

POKAIŁ

JAK PRZYGOTOWAĆ
I PRZEPROWADZIĆ
NIEZWYKŁĄ PREZENTACJĘ

DAN
ROAM

AUTOR MIĘDZYNARODOWEGO BESTSELLERA
„NARYSUI SWOJE MYŚLI”

OPOWIEDZ I ZAINTERESUJ

Tytuł oryginału: Show and Tell: How Everybody Can Make Extraordinary Presentations

Tłumaczenie: Leszek Sielicki

ISBN: 978-83-283-3507-3

Copyright © 2014 by Dan Roam

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

Illustration credits

AAA Pathways: Pages 90 – 107

© 2013, Spectrum Health. All rights reserved: Pages 118 – 133

Shutterstock Images LLC: Pages 215, 216, 218, 219

Polish edition copyright © 2018 by Helion SA

All rights reserved.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: helion@helion.pl

WWW: <http://helion.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://helion.pl/user/opinie/poopza>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

SPIIS TREŚCI

TE NARZĘDZIA POMOGĄ NAM PO DRODZE	IX
JEDNA PROSTA MYŚL	X
ROZDZIAŁ 1. TRZY ZASADY	1
ROZDZIAŁ 2. ZASADA 1. MÓW PRAWDĘ	7
ROZDZIAŁ 3. ZASADA 2. STWÓRZ OPOWIEŚĆ	27
ROZDZIAŁ 4. ZASADA 3. OPOWIADAJ ZA POMOCĄ RYSUNKÓW	177
ROZDZIAŁ 5. JAK SIĘ NIE BAĆ	235
ROZDZIAŁ 6. PREZENT	255
PODZIĘKOWANIA	258
DALSZA LEKTURA	260



ROZDZIAŁ 2.

ZASADA 1. MÓW PRAWDĘ

Zacznij od prawdy, a podąży za nią serce.



To było jedno z najlepszych przemówień, jakie kiedykolwiek słyszałem, bo zawierało prawdę, a nie g#wno.

– STEPHEN KING

Gdy mówisz prawdę, nie musisz niczego zapamiętywać.

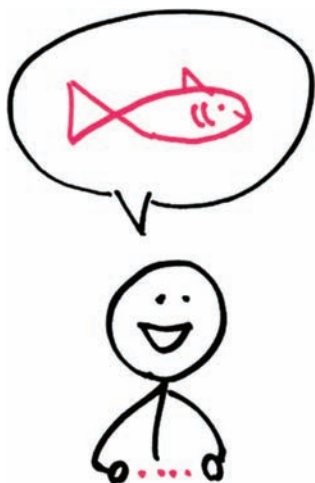
– MARK TWAIN

Czym jest nadzwyczajna prezentacja?

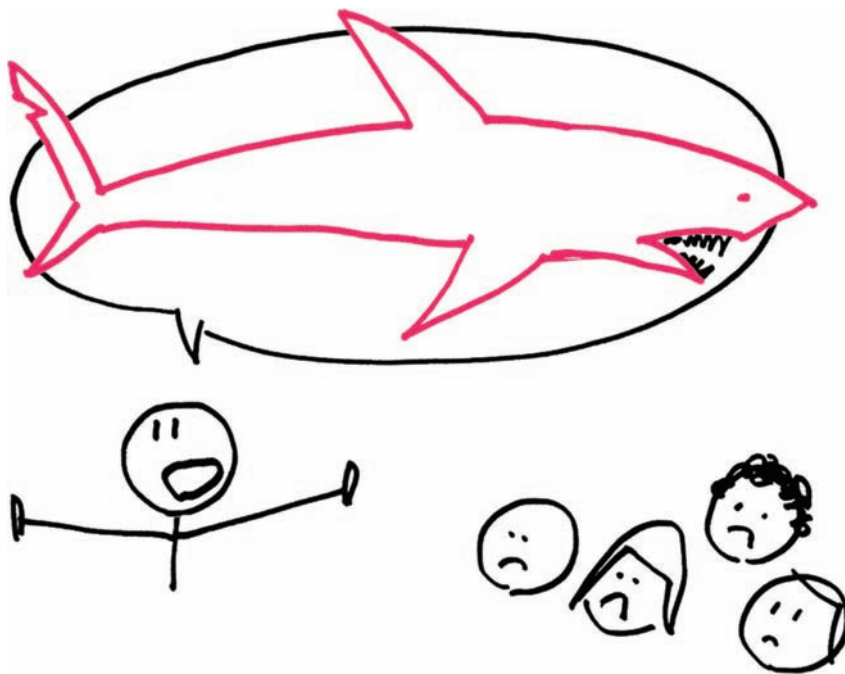
Czymś, co zmienia ludzi.

Co sprawia, że ludzie się zmieniają?

Prawda.



Nie istnieje szybszy sposób na zdobycie zaufania słuchaczy niż mówienie prawdy.



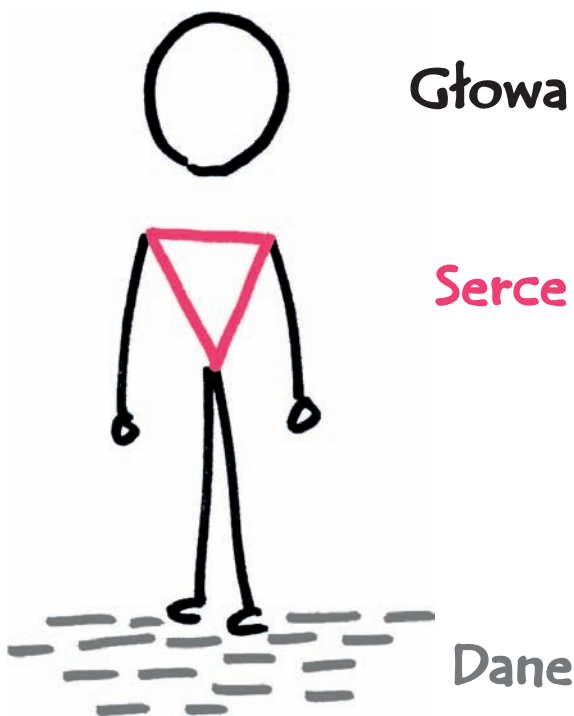
Nie istnieje szybszy sposób na utratę słuchaczy niż wygadywanie głupot.

A skoro mowa o prawdzie, istnieje kilka jej rodzajów.

GŁOWA stwierdza:
„**Myślę, że to prawda**”.
(*Prawda intelektualna*)

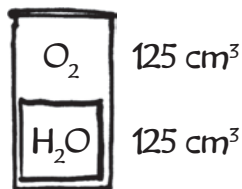
SERCE stwierdza:
„**Wierzę, że to prawda**”.
(*Prawda emocjonalna*)

DANE stwierdzają:
„**Fakty dowodzą, że to prawda**”.
(*Prawda obiektywna*)



Wszystkie trzy rodzaje prawdy stale w nas współlistnieją.
Moglibyśmy na przykład spojrzeć i powiedzieć:

„Ta szklanka jest w połowie _____”.



Według **DANYCH**:
Objętość $O_2 = 125 \text{ cm}^3$
Objętość $H_2O = 125 \text{ cm}^3$



Według **GŁOWY**:
**Szklanka w połowie
pełna to źródło nadziei.
Szklanka w połowie pusta
to źródło rozpacz.**



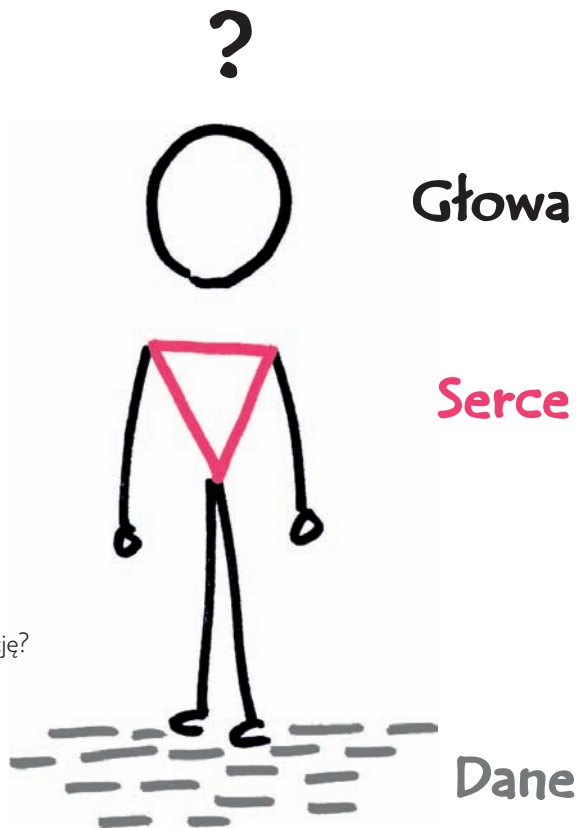
Według **SERCA**:
**Szklanka jest
w połowie pełna!**

Która z tych prawd jest właściwa?

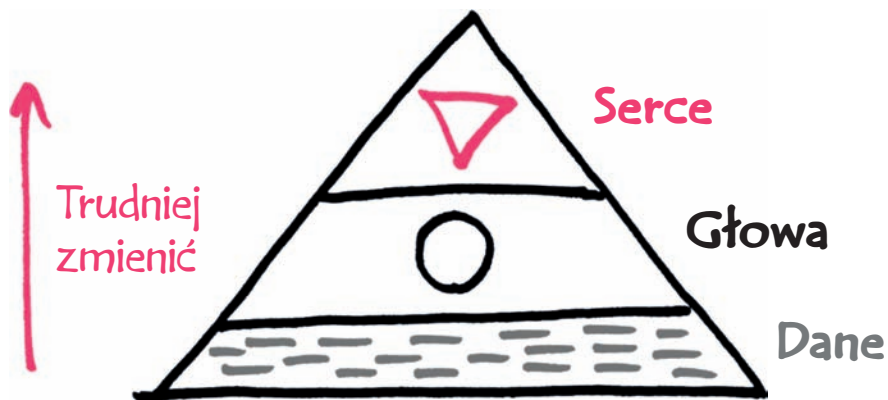
Wszystkie takie są.

Która umożliwia najlepszą prezentację?

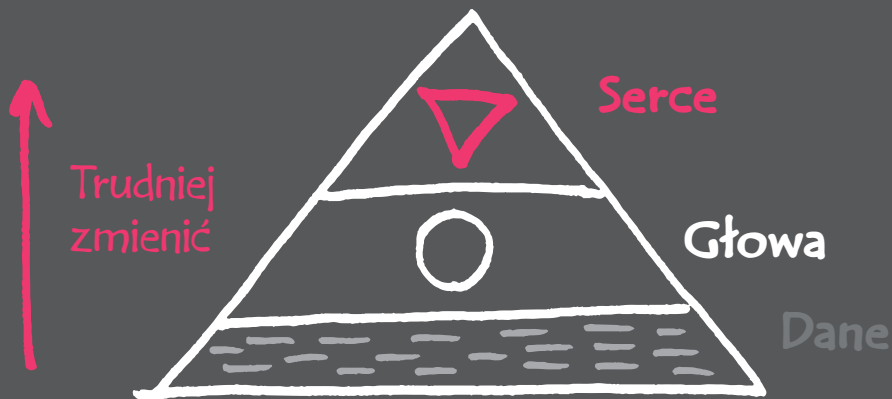
To zależy.



NIE WSZYSTKIE TE PRAWDY SĄ SOBIE RÓWNOWAŻNE



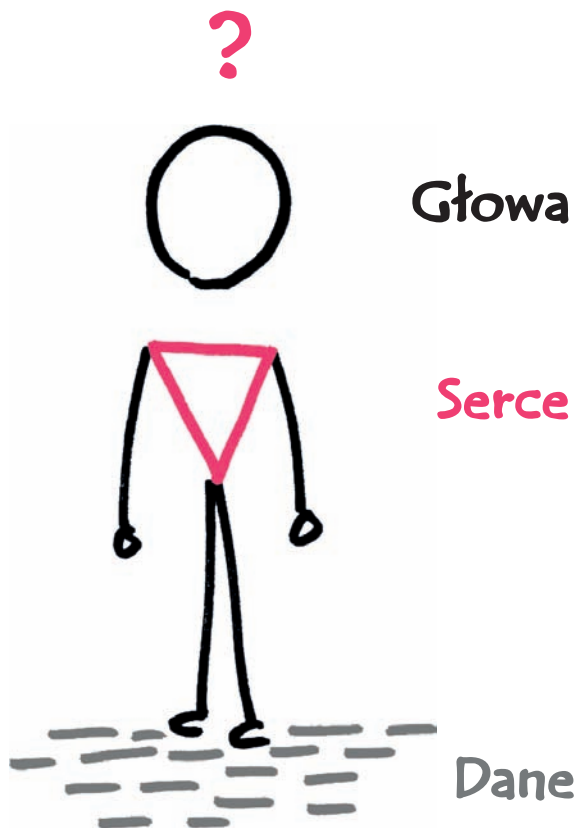
To, w co **WIERZYM**, jest dla nas istotniejsze niż to, co **WIEMY**.
A obie te kwestie są dla nas istotniejsze niż „**NAGIE FAKTY**”.



Dobra prezentacja przedstawi nowe dane.
Świetna prezentacja zmienia to, co wiemy.
Doskonała prezentacja zmienia to, w co wierzymy.

Jako prezeszy powiniemy
po pierwsze zadać sobie pytanie:

*Biorąc pod uwagę ten konkretny
temat prezentacji, tych konkretnych
słuchaczy i mnie samego, którą
prawdę powinienem przedstawić?*



Istnieje prosty sposób, aby na to pytanie odpowiedzieć.

Nazwijmy go:



„zasadą wiadra”.

WSZYSTKIE PREZENTACJE SKŁADAJĄ SIĘ Z TYLKO TRZECH ELEMENTÓW



Nasza
koncepcja

Oto idea, koncepcja, pogląd, narzędzie lub zasada, którymi chcemy się podzielić.



My

Oto my, mamy coś, czym chcielibyśmy podzielić się z innymi.



Nasi
słuchacze

Oto nasi słuchacze: osoby, z którymi chcemy się podzielić naszą koncepcją.

To nasze trzy wiadra.

Naszym zadaniem jest je uszeregować:



Moja
idea



Ja



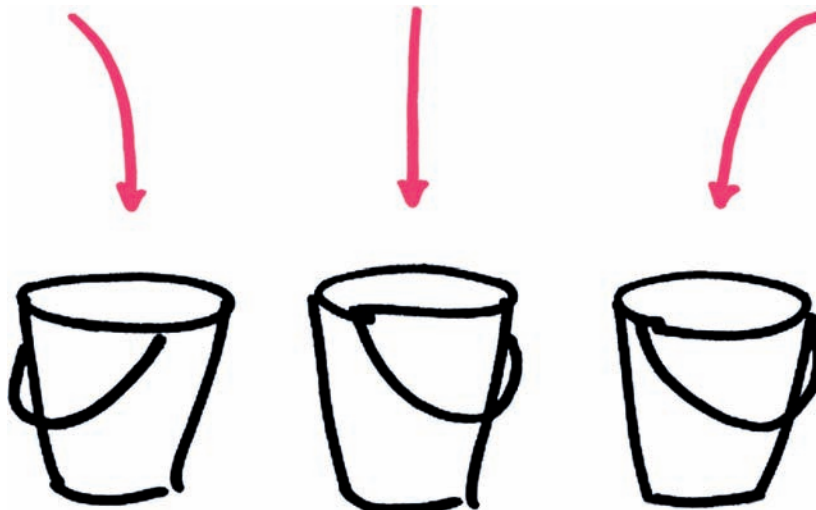
Moi
słuchacze

Następnie napełniamy wiadra poszczególnymi prawdami:

Myśli, wrażenia, dane,
anegdoty, idee, obawy...

Cele, nadzieje, przekonania,
obawy, analizy...

Statystyki demograficzne,
doświadczenie, zdolności,
umiejętności, ukryte zamiary,
aspiracje, niewiadome...



Moja
idea

Ja

Moi
słuchacze

WIADRO 1 = MOJA KONCEPCJA

WIADRO 2 = JA

Moje przekonanie

Mój przekaz

Moja idea



Mój produkt

Mój wniosek

Moje odkrycie



Jaki jestem?

Gdybym miał całkowitą swobodę
i mógł powiedzieć dokładnie to, co chcę,
co tak naprawdę chciałbym powiedzieć?

Kim tak naprawdę jestem (lub kim najbardziej
chciałbym być), dzieląc się tą koncepcją?
Czy przedstawianie jej mnie cieszy,
czy smuci? Czy jestem jej pewny, czy nie?
Czy jestem wyznawcą, czy sceptykiem?
**Co chciałbym, aby słuchacze najlepiej
o mnie zapamiętali?**

WIADRO 3 = MOI SŁUCHACZE



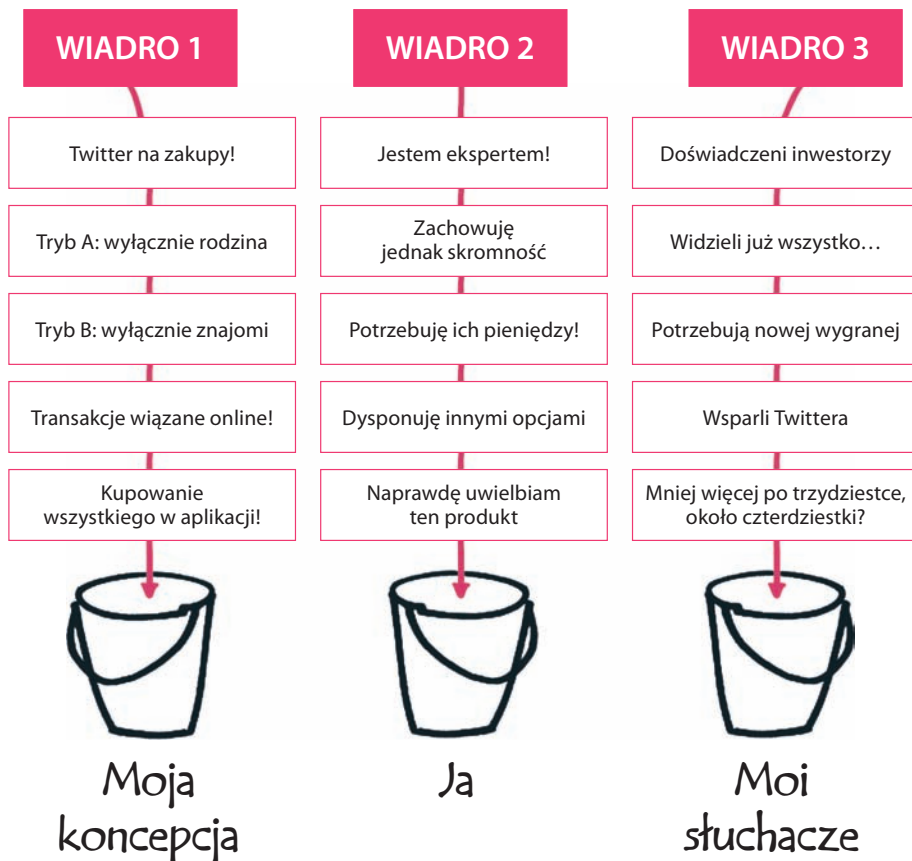
Kim są ludzie, którym przedstawiam moją koncepcję?
Co ich motywuje? Jakie mają potrzeby?

**Gdybym za sprawą swojej prezentacji mógł zmienić
w nich tylko jedno, czego dotyczyłaby ta zmiana?**

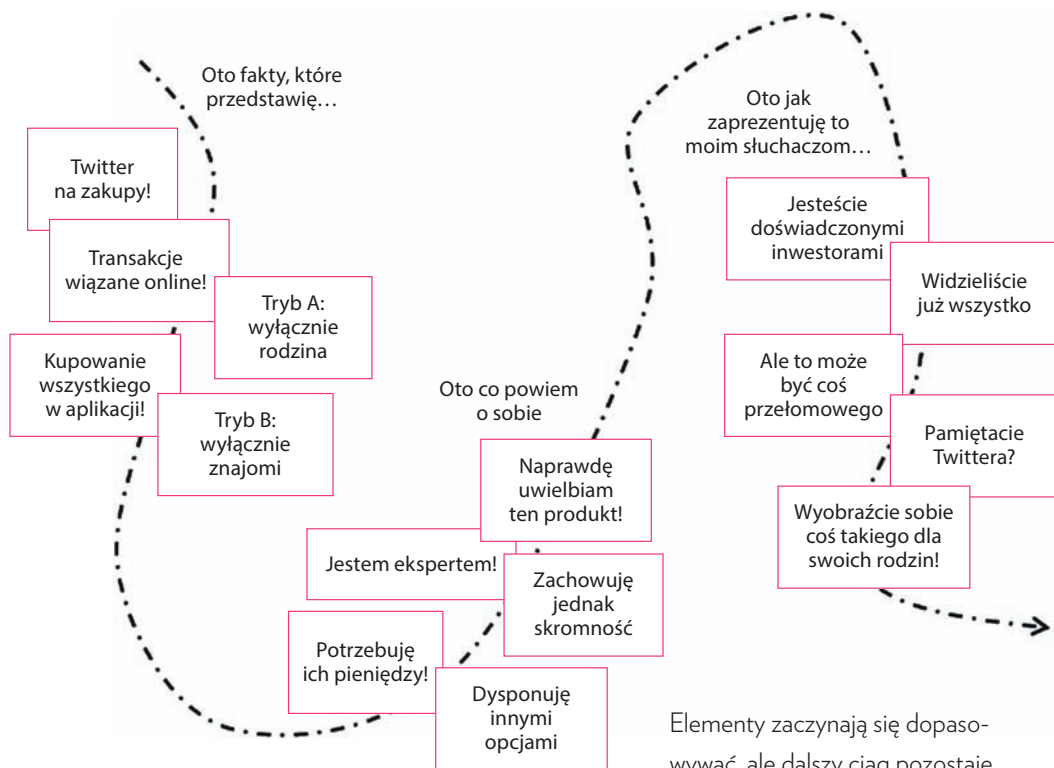
Mysząc o naszych słuchaczach,
powinniśmy pamiętać kilka
uniwersalnych prawd:

1. Nikt nie lubi, gdy mówi mu się, co ma robić, ale każdemu zależy na potwierdzeniu jego koncepcji.
Pomóż im nabrać przekonania, że to ich koncepcja — albo przynajmniej spraw, by żalowali, że sami na nią nie wpadli.
2. „Chodzi wyłącznie o słuchaczy” to ładne stwierdzenie, ale jest ono tylko półprawdą.
Oczywiście zależy nam na tym, aby nasi słuchacze poczuli się osobiście zaangażowani — ale jeszcze bardziej zależy nam na tym, aby pomóc im się zmienić.
3. Jeśli w jakiś sposób nie zmienimy naszych słuchaczy, jaki jest sens przeprowadzania prezentacji?
Powtórzmy to. A w zasadzie sprawmy, aby stało się mottem naszych prezentacji.

Wyobraźmy sobie na przykład, że chcemy zaoferować naszą nową aplikację społecznościową inwestorowi. Oto jak powinniśmy nappełnić nasze wiadra:



NA PODSTAWIE TYCH SZYBKICH SKOJARZEŃ NASZA PREZENTACJA ZACZYNA NABIERAĆ KSZTAŁTU



Elementy zaczynają się dopasowywać, ale dalszy ciąg pozostaje niejasny. Naprawiamy to, kierując się Zasadą 2...

Podsumowując, możemy stwierdzić, że *napelnianie wiader prawdą* pomaga nam:

Uporządkować elementy naszej koncepcji.

Nabrać pewności siebie.

Poznać słuchaczy.

Pora więc na stworzenie opowieści.

Jestem gotowy





PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION

- 
1. ZAREJESTRUJ SIĘ
 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

DZIĘKI TEJ KSIĄŻCE:

POZNASZ TRZY ZASADY
PRZEKAZYWANIA WIEDZY
I OPOWIADANIA

DOWIESZ SIĘ, CO MUSISZ
WIEDZIEĆ O SWOIM AUDYTORIUM
JESZCZE PRZED PREZENTACJĄ

ZBUDUJESZ SKUTECZNE
SCENARIUSZE PREZENTACJI

WYKORZYSTASZ OBRAZY
DO PRZEKAZYWANIA
SWOJEJ OPOWIEŚCI

POKONASZ STRES
PRZED PUBLICZNYM
PRZEMAWIANIEM

PREZENTACJE CZĘSTO BYWAJĄ KARKOŁOMNYM DOŚWIADCZENIEM: ROZWLEKŁE WYPOWIEDZI, NIESPÓJNE I NUDNE SLAJDY W POWERPOINCE, SZTUCZNOŚĆ I WIDOCZNA TREMA PRELEGENTA. SŁUCHACZE ZAJMUJĄ SIĘ WTEDY MNIEJ LUB BARDZIEJ DYSKRETNIE SWOIMI SMARTFONAMI LUB PO PROSTU PRZYSYPIAJĄ. TYMCZASEM WIELE ZALEŻY OD TEGO, W JAKI SPOSÓB OPOWIADA SIĘ O NOWATORSKIM PRODUKCIE CZY O ZASADACH NOWEGO SYSTEMU ZARZĄDZANIA W FIRMIE. SKUPIENIE UWAGI SŁUCHACZY I ZAINTERESOWANIE ICH PREZENTACJĄ NIE JEST JEDNAK ŁATWYM ZADANIEM.

NINIEJSZA KSIĄŻKA POZWOLI CI ZROZUMIEĆ ZASADY SKUTECZNEJ, CIEKAWEJ PREZENTACJI. W INTERESUJĄCY SPOSÓB POKAŻE CI, JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO WYSTĄPIENIA, JAK MÓWIĆ I WYKORZYSTAĆ OBRAZY DO OPOWIEDZENIA SWOJEJ HISTORII. WSKAZÓWKI, KTÓRE TUTAJ ZNAJDZIESZ, UMOŻLIWIĄ CI NAUCZENIE SIĘ SZTUKI WYPOWIADANIA SIĘ I STOSOWANIA W TYM CELU METOD MYŚLENIA WIZUALNEGO. TO BEZCENNA POZYCJA, ZARÓWNO DLA NOWICJUSZY, JAK I ZAPRAWIONYCH W BOJACH PREZENTERÓW I MÓWCÓW!

DAN ROAM

JEST AUTOREM BESTSELLERA „NARYSUJ SWOJE MYŚLI”. UZNANEGO ZA NAJPOPULARNIEJSZĄ KSIĄŻKĘ UCZĄCĄ METOD MYŚLENIA WIZUALNEGO. ZAŁOŻYŁ PRZEDSIĘBIORSTWO DIGITAL ROAM INC., KTÓRE DORADZA TAKIM FIRMOM I INSTYTUCJOM JAK MICROSOFT, GOOGLE, WAL-MART, SYSTEM REZERWY FEDERALNEJ, BOEING I SENAT STANÓW ZJEDNOCZONYCH. ROAM CZĘSTO POJAWIA SIĘ W CNN, MSNBC, ABC NEWS, FOX NEWS I NPR. MIESZKA W SAN FRANCISCO.

książkiklasybusiness

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900
0 601 339900

onepress

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://onepress.pl/nowosci>

Hellon SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

ebook dostępny wyłącznie na:
ebookpoint.PL



ISBN 978-83-283-3507-3



9 788328 335073

cena 39,90 zł

PRZYGOTUJ
NIEZWYKŁĄ
PREZENTACJĘ.
OPOWIEDZ.
PRZEKONAJ
KAŻDEGO.