

Презентационный опросник

Алексей Бурба от *Oraculum.Group*

Технические детали

Презентация для выступления?

- Что такое «презентация» с точки зрения формата?
- Где и когда выступаем?
- Перед кем? Какие с этими людьми отношения?
- Сколько времени на выступление?
- Сколько времени на подготовку?

Презентация для чтения?

- Через какие каналы мы будем доставлять презентацию до людей?
- Каковы критерии эффективности презентации?
- Как мы будем измерять эти критерии?
- Сколько времени у аудитории на чтение?
- Планируем итеративное улучшение на основе измеряемых метрик или «долго пилим в камере свой шедевр»? Понимаем ли мы риски второго подхода?

Вступление

- Какая тема выступления? Как я (моя компания) отношусь к теме?
- Почему мне хочется говорить об этом? Почему я не могу не говорить?
- Чего хочет или ожидает аудитория? Зачем это им?
- Есть ли у меня позиционные слабости в этой ситуации? Могу ли я превратить их в достоинства? (Если нет, имеет ли смысл о них говорить?)

Проблема

- В чем цель — что я хочу чтобы люди в аудитории начали или перестали делать?
- Какие их убеждения должны для этого измениться?
- В чем состоит их проблема, о которой я буду говорить?
- Кто им мешает решить эту проблему без нас?
- Новая ли это проблема для них? Если нет, то предлагаю ли я какой-то новый, неожиданный взгляд на нее?

- Какие есть доказательства, что проблема реальна, а не «высосана из пальца»? Цифры, факты, экспертные мнения, бизнес-кейсы, логические аргументы.
- В чем корни этой проблемы?

Решение

- В чем состоит решение? (одно предложение)
- В чем основное открытие, инсайт? (инсайтами не считаются очевидные вещи: «сделали все по учебнику», «хорошо подготовились», «просто решили попробовать» и т.д).
- Из каких частей состоит решение (оптимально 3-4)?
- Какие есть доказательства, что решение в целом и каждая его часть действительно сработают? Цифры, факты, экспертные мнения, бизнес-кейсы, логические аргументы.
- Какие есть конкурирующие, альтернативные решения? В чем их плюсы и минусы?
- В чем слабости моего решения, как превратить их в достоинства? (Если нельзя, то достаточно ли они важны чтобы о них говорить?)

Заключение

- Какова цена решения по сравнению альтернативами?
- Призыв к действию: «Если вы... то будет... иначе случится...»
- Какие ключевые вещи люди должны запомнить?
- Мораль: какие ценности затрагиваются, во имя чего все это? Как нужно измениться аудитории, чтобы решение сработало?