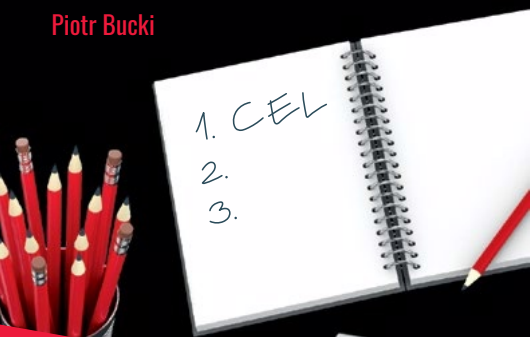


# FISZKI®

MAŁY FORMAT – WIELKA TREŚĆ

## IDEALNA PREZENTACJA KROK PO KROKU

Piotr Bucki

- 
1. CEL
  - 2.
  - 3.



E-BOOK



15  
MINUT  
DZIENNE



GRATISY  
ONLINE

# SPIS TREŚCI

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Cel prezentacji .....        | 1  |
| Struktura prezentacji .....  | 5  |
| Najważniejsze elementy ..... | 13 |
| Język prezentacji .....      | 29 |
| Obraz w prezentacji .....    | 33 |
| Narzędzia .....              | 45 |
| Projektowanie slajdów .....  | 49 |
| Typografia .....             | 67 |
| Na zakończenie .....         | 70 |

---

**Koncepcja serii:** Sławomir Kuchta

**Redakcja:** Patrycja Wojsyk

**Korekta:** dr Tomasz Karpowicz

**Projekt graficzny i skład:** Bartosz Czarnecki

**Ilustracje:** [www.fiszki.pl/autorzyfoto](http://www.fiszki.pl/autorzyfoto)

© Wydawnictwo Cztery Głowy, Gdańsk 2016

Wydanie elektroniczne, ISBN: 978-83-7843-267-8

[biuro@fiszki.pl](mailto:biuro@fiszki.pl)

## SŁOWO O KOMPETENCJACH XXI WIEKU

Carnegie Institute of Technology podaje, że 85% naszych sukcesów zawodowych i finansowych zależy od tego, jak komunikujemy, negocjujemy i budujemy relacje – wskazuje zatem na kompetencje miękkie, jako źródło przyszłych sukcesów.

Tymczasem wyraźnie widać, że kompetencje te są w systemie edukacji traktowane po macoszemu. Sama semantyka temu sprzyja: *miękkie*, czyli nieco gorsze od tych *twardych*, *solidnych*. *Miękkie*, czyli jakoby bardziej ulotne, subtelniejsze, z założenia bardziej „humanistyczne” – w przeciwieństwie do tych *twardych*, czyli konkretnych, mocnych, z definicji – „technicznych”.

Nauczmy się kształcić kompetencje miękkie na równi z tymi twardymi! Twórzmy model zrównoważonego rozwoju osobowości. Twarde kompetencje to solidne podstawy, ale bez kompetencji miękkich będą jak fundament, którego nie widać, gdyż nie wystaje ponad grunt.

**PIOTR BUCKI**

jeden z autorów  
fiszek rozwijających  
kompetencje XXI wieku





## CEL PREZENTACJI

# PO CO CI PREZENTACJA?

Mówisz, żeby osiągnąć cel. Jednak w komunikacji chodzi nie tylko o to, co mówisz, lecz także o to, co chcesz osiągnąć.

Niekiedy same słowa wystarczą, ale w wielu sytuacjach dobrze je wzmocnić – i wtedy właśnie idealnie sprawdzi się prezentacja. Czasem dopełni Twój przekaz (jeśli będzie towarzyszyć Twojemu wystąpieniu), a czasem – to ona przekaże całą informację (jeśli swoją prezentację wyślesz).

Każda prezentacja ma dwie funkcje:

**informacyjną** — informowanie, edukowanie, przekazywanie wiedzy, myśli i idei;

**perswazyjną** — przekonywanie do określonych działań.

Te dwie funkcje się nakładają. Nie można ich od siebie oddzielić, ale obie da się wzmocnić.



## CEL PREZENTACJI

# PO CO CI PREZENTACJA?

Często, gdy słyszysz, że masz przygotować prezentację, siadasz przed komputerem i otwierasz program do robienia prezentacji. To błąd.

Zawsze najpierw odpowiedz sobie na ważne pytanie: „DLACZEGO mam przygotować prezentację?”. I nie chodzi o odpowiedź: „Bo muszę”. Chodzi o zastanowienie się nad celem prezentacji – co chcesz dzięki niej osiągnąć. Od tego celu zależeć będzie typ prezentacji i sposób prowadzenia narracji.

**Pytanie:** Funkcja informacyjna czy perswazyjna?

Czy zdanie: „Rocznie analizuję 400 i współtworzę 200 prezentacji” ma funkcję informacyjną czy – perswazyjną?



## CEL PREZENTACJI

# RÓŻNE TYPY PREZENTACJI

Prezentacje różnią się od siebie – te, które mają uzupełniać Twój przekaz na spotkaniu czy podczas wystąpienia, mogą zawierać bardzo mało elementów i być tylko rdzeniem, wokół którego toczy się Twoja opowieść. Te, które wysyłasz i które ktoś będzie oglądał bez Twojego udziału, muszą zawierać więcej informacji. Jednak uważaj – nie wolno Ci ich „przegadać”. Nie masz wpływu na to, jak dużo czasu ktoś poświęci na zapoznanie się z Twoją prezentacją. Często musisz zmierzyć się z krótkim zakresem uwagi (czasem, kiedy coś skupia czyjąś uwagę), jak również z przeładowaniem poznawczym (ogromem informacji, myśli i bodźców, którymi zarzucony jest odbiorca).

Typ prezentacji zależy też od celu, który chcesz osiągnąć. Jeśli Twój cel to **SPRZEDAĆ**, przygotuj prezentację sprzedażową. Proste!



## CEL PREZENTACJI

# RÓŻNE TYPY PREZENTACJI

- **Prezentacje sprzedażowe:**  
Chcesz sprzedać produkt lub usługę.  
To największa grupa prezentacji, gdyż „sprzedajemy” również pewne idee.  
Funkcje – informacyjna i perswazyjna.
- **Prezentacje produktowe:**  
Podobne do sprzedażowych,  
ale z mniejszym naciskiem na perswazję.
- **Prezentacje edukacyjne i naukowe:**  
Prezentują tezy i zagadnienia, które  
słuchacz ma zrozumieć i zapamiętać.
- **Prezentacje informacyjne:**  
Jak sama nazwa wskazuje – mają głównie  
informować.

Istnieją też oczywiście typy mieszane.  
A jaka jest Twoja prezentacja? Do jakiej  
kategorii możesz ją zaliczyć?



# MÓZG LUBI PORZĄDEK

Struktura prezentacji to inaczej schemat, który posłuży Ci do zbudowania dobrej, sensownej narracji, spełniającej funkcję informacyjną i funkcję perswazyjną. Dobra struktura współgra ze sposobem, w jaki mózg organizuje i przetwarza informacje. Podczas projektowania prezentacji musisz więc brać pod uwagę następujące czynniki:

- › co skupia uwagę odbiorcy;
- › co wzbudza jego zainteresowanie;
- › które emocje sterują uwagą i wpływają na zachowanie;
- › jaki jest naturalny sposób przetwarzania informacji, tekstu i obrazu;
- › jaki jest naturalny sposób organizowania informacji i wnioskowania.

Mózg, gdy poznaje świat, organizuje sobie informacje w określony sposób. Naucz się projektować prezentacje tak, żeby nie utrudniać tego procesu!





## STRUKTURA PREZENTACJI

# KILKA WSKAZÓWEK NA POCZĄTEK

Struktura prezentacji powinna wspierać naturalny sposób przetwarzania informacji, dlatego:

- + zawsze zaczynaj od nakreślenia kontekstu i od „sprzedania” mocnej tezy (głównej myśli);
- + używaj emocji, żeby modelować zachowanie i sterować uwagą – możesz pisać, ale lepiej sprawdzą się zdjęcia lub inne elementy emotogenne (wzbudzające emocje);
- + tam, gdzie możesz, używaj historii i prostych narracji;
- + pamiętaj, że mniej znaczy – więcej;
- + przekazuj informację tak, aby można było zrozumieć ją w trzy sekundy;
- + liczby i dane pokazuj tak, żeby były zrozumiałe i robiły wrażenie;
- nigdy nie zaczynaj od szczegółów;
- unikaj zgranych frazesów.



Najbardziej uniwersalny typ narracji, który sprawdza się do dziś, zaproponował grecki filozof i autor teorii komunikacji – Arystoteles.

Dobrze przygotowana prezentacja zawiera kolejno następujące elementy:

1. wstęp, czyli kontekst (swoistą mapę terytorium, po którym się poruszasz) oraz główną tezę;
2. problem, który rozwiązujesz, lub opis stanu obecnego, który nie jest zadowalający;
3. rozwiązanie albo opis stanu pożądanego – jak powinno być;
4. potencjał rozwiązania, czyli korzyści, które ktoś odniesie, gdy zastosuje Twoje rozwiązanie;
5. wezwanie do działania, czyli jasny komunikat, co ma zrobić odbiorca Twojej prezentacji.