanu s temom, sadržajem isl.).

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

27

3. IZVOĐENJE prezentacije



Najbolji prezenteri komuniciraju cijelim tijelom.

- CILJEVI:**
 - ⇒ Prikazati **detaljno sadržaj** i to u kontekstu potreba auditorija
 - ⇒ Postići **prihvatanje** izloženog
 - ⇒ Zadržati **pozornost** auditorija
 - ⇒ Pratiti i odgovarati na **pitanja i prigovore**

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

28

Glavni dio prezentacije

- Glavni dio obuhvaća razradu misli koje ste naveli u uvodu.
- Prezentirajte činjenice **jasnim jezikom**.
- Glavni dio sadržan je u **ritmu i tonu** vašeg nastupa.
- Omogućite **uključivanje** (involviranje) slušatelja.
- Kako biste ritam prezentacije učinili prihvatljivim za većinu slušatelja koristite **stanke** nakon ključnih pojmova. Ton vašeg govora mora biti u skladu s govorom vašeg tijela.
- Vi niste jedini razlog pozornosti slušatelja, zato budite **opušteni**. Ako je tema zamorna, opustite slušatelje pokojom anegdotom ili odmjerenom šalom.
- Smiješak na licu i prijateljski pristup pomoći će vam da opustite nazočne i stvorite preduvjete za uspjeh prezentacije.

Vjerujte u moć svog osmijeha!

za SRC Slo 17.4.2009.

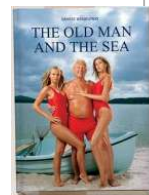
Perkov PREZENTIRANJE



Stil je odjeća misli

⇒ Stara izreka kaže da se muškarac zaljubi gledajući ženu, a žena se zaljubi slušajući muškarca, pa su tako opet **oči i uši glavni pomagači** u uspješnoj emotivnoj komunikaciji.

⇒ Govorenje treba ukasiti lako **razumljivim objašnjenjima i živahnim dosjetkama**. Stil je odjeća misli.



Ako ne osvojite tuda srca nećete osvojiti ništa, a oči i uši jedini su putevi do srca.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

30

5 pristupa za siguran nastup (1)

1. Negativnu energiju bijega pretvorite u pozitivnu snagu uvjeravanja.

- Stojte s raširenim nogama (do širine ramena) s oba stopala na podu, frontalno okrenuti prema publici.
- Višak energije s donjeg dijela tijela, prebacite u gornji.
- Činite slikovite velike geste, glasnije govorite, krećite se!

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

31

5 pristupa za siguran nastup (2)

2. Umjesto pasivnog kruženja pogledom, aktivno kontrolirajte kretanje pogleda po publici!

- Lutajući pogled čini publiku nervoznom, a vama ne omogućuje stvarne kontakte.
- Izaberite nekog slušatelja i gledajući ga izgovorite čitavu misao (3-5 sec).
- Miran pogled zadržan neko vrijeme na određenoj osobi, daje vašim riječima težinu.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

32

5 pristupa za siguran nastup (3)

3. Koristite vizualna pomagala!

Slike vam pomažu da se prisjetite onog što ste trenutno, zbog treme zaboravili.

4. Koristite stanke!

Samo siguran presenter može si priuštiti stanku. Tako djeluje sigurno i uvjerljivo.

Stanke koristite: prije početka, svaki put kad skrećete pogled s publike na PC, bilješke...ili okrećete leđa publici!



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

33

5 pristupa za siguran nastup (4)

5. Započnite optimalno!

- Najdjelotvornije je početi pitanjem.
- Pronađite u publici sugovornika koji vas gleda vedro i zainteresirano, te njemu (njoj) uputite prve poruke.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

34

Dobro govorno ponašanje

- Koristi **VI** umjesto JA, kada god je to moguće.
- JA upotrebljava **ciljno** i ne skriva se iza neosobnih formulacija.
- Apstraktne konstrukcije zamjenjuje **slikovitim i praktičnim** primjerima.
- Koristi **kratke, jednostavne i aktivne** rečenice.
- Češće **ponavlja** izrečeno da bi i publika zapamtila najbitnije.
- Govori **glasno i polagano**.
- Najavljuje **važne ideje** iza kojih obvezno čini stanku.
- Ne upotrebljava fraze kojima **umanjuje vrijednost** izlaganja i minorizira svoju **vjerodostojnost**, npr. "Neću vam ovime kazati ništa novog..", "Većina ovih informacija ne odnosi se na vas..".

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

35

10 najčešćih problema u komuniciranju s auditorijem (1)

1. Nedostatak **slaganja** i razumijevanja sa slušateljima (polaznicima).
2. **Ukočenost** pri tjelesnim kretnjama.
3. Prezentacija je intelektualno orijentirana te zanemaruje **emocije** primatelja.
4. Govornik djeluje **nelagodno** zbog straha od greške.
5. Slabo korištenje kontakta **očima i facijalne** ekspresije.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

36

10 najčešćih problema u komuniciranju s auditorijem (2)

6. **Svrha** govorenja je nejasna što ukazuje na neprikladnu pripremu.
7. Nekorištenje **tišine** (stanki) kao sredstvo uvjerljivosti.
8. Nedostatak smisla za **humor** (preozbiljnost)
9. Nedovoljna **energičnost** u nastupu.
10. Rabljenje dosadnog (prestručnog) **jezika** i nedostatak ilustrativnih primjera.

R.Ailes, J.Kraushar: *You are the message*, Dow Jones-Irwin, 1988.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

37

4. ZAVRŠAVANJE prezentacije

- Ponovite **ukratko o čemu ste govorili**
- Podsjetite na **ciljeve** prezentacije
- Istaknite **sažetak i zaključke**
- Pozovite na **akciju**



Svim banalnim (otrcanim) istinama zajedničko je to što su one **mudrosti za koje svi znaju**, ali ih malo tko provodi u praksi.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

38

Zaključivanje prezentacije

- Brojni govornici toliko se pripreme za prezentaciju da je zaborave završiti. Mnogi, opterećeni glavnim dijelom, **zaborave na zaključak**.
- Nemojte zaboraviti da **dojam**, koji su slušatelji stekli o vama na početku prezentacije, ne mora nužno biti i završni dojam.
- Ako ste na početku prezentacije postavili **pitanja**, potrudite se da u zaključku na njih i odgovorite.
- U završetak unesite **pozitivne emocije** i uspješno okončajte prezentaciju.



Prezentaciju uvijek završite sa **smiješkom i glasnom zahvalom**.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

39

5. DISTRIBUCIJA sadržaja prezentacije

- **Sažetak** (ili cjeloviti sadržaj ako nije preobiman) **prezentacije sa zaključcima iz diskusije** podijeliti sudionicima ubrzo nakon izlaganja;
- Dobrodošao je i kraći **popratni dopis s zahvalom na pozornosti i pozivom na akciju**.

Ako sadržaj prezentacije podijelite sudionicima prije izlaganja, smanjit će se stupanj njihove zainteresiranosti i koncentracije.

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

40

**Ideja je beskorisna,
bez obzira koliko bila
dobra, velika i
originalna, sve dok
nije prenesena
drugima i shvaćena.**

za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

41

I na kraju...

⇒ Menadžer, uz stručne kompetencije, individualne (fleksibilnost, tolerantnost, humor...) i praktične karakteristike (sposobnost motiviranja drugih, odlučnost, poštenje, dosljednost, uvjerljivost...) mora imati odgovarajuću **jezičnu, prezentersku i komunikacijsku kompetenciju**, tj. sposobnost adekvatnog reagiranja u različitim situacijama.



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

42

Zaključak

⇒ **Ne osvoji li presenter srce publike, neće osvojiti ništa.**

Nije presudno ZNANJE ako nemate i:

- PRIVLAČAN NASTUP,
- uglađene MANIRE,
- neodoljiv IZGLED (imidž) i
- dovoljno ELOKVENCije u govoru i u pismu. ...



za SRC Slo 17.4.2009.

Perkov PREZENTIRANJE

43

**Zahvaljujem na pažnji i
vašem doprinosu.
Bilo mi je osobito
zadovoljstvo raditi i učiti
zajedno s vama!**

