

Игорь
Манн

Игорь
Нисенбойм

Катя
Нисенбойм



СЛАЙДХАКИ

84 рабочих приема для лучших презентаций

https://t.me/shop_courses

По сути, в ораторском искусстве мало что изменилось за тысячу лет. Но визуальная часть презентаций динамично развивается вместе с растущими техническими возможностями. «Слайдхаки» о том, как использовать возможности максимально эффективно.

Радислав Гандапас, президент Ассоциации спикеров СНГ

УДК 316.16

ББК 88.53

M23

Манн И. Б. и др.

Слайдхаки. 84 рабочих приема для лучших презентаций / Игорь Манн, Игорь Нисенбойм, Катя Нисенбойм. – М.: СилаУма-Паблишер, 2022. – 340 с.

ISBN 978-5-906084-48-4

Современные деловые люди получают по несколько презентаций в день и лишь бегло их пролистывают. Качество презентации зачастую служит первым критерием отбора: «Сначала пришлите презентацию, а потом поговорим о встрече». Внимание – ресурс ограниченный, и борьба за него становится все жестче.

Выехать на харизме, набросав простенькие слайды, и обаять собеседника на встрече уже не получится – пандемия уравнила выступающих, и вместо яркого спикера мы видим только маленькую говорящую голову в окошке Zoom. Теперь вся надежда – на слайды.

Хорошие новости: чтобы делать классные презентации, необязательно быть дизайнером. В этой книге – простой набор проверенных слайдхаков, которые привлекают внимание слушателей и рассказывают просто о сложном. Читайте, смотрите видеоуроки в конце глав и выигрывайте битву за внимание!

УДК 316.16

ББК 88.53

M23

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-906084-48-4 © Манн И.Б., Нисенбойм И.А.,
Нисенбойм Е.И., 2021

© Оформление.

ООО «СилаУма-Паблишер», 2021

ИГОРЬ МАНН

ИГОРЬ НИСЕНБОЙМ

КАТЯ НИСЕНБОЙМ

СЛАЙДХАКИ

84 РАБОЧИХ ПРИЕМА ДЛЯ ЛУЧШИХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Книгиум, Москва, 2022

https://t.me/shop_courses

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие Кати и Игоря Нисенбойм	8
Предисловие Игоря Манна	10
10 причин прочесть «Слайдхаки»	12
Для кого эта книга	14

ЦЕЛЬ

1. Целевое действие	20
2. Чек-лист «до начала слайдинга»	23
3. Сделайте им «вау!»	28
4. Успеть	31
5. «Пришлите, мы посмотрим. Потом поговорим»	36
6. AIDA	39

ПЕРВЫЙ СЛАЙД

7. Начни первым	44
8. Как оформить первый слайд	53

СТРУКТУРА

9. «Сколько-сколько?»	62
10. 1 мысль = 1 слайд	65
11. Когда продаём	68
12. Когда обучаем	73
13. Когда отчитываемся	79
14. Последний слайд	82
15. Промежуточный финиш	87
16. Карта презентации	91
17. Экзотика	94

18. Сколько пользы?	97
---------------------	----

ТЕКСТ

19. Заголовок — это реклама слайда	102
20. Разделяй и властвуй	108
21. Приправа	114
22. Проще	116
23. Короче	121
24. Эмоциональнее	124
25. Прямая речь	126
26. Начинай с возражения	128
27. Цифры лучше букв	130
28. ГраММАтнАсть	135

ОФОРМЛЕНИЕ

29. Выбор есть — делаем выбор	142
30. Горячие клавиши	147
31. Стереотипные стереотипы	150
32. Размер слайда	158
33. Иногда шаблоны — зло	160
34. Не увлекайтесь кнопками	162
35. 2 цвета	166
36. 2 шрифта	169
37. Единый стиль	173
38. Насквозь	179
39. Крупнее	182
40. Заголовок всему голова	184
41. «Дайте больше воздуха»	186
42. Равняйся, смирно!	188
43. Иконки	190

44. Мокап	195
45. Выделяй главное	197
46. Суперскрипт	202
47. Слайд-дублер	204
48. Полный экран	206
49. Не по прямому назначению	207
50. Идеи для вдохновения	210
51. Лучшие способы изуродовать презентацию	214
52. Улучшить за 60 минут	217
53. Улучшить за 5 минут	219
54. Презентация на заказ	221
55. До выступления ни-ни	224

НЕТЕКСТЫ

56. Если графики, то правильно	228
57. 1 диаграмма = 1 вывод	230
58. Диаграмма ручной работы	233
59. Эх, таблица	236
60. Изображения в помощь	238
61. Фото для услуг	244
62. А если гифки и видео?	247

ДВИЖУХА

63. Осторожно! Онлайн!	252
64. «Анимация» для Pdf	257
65. Интерактив	259
66. Гиперссылка	263
67. Таймер на слайде	265

ВЫСТУПЛЕНИЕ

68. Финальный прогон	270
69. И где мы сейчас?	272
70. Экран докладчика	274
71. Секунда в секунду	276
72. Под прикрытием	278
73. Музыка для настроения	280
74. Форс-мажоры	282
75. Отвлекатели	285
76. Советы организаторам конференций	291
77. Группа поддержки	295
78. Дуэт	297
79. Универсальный формат	300
80. Оборудование	303
81. Как посылать правильно?	307
82. Правила выступления по чужим слайдам	311

ПОСЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

83. Послеслайдие	316
84. Когда нужен другой уровень	318

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заключение — как последний слайд в презентации	326
--	-----

ПРИЛОЖЕНИЯ

Программы и сервисы, которые мы рекомендуем	330
Правила правильной презентации	333
Благодарности	337



Предисловие Кати и Игоря Нисенбойм

Эта книга — о войне за внимание. Маркетологи и продавцы, спикеры и преподаватели борются за внимание аудитории, стараясь его привлечь и удержать. И слайды — мощное оружие для решения этих задач.

Внимание — ресурс ограниченный, и борьба становится все жестче. Деловые люди получают по несколько презентаций в день и лишь бегло их пролистывают. Качество презентации стало критерием отбора: «Сначала пришлите презентацию, а потом поговорим о встрече».

Некоторые обходятся простенькими слайдами и «выезжают на харизме». Это уже не работает. Обаять собеседника на встрече не получится, эпидемия уравнила выступающих. Вместо яркого спикера мы видим только маленькую говорящую голову в окошке Zoom. Теперь вся надежда — на слайды.

«Ну конечно... У них есть дизайнер, который рисует красиво. А я делаю слайды сам». Это не лучший способ оправдать плохую презентацию. Для того чтобы делать классные презентации, необязательно быть дизайнером. Мы не оканчивали художественную академию, оба работали в инвестиционных банках в Лондоне: Катя — в Citi,

Игорь — в BNP Paribas. За время работы в банках мы выработали простой набор слайдхаков, которые привлекают внимание слушателей и рассказывают просто о сложном.

Борьба за внимание идет всюду. Ее нельзя проиграть. Читайте эту книгу, смотрите видеоуроки в конце глав, не бойтесь привлекать консультантов по слайдингу.

Так победим.



Предисловие Игоря Манна

Когда я начал работать региональным директором по маркетингу в компании Avaya в Австрии, отвечая за 60+ стран мира в регионе EMEA (Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка), мой босс произнес мудрые слова, смысл которых до меня дошел не сразу: «Тебя теперь будут оценивать не по работе, а по твоим слайдам». Менеджеру любого уровня нужно понять простую вещь: без хороших слайдов не сделать хорошей карьеры. Неважно, для кого ты их делаешь — для себя или босса, для клиентов или коллег, для выступления перед двумя или десятью тысячами людей. Как получится выступить, так получится и продвинуться, в карьере и (или) в продажах.

Парефразируя Стивенсона, автора «Острова сокровищ» и «Черной стрелы», который написал: «Всяк живет, что-то продавая», — можно с уверенностью сказать: «Всяк живет, делая слайды». На эту тему (как делать слайды) написаны десятки классных книг, но такой, как у нас, нет.

Формула хорошей презентации для меня: контент + спикер + слайды. Сфокусируемся в этой книге на слайдах.

Слайдхаки – это простые и короткие практические советы, чек-листы, рекомендации, приемы и подходы, которые сделают ваши презентации лучше. Применяйте их – и получайте нужный вам результат: прекрасные оценки, аплодисменты аудитории, заказы клиентов.

10 причин прочесть «Слайдхаки»

- ✓ **Без воды.** В этой книге нет рассуждений о важности презентации и советов из серии «Выступайте как Стив Джобс — и будет вам счастье». Мы включили только те хаки, которые опробовали на своих презентациях. Их можно освоить и применить, даже если у вас нет опыта создания слайдов.
- ✓ **Максимум пользы.** Выходите на другой уровень, ускорьте карьеру, увеличивайте доходы. Внедряйте слайдхаки, производите впечатление и убеждайте клиентов, руководителей и слушателей.
- ✓ **Видеоуроки.** Изучите короткие видеоуроки по работе в PowerPoint и Keynote. Вы удивитесь, как эти программы облегчат вашу работу.
- ✓ **QR-коды.** Сканируйте код смартфоном и сразу переходите к видеоурокам и полезным ресурсам.
- ✓ **Тройной взгляд.** Эту книгу написали профессиональные спикер, копирайтер и дизайнер. Каждый слайд-хак прошел тройную проверку с разных точек зрения.
- ✓ **50+ лет опыта.** У авторов более 50 лет суммарного опыта в слайдинге.

- ✓ **С любого места.** Каждый слайдхак — это самостоятельная глава. Выбирайте нужные, читайте и сразу применяйте.
- ✓ **Скорая помощь.** Спасите презентацию, если счет идет на минуты. Даже ужасные слайды можно реанимировать очень быстро.
- ✓ **Технологии.** Учитесь работать в более высоком темпе. Используйте горячие клавиши, функционал программы, полезные ресурсы и девайсы, чтобы делать презентации быстрее.
- ✓ **Чек-листы.** Используйте наши оригинальные чек-листы, чтобы проверить название презентации, оформление слайдов и готовность перед началом выступления.

Для кого эта книга

Не побоимся этих слов: «Эта книга — для широкой читательской аудитории». Мы не просто пытаемся продать ее большому количеству людей. Мы хотим помочь всем, кто использует слайды в работе, научиться получать нужный результат. Это:

- преподаватели, выступающие перед студентами и школьниками;
- специалисты, выступающие перед коллегами;
- владельцы и топы, которые сами никогда не будут делать презентации, но которые хотят научиться оценивать слайды сотрудников и давать неожиданно ценные советы;
- менеджеры, готовящие презентации для своих руководителей;
- спикеры, которым надо доказать свой профессионализм и экспертность;
- руководители и менеджеры, которые выступают перед клиентами.

Понятно, что мы назвали не всех. Например, вы когда-нибудь встречали человека, который выступал со слайдами на свадьбе? Мы — да! Слайды все больше и больше проникают в жизнь. Люди понимают, что отстаять свою точку зрения, продать идею гораздо проще с их помощью.

Поэтому, если вам приходится делать слайды, эта книга — для вас.

Мы предполагаем, что нашим читателям приходится иметь дело со слайдами в пяти случаях:

1. Вы выступаете публично (экспертная презентация: семинар, форум, конгресс, конференция...).
2. Вы выступаете перед потенциальными покупателями (продающие презентации).
3. Вы выступаете перед коллегами или руководителями (отчеты, внутренние презентации).
4. Вы обучаете других, делитесь опытом (обучающие презентации; их проводят преподаватели, учителя, корпоративные тренеры, эйчары).
5. Вы отправляете презентацию по электронной почте потенциальному клиенту (но не выступаете).

Получается, что презентации типов с первого по четвертый — **публичные**. Пятый тип мы называем **почтовой презентацией**. В нашей книге мы в основном говорим про специфику публичных выступлений. Когда потребуется рассказать об особенностях презентаций почтовых, мы сделаем это отдельно.



ЦЕЛЬ

https://t.me/shop_courses

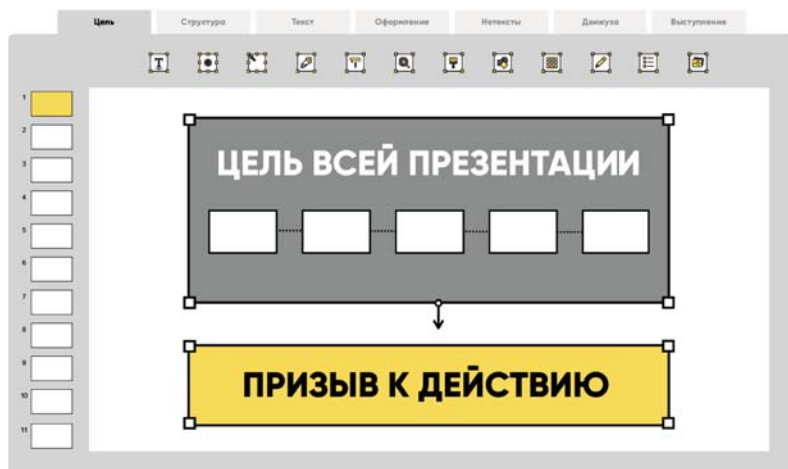
6 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
1

1. Целевое действие



Если мы выступаем, то чего-то хотим от этого выступления. Поэтому начинайте работу над любой презентацией с вопроса «Какое действие должен совершить мой слушатель сразу после презентации?».

Без призыва к выполнению целевого действия презентация превращается в пустой разговор.

К сожалению, большинство презентаций обрывается дежурными фразами:

- ✓ «Благодарим за внимание!»
- ✓ «Надеемся на взаимовыгодное сотрудничество».
- ✓ «Спасибо за ваше время».
- ✓ «Наши контакты...».
- ✓ Повторение слогана.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Последний прием — самый бестолковый. Нам вспоминается заключительный слайд презентации, при помощи которой продавали ортопедические матрасы. Презентация заканчивалась слоганом «Прикоснись к сердцу здорового сна!». Как это сделать и каким местом надо касаться, осталось за кадром.

Хороший призыв к действию — это глагол в повелительном наклонении. Назовите конкретный шаг, который должен совершить получатель.

Быстрая продажа:

- ✓ «Закажите на сайте...»
- ✓ «Приходите в магазин»
- ✓ «Позвоните и проконсультируйтесь со специалистом»
- ✓ «Скачайте демоверсию»
- ✓ «А теперь давайте подпишем контракт»

Долгий цикл продажи:

- ✓ «Назначьте время следующей встречи»
- ✓ «Пришлите техническое задание»
- ✓ «Запросите смету»
- ✓ «Сообщите, куда выслать образцы»
- ✓ «Давайте поговорим про первый шаг»

Представление проекта:

- ✓ «Дайте обратную связь»
- ✓ «Разрешите приступить»
- ✓ «Выделите бюджет/сотрудников/ресурсы»

Отчет:

- ✓ «Утвердите результаты»

- ✓ «Одобрите план действий»
- ✓ «Дайте премию команде»
- ✓ «Не увольняйте, дайте еще шанс ☺»

Начинать работу над презентацией с определения целевого действия выгодно вдвойне. Вам будет легче сформулировать структуру выступления и проще убирать лишнюю информацию. А читателям/слушателям – проще дать ответ или принять решение, когда они понимают (видят), чего вы от них хотите.

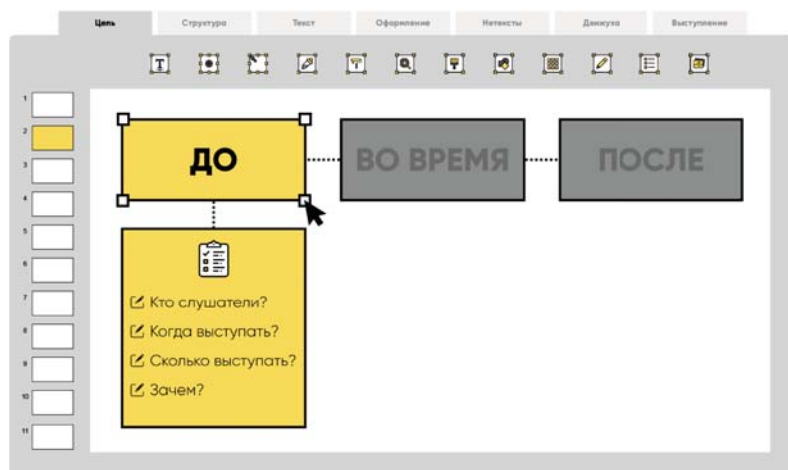
Вспомните Штирлица: «Запоминается последняя фраза». Если ваша последняя фраза будет четким призывом к действию, ее не только запомнят. Ей и последуют.

Это нам и надо.



Начинайте работу над презентацией с формулирования целевого действия.

2. Чек-лист «до начала слайдинга»



До того как начать делать слайды (мы называем этот процесс «слайдинг»), вам лучше бы знать ответы на следующие вопросы:

- ☒ Выступаете с презентацией лично или отправляете по почте?
- ☒ Когда выступаете (дата, время*)?



«Зачем это?» — спросите вы. Все имеет значение.

Например, в понедельник и в пятницу опытный спикер будет выступать по-разному. До ланча и после ланча мы бы тоже рекомендовали разные стили выступлений.

А как не обогреть в слайдах дату выступления 02.02.2022?

Кстати, внимательным выступающим шанс поиграть с датами и временем выпадает часто — надо уметь ловить момент.

Опять же, если кому-то выступать завтра, а кому-то — через месяц, у них явно разные стартовые условия.

- ☑ Сколько выступать (и сколько из этого времени уйдет на вопросы-ответы, дискуссию)?
- ☑ Зачем выступать? Что должно произойти после выступления?
- ☑ Где выступать (адрес, как доехать, припарковаться, сколько идти до места)?
- ☑ Локация (офис, конференц-зал, переговорная комната).



ИГОРЬ
МАНН

Однажды я не уточнил этот момент. И сюрприз: выступать пришлось под тентом на крыше 16-этажного здания при внешней температуре +35 градусов.

Никогда я не забуду этого выступления. Никогда.

Если выступаете в переговорной — спросите, какой она площади и сколько в ней будет участников.

Совет от души: если переговорных в офисе несколько или вы выступаете на площадке, где несколько залов, лучше поинтересоваться, кто соседи.

Как-то мне пришлось заканчивать выступление параллельно со свадьбой, которая стартовала (ой, хорошо стартовала!) в соседнем зале.

И еще был случай. Выступал у клиента, а в соседней с нами переговорной неожиданно начал заседать председатель правления компании. Проектор был один на три переговорные.

Угадайте, кому он достался?

Зашел айтишник, без слов забрал у нас проектор и ушел с ним. А персональный помощник председателя правления еще и зашла к нам в переговорную и попросила нас говорить тихо, «чтобы главному не мешать».

Я докладчик опытный. Говорил тихо, слайды тихонечко показывал со своего ноутбука (всегда приходите с полностью заряженной батареей) — продал ☺.

- ☑ Размер экрана/монитора(-ов)?
- ☑ Проектор: подключение через провода или вай-фай, яркость, разрешение?



ИГОРЬ
И КАТЯ

Проектор с вай-фай — штука удобная, но коварная. Вам не нужны провода и переходники, но помните про риски:

- нестабильный вай-фай — накладки с сетью бывают даже в серьезных конференц-центрах;
- нет программы для Мас — для подключения к такому проектору вам понадобится установить приложение на компьютер. Некоторые бренды проекторов не имеют версии программы для маков.

Подключить макбук к такому устройству вы не сможете. Провода не спасут: кабеля нужной длины не окажется под рукой либо проектор будет висеть под потолком в самом центре зала;

- нельзя установить на ПК — многие выступают с рабочими компьютерами. Вероятно, для установки нужно софта вам понадобится админ-пароль, которого вы не знаете.

- ☑ Можно ли подключить свой компьютер?
- ☑ Можно ли прийти пораньше и все проверить? За сколько?
- ☑ С кем решать организационные и технические вопросы?
- ☑ Есть ли нужные переходники, адаптеры, кликер, микрофон?

☑ Есть ли айтишник/технарь?



ИГОРЬ
И КАТЯ

Познакомьтесь с ним. Узнайте, как его зовут. Запомните.

Поблагодарите за помощь. Сделайте комплимент. Уходя, скажите: «Павел, спасибо вам большое за вашу IT-поддержку».

Если вы еще раз вернетесь на это место выступления — он вас не забудет.

☑ Кто вас подключит? Сможете ли вы это сделать сами?

☑ Где вход в аудиторию (сзади — идеально, сбоку — терпимо, за спиной спикера — ужасно)?

☑ Есть ли флипчарт или доска для записей, фломастеры, мелки, стиралка?

☑ Звук в аудитории. Где слепые зоны? Будут ли вопросы от аудитории? Как задавать вопросы с места, если аудитория большая?

☑ Освещение и кондиционеры?

☑ Кофе-брейки, перекусы, ланчи: как, где и когда?

☑ Как и на чем будут сидеть слушатели?



ИГОРЬ
И КАТЯ

Выходит крайне непрофессионально, когда спикер предлагает слушателям разбиться на пары/небольшие группы для практического упражнения в аудитории, где стулья не двигаются. Например, в кинотеатре или конференц-зале, в котором в самом центре стоит огромный стол для переговоров.

☑ Кто эти слушатели?

☑ Их мотивация (они здесь по работе; заплатили за то, чтобы принять участие, или их заставили сюда прийти насильно)?

☑ Сколько их будет?

- ☑ Формальная или неформальная будет обстановка (переводим: могут ли участники слушать вас и при этом говорить по телефону, пить кофе, есть плюшки и перебивать вас)?
- ☑ Кто главный, и какая у него власть?
- ☑ Кто выступает перед вами?
- ☑ Кто выступает после вас?

Список этих вопросов, конечно, намного больше. Но мы приводим тот минимум, без которого хорошие слайды не сделать никак.

Многие вопросы из этого чек-листа станут слайдхаками и вашими помощниками.

Итак, самые главные вопросы «до»:

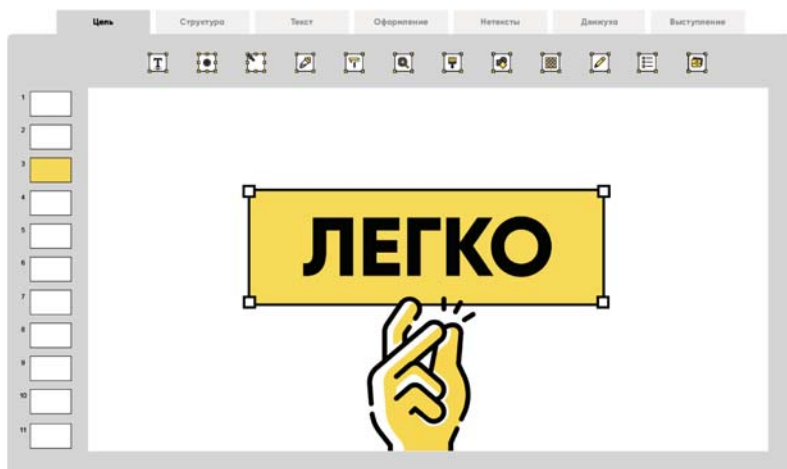
1. Кто слушатели → уровень подачи информации.
2. Когда выступить → сколько времени на подготовку слайдов.
3. Сколько выступить → сколько делать слайдов.
4. Зачем выступить → целевое действие.

Как говорит китайская пословица, делать слайды без этих вопросов — все равно что стрелять из лука в цель с завязанными глазами.



Чем больше моментов вы продумаете, тем лучше вы выступите.

3. Сделайте им «вау!»



Если вам нужно сделать презентацию «вау!» — затмить всех и вся, произвести неизгладимое впечатление, добиться нужного результата... — рекомендуем использовать технологии «дорожка шагов» и ментальные карты. Так вы сможете описать бизнес-процесс презентации от а до я, ничего не забыть и уже потом подумать над факторами «вау!» на каждом ее этапе.

Вот, например, дорожка шагов выступления перед важным клиентом в его офисе (мы называем этапы выборочно):

- ☑ входим в переговорную;
- ☑ представляемся;
- ☑ занимаем места;
- ☑ подключаемся к проектору;

- ✓ мощное начало;
- ✓ эффектное выступление;
- ✓ шикарная концовка;
- ✓ вопросы и ответы.

В ментальной карте (например, xMind, MindJet MindManager или Coggle.it) затем будет удобно записать идеи, привязанные к каждому шагу и позволяющие сделать «вау!».

Берем самое простое: подключение к компьютеру. Что тут может быть «вау!», спросите вы. Вот несколько идей.

Вы приходите с портативным проектором, быстро подключаетесь с ним по вай-фай к своему мобильному роутеру и сразу начинаете выступать. Это явно «вау!».

Или, заполняя паузу, связанную с подключением, вы рассказываете историю о том, например, как вы «бесшовно» соединяете что-то с чем-то для своих клиентов. Можно начать со слов «Обычно на подключение к компьютеру никто не обращает внимания ровно до тех пор, пока вы не осознаете, что шнур от проектора не подходит к компьютеру и ваша презентация под угрозой срыва. Прямо как в вашем бизнесе/ситуации...».

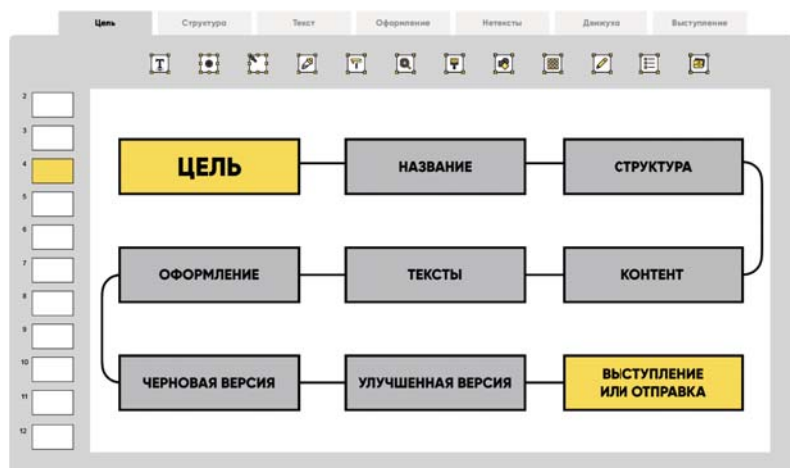


Поверьте, для «вау!» есть место на любом этапе вашей презентации. Надо только хорошо подумать.

P. S. Исключения — ситуации, где «вау!» неуместны:

- ✘ тендерные комитеты;
- ✘ выступления перед чиновниками;
- ✘ защита диссертации;
- ✘ выступления перед инвесторами.

4. Успеть



Мало сделать хорошую презентацию — ее нужно сделать вовремя. Нет пользы от прекрасно оформленных слайдов, если вы не успели их сделать к тому моменту, когда вам или вашему боссу нужно выступить (или к тому часу, когда он их затребовал).

Чтобы презентация удалась, ее стоит делать не спеша и закончить к нужному моменту. Чтобы это получилось, рекомендуем следующий чек-лист:

- ☑ дата/время;
- ☑ без дедлайнов;
- ☑ последовательность.

Чуть подробнее о каждом пункте.

ДАТА/ВРЕМЯ

Убедитесь, что вы точно знаете, когда потребуется предварительная или финальная версия слайдов и сколько выступление будет длиться.



Распределение времени



ИГОРЬ
МАНН

Когда принимаю задачу выступить, всегда уточняю дату: «Давайте еще раз. 22 мая. С 14:00 до 14:40. Выступление 30 минут и 10–15 минут на вопросы, если будут».

Опасные месяцы — июнь и июль: их легко перепутать. Я путал, организаторы путали, и не раз. Слышу их — перепроверю дважды и в переписке пишу так: 12 июНя или 13 июЛя.

Опасно принимать задачу по подготовке презентации в пятницу. Босс: «Жду к понедельнику». Вопрос — к какому? К ближайшему (через уикенд) или у вас будет полная рабочая неделя на подготовку? Я пару раз на это попадался.

БЕЗ ДЕДЛАЙНОВ

Не откладывайте слайдинг на последний момент. То, что до выступления/презентации неделя или месяц, не должно вас расслаблять — надо все спланировать и браться сразу.



ИГОРЬ
МАНН

Исключение, если приближающиеся дедлайны вас мотивируют, если вы сможете собраться в последний момент и все классно сделать с нуля, собрать нужные слайды из уже имеющихся презентаций. Но таких людей, мотивируемых надвигающимся дедлайном, немного. Лучше не рисковать.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

Работайте в последовательности, которую мы рекомендуем ниже, и не смешивайте этапы работ. Дорожка шагов здесь простая, как на картинке выше: цель → название → содержание/структура → тексты/контент → визуал → оформление → черновая версия → улучшения → финал/отправка/выступление.

Мы еще много будем говорить о важных моментах слайдинга, а сейчас общая картина и самые важные моменты (если мы еще раз их повторяем, то это говорит об их важности).

1. **Цель презентации.** Мы уже говорили о том, как важно понимать цель презентации и во время слайдинга постоянно держать ее в голове. Можете даже напечатать ее на первом слайде. Только не забудьте потом убрать. Хотя... можно иногда и оставить. Представьте себе, вы начинаете встречу с клиентами у них в офисе, и ваш первый слайд выводится на экран: «Цель презентации — не уйти без контракта». Как говорится, открыли карты, зашли с козырей.
2. **Название.** Теперь придумайте название. Пусть оно пока будет черновым, «рабочим», версией 1.0 — но важно, чтобы оно появилось («как яхту назовете, так она и поплывет»).

Пример. Название «22 главных итога 2022 года» делает работу над слайдами гораздо осмысленнее, чем

если бы презентация называлась просто «Итоги года». Сразу появляется идея, как работать над слайдами.

Название презентации «Коммерческое предложение — лучшее по всем пунктам» сильно лучше, чем «Наше коммерческое предложение». В первом случае нужно просто уточнить, о каких пунктах речь, — и вуаля!

Название «Слайдхакинг. Не слайдфакинг» уже задает и тон, и идею подачи материала — и отлично продает содержание.

3. **Содержание/структура.** Широкими мазками пропишите основные моменты выступления. Хорошо, если это будет уже понятная слушателям логика (все, что нам уже знакомо, мы принимаем легче и быстрее).

Например, анализ — выводы — рекомендации.

Или: продукт — цена — каналы продаж — ценообразование — команда (модель 5p).

Или: аудит — планирование — исполнение — контроль.

4. **Тексты/контент.** Открываем слайд за слайдом и добавляем в них смысловую нагрузку — иногда достаточно заголовка, ключевого слова/фразы/числа или изображения, чтобы было понятно, что будет на этом слайде.

Например: заголовок «3 главных вывода». Или фото кол-центра на весь слайд. Или в центре слайда фраза

«ROI 148 %!». Вы уже поймете, что нужно будет добавить/дописать, чтобы завершить его.

Потом, итерация за итерацией, улучшаем содержание каждого слайда.

5. **Визуал.** Смотрим, как сделать так, чтобы не только контекст, но и визуал был классным. Цвета, шрифты, фотографии, иконки... Обо всем этом мы еще поговорим, и не раз.
6. **Оформление.** Делаем на этом этапе красиво и логично: нумерация, анимация, выравнивание, исправляем ошибки.
7. **Черновая версия.** Даем ей отлежаться — и со свежей головой сами или с помощью других улучшаем ее.
8. **Финальная версия.** Ее можно отправлять или выступать с ней.

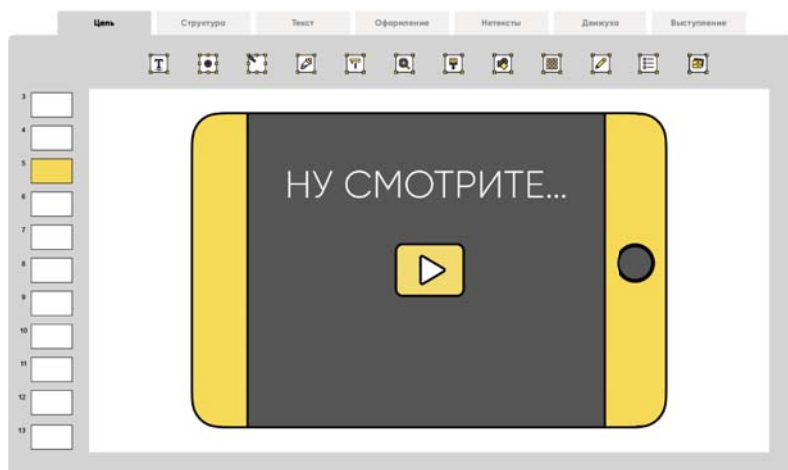
И мы все успели.

Сколько времени уйдет на каждый этап? Сказать сложно, все очень индивидуально. Но примите еще один совет: лучше заложить резерв времени.



Хорошие презентации делаются не в спешке — и к нужному времени. Успевайте.

5. «Пришлите, мы посмотрим. Потом поговорим»



Заполучить живую встречу с нужным человеком (менеджером, руководителем, собственником) сегодня ой как непросто. Даже если вам удалось поговорить с ним по телефону, то, скорее всего, вас попросят прислать презентацию. А уже посмотрев ее, решат, нужна ли будет встреча.

Предлагаем алгоритм создания слайдов для таких ситуаций — мы называем их «слайды с озвучкой». Это слайды, которые вы комментируете сами или просите это сделать коллегу с самым приятным голосом в компании. Вот как они делаются.

ШАГ 1. СДЕЛАЙТЕ СЛАЙДЫ

Такие же, как для личной встречи. По всем правилам, о которых мы будем говорить.

ШАГ 2. ОЗВУЧЬТЕ СЛАЙДЫ



ИГОРЬ
И КАТЯ

*Мы записываем выступление на диктофон в телефоне.
Лучше записывать небольшие кусочки, по паре предложений.
Произнести длинный текст без запинки трудно.*

Не читайте текст со слайда. Комментируйте слайд так, как вы бы это делали перед собеседником. С интонацией, игрой голосом и вопросами.

ШАГ 3. НАЛОЖИТЕ ЗВУК НА СЛАЙДЫ

На Mac используйте бесплатный iMovie. Для Windows есть дюжина бесплатных программ, этого вам с лихвой хватит.

-  Загрузите аудиокomentarии в программу в хронологическом порядке.
-  Сделайте скрины каждого слайда.
-  Загрузите скрины в программу. Показывайте каждый скрин столько же времени, сколько длится комментарий голосом.
-  Добавьте звуковые эффекты. Например, в начало, до начала ваших комментариев. Для презентации

про лесную промышленность годится звук бензопилы. Работаете с ресторанами — наложите звуки вечернего кафе. Огромная коллекция звуков для любых отраслей есть на [canva.com](https://www.canva.com)

 Сохраните получившееся видео и выложите его в облако. Если выкладываете видео в YouTube, укажите в настройках «доступ по ссылке». Так вашу презентацию не увидят посторонние.

ШАГ 4. ОТСЫЛАЙТЕ

Отправьте ссылку на видео клиенту. В письме объясните, почему решили отправить не шаблонную презентацию, а слайды с озвучкой. Можно также отправить и обычную презентацию без озвучки.



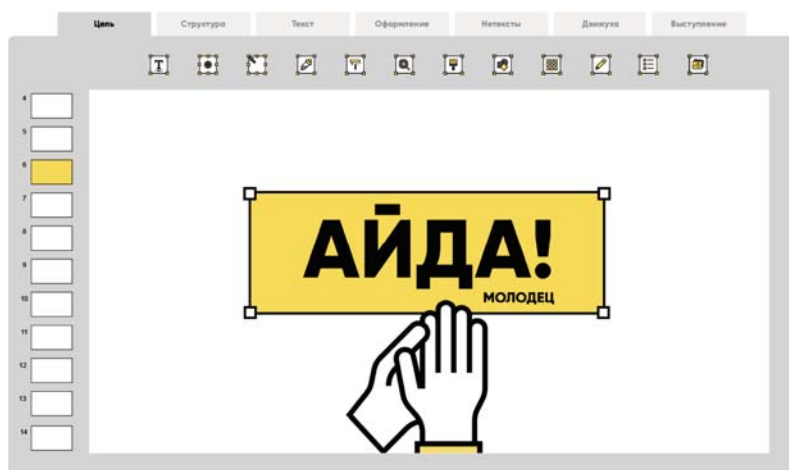
ИГОРЬ
И КАТЯ

Наш опыт показывает, что для такой презентации потребуется время. Например, для озвучки 10-минутной презентации вам понадобится час, чтобы наложить голосовые комментарии на слайды. Да, это небыстро и непросто. Но зато какой эффект! Заинтригованный клиент посмотрит презентацию хотя бы из интереса. Вероятнее всего, покажет ее коллегам. Запомнит вас лучше других. Выделит вас среди них.



Если вас пока не хотят видеть, пусть вас услышат.

6. AIDA



В рекламе много коммуникационных моделей, но самая популярная, пожалуй, — это AIDA (для тех, кто не знает английского, можно озвучить как «айда»). Что значит это слово?

A — attention (внимание);

I — interest (интерес);

D — desire (желание);

A — action (действие).

Эта модель прекрасно подойдет и для слайдинга.

Задача любой рекламы (читайте — слайдов):

- ✓ привлечь внимание (а его и так дефицит — против ваших слайдов будут выступать ряды отвлекающих факторов: мысли слушателей (что-то им навяло), соцсети, почта, звонки, внешние шумы...);
- ✓ быть интересными (мало привлечь внимание — надо его еще и удержать, не потерять интерес ваших слушателей);
- ✓ вызывать желание (помним про цели презентации — нам нужно, чтобы слушатели захотели наш продукт/услугу/идею/нас);
- ✓ побуждать к действию (задача последнего слайда — убедить читателя совершить нужное нам действие).



ИГОРЬ
МАНН

Когда я выступаю с мотивационным выступлением, то мой последний слайд в презентации с кучей полезных советов. Это красные слова на белом фоне: «Пожалуйста, сделайте хоть что-нибудь». Он «заходит» — я вижу это по тому, что его часто цитируют в своих социальных сетях слушатели моих семинаров.



Делайте слайды по модели AIDA: внимание → интерес → желание → действие.

ПЕРВЫЙ СЛАЙД

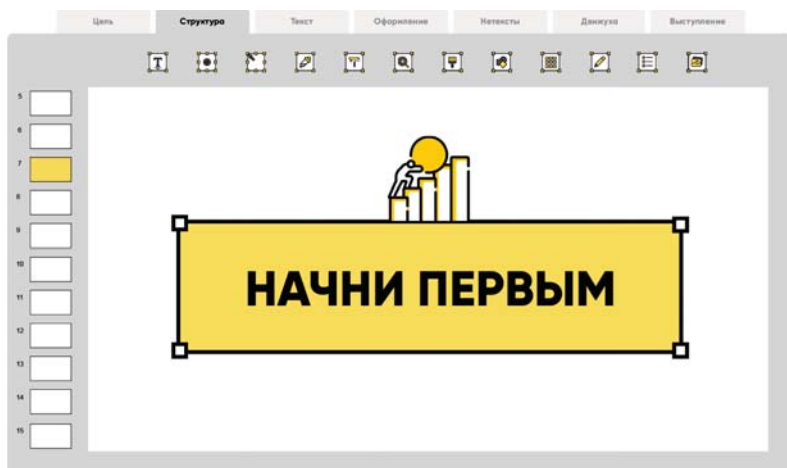
2 СЛАЙД- ХАКА



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
2

7. Начни первым



Первый слайд — он трудный, важный, самый. Как минимум он влияет на настрой вашей аудитории.

Еще до того как спикер начинает выступать, слушатели видят первый слайд и, основываясь на нем, принимают решение: «Сейчас будет 30 минут нудной тягомотины, пойду-ка я попою кофе» или «О, кажется, будет что-то интересное, займу-ка место поближе».

В почтовой презентации (той, которая отправляется читателю по почте) первый слайд играет еще бóльшую роль. Получатель скачивает презентацию, открывает ее и по первому слайду решает, будет он смотреть дальше или удалит (или в лучшем случае — если можно назвать

его лучшим — переместит презентацию в папку «разобрать, когда дойдут руки»).

Поэтому первому слайду презентации важно уделить максимальное внимание.

Как? Давайте разбираться.

Стандартный набор:

-  тема презентации;
-  имя выступающего;
-  название компании;
-  дата;
-  город.

Это самый распространенный набор элементов для первого слайда. Но далеко не самый удачный.

Во-первых, потому что так делают все. А мы прямо чувствуем, что вы не хотите, чтобы ваша презентация была «как у всех». Вы хотите, чтобы лучше. Намного лучше.

Во-вторых, практика показывает, что стандартный набор составляющих первого слайда не вызывает большого интереса у слушателей/читателей.

А следовательно, первый слайд не выполняет свою основную задачу:



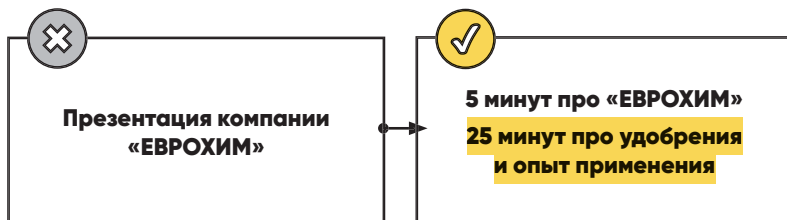
**ЗАДАЧА ПЕРВОГО СЛАЙДА – ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ:
СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ СЛУШАТЕЛЬ ЗАХОТЕЛ
ПОСМОТРЕТЬ, ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ.**

Вот нестандартные приемы, которые можно использовать для привлечения внимания на первом слайде.

- ✓ Загоните себя в цейтнот.
- ✓ Начните с «Допустим...».
- ✓ Дайте обещание.
- ✓ Сломайте шаблон.
- ✓ Задайте вопрос.
- ✓ Замаскируйтесь под обучение.

Теперь давайте разберем подробнее каждый из приемов.

ЗАГОНИТЕ СЕБЯ В ЦЕЙТНОТ



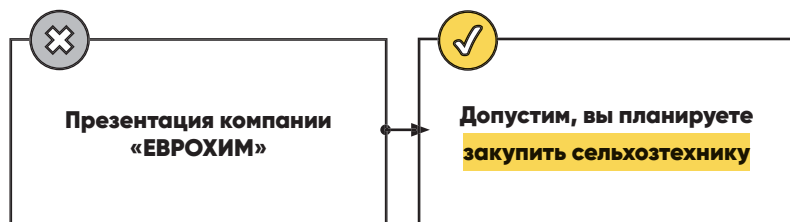
Трудно отстроиться, когда на отраслевой конференции выступаешь среди десятков прямых конкурентов. После третьей презентации публика устает. Каждый спикер

заводит одну и ту же шарманку: «лидер рынка», «140 лет в отрасли», «ваш надежный партнер»...

Ограничьте время рассказа о себе — и напишите об этом на первом слайде. А остальное время уделите полезному контенту. Аудитория проснется. Пятиминутный рассказ о компании прослушать легко. А наблюдать за спикером с секундомером всегда интересно.

Ограничения по времени для каждого блока — это мощный фильтр. Вы сразу почувствуете, какую информацию можно пропустить. Презентация получается без «воды» даже у неопытного спикера.

Начните с «Допустим...»



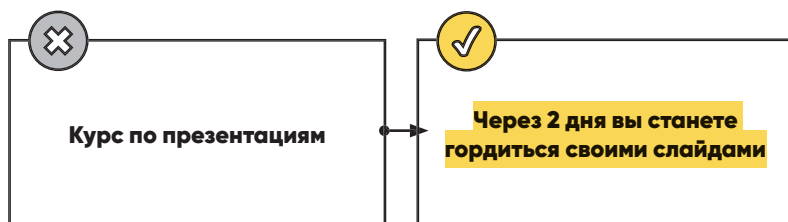
Агрессивное начало презентации («Купи прямо сейчас», «Мы — самые крутые»), как правило, вредит делу. У многих слушателей/читателей оно вызывает активное раздражение, а в серьезных B2B-продажах выглядит неуместно.

Хороший способ деликатно начать презентацию — использовать формулировку «Допустим, вы...».

- Допустим, вы хотите установить видеонаблюдение в офисе...
- Допустим, вы планируете закупить сельхозтехнику...
- Допустим, вы выбираете юриста на аутсорсе...

Начало звучит нейтрально, читатель с нами соглашается и готов слушать дальше.

ДАЙТЕ ОБЕЩАНИЕ



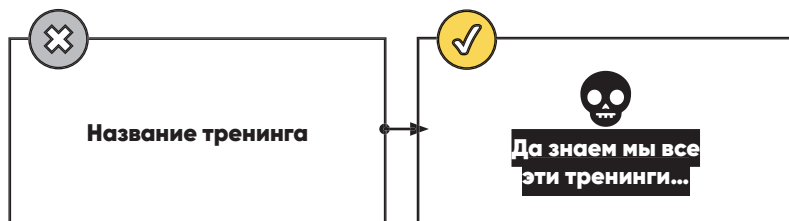
Мало что вызывает такое уважение, как сдержанное слово. Обещайте своим слушателям пользу уже на первом слайде. И выполняйте.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы постоянно переделываем программу своего курса по слайдингу. За годы поменялось все: структура, кейсы, упражнения. Но первый слайд остается прежним уже пять лет: «Ваша презентация — огонь! Через два дня вы станете гордиться своими слайдами». Так мы обещаем, что каждый участник сумеет нарисовать стильные слайды. Такое обещание ко многому обязывает. Тем сильнее эффект в конце обучения, когда участники действительно с гордостью заявляют, что теперь гордятся своими презентациями.

СЛОМАЙТЕ ШАБЛОН



Все пишут на первом слайде, какая у них солидная компания, какой крутой продукт, сколько регалий у спикера... Сломайте шаблон и начните с эпатажа. Напишите на слайде то, что думают ваши самые скептически настроенные слушатели. Причем еще более утрированно и провокационно.

Увидев такой первый слайд, скептически настроенный слушатель подумает: «Да он же читает мои мысли!» Остальные не поймут, что происходит, и заинтригованно будут ждать объяснений. А значит, и продолжения вашей презентации.

Вот что можно написать на первом слайде, если хотите начать ярко и необычно:

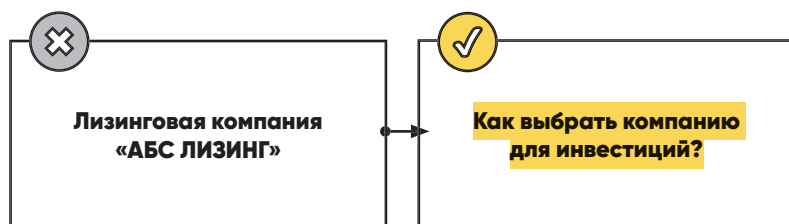
- Ну-ну... Еще один поставщик пластиковых окон.
- Да знаю я всех этих консультантов...
- Зачем переплачивать за бренд? Лучше закажем в Китае.

Это мощное начало. Пока слушатель/читатель остается при своем мнении, и мы не бросаемся его пере-

убеждать. Сначала показываем, что его мнение имеет право на жизнь. Даже приводим аргументы в его пользу. Так мы снимаем внутреннее сопротивление аудитории и «растапливаем лед».

Из контекста «умный эксперт — глупая аудитория» мы переводим разговор в русло «вы правы, но еще стоит учесть, что...». В таком формате гораздо больше шансов, что с нашими аргументами согласятся.

ЗАДАЙТЕ ВОПРОС



Сформулируйте вопрос, который, скорее всего, волнует ваших слушателей/читателей, и задайте его на первом слайде. Внимание гарантировано.

Вот примеры вопросов, которыми можно начать презентацию:

- Как победить сорняки после засухи? (Компания презентует свою продукцию — гербициды.)

- Ищете опытного разработчика кросс-платформенных игр? (На втором слайде можно продолжить мысль: «Вы его только что нашли».)
- Как выбрать надежные промышленные весы? (Естественно, если вы продаете промышленные весы.)



ИГОРЬ
И КАТЯ

Необязательно писать общий вопрос по всей теме. Можно задать частный вопрос, который вызовет интерес. Мы работали над презентацией для обучения будущих спасателей. Изначально на первом слайде было написано: «Техники и приемы оказания помощи водителям и пассажирам, зажатым в корпусе автомобиля в результате ДТП». Такой первый слайд точно отражает тему, но звучит сухо.

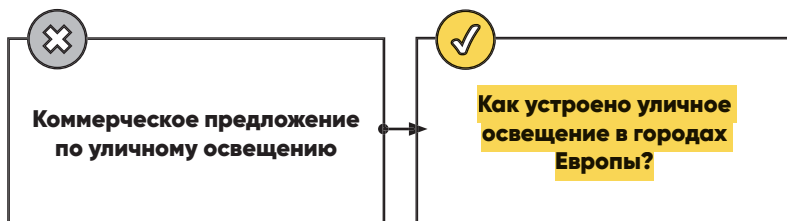
Мы переделали первый слайд и написали на нем: «Человек зажат в автомобиле. Ваше первое действие?»

Молодые курсанты начинали думать над вариантами и погружались в тему еще до начала выступления: перекрыть дорогу, зафиксировать голову раненого, выдернуть сломанную дверь тросом (если под рукой нет инструментов), срезать крышу гидравлическими ножницами...

В зависимости от тяжести обстоятельств могут применяться все варианты. Но в любой ситуации один из бойцов расчета должен попробовать открыть капот и отключить аккумулятор. Замыкание проводки в машине с поврежденным бензобаком — это смертельная опасность и для раненого, и для спасателей.

Лектор привлек внимание и лишний раз напомнил, что образование у спасателей нельзя заменить силой и храбростью. Классный прием, когда надо замотивировать студентов.

ЗАМАСКИРУЙТЕСЬ ПОД ОБУЧЕНИЕ



Как только слушатель/читатель видит на первом слайде: «Коммерческое предложение», он сразу же думает: «Щас будут впаривать». Все понимают, что плохого спикер про себя или свою компанию не скажет. И будет на протяжении всей презентации только и делать, что хвалить себя, свою компанию и свой продукт.

Когда вы маскируете коммерческую презентацию под обучение, вы смещаете акцент с продажи на что-то более интересное для слушателей.



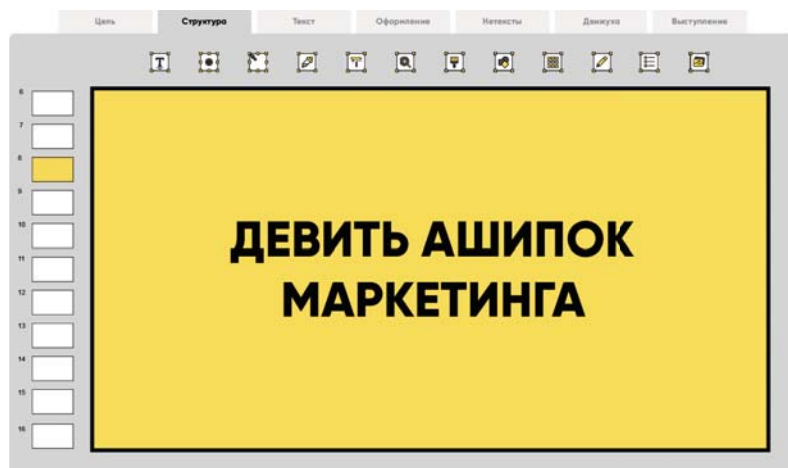
ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы сделали сотни презентаций. И ни одного первого слайда со словами «коммерческое предложение» или «лекция». Первый слайд слишком важен для того, чтобы писать на нем банальные вещи.



**«Как корабль назовешь, так он и поплывет».
Это и про слайдинг.**

8. Как оформить первый слайд



Первый слайд — это не только название презентации.

Помочь привлечь внимание к первому слайду (а значит, и ко всей презентации) могут:

- ✓ изображение;
- ✓ сквозная нумерация;
- ✓ содержание;
- ✓ цвет слайда;
- ✓ «опечатка»;
- ✓ «на контрасте»;
- ✓ регалии и контакты.

Давайте посмотрим как.

Предположим, вы делаете презентацию перед клиентами — группой топ-менеджеров, которые будут принимать решение совместно.

Убойный текст для первого слайда благодаря предыдущей главе у вас уже есть. Можно смело начать с него. Но наш арсенал шире. Используем его.

ИЗОБРАЖЕНИЕ

Вариантов много. Мы на первом слайде можем:

- показать инфлюенсера (эксперта, аналитика, ученого...) с его цитатой-отзывом: «Мы больше года используем решение X и уже заработали 28 млн рублей»;
- сделать фотомонтаж: показать наше решение в интерьерах завода клиента;
- использовать ай-стоппер — например, фотоколлаж из 28 млн рублей (банально, но внимание всегда привлекают девушки, котики и деньги);



А вот три в одном — уже перебор. Котик с девушкой, купающийся в деньгах, — уже не ай-стоппер, а образ-вампир, не привлекающий внимание, а убивающий его.

- зайти с видеоролика;
- показать словами/фотографию/рисунок/график... с концепцией «До и после». Идея понятна: все оставшиеся слайды вы показываете, как вы придете к «после».

СКВОЗНАЯ НУМЕРАЦИЯ

О ней позже. Но если на первом слайде будет «1/16», всем понятно, что ждать 16 слайдов. Прием хороший и неизбитый.

СОДЕРЖАНИЕ

Хороший ход, когда уже на первом слайде вы показываете, о чем будете говорить. Кроме того, уже первым слайдом вы задаете структуру подачи материала, на которую можете опираться во время выступления.



ИГОРЬ
МАНН

Однажды я выступал с темой «Рекомендательный маркетинг».

На первом слайде было написано:

РекоменДАтельный маркетинг = заслужить (говорит — кто, о чем и как) + получить (ждать, стимулировать, вымогать) + использовать (мониторить, распространять).

Я еще поиграл цветом и размером шрифта — и содержание семинара считывалось сразу. Я возвращался к этой структуре постоянно по мере своего выступления.

Получилось здорово!

ЦВЕТ СЛАЙДА

Вспомните, какого цвета первый слайд выступлений, свидетелями (или потерпевшими) которых вы были.

98 % первых слайдов — это белый фон. Верно?

На контрасте используем свой фирменный цвет, цвет клиента или цвет, который мы как-то обыграем в наших слайдах. Или можно начать с абсолютно чистого листа — зеленого, красного или другого яркого цвета. Интрига!

«ОПЕЧАТКА»

Хорошая возможность привлечь внимание — специально сделать ошибку в названии.

Это точно заметят. Вероятно, вас поправят — вам это и надо.



ИГОРЬ
МАНН

Однажды я выступал с темой «Девять ашипок маркЕтинга».

Таким был и мой первый слайд.

Сработало отлично!

«НА КОНТРАСТЕ»

Этот прием отлично работает для молодой и продвинутой аудитории. Сделайте два первых слайда: один — с корявым текстом и оформлением, а второй — идеальный. Сперва покажите плохой.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Десять лет назад мы организовали семинар по маркетингу Анатолия Дуракова. Люди уселись на местах, спикер вывел первый слайд... а у нас пересохло в горле. Первый слайд выглядел фантастически убого! Мы до сих пор уверены, что его невозможно было сделать хуже. Анатолий совершенно игнорировал реакцию зала и читал заготовленный текст бесцветным

голосом. Публика занервничала: ~~пытка~~ выступление должно было длиться шесть часов. Но через минуту он замолчал, хитро улыбнулся и спросил: «Что? Напряглись? Расслабьтесь!» А после этого вывел настоящий первый слайд (краткий и стильно оформленный) и на контрасте получил максимум внимания. Зал оценил шутку, а мы помним это выступление до сих пор.

РЕГАЛИИ И КОНТАКТЫ

Спикеры часто указывают на первом слайде свои контактные данные: имя, фамилию, электронную почту, профили в соцсетях, должность в компании, название компании, адрес сайта... Представляете, сколько это съедает места?

Попробуйте сделать это необычно:

- как в титрах «Звездных войн» (уменьшающимся шрифтом — подаем текст от важного к менее важному, уменьшая шрифт);
- QR-кодом;
- инстаграм-визиткой;
- необычными словами — например, «от создателей ROI 148 %».

Можно вообще пропустить эту информацию — ведь вас представят, или вы сами можете сделать это и сказать: «Мои контактные данные будут на последнем слайде».

Если вы выступите блестяще — вас найдут, не волнуйтесь. А вы теперь будете выступать блестяще, поверьте нам.

И на десерт — подсказка: с чего начинали — тем можно и закончить.

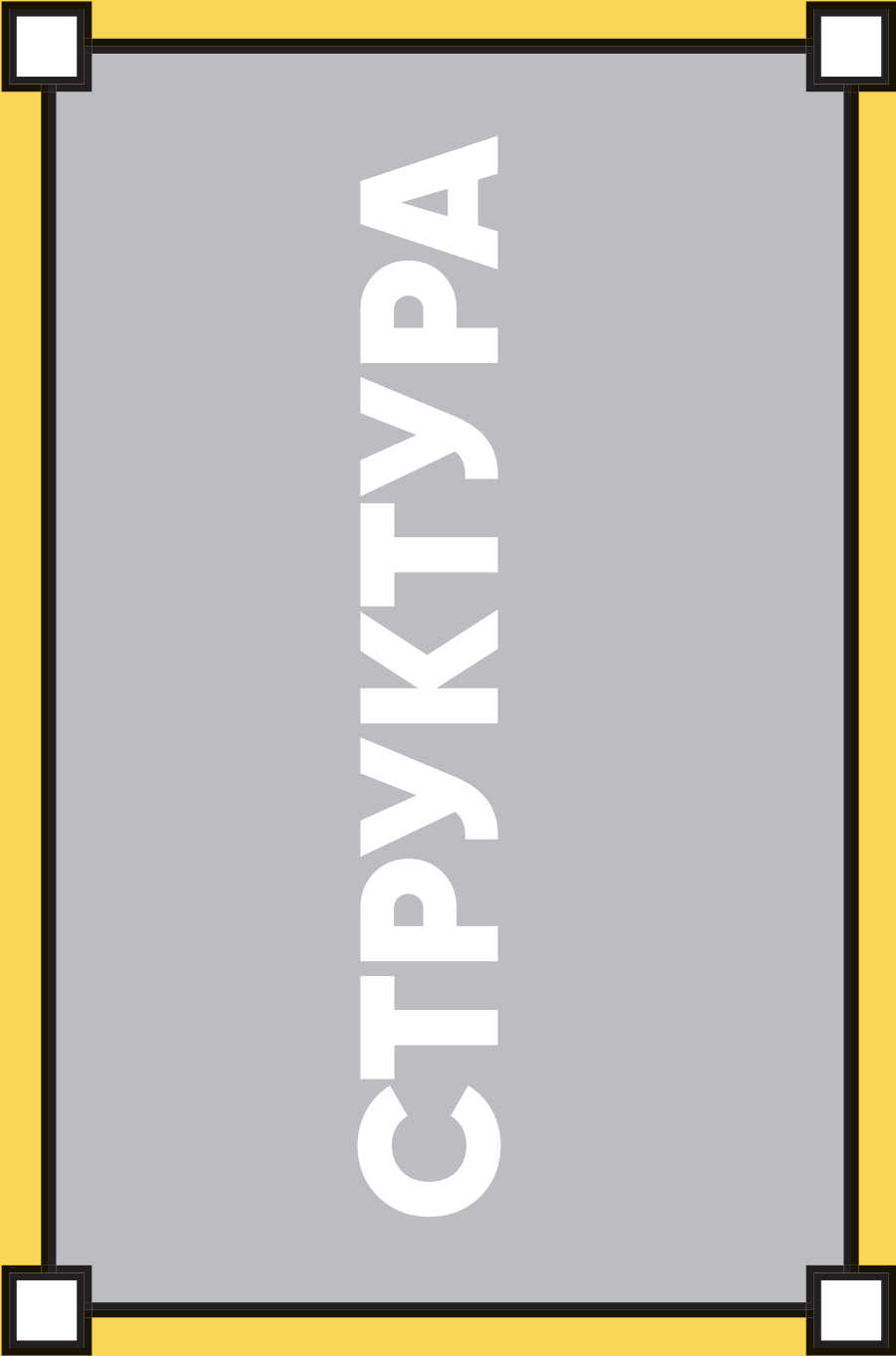
Начинали с цифры — ею и заканчивайте. Начинали с отзыва инфлюенсера — отзывом (его же или другого) и заканчивайте.

И мы так закончим эту главу. Запоминаем: в первом слайде на вас могут работать:

- ☑ изображение;
- ☑ сквозная нумерация;
- ☑ содержание;
- ☑ цвет слайда;
- ☑ «опечатка»;
- ☑ «на контрасте»;
- ☑ регалии и контакты.



**На успех презентации должно работать все,
что можно и уместно.**



СТРУКТУРА

https://t.me/shop_courses

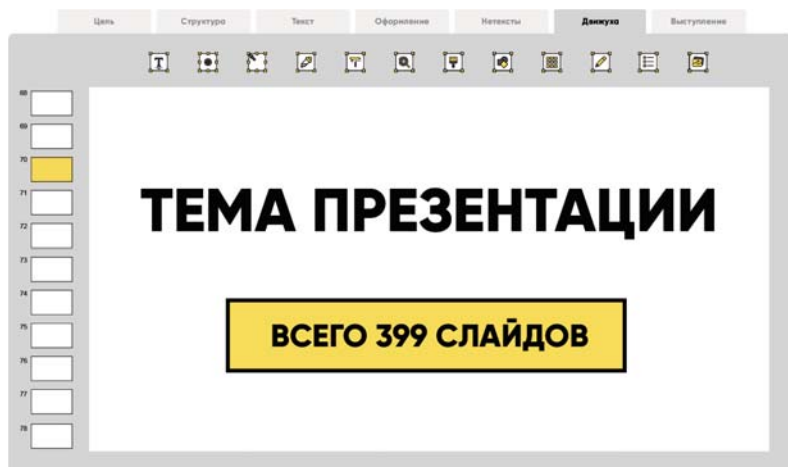
10 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
3

9. «Сколько-сколько?»



Начиная выступать, удивите/пожалейте слушателей.

Скажите им, сколько слайдов в вашей презентации: «В моей презентации будет всего 450 слайдов» или «Впереди 10 слайдов, каждый — на вес золота». Пусть знают, что их ждет. Можно разместить эту информацию и на первом слайде.

Предупрежден — вооружен.

Выгоды для вас:

1. Поймете по реакции слушателей, стоит ли вам сжаться или, наоборот, ускориться после того, как анонсировали количество слайдов.

«Ого-го/Круто...» — это восхищение вашей работой и карт-бланш говорить много и быстро.

«Боже/Да ладно/Э-э, не...» — это «давайте покороче».

2. Это задаст темп вашего выступления.



Вот мои рекорды. Однажды я выступал на форуме «Синергия» перед 6500+ слушателями. Темой моего выступления были инновации. Времени мне дали 30 минут.

В самом начале я сказал, что у меня 98 слайдов и слушать меня надо быстро, не отвлекаясь.

Я показал все 98 слайдов и закончил выступать минута в минуту. Зал был в шоке. Аплодировали долго.

3. Это заранее настроит аудиторию на нужный темп восприятия.

Можно и рекорды ставить — и по максимальному количеству слайдов, и по минималке.



Было дело. Вот мои рекорды.

Семинар «117 инструментов маркетинга». С 10 до 19 часов. 1350 слайдов.

Выступление «Агентство недвижимости №1» — 45 минут. Два слайда.

Выгоды для слушателей: понятно, чего ждать; понятно, как слушать.

Резюмируем: если уместно, говорите в самом начале выступления, сколько у вас слайдов.



ИГОРЬ
И КАТЯ

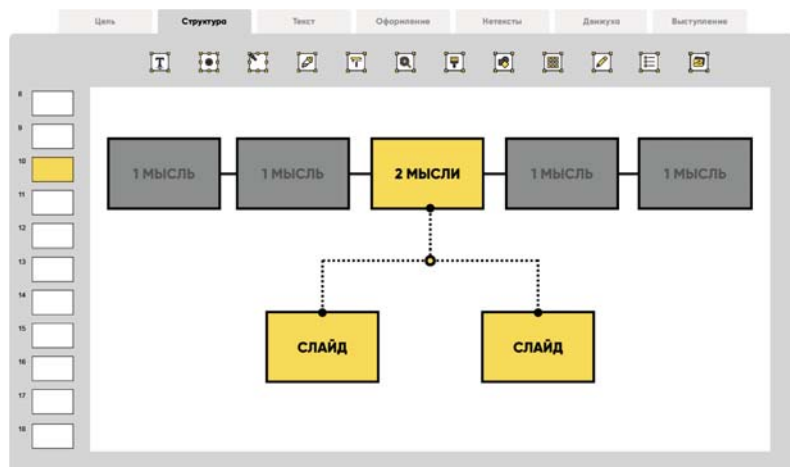
Из этого можно сделать фан: мы просим слушателей угадать количество слайдов перед началом курса по слайдингу. У нас их 1500+ на семь часов выступления. Варианты ответов варьируются от 20 до 250. Близко не угадал никто.

Вы можете сделать то же самое. Попробуйте вовлечь аудиторию вопросом: «Как вы думаете, сколько у меня слайдов?» И наградите того, кто дал самый близкий ответ.



Показывать количество слайдов на старте – прием специфический. Подойдет не каждому. Но имеет смысл попробовать.

10. 1 мысль = 1 слайд



Длинная презентация не проблема. Проблема — когда вы не смогли убедить собеседника.

Поверьте, интересного спикера с сотнями слайдов можно слушать часами. Когда сложную информацию «разжевывают» на небольшие понятные кусочки, слушатель усваивает материал быстрее и запоминает его лучше.

Закон слайдинга:

Бездумное уменьшение количества слайдов — зло.

Когда вы пытаетесь уместить все в один или несколько слайдов, презентация превращается в «летопись» с мелким текстом, неразборчивыми таблицами и отсутствием картинок (изображения попадают под сокращение в пер-

вую очередь). Как мы (Катя и Игорь Нисенбойм) повторяем на каждом нашем курсе:

При попытке впихнуть невпихуемое выпихивается ранее впихнутое.

Все всегда индивидуально. Нам не раз попадались упоминания «универсальных принципов» про количество слайдов. Например: должно быть максимум 12 слайдов, а на каждом слайде — максимум пять пунктов. Когда речь идет о презентации про небольшую типографию — согласны.

А если это коммерческое предложение по промышленному оборудованию?

Или банковский отчет за полугодие?

Не может быть «волшебных цифр», если речь идет о слайдинге.

И еще один закон слайдинга:

Закон амебы: надо делиться.

Если вы думаете, что из одного слайда можно сделать два или три, — делайте обязательно. Не сомневайтесь.

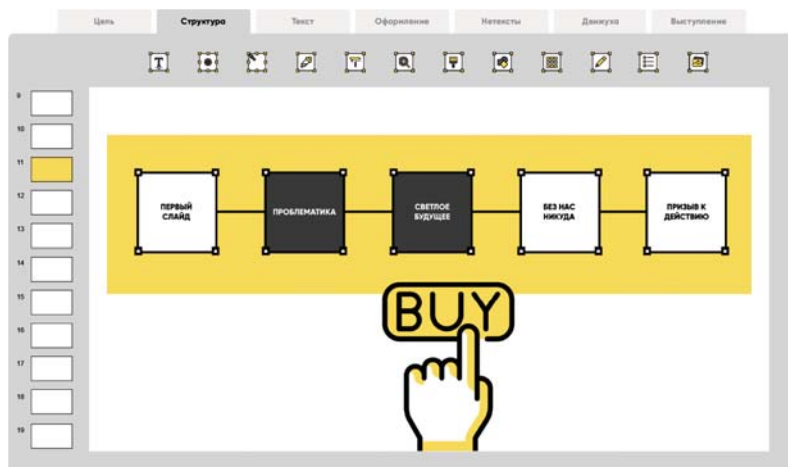
В презентации должно быть столько слайдов, сколько нужно для убеждения вашего собеседника.

У такого подхода есть еще один плюс: вы всегда сделаете презентацию быстрее. Вам не нужно думать о том, как впихнуть невпихуемое: текст не вмещается, картинки не влезают... Вы просто увеличиваете количество слайдов.



Если у вас есть мысль, уместите ее на одном слайде. Если две — уместите на двух.

11. Когда продаем



Если вам приходится делать продающие презентации, внимательно изучите эту главу и учтите наши рекомендации.

Начнем с того, что делать НЕ рекомендуется.

Не начинайте с рассказа о компании. Почти все коммерческие презентации открываются с него — и это не работает. В начале презентации ни вы, ни ваша компания слушателя особо не интересуют. А рассказать о компании ярко, живо, вовлекательно у вас вряд ли получится. Люди уделят вам внимание, только когда вы затронете болезную (или приятную) для них тему.

Они готовы слушать о себе — про вас им неинтересно.

Особенно не стоит рассказывать о компании, если вы и так знамениты на всю отрасль и мир.

Не начинайте с рассказа о продукте. Начинать с его технического описания — идея очевидная, но не лучшая. Ваш продукт/услуга сами по себе слушателям неинтересны. Количество внимания, которое вы получите от читателей/слушателей, зависит от того, насколько точно вы попали в их проблему.



**РАССКАЗ О ПРОДУКТЕ/
КОМПАНИИ $\neq$ ПРОДАЮЩАЯ
ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

Теперь советы, что делать.

Составьте перечень вопросов, которые интересуют читателя. Например, фермера не интересует трактор «в общем». У него в голове крутится перечень конкретных вопросов:

- Мощность: хватит ли мощности трактора для работы на конкретной почве и с конкретной культурой? Не придется ли переплачивать за избыточную мощность?
- Прицепная техника: какие бороны/плуги можно купить у производителя? Может ли трактор работать с техникой, которая уже есть у фермера?

- Топливо: каковы расход топлива, требования к качеству дизеля, условия хранения?
- Запчасти: сколько они стоят, есть ли в наличии на складе, где ближайший сервис, каков уровень профессионализма сотрудников?



ИГОРЬ
И КАТЯ

Таких вопросов может быть много. Мы, готовя презентации для наших клиентов, применяем интеллект-карты (используем coggle.it). В них мы фиксируем все-все возможные варианты вопросов. Например, когда мы делали презентацию для дилера французских тракторов-опрыскивателей Berthoud, их получилось больше 120.

Начинайте описание каждой характеристики через проблему. Приведем пример.

Было: Широкий ассортимент запчастей к сельхоз-технике на нашем складе. Гарантия, сервис.

Пишем: Слайд-проблематика: небольшая поломка приводит к большим убыткам. Простой техники: вы не можете вовремя посеять, внести удобрения и собрать урожай. Задержка в две недели может стоить вам половины прибыли.

Слайд-решение: 95 % запчастей есть в наличии на складе в городе N. Остальные мы привозим с завода-изготовителя за восемь рабочих дней. Ваша техника снова исправна и готова к работе!

Писать в таком формате трудно, нужно досконально знать продукт. Но это себя с лихвой окупает:

- Вы начинаете с тезиса, с которым слушатель согласен или уже побывал в подобной ситуации. Когда с вами согласны на старте, дальше вести презентацию намного легче.
- «Разжевываете» проблему до простых тезисов, чтобы даже невнимательный слушатель ухватил суть ваших преимуществ.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Для презентации про опрыскиватели нам пришлось за несколько дней получить дополнительное образование по теме. Мы читали всю доступную информацию в сети: на форумах, отраслевых порталах и сайте производителя. Даже нашли фермера, который любезно разрешил посидеть в кабине во время работы и задавать вопросы. Кстати, несколько ценных комментариев мы получили от простого трудяги-механизатора, который каждый день управляет этой техникой. Когда перестанем делать презентации, мы сможем продавать опрыскиватели.

Итак, мы рекомендуем использовать для продающих презентаций такую структуру.

Первый слайд — цепляем внимание. Читайте внимательно главы «Начни первым» и «Как оформить первый слайд».

Проблематика — обсуждаем вопросы, которые «болят» у клиента.

Светлое будущее — показываем, как изменится жизнь клиента в лучшую сторону, если он согласится на наше предложение.

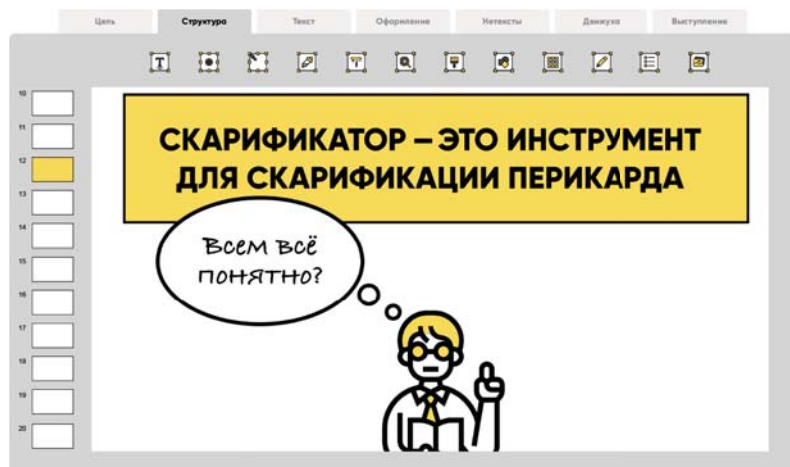
Без нас никуда — объясняем, почему продукт/услугу лучше всего приобрести именно у нас. (Прочитайте книгу «Почему вы?»¹, если вы еще не отработали этот вопрос.)



Так продадим.

¹ И. Манн, А. Турусина. Почему вы? Как правильно объяснить клиентам, почему они должны выбрать именно вас. — М.: СилаУма – Паблишер, 2020. — 192 с.

12. Когда обучаем



Наша практика показывает: подготовка обучающей презентации стоит на втором месте после коммерческих. Даже если вы не учитель, преподаватель или тренер, вам порой приходится делиться опытом с клиентами, коллегами, новыми сотрудниками, партнерами... Здесь нужен особый подход.

Прежде всего — структура. Мы рекомендуем строить обучающую презентацию в такой последовательности.

Проблематика. Расскажите, зачем слушателям нужно знать/уметь то, о чем вы будете рассказывать.

Обучающий контент. В своей теме вы профи и сами знаете, что сказать. Главная задача — не упрощать не услож-

нять и рассказывать максимально простым языком даже о сложных вещах.

Резюме. Обучение – процесс долгий и нелегкий. Слушатели могут отвлечься и «выпасть» на некоторое время. Поэтому в конце обучающей презентации еще раз коротко проговорите основные тезисы и идеи, которые слушатель обязательно должен вынести из вашего обучения.

Теперь подробнее о каждом блоке.

ПРОБЛЕМАТИКА

Слушатели бывают разные.

- Мотивированное меньшинство. Знают, почему стоит уделить внимание вашему предмету. Понимают ценность обучения или просто привыкли учиться на отлично.
- Большинство. Будут вас слушать, но без особого энтузиазма. Их устроит любая положительная отметка на тестировании. Или просто галочка, что обучение пройдено.
- Демотивированное меньшинство. Считают ваш предмет тратой времени и дают это понять своим отношением и поведением.

Конечно же, есть исключения. Лекцию Николая Дроздова про суринамскую пипу будут слушать со стопроцентным

вниманием не только биологи: он умеет потрясающе интересно рассказывать.



ИГОРЬ
МАНН

Как-то мне посчастливилось провести вечер в компании с Николаем Дроздовым. Дело было в Казани, и так получилось, что в гостях у одной коммерческой компании одновременно оказался я как консультант и Николай — как лицо рекламной кампании. Обычно я становлюсь центром вечерних посиделок. Но в этот раз... Николай целый день проработал, но, похоже, не устал ни разу: история за историей, шутка за шуткой. Я и рта не открыл. Удивительный человек! Так что про пипу — истинная правда!

Можно предположить, что при обучении большинство ваших участников будут пассивными.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы стараемся ориентироваться на пассивное большинство.



ИГОРЬ
МАНН

Когда выступаю я, то всегда ориентируюсь на отличников. Говорю быстро и показываю слайды быстро. Неважно, провожу ли я корпоративный тренинг по маркетингу или клиентоориентированности или выступаю бесплатно перед волонтерами или студентами. У меня такой стиль.

Если вы начинаете обучение с контента без проблематики, то работаете только на малую часть аудитории. КПД обучения резко снижается.

Подумайте, почему вашей аудитории стоит тратить свое внимание и время на эту тему.

Проблематика может быть положительной:

- Пройдите курс по управлению — и попадете в кадровый резерв компании.

- Научитесь делать презентации и ускорьте свою карьеру.
- Сдайте экзамен по обслуживанию автомобильной электроники и увеличьте свой доход.

Отрицательная мотивация тоже работает:

- Кто не сдаст экзамен по работе в системе бронирования билетов, тот отправится на дополнительную аттестацию с вероятностью последующего увольнения.
- Эти люди нарушали технику безопасности, и вот результаты... (Покажите фотографии.)
- Без положительной оценки по математике вас не допустят к экзамену по органической химии.

Мы считаем, что отрицательная мотивация работает лучше. Кнут вообще работает для большинства лучше, чем пряник.

ОБУЧАЮЩИЙ КОНТЕНТ

Любое обучение подразумевает, что преподаватель разбирается в теме лучше и глубже, чем ученики и слушатели.

Когда мы хорошо разбираемся в какой-то теме, нам все кажется простым и очевидным. Именно поэтому для других людей многие обучающие презентации выглядят сложно и запутанно.

Да и наш внутренний «профи» хочет блеснуть глубиной своих знаний, ввернув в речь побольше непонятных слов и терминов. Многим кажется, что так аудитория сразу про-

никнется нашим уровнем эрудиции и станет слушать лекцию, затаив дыхание.

Не станет.

Если «непонятно» будет долго, слушатели начнут отвлекаться на более понятные и приятные вещи. Например, на разговоры друг с другом, на переписку в мессенджерах или на проверку почты.

В обучающих презентациях должно работать правило «о сложном просто». Например:

- рассказываете про сложный бизнес-процесс — нарисуйте на слайде простенькую схему, чтобы это стало понятно;
- даете сложное определение — перефразируйте его простыми словами. Можно дважды. Можно разнести его на два отдельных слайда. Не поймут первое определение — поймут второе;
- говорите об абстрактных вещах — сразу давайте конкретные примеры, простые и понятные;
- много теории — разбавляйте ее интерактивом: заданиями, обсуждением кейса, отработкой навыка.

РЕЗЮМЕ

В конце выступления сделайте слайды-резюме — покажите ключевые тезисы, цифры, формулы, которые слушатель должен запомнить.

Ваш слушатель быстро забудет значительную часть материала — это естественно (считается, что если слушатели запомнили хотя бы 10 %, то уже здорово!).

Когда вы выделите главное на нескольких слайдах в конце, запомнить материал будет легче.



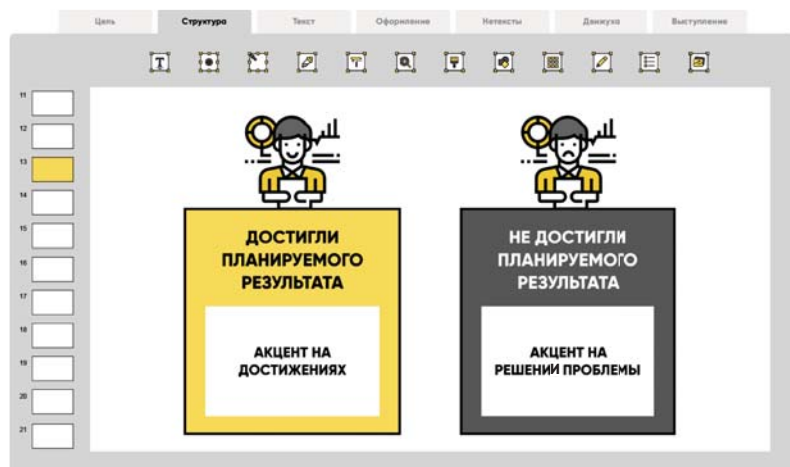
РЕЗЮМЕ НЕТ → ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ ПАДАЕТ

Важный момент: люди, которые выступают перед другими (учителя, преподаватели вузов, корпоративные/внутренние тренеры), «выгорают» со страшной силой. Из дня в день, из недели в неделю, из месяца в месяц им приходится повторять одно и то же. Нам, обучающимся (а мы все где-то когда-то чему-то учимся), стоит это знать — ценить их работу и быть благодарными (от спасибо и аплодисментов до письменных благодарностей и небольшого подарка).



Учить непросто. Но с хорошими слайдами это легче для спикера и веселее/эффективнее для учеников.

13. Когда отчитываемся



Опытный менеджер/консультант знает: отчет = работа. Как отчитался — так тебя и оценили.

У слайдинга для отчетов есть особенности.

Во-первых, всегда важно понимать, перед кем ты отчитываешься (клиент, босс, босс босса...) и что их интересует. Попал слайдами в их интересы — продал идею, получил бюджет, выиграл контракт, ускорил свою карьеру.

Во-вторых, чем выше уровень человека, перед которым ты отчитываешься, тем меньше будет/должно быть времени и слайдов на отчет. Так, если вы на заседании совета директоров, у вас будет от 5 до 10 минут. Ваш непосред-

ственный руководитель для того, чтобы заслушать ваш отчет, может выделить от 30 минут до часа.

Помним: старше руководитель/клиент – хуже зрение. Поэтому делаем слайды крупнее.

Теперь рекомендации по оформлению слайдов для отчетов. Большинство отчетов – это баррикада из таблиц, графиков и цифр, за которыми скрыт основной вывод.

Со школы нас учат писать так: вступление – основная часть – вывод. С отчетами это работает плохо. Попробуйте по-другому: вывод – вступление – основная часть (подробности).

Предлагаем два варианта отчетов «по-новому» в зависимости от вашей ситуации.

1. Показатели в норме, и мы хотим, чтобы начальство или клиент это оценили.

Размещаем новость о результате/победе на первом слайде – сразу. Например: «Мы это сделали! Отчет о внедрении Битрикс24» или «И снова перевыполнение. +12 % к напряженному плану».

На следующих слайдах подробно объясняем свои достижения, хвастаемся и гордимся, показываем «план-факт».

Во второй половине презентации размещаем подробности, которые для читателя/слушателя второстепенны: дополнительная статистика и сведения.

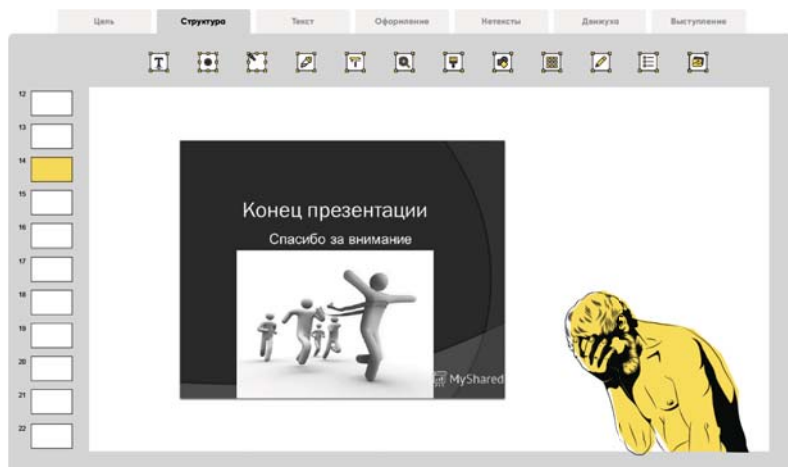
2. Не достигли нужных показателей, объясняем причины и предлагаем меры.

Показываем план, который был установлен, и полученный результат. Объясняем. Рассказываем, почему не удалось выполнить план. Переводим стрелки, валим все на форс-мажоры 😊. Предлагаем меры по исправлению ситуации.



Слайдинг для отчетов – залог карьеры. Делайте это правильно.

14. Последний слайд



Он трудный самый. Когда вы его показываете, слушатели решают, будут ли они покупать или принимать нужное вам решение. Но лютое количество презентаций заканчивается «за упокой»:

- ⊗ Надеемся на многолетнее*/плодотворное/взаимовыгодное сотрудничество.



ИГОРЬ
МАНН

** Люблю играть словами. Работал с компанией, которая производила и продавала снегоуборочную технику. Предложил им использовать слова: «Уверены в многозримнем сотрудничестве». И им понравилось. И клиентов цепляло ☺*

- ⊗ Спасибо/благодарим за внимание
- ⊗ Контактные данные
- ⊗ А теперь вопросы
- ⊗ Конец

Некоторые вообще умудряются закончить презентацию без последнего слайда.

Помните, что мы начали книгу с того, что вы хотите убедить читателя/слушателя совершить нужное действие. Всей вашей презентацией вы подводите его к этому. А сейчас апофеоз. Чтобы его не завалить, рекомендуем учесть следующее.

Главное правило последнего слайда:



**СФОРМУЛИРУЙТЕ ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ
И ПОМОГИТЕ ЧИТАТЕЛЮ ЕГО ВЫПОЛНИТЬ**

Например:

- ✓ Прошу выделить ресурсы.
- ✓ Давайте обсудим условия контракта.
- ✓ Дайте обратную связь.
- ✓ Каким будет ваше положительное решение? (Главное — улыбнуться.)
- ✓ Разрешите действовать.
- ✓ Благословите наш проект...

Обратите внимание на следующие моменты.

- **Контакты.** Если даете их, то укажите почту и телефоны, включая мобильные; напишите, в каких мессенджерах с вами можно связаться (лучше иконками). Пишите

крупно, так легче записать или сфотографировать. Еще лучше вынести контактные данные в QR-код.

- **Карта проезда и время работы.** Если нужно, чтобы клиент пришел или приехал к вам на встречу, дайте полную информацию. Сделайте скрин с картой проезда, дайте ссылку на Яндекс.Карты, Google Maps или 2GIS, подскажите, где лучше припарковаться, где точно работают эвакуаторы. Для этого можно использовать и видео.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Один из наших клиентов сделал так: отправил секретаря к выходу из метро и попросил вернуться в офис, снимая дорогу на телефон. Видео в ускоренном формате в виде ссылки размещено на сайте и последнем слайде презентации.

И про рабочие часы. То, что вы работаете с 10 до 19, для клиента лучше подать так: «Ждем вас с 10:15 до 18:30». Положа руку на сердце, многие опаздывают. И вряд ли ваши сотрудники будут рады увидеть клиента в 18:55.

- **Ссылка на сайт.** Если читатель должен зарегистрироваться на вашем сайте, покажите сам сайт и раздел, в котором происходит регистрация. См. главу 44 «Мокап».
- **Фотография.** Если используем фото контактного лица, то оно должно быть деловым, в офисной одежде и с приветливым выражением лица. Обратите внимание на разрешение изображения, особенно когда презентация отправляется по почте.

Мы отдельно обсудим тему фотографий в главе 60 «Изображения в помощь», а сейчас несколько табу для фотографии контактного лица. Фу-фу-фу:

- ⊗ на фоне ковра
- ⊗ фото с отдыха
- ⊗ спортзал
- ⊗ с другими людьми
- ⊗ не деловая одежда
- ⊗ фото в маске (тренд-2021)

Вам кажется, что мы сгущаем краски? Вовсе нет. Бывало и хуже. Золотые цепи, майка-алкоголичка, фото в стиле Tinder...

- **Кнопка с действиями.** Актуально для почтовых презентаций (напоминаем: это те, которые отправляются по почте или в мессенджерах). Получатель нажимает кнопку на последнем слайде и переходит на сайт за один клик. Кнопка может называться «подписаться», «заполнить спецификации», «смотрите отзывы клиентов». Подробнее расскажем об этом в главе 66 «Гиперссылка».
- **QR-код.** Загрузите презентацию или дополнительные материалы в облако и дайте ссылку в виде QR-кода. Читатель скачает презентацию прямо в конце выступления. Один из сервисов, которым мы активно пользуемся и рекомендуем, — flowcode.com

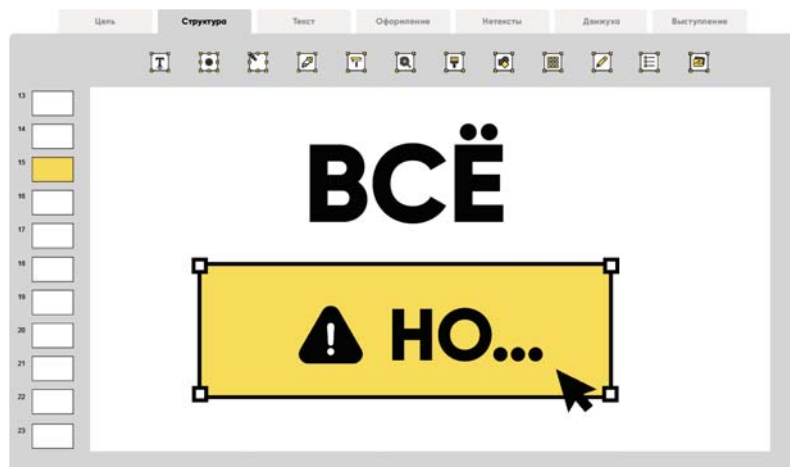
Каким бы ни был последний слайд — продающим или сильно продающим, — сделайте его позитивным. Перефразируя известное выражение «Когда клиент смеется, он проще расстается с деньгами», можно сказать: «Когда слушатель смеется, он проще принимает нужное вам решение».

Пошутить в конце будет уместно даже на самом серьезном совещании. На самом высоком уровне. Президенты это делают — и мы можем.



Обязательно заканчивайте презентацию призывом к действию. Точка.

15. Промежуточный финиш



Иногда сложно угадать точный тайминг выступления. Например, вас попросили выступить на онлайн-форуме, дали 30 минут — но вас гложет предчувствие, что не будет у вас получаса, срежут в последний момент до 20 минут.

Или вы выступаете перед потенциальным клиентом — и тут вообще непонятно, как ситуация обернется. То ли вы сможете говорить 10 минут, то ли вас остановят в любой момент, то ли вы понравитесь и вас с удовольствием будут слушать и дальше.

В этих случаях поможет прием «промежуточный финиш».

Например, вы делаете 100 слайдов. На всякий случай предусматриваете промежуточный финиш где-то на слайде

70–75. И делаете так, чтобы после того, как вы покажете якобы финальный слайд, вы могли бы легко перейти к продолжению, если оно будет уместно.

Это поначалу непросто, но, потренировавшись и набив руку, вы сможете сделать это без проблем.



ИГОРЬ
МАНН

Помните, я говорил, что свои выступления заканчиваю словами «Пожалуйста, сделайте хоть что-нибудь»? Казалось бы, логичная концовка.

Если у меня вдруг остается время или я вижу, что организаторы и участники не против, чтобы я продолжал выступать, я быстро переключаюсь на следующий слайд, на котором заголовков «Сделайте хотя бы эти три вещи», — и начинаю рассказывать о них.

А если у меня есть время, то еще один слайд ☺ «А если все делаете, то еще эти две».

Тут уже публика смеется и аплодирует. Конечно, такое бывает редко — но бывает.

И благодаря приему «промежуточный финиш» я готов к любому развитию событий.

На этом же приеме были построены и многие выступления Стива Джобса. Он, казалось, уже логически завершал свою презентацию о новостях и новинках Apple — и вдруг показывал слайд One more thing («И еще кое-что») и затем представлял какую-то громкую новость.

Есть еще один трюк.

Иногда спикеру приходится пропускать слайды или возвращаться к тем, которые уже обсудили. Приходится судорожно щелкать кликером или выходить из режима показа, чтобы найти нужный. Хотя это не занимает много времени, аудитория воспользуется паузой, чтобы заняться своими делами.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы работаем на MacBook Pro с Touch Bar (небольшой сенсорный экран в верхней части клавиатуры). На этом экране мы настроили показ слайдов из Keynote в миниатюре. Когда надо быстро найти или пропустить слайд, мы нажимаем на нужную миниатюру в Touch Bar. Так не приходится прерываться на поиск.

Попробуйте использовать промежуточный финиш для того, чтобы всегда быть уверенным в тайминге.



ИГОРЬ
МАНН

Промежуточный финиш — спокойствие спикера.



Инструкция
к Keynote

P. S. Бывает наоборот. У вас выступление на целый день, и есть основания для опасений, что вы закончите намного раньше запланированного времени. Например, должны закончить в 18:00, а последний слайд появляется в 16:45. Вот несколько способов спасти ситуацию.



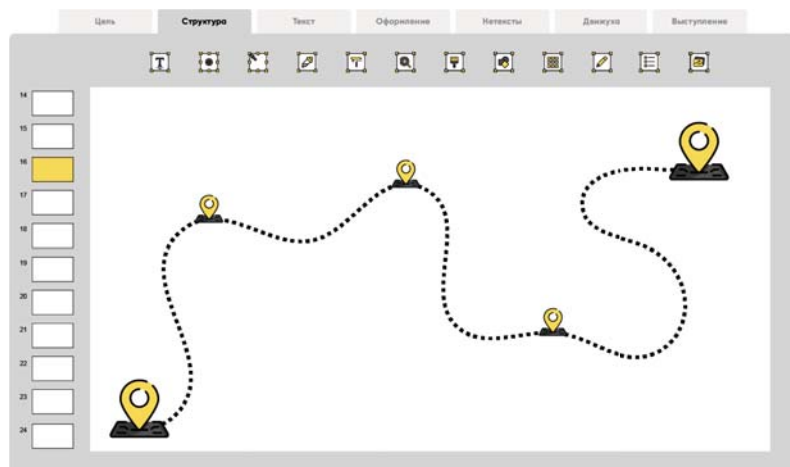
Начать подводить итоги и написать резюме на флипчарте (вообще, флипчарт — отличный способ тянуть время: пока сказал... пока написал...).

 Перейти к вопросам и ответам (если вопросов нет, их всегда можно стимулировать подарками).

 Тест. Попросите слушателей написать изложение: какие выводы сделал, что понравилось, что применю в ближайшее время.

Главное, не переживайте. 95 % слушателей будут рады, что их отпустят раньше. А с 5 % других вы можете остаться и поговорить отдельно.

16. Карта презентации



Трудно запоминать информацию, не понимая логики.

Если в вашей презентации больше 20 слайдов и вы отправляете ее по почте – размещайте карту презентации в начале: расскажите, из каких блоков она состоит, по какой логике строится. Когда читатель ухватит структуру, он не потеряется в большом количестве информации и не отключится.

Это же актуально и для выступления в больших залах, если у вас больше 50 слайдов.

Внимание: ограниченный ресурс. Один из критериев правильной презентации – можно бегло просмотреть слайды и быстро найти нужную информацию.



ИГОРЬ
И КАТЯ

История из жизни: владелец крупного холдинга «нашумел» на сотрудников: они не включили важный раздел в презентацию. На самом деле этот раздел там был, но шеф его не нашел. Сотрудники обиженно оправдывались. Но каждый ковбой в прерии знает: проблемы индейцев шерифа не интересуют.

Владелец холдинга получает по несколько презентаций в день. Просматривает их бегло: на телефоне и в перерыве между встречами. Поэтому прямая обязанность автора презентации – сделать навигацию и поиск максимально удобными.

Когда высылаете презентацию, вынесите всю ключевую информацию на один слайд. Читатель сразу понимает, какие блоки информации включены, видит, в какой последовательности их стоит читать, получает ключевые факты и цифры и может быстро перейти в нужный раздел с помощью кнопки с гиперссылкой. См. главу 66 «Гиперссылка».

Вот удачный пример, на котором вся информация имеется на верхнем уровне. В любой момент можно быстро перейти в нужный раздел.

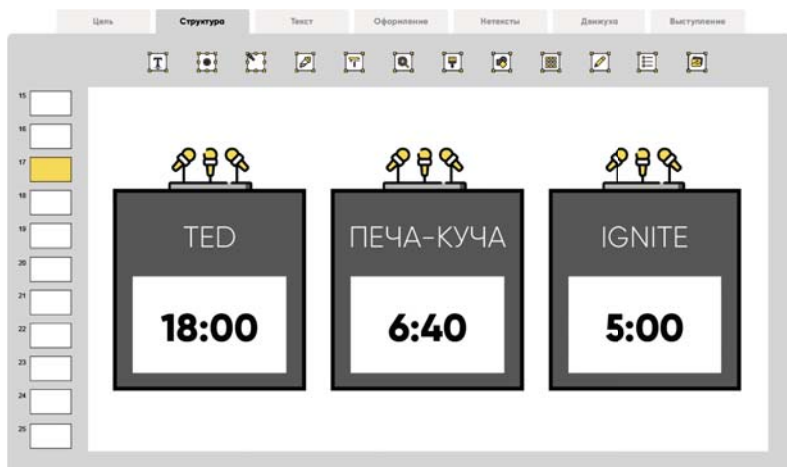


Любой путешественник знает, что с картой добраться до пункта назначения проще и быстрее. То же и с презентацией, когда есть карта и понятный маршрут движения.



Выступая или отправляя презентацию, заходите с козырей — используйте карту.

17. Экзотика



Форматы, о которых мы расскажем, хорошо подходят для тендеров, защиты проектов и продающих презентаций, на которые организаторы дают, как правило, 10–30 минут.

Организаторов можно удивить. Вам дают 30 минут на выступление, а вы просите не 30 минут, а «18, в формате TED». Или у вас будет 10 минут на выступление, а вы встречно предложите сделать презентацию в формате печка-куча (это примерно 7 минут). Или Ignite (5 минут).

TED

Формат, известный многим. Его особенность — выступление 18 минут.

Приглашение выступить на ивенты TED — подтверждение вашего спикерского профессионализма и звездности (я, Игорь Манн, выступал три раза).

Почему 18 минут?

Считается, что больше времени внимание слушателей не удержать.

ПЕЧА-КУЧА

Этот формат придумали в Японии для того, чтобы избавиться от традиционно длинных и скучных выступлений (так в Японии принято). Выступление в формате печка-куча длится всего 6 минут 40 секунд, и за это время участники видят всего 20 слайдов, которые автоматически меняются каждые 20 секунд.

Формат хорош. Спикер держит темп, картинка меняется нон-стоп. А у слушателей нет шансов оторваться от экрана.

Минусы: очень непростая подготовка. Придумать сценарий, уложить его в прокрустово ложе 20 слайдов и на каждом не держаться больше 20 секунд — это вызов.



ИГОРЬ
МАНН

Я выступал в таком формате три раза: один раз меня попросили, два раза была моя инициатива. Меньше полутора часов такие презентации не готовятся. А тренировка занимает еще час.

IGNITE

Формат еще более динамичный, чем печка-куча. На все про все у вас 20 слайдов и 15 секунд на каждый. Готовить такой формат непросто, но смотря не отрываясь! Сказать «затаив дыхание» преувеличением не будет.



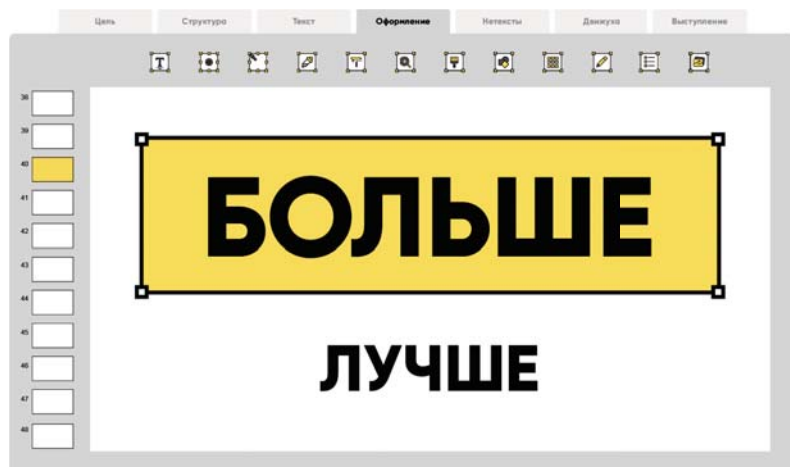
ИГОРЬ
НИСЕН-
БОЙМ

Я выступал на Ignite с рассказом о своем Ironman. Сделать слайды было легко: они состояли из картинок, много текста в таком формате не напишешь. Уложились за час. Зато на репетицию выступления ушло два вечера. Будут приглашать выступать в таком формате вас — учитите.



Нужно выступить на фоне других ярко и неожиданно — попробуйте TED, печка-кучу или Ignite.

18. Сколько пользы?



Держа в голове цель вашей презентации, постарайтесь во время выступления принести как можно больше пользы слушателям.

Отправляете почтовую презентацию или выступаете в переговорной у клиента? Не продавайте сразу — дайте пользу, начните с пользы.

Выступаете на конгрессе или форуме? Дайте пользы в ваших слайдах — если можно, то в каждом.



ИГОРЬ
МАНН

Я, выступая на семинарах или конференциях, отфильтровываю слайды так: есть польза для слушателей — есть слайд; нет пользы — убираю слайд.

Прекрасный способ оставить самое полезное и сделать свое выступление лучшим.

Да, есть слушатели, которым бы хотелось больше шоу, — но это к другим. Ко мне за пользой. Думаю, это отличное позиционирование для других выступающих.

Как понять, что есть польза для слушателей?

Нужно знать свою аудиторию. Когда вы выступаете перед школьниками — там одна польза. Перед директорами — другая. Просто быть полезным, когда знаешь, чего ждет твоя аудитория.

Совет: если вас просят выступить перед аудиторией, которую вы не знаете, то поговорите с организаторами, спросите, что будет полезно для слушателей. Или заранее пообщайтесь с теми, кто относится к вашей аудитории. Это очень полезно.

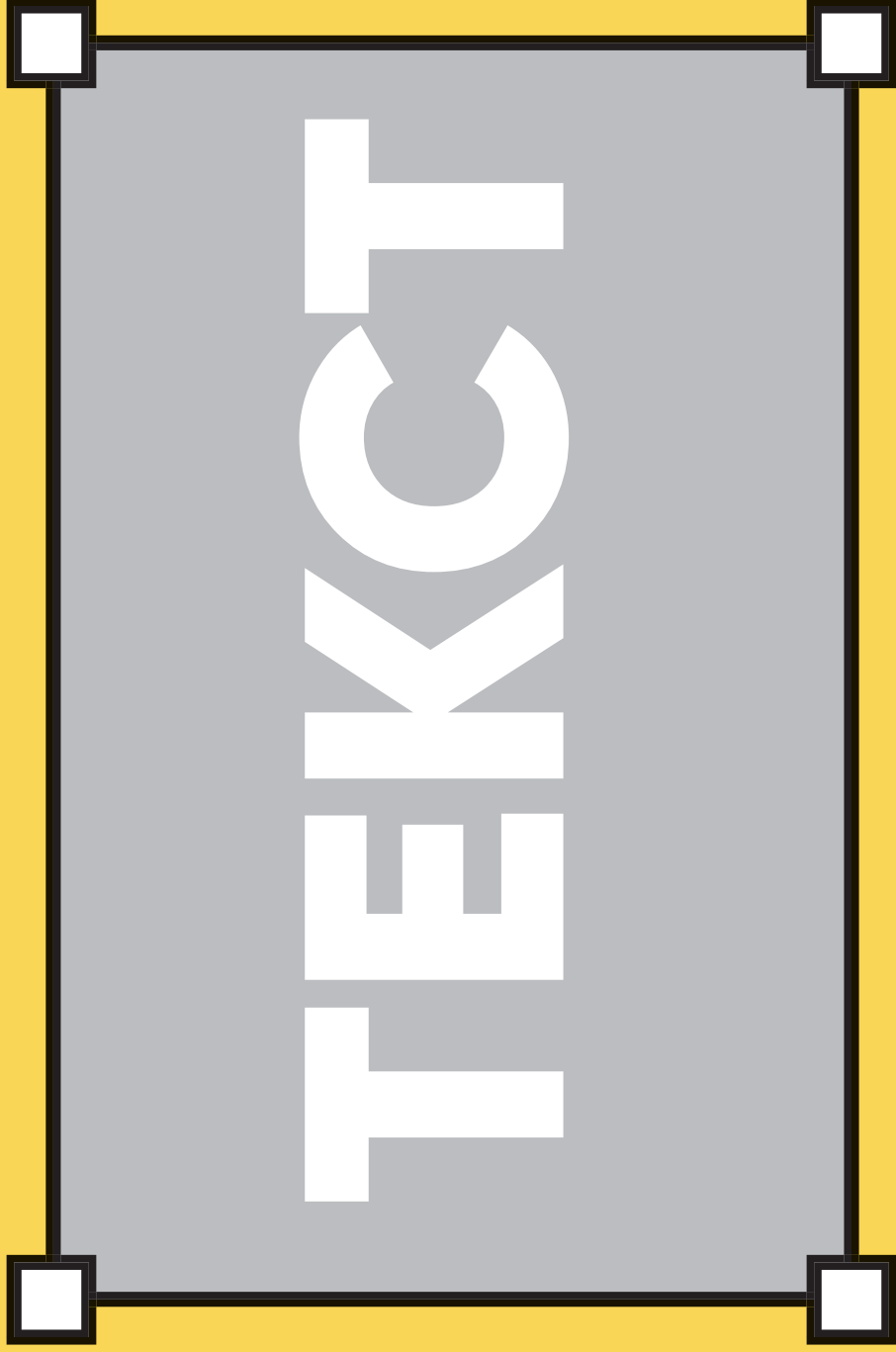
Перед выступлением еще раз просмотрите свои слайды — и подсчитайте пользу. Можно даже вывести свой «коэффициент пользы»: например, вы не выступаете, если он меньше 50 % (каждый второй слайд полезный).

Вы или сокращаете количество слайдов («режете» их), или добавляете больше пользы.

Это правильный подход.



Больше пользы — больше внимания, больше благодарности и ближе нужный результат.



https://t.me/shop_courses

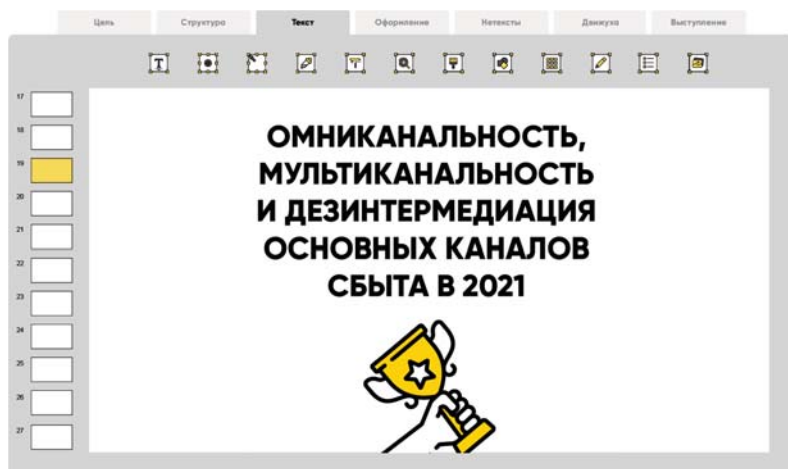
10 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
4

19. Заголовок — это реклама слайда



Обычно заголовки большинства презентаций лишь описывают информацию на слайде, но редко сообщают что-то по сути. Это надо исправлять.

Заголовок должен стать рекламой слайда, заинтриговать слушателей, заставить их слушать и смотреть. Для этого можно использовать несколько подходов. Но главное — заголовок должен быть. Исключение, когда заголовок превращается в основную идею слайда: заголовок есть, а текста нет.

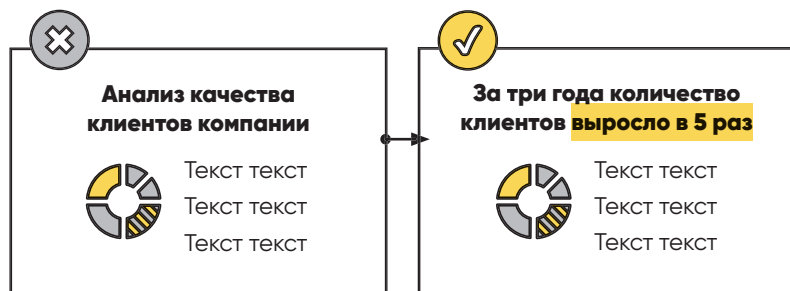
Итак, приемы создания удачного заголовка:

☒ Цифры

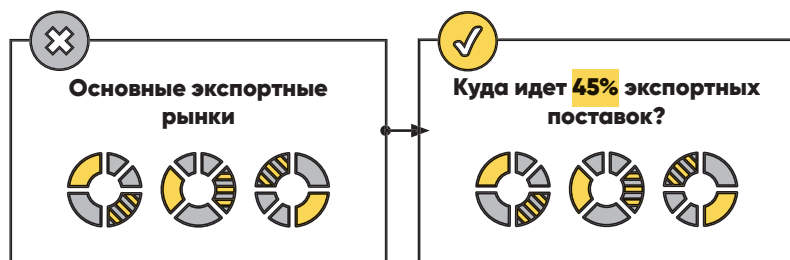
- ✓ Интрига
- ✓ Суть
- ✓ Глагол
- ✓ «Как?»
- ✓ Вывод

Теперь подробнее.

Цифры всегда привлекают внимание, поддерживают интерес к выступлению, помогают передать главное.

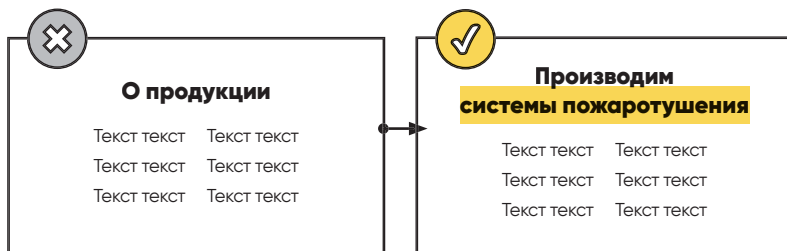


Интрига — без комментариев. Один из лучших способов заставить слушателя не отрываться от слайда. Самый простой способ — задать вопрос.

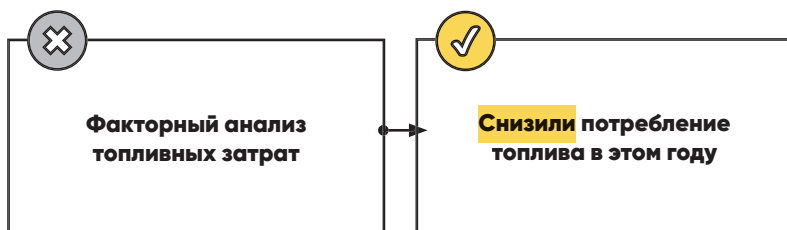


Умению интриговать можно научиться у авторов спам-рассылок. Вот уж кто это умеет...

Суть. Высшее мастерство создания заголовков — когда вы смогли заголовком донести основную мысль слайда.



Глагол. Наша речь построена на глаголах: он увидел, она сказала, они передали... Глаголы в заголовках задают динамику и помогают передать результат.



«Как?» В живой речи мы постоянно используем это слово. «Как это сделать?», «Как туда добраться?», «Как починить эту штуковину?». В Yandex и Google «как» используется в большинстве поисковых запросов. Это отличный прием и для заголовков.



Вывод. Большинство слайдов с графиками, диаграммами, таблицами или схемами строятся по принципу «Прочитай в заголовке, о чем слайд → изучи график/схему → самостоятельно сделай вывод». Мы же рекомендуем представлять сложную информацию на слайдах в такой последовательности: «Прочитай в заголовке вывод слайда → изучи на графике/схеме визуальное отображение того, что написано в заголовке».

А теперь давайте поговорим о неудачных заголовках. Вот что их объединяет:

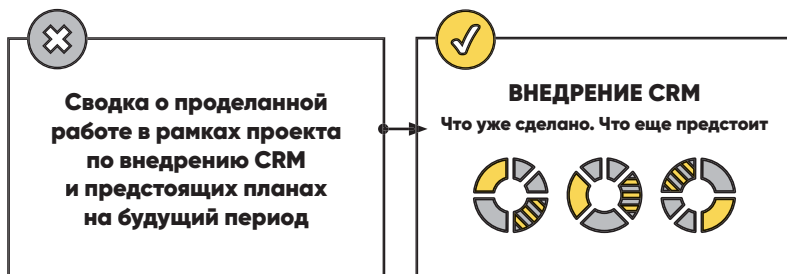
- ❌ о-о-о-о-о-очень длинный заголовок;
- ❌ сложный заголовок;
- ❌ шаблонный заголовок.

Как избежать?

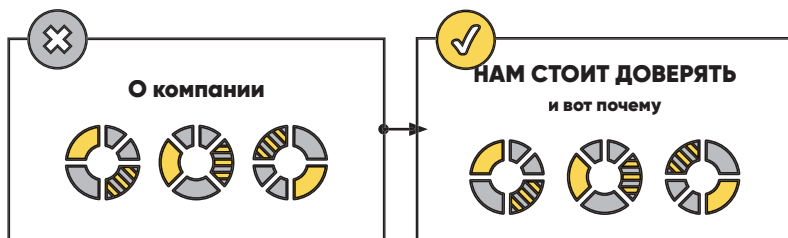
О-о-о-о-о-очень длинный заголовок. Не получается впихнуть в заголовок все желаемое? Сделайте подзаголовок.



Очень сложный заголовок слева. Прочтите заголовок слайда вслух. Если вы понимаете, что никогда не произнесете такое в живой речи, не стоит это и писать.

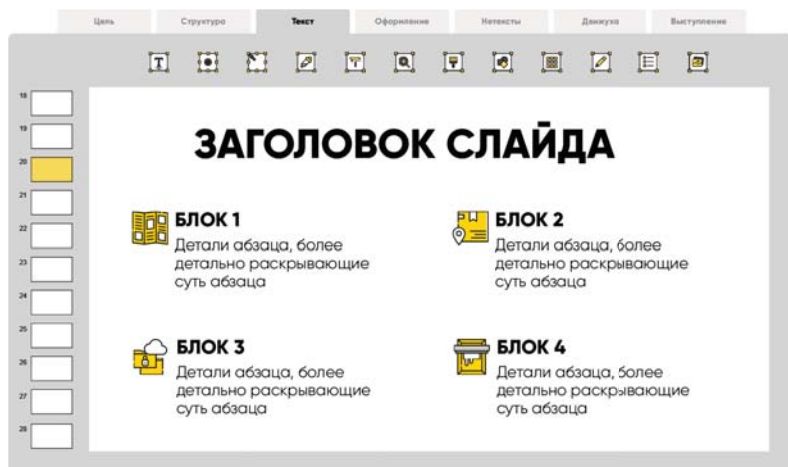


Шаблонный заголовок. Одни и те же заголовки слайдов кочуют из презентации в презентацию. Возьмите самые избитые варианты заголовков и представьте их под другим углом. Это отличный способ не делать презентацию «как у всех».



Если читатель прочтет лишь заголовки и поймет суть вопроса – это хорошие заголовки и хорошая презентация.

20. Разделяй и властвуй



Если презентация выступающего состоит из сплошного мелкого текста, это значит, что автор презентации случайно ошибся программой: хотел открыть Word или Pages, но вместо этого открыл Power Point или Keynote.

Презентация — это априори «кусочки» текста. А если информации в презентации вам нужно много, то следует разделить ее на небольшие порции. Слушателю/читателю удобнее переваривать информацию, если она разделена — и визуальную, и по смыслу.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ≠ ТЕКСТОВЫЙ ДОКУМЕНТ

Пожалуй, самый распространенный способ разделить информацию на логические блоки в презентации — использовать списки. Каждый тезис в списке отмечают буллитам (так называются те самые «точечки» в перечнях) или другими маркерами. Например:

- Первый тезис
- Второй тезис
- Третий тезис

Если выбирать между двумя вариантами: писать сплошным текстом или разделить текст буллитам, то второй вариант, безусловно, лучше. Так слушатель сразу увидит, сколько тезисов содержится в абзаце — на сколько частей разделен текст на слайде.



Как говорит один из нас, все всегда можно сделать лучше. Поэтому, если 1) между тезисам (тезисами) добавить «воздуха» — вставить пустые строки и сделать свободное простран-

ство более явным и 2) выделить главное в каждом тезисе, то слушателю будет удобнее читать текст. Он сразу увидит:

- сколько тезисов на слайде,
- главное в каждом тезисе.



Тезисы в списке чаще всего обозначают

- буллитом («точкой»).

Есть и другие способы маркировки списков:

1. цифры;

а. буквы;

— тире;

☑ встроены (штатные) изображения;



«свои» изображения.

Однако делить текст на слайде при помощи списков и маркеров – это не самый удачный способ. Несмотря на то что он самый распространенный.

Более удобный для восприятия информации способ — разделение текста на самостоятельные блоки (колонки).



Деление текста на небольшие горизонтальные или вертикальные блоки позволяет уйти от чрезмерно длинных строк и рационально использовать место на слайде.

Улучшить визуальное восприятие информации, разделенной на блоки, также помогают:

- ✓ заголовки;
- ✓ иконки;
- ✓ геометрические фигуры.

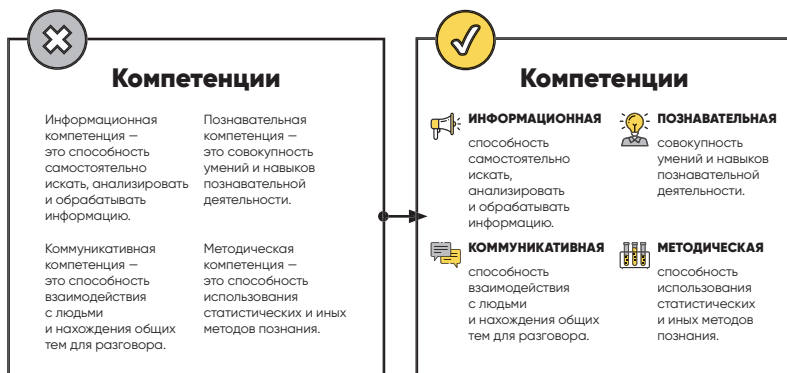
ЗАГОЛОВКИ

Если каждому блоку дать собственный заголовок и написать его крупно, слушатель сможет прочитать только их и сразу понять, о чем идет речь.



ИКОНКИ

Если рядом с каждым блоком вставить иконку по теме блока, то она позволяет быстро задать нужный контекст.



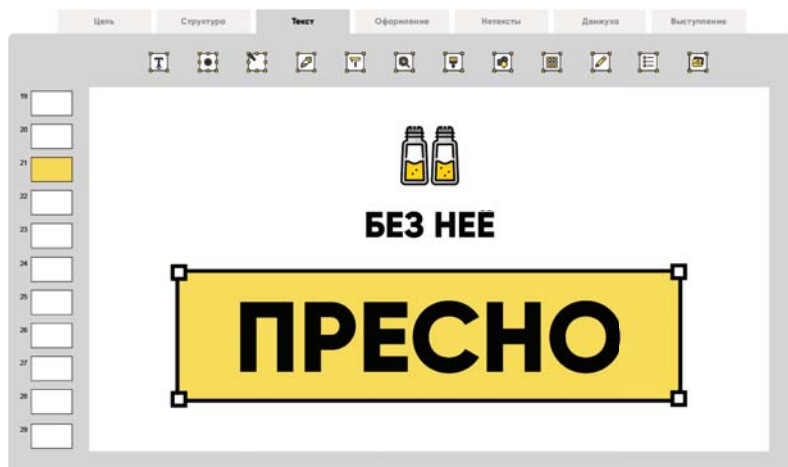
ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ

Каждый блок можно визуально отделить от других прямоугольником. Или использовать прямоугольник для акцентирования внимания на подзаголовках.



Абзацы и блоки — самый простой способ облегчить жизнь вашему читателю/слушателю. Разделяйте и получайте нужные вам результаты.

21. Приправа



Кейсы, истории, авторские примеры, анекдоты — это как приправа к блюду. Даже умело приготовленное блюдо, но без специй и пряностей, — это не то. Хорошо, когда выступление поддерживается опорной картинкой, цифрой или словом.

Например, на слайде только одна цифра восемь. Представили? Вы, спикер, теперь можете рассказывать о том, как ваша команда увеличила оборот вашего клиента в восемь раз.



ИГОРЬ
МАНН

Или на слайде изображен коробок спичек.

Вы рассказываете о том, как важно вовремя запустить в компании процесс инноваций. Кто был на моем выступлении, то должен был слышать эту историю.

Или анекдот к месту.

Например, вы оговорились — причем так серьезно, что даже обидели кого-то этим в аудитории. Вы быстро реагируете: «Простите, пожалуйста. Прямо как в анекдоте про психологию получилось. Хотел сказать: „Дорогая, передай мне, пожалуйста, соль“ — а вырвалось: „Сука, ты мне всю жизнь испоганила“».

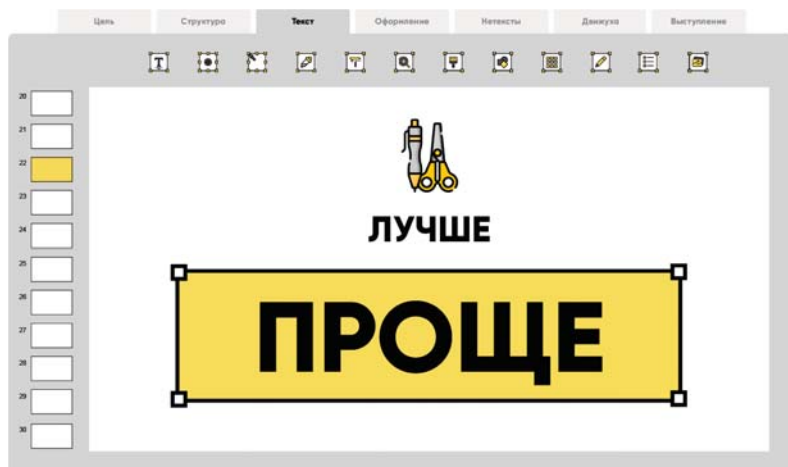
Аудитория смеется, вы продолжаете выступление — и поверьте, все забывают о вашей оговорке, но помнят анекдот.

Собирайте истории — свои, чужие.



Создайте библиотеку примеров, кейсов, анекдотов — в них вся презентационная сила.

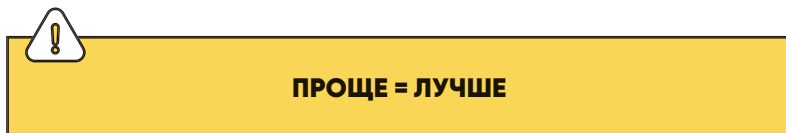
22. Проще



Будь проще, и люди к тебе потянутся.

Это работает и для слайдинга. Потянутся покупатели, инвесторы, бизнес-партнеры и слушатели. Одно «но»: писать просто — сложно.

Многие считают, что чем витиеватее написан текст, тем лучше его воспримут: «Раз текст написан сложно, его точно писал крутой специалист». Это не так. Когда читатель «спотыкается» о непонятный термин или сложный оборот, он отвлекается от сути вопроса.



Правда жизни: чем компетентнее специалист, тем труднее ему писать просто. Когда большую часть времени общаешься со знающими людьми, трудно переходить с профессионального языка на «человеческий».

К счастью, можно сделать текст проще, если следовать следующим принципам.

- ☑ Короткое предложение лучше длинного.
- ☑ Простые слова лучше сложных.
- ☑ Объясните новое слово/малоизвестный термин/аббревиатуру.
- ☑ Нет — деепричастиям. Да — глаголам.
- ☑ Нужно действующее лицо.
- ☑ Объясняйте на примерах.

КОРОТКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЛУЧШЕ ДЛИННОГО

Информацию легче воспринимать небольшими порциями. Особенно в деловых текстах.

Избегайте длинных предложений. Если можно разделить предложение на части — делите. Если можно поставить точку и начать новое предложение — ставьте точку.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы все время повторяем слушателям: «Точка — лучший знак препинания».

ПРОСТЫЕ СЛОВА ЛУЧШЕ СЛОЖНЫХ

Представьте, что текст будет читать пятиклассник или пенсионер. Если сомневаетесь, что вас поймут, используйте слова из повседневной речи. «Оказываем транспортно-экспедиционные услуги» → «Перевозим грузы».

ОБЪЯСНИТЕ НОВОЕ СЛОВО/МАЛОИЗВЕСТНЫЙ ТЕРМИН/ АББРЕВИАТУРУ

Не стоит заставлять читателя чувствовать себя глупее вас. Его защитными реакциями станут невнимание и возражения. Ориентируйтесь на наименее подготовленную часть аудитории и объясняйте все новые понятия.

Не бойтесь задеть аудиторию «разжевыванием» понятий, которые известны в вашей отрасли. Знающие не обратят внимания. Незнающие оценят такой подход.

НЕТ – ДЕЕПРИЧАСТИЯМ. ДА – ГЛАГОЛАМ

Наша речь построена вокруг действия. Используйте это в текстах для слайдов. Начинайте абзацы с глаголов: «проектируем...», «строим...», «продаем...».

Деепричастие в большинстве случаев можно заменить глаголом. «Обладая производственными комплексами» → «Компания владеет производственными комплексами».

НУЖНО ДЕЙСТВУЮЩЕЕ ЛИЦО

«По результатам проведения рыночного анализа было инициировано увеличение расходов на исследование прочностных характеристик карбона». Кто здесь действующее лицо? Результат? Анализ? Расходы? Характеристики? Карбон? Непонятно.

Если предложение получается «мутным», определите главное действующее лицо и начните с него: «Анализ показал, что...».

ОБЪЯСНЯЙТЕ НА ПРИМЕРАХ

Большинство читателей/слушателей владеет информацией гораздо хуже вас. Когда они не понимают смысл сказанного, то начинают скучать, интерпретировать и что-то додумывать — чаще всего не в вашу пользу.

Даже под понятными терминами могут скрываться разные смыслы. Например — «услуги логистики». Перевозка песка из карьера на столичные стройки — это логистика. Авиадоставка черной икры в европейские столицы — тоже логистика. Объясняйте суть на понятных примерах.

И напоследок еще один совет.



ЧИТАЙТЕ ТЕКСТЫ ВСЛУХ

Если вы не можете прочесть написанное вами предложение на одном дыхании, делите его на части.

Запнулись на сложном термине? Замените на более простой синоним.

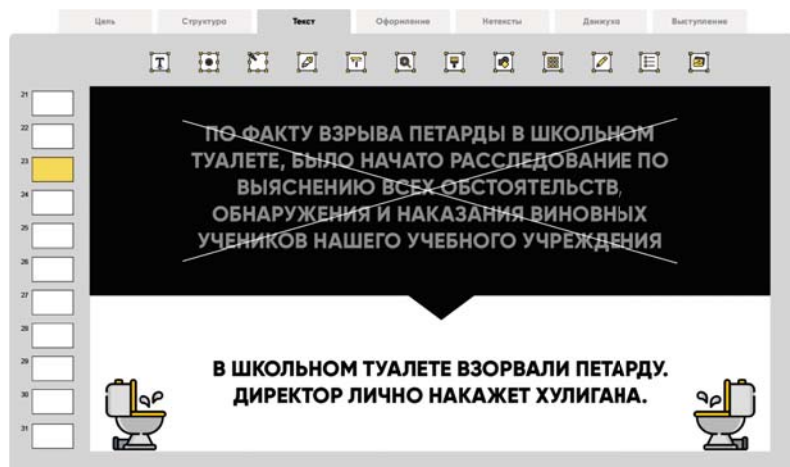
Понимаете, что никогда не произнесете такие слова в живой речи? Переформулируйте.

Ваши уши — встроенный редактор и корректор.



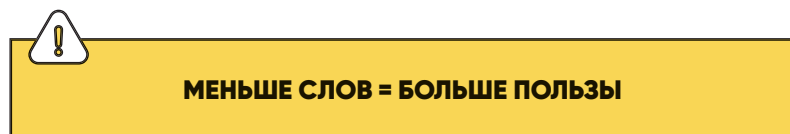
Всегда помните: проще — лучше.

23. Короче



Краткость — сестра таланта. И в слайдинге тоже. Особенно в почтовых презентациях.

Любой слайд можно сделать лучше, если уменьшить количество слов и цифр. Искусство слайдинга — умение оставить только важное, убрать слова и обороты, которые можно удалить без потери смысла.



Смело удаляйте:

✗ штампы

Выражения, которые мы используем по инерции, хотя и не можем объяснить, что они означают. «В последнее время» – это может означать и три месяца, и три года.

Удаляйте расхожие фразы, которые не помогают донести суть: «комплексный подход», «оптимальное соотношение цены и качества», «команда профессионалов».

⊗ формализм

Если ваш текст звучит как объявление в райсобесе – беда. «В целях недопущения», «данная услуга», «осуществляем заказы» – это мертвые обороты, которым не место на слайде. Если вы не используете фразу в живой речи, не стоит ее и писать.

⊗ «можем»

Расскажите о том, что вы делаете, в глаголе в настоящем времени. «Можем построить/отреставрировать/оборудовать» → «Строим, реставрируем, оборудуем».

⊗ «наши-ваши-ихние»

Когда в каждом абзаце есть фраза «наша компания» или «наш продукт» – это раздражает. Эти слова можно сократить без потери смысла.

⊗ очевидное

Не начинайте текст издалека, сразу переходите к сути.

«Как известно, квалифицированные специалисты являются залогом успешного внедрения проекта по автоматизации». Такие предложения чаще всего встречаются в начале текста. Они помогают автору сосредоточиться и начать писать. Но их следует убрать при вычитке текстов на слайдах.

⊗ избыточное

Если можно использовать одно слово вместо двух, ограничьтесь одним. Особенно если это прямые синонимы.

«...грамотно и профессионально проконсультируем» → «...грамотно проконсультируем» или «уникальный и не имеющий аналогов жилой комплекс» → «уникальный жилой комплекс».

Когда мы писали эту книгу, то удалили четверть написанного. Да, было жалко «резать по живому». Но зато вам приходится читать меньше и проще улавливать суть.

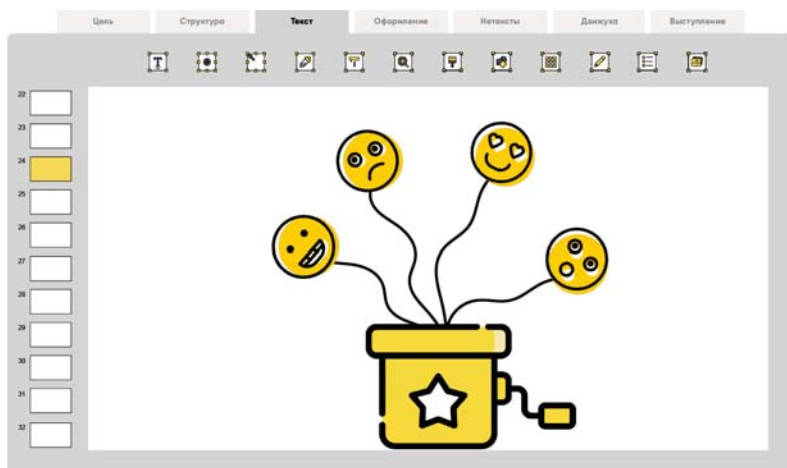
И вы сокращайте.

И еще раз сокращайте.



Кашу маслом не испортишь, а текст — сокращениями.

24. Эмоциональнее



Эмоционально можно не только говорить, но и слайдить.
Для этого добавьте в слайды:

- ✓ оригинальные и цепляющие фотографии (см. главу 60)
- ✓ картинки и видео (см. главу 62)
- ✓ смайлики (см. главу 43)
- ✓ цвет (см. главу 35)
- ✓ анимацию (см. главу 64)
- ✓ шрифты (см. главу 36).



**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ
СЛАЙДЫ = РЕЗУЛЬТАТИВНАЯ ПРЕ-
ЗЕНТАЦИЯ**

Кто сказал, что слайды должны быть скучными (даже если вы делаете их для отчетно-выборного собрания)?

Посмотрите на слайды, которые вы сделали. Можно добавить в них огня, чувств, эмоций? (Подсказка: почти всегда «да».) Каких эмоций?

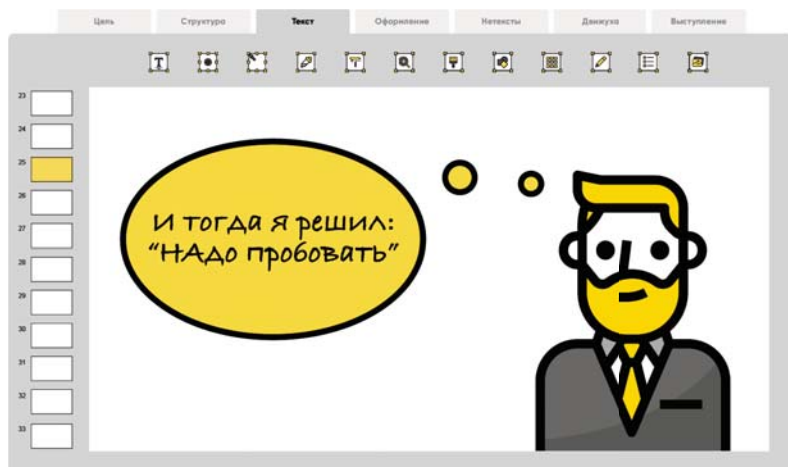
Кстати, если вы не знали, у человека десятки положительных, нейтральных и отрицательных эмоций. Помимо позитива можно вызвать ликование, доверие, уважение, страх, гордость, радость, уныние, чувство безопасности, любопытство, тревогу, разочарование, уверенность в себе.

Когда у человека есть положительные или отрицательные эмоции, он внимательнее слушает и лучше запоминает информацию.



Эмоции – роскошный, чудесный, шикарный инструмент слайдинга. Эмоционируйте!

25. Прямая речь



Прямая речь особенно хорошо работает, когда вы отправляете презентацию по почте. Тут сплошные плюсы.

☑ Легче писать

Большинство людей умеет говорить живо. Но когда нужно написать текст, вместо живой речи лезет словесная мертвечина: канцелярит, длинные предложения, деепричастные обороты, пафос... Когда надо рассказать о компании/продукте, представьте, что вы говорите со знакомым. Просто запишите вашу речь на слайде.



ИГОРЬ
НИСЕН-
БОЙМ

Я всегда перечитываю свои тексты вслух. Если запинаясь, то понимаю, что в речи я такое не скажу. А значит, нужна редакция — написанное надо переформулировать и упростить.

☑ Приятнее читать

Обращение конкретного человека дает больший отклик, чем безличное описание.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Недавно мы редактировали продающую презентацию для клиента. Был сухой слайд «о компании» — описание и основные вехи работы: год создания, показатели роста, география продаж.

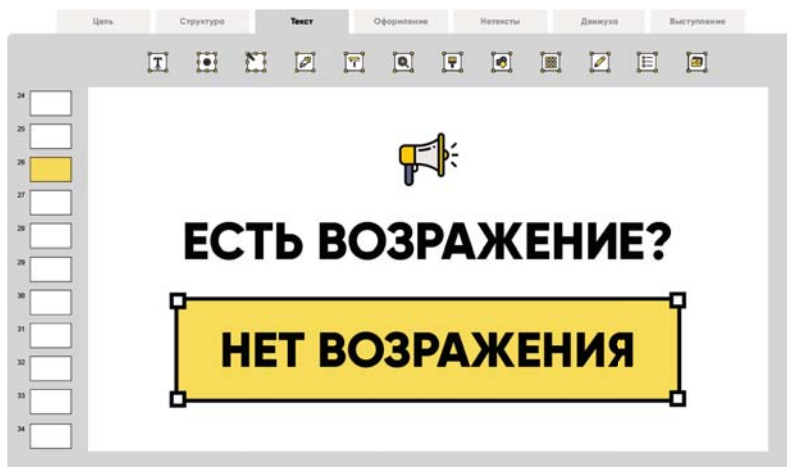
Мы превратили это в прямую речь — живой рассказ от первого лица компании с его неформальной фотографией. Клиенту понравилось. И клиентам клиента тоже.

Некоторые люди стесняются размещать свое фото на слайдах. Зря. Фотография привлекает больше внимания. И, если вы не знали, она всегда вызывает больше доверия, чем рисунок.



Когда готовите почтовую презентацию, обязательно используйте прямую речь. С ней презентация становится намного живее и результативнее.

26. Начиная с возражения



Бывает, что спикеру/выступающему/докладчику есть чего бояться. Например, у вас репутация компании, которая продает дорого. Или вы самый молодой спикер среди выступающих на конференции.

Лучшая стратегия — сразу обработать это возражение.

Когда ваша компания считается самой дорогой на рынке, многие даже не хотят начинать с вами разговор. Они считают, что им нужен поставщик «попроще». В таком случае есть смысл в самом начале презентации заявить: «Перед тем как я вам расскажу про наше оборудование, сразу хочу предупредить: мы самые дорогие на рынке! Зато с нами вы не будете переплачивать за ежемесяч-

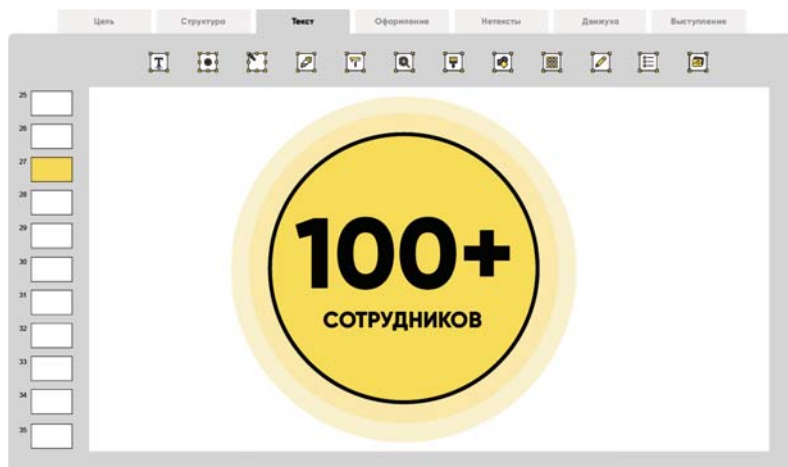
ный ремонт дешевого аналога и... (продолжайте выкладывать свои аргументы)».

Если вы знаете, что будете самым молодым спикером на профессиональной конференции, начните обсуждение с этого. Прямо на втором слайде выведите свою фотографию с подписью «Иван, еще совсем зеленый консультант» — заставьте улыбнуться свою аудиторию и начинайте рассказывать, почему ей все-таки стоит вас послушать...



Начинать презентацию с возражений — прием смелый. А смелость обезоруживает и подкупает.

27. Цифры лучше букв



Когда используете числа на слайдах, следуйте этим «цифровым» правилам.

☑ Замените слова на цифры

Пример: Не «сто тридцать тысяч», а «130 тыс.» или «130 000»; не «Семь причин купить у нас» — а «7 причин...». Числа, не слова, привлекают больше внимания.

☑ Используйте арабские цифры — не римские

Мы считываем арабские цифры быстрее — спасибо школе.

Цифры от I до X, написанные римскими цифрами, более или менее могут считать все. А вот больше 10 — начинается беда...

Пример: «90 глав», а не «ХС глав».

☑ Сокращайте и округляйте

Где можно и где уместно, сокращайте и округляйте.

Не «более 50 сотрудников», а «50+ сотрудников».

Не «1343 тыс.», а «1,3 млн».

☑ Пишите точно, когда уместно

Когда речь идет о финансовых отчетах и научных докладах, то лучше оставить числа без округления, как есть.

☑ Аккуратнее с годами

Пишем, что компания работает 20 лет, хотя она основана в 1999-м, а на дворе 2021-й. Нестыковка.



ИГОРЬ
МАНН

Компаниям, которые работают с 199X года или раньше, я рекомендую писать: «Работаем несколько столетий». Не поспоришь © На клиентов производит сильное впечатление.

Если вы планируете постоянно использовать такой слайд, лучше просто указать год основания.

☑ Выделяйте цифру из середины предложения

В абзаце/предложении есть важное число? Оформите его как заголовок к абзацу — крупно. Подробнее смотрите в главе 45 «Выделяй главное».

☑ Сравните с чем-то понятным

Слушатели плохо понимают большие значения, если не сталкиваются с ними в работе. Трудно представить себе «грузовой терминал площадью 22 000 м²». Облегчите задачу слушателям и объясните на понятном примере: «22 000 м² – это площадь трех футбольных полей».

☑ Аккуратнее со словами

«Приблизительно 1134 квартиры» – выглядит странно. Либо пишите точно: «продали ровно 1134 квартиры», либо округлите значение: «продали 1100+ квартир».

☑ Единицы измерения

Всегда указывайте единицы измерения после числа – тонны, километры, землекопы... Знак валюты, наоборот, принято указывать в начале.

При обозначении цены лучше писать валюту буквами, а не символами: \$5 → 5 долларов.

Это снижает воспринимаемую стоимость продукта/услуги. Больше можно прочесть в книге «Прайсхаки».

☑ Разряды

Разделяйте разряды. В русских текстах правильно использовать пробел. В английских для этого используют запятую. Сравните:

2345834 и 2 345 834

☑ Числа для дат

Не используйте американский формат дат, когда сначала указывается месяц. «05.08.2021» — это восьмое мая в американском формате, но пятое августа в европейском. Мы в Европе. Пишите так, как принято в Европе: «дд.мм.гггг».

Когда на слайде всего две-три даты, лучше указать месяц целиком: «9 июля 2021 г.».

Название месяцев «июнь» и «июль» часто путают даже внимательные люди. Выделите их на слайде и проговорите название месяца еще раз.

☑ Меньше — лучше

Старайтесь не указывать цифры, которые не несут большой смысловой нагрузки. Если вы не планируете обсуждать каждые «0,2 %» по отдельности, лучше объединить их в категорию «прочее».



ИГОРЬ
И КАТЯ

Когда будете на нашем практикуме по слайдингу, напомните рассказать поучительную историю про экспорт лифчиков в Боливию.

☑ Цифры в контактах

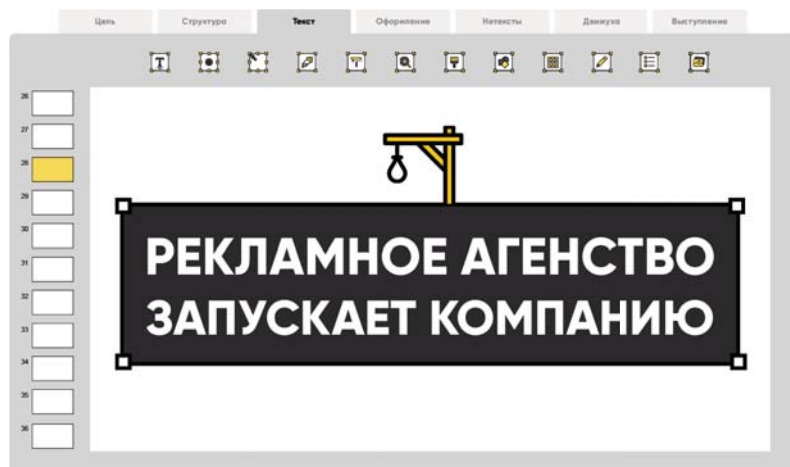
Указывайте международный код страны, когда показываете номер телефона перед слушателями в других странах. Не стоит заставлять иностранного заказчика тратить время на поиск нужной цифры.

Пример: «+7 916 ...» — не «8 (916)»



Цифры – это важно. Больше про цифры читайте у Ильяхова – «Пиши, сокращай». И вообще больше читайте Ильяхова.

28. ГраММАтнАсть



Выступающий, представитель рекламного агентства, показывает потенциальному заказчику слайд: «Рекламное агентство запускает компанию»...

Классический выстрел в голову (даже два: «агеНство» без Т и кОмпания, а не кАмпания). Уровень профессионализма выступающего на глазах у слушателей падает ниже плинтуса.

Ошибка или опечатка в презентации обойдутся вам очень дорого. Вы на время потеряете аудиторию. Вы теряете репутацию. Вы можете потерять клиента.

Недоброжелатели — они есть у всех — опубликуют слайд с вашей ошибкой в соцсетях с язвительным комментарием.

Сформулируем один из законов слайдинга:



**ДЕЛАТЬ СЛАЙДЫ И НЕ ДЕЛАТЬ ОШИБКИ НЕЛЬЗЯ.
НО МОЖНО И НУЖНО ИХ МИНИМИЗИРОВАТЬ.**

Мы, авторы, переглянулись (насколько это возможно по зуму) и спросили друг у друга: а ты хоть раз делал ошибки, делая презентации?

Ответы: да, да, да. Все ошибаются.

Избежать ошибок, свести их к минимуму или нулю можно с помощью следующих приемов:

- ✓ онлайн-сервисы
- ✓ корректор
- ✓ чтение в обратном порядке
- ✓ отложите на завтра
- ✓ проверяйте на бумаге
- ✓ дайте почитать мужу/жене
- ✓ доллар за ошибку
- ✓ 1 ошибка = -1 %

ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ

Прогоните тексты через сервисы orfo.ru и orfogramka.ru

Они помогут найти ошибки, которые часто пропускает встроенный автокорректор офисных программ, — например, несоответствие падежей.

НАЙМИТЕ КОРРЕКТОРА

Когда от презентации зависит заказ на миллионы, имеет смысл инвестировать 1000 рублей в ее проверку. Отправьте файл на вычитку учителю русского языка или знакомому корректору из СМИ или издательства. Корректора можно найти на сайте по поиску фрилансеров, например kwork.ru (спасибо Ирине Гордыкиной за рекомендацию).

ПЕРЕЧИТАЙТЕ В ОБРАТНОМ ПОРЯДКЕ

Перед отправкой слайдов клиенту я (Игорь Нисенбойм) проверяю тексты дважды. От первого до последнего слайда.

А потом наоборот: начинаю проверку с последнего предложения на слайде.

ПЕРЕЧИТАЙТЕ НА СЛЕДУЮЩИЙ ДЕНЬ

Утро вечера мудренее и при слайдинге. Отложите презентацию до следующего дня и проверьте ее с утра на свежую голову.

ПРОВЕРЯЙТЕ НА БУМАГЕ

Распечатайте презентацию и перечитайте. Ведите ручкой по каждой строке, прямо как в младшей школе. Это замедляет чтение, а значит, вы вероятнее найдете ошибки.

ДАЙТЕ ПОЧИТАТЬ МУЖУ/ЖЕНЕ

Этот человек знает ваши недостатки и обладает особым чутьем, когда дело доходит до ваших ошибок. В том числе и в презентациях.

ДОЛЛАР ЗА ОШИБКУ

Можно попросить коллег проверить вашу презентацию, но не просто так, не безвозмездно, а за подарки (кофе) или плату (нашли ошибку — доллар, нашли две — два доллара...). И фан, и польза.

ОДНА ОШИБКА = -1 %

Прием для выступления перед клиентами. Вы можете в начале своего выступления сказать, что если слушатели найдут ошибку в презентации – минус процент с заказа. Две ошибки – минус два процента...

Просматривание презентации тут же превращается в коммерчески выгодное дело ☺ И дисциплинирует вас. Терять маржу из-за ошибок или опечаток глупо.

Как видите, способов избежать ошибок в презентации много. Избегайте ☺



Презентация без ошибок = хорошая презентация.

ОФОРМЛЕНИЕ

https://t.me/shop_courses

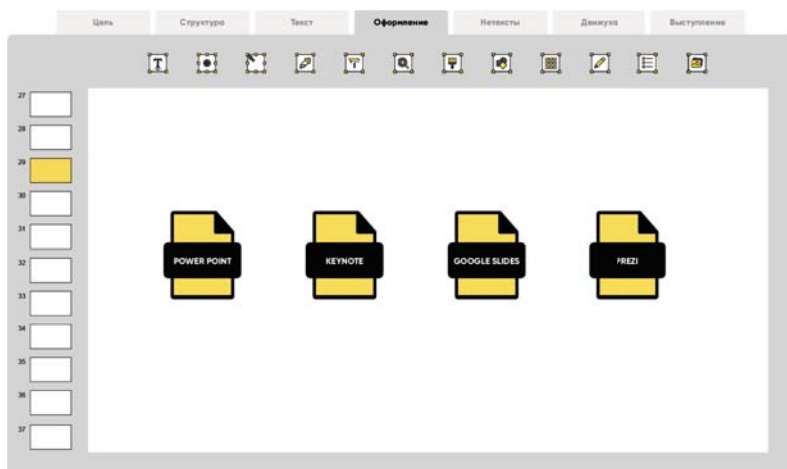
27 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
5

29. Выбор есть — делаем выбор



Слайды можно делать в разных программах. И вот наше мнение:

- ✎ PowerPoint — лучший выбор для Windows.
- ✎ Для Mac — Keynote.
- ✎ GoogleSlides — отличный вариант для совместной работы.
- ✎ Prezi используем, когда хотим поразить аудиторию крутыми анимационными эффектами. Этот сервис строго для опытных слайдхакеров.

Чуть подробнее о каждом сервисе.

POWERPOINT

Альфа и омега презентаций.



Вы знаете, что первый слайд был сделан 20 апреля 1987 года? Мы предлагаем праздновать этот день как международный день слайдинга. Мы лично отмечаем его с 2019 года. Присоединяйтесь!

Плюсы программы

- ☑ Работает на PC и Mac.
- ☑ Богатый функционал (и постоянно увеличивается).
- ☑ Дружит с Excel.
- ☑ Умеет работать с видео.

Минусы

- ⊗ Стоит денег.
- ⊗ Крайне перегруженные меню.
- ⊗ Не умеет открывать файлы .key.

KEYNOTE

Полный аналог PowerPoint (и даже чуть лучше), но для Mac.

Плюсы

- ☑ Бесплатный (удивительный факт для продукта Apple).
- ☑ Краткие и интуитивно понятные меню.
- ☑ Умеет открывать слайды, сделанные в PowerPoint.
- ☑ Умеет конвертировать свой формат .key в .ppt.

Минусы

- ⊗ Работает только на Mac.
- ⊗ При сохранении файла в .ppt случаются ошибки в оформлении.

GOOGLE SLIDES

Онлайн-программа для совместной работы

Плюсы

- ✓ Бесплатно.
- ✓ Автосохранение в облако.
- ✓ Простое меню.
- ✓ Удобно работать совместно.
- ✓ Экспортирует в .ppt.
- ✓ Умеет открывать .ppt файлы.

Минусы

- ⊗ Ограниченный функционал (хотя его достаточно для большинства задач).
- ⊗ Не умеет открывать формат .key.
- ⊗ Требуется доступ к сети, но можно работать и офлайн.

PREZI

«Ламборгини» среди программ для слайдинга.

Плюсы

- ✓ Потрясающие анимационные эффекты.
- ✓ Есть браузерная и онлайн-версия.
- ✓ Открывает и экспортирует в .ppt.

Минусы

- ✗ Ежемесячная подписка.
- ✗ Требуется опыта работы в Keynote или PowerPoint.
- ✗ Требуется серьезного обучения.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы постоянно слышим: «PowerPoint устарел, надо использовать современные решения». Мы не против, но современные решения порой вещь опасная.

Вот взять Prezi. Да, это крутая, но коварная программа. С ее помощью можно сделать потрясающий визуал. Но никакая программа не скроет неумение делать слайды. Яркие спецэффекты и переходы лишь подчеркнут изъяны текста и оформления.

РАБОТАЙТЕ В POWERPOINT И KEYNOTE.

Научились делать в них крутые слайды? Можете попробовать Prezi. И учтите, вам потребуется на 50 % больше времени на работу со слайдами.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы не смогли дослушать презентацию в Prezi на конференции в Беларуси. Оформление слайдов было в стиле «ментос с кока-колой». На огромном экране каждый слайд вылетал вверх ногами, раскручивался и разбрасывал текстовые блоки. Сам спикер был хорош, но от такой анимации закружилась голова.



СПЕЦЭФФЕКТЫ ХОРОШИ К МЕСТУ И В МЕРУ

Не стоит использовать Prezi, когда вы выступаете перед серьезными заказчиками, например в госструктурах. Не оценят.

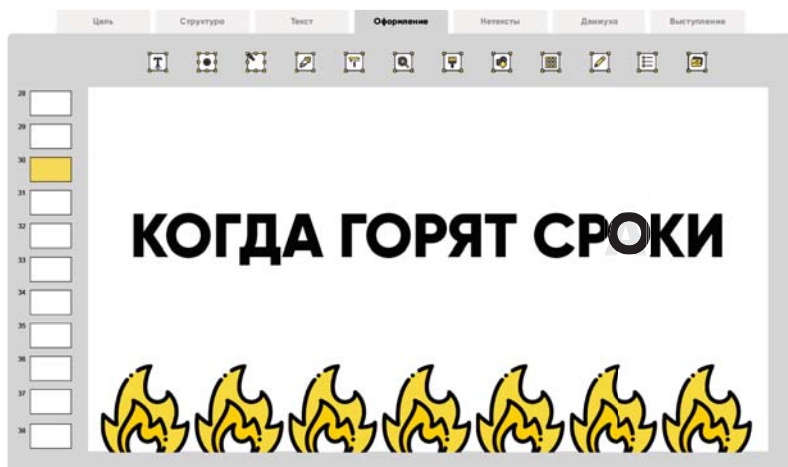
Есть еще несколько онлайн-сервисов для презентаций: Canva, Powtoon, Clear Slides, PictoChart.

На любителя.



Мы, авторы, переглянулись и единодушно рекомендуем: Keynote.

30. Горячие клавиши



ИГОРЬ
НИСЕН-
БОЙМ

Когда я устроился на работу в инвестиционное подразделение банка BNP Paribas, то был уверен, что умею работать в Excel. О чем гордо сообщил своему куратору Пьеру. Пьер хищно улыбнулся и дал задание: нехитрые расчеты на уровне старшей школы. Задание было оскорбительно простым для финансового аналитика. Но до того, как я возразил, Пьер выдернул мышку из процессорного блока, медленно смотал шнур и ушел. Теперь мне хищно улыбалась одинокая клавиатура. Я приуныл...



**ЗНАЕШЬ ГОРЯЧИЕ
КЛАВИШИ**

=

**УМЕЕШЬ РАБОТАТЬ
В ПРОГРАММЕ**

Профи не совершает лишних движений. Профи слайдинга не совершает лишних движений мышкой, когда можно

использовать клавиатуру. Запомните хотя бы основные восемь комбинаций, всего их 100+. Так вы сэкономите время, которое можно уделить контенту и оформлению.

	Powerpoint (PC)	Keynote (Mac)
Копировать элемент	CTRL + <тянем элемент мышкой>	OPTION + <двигаем элемент мышкой>
Изменить размер и сохранить пропорции	SHIFT + <тянем за край фигуры>	SHIFT + <тянем за край фигуры>
Копировать форматирование	SHIFT + CTRL + C	SHIFT + CMD + C
Вставить форматирование	SHIFT + CTRL + V	SHIFT + CMD + V
Группировать элементы	CTRL + G	OPTION + CTRL + G
Разгруппировать элементы	SHIFT + CTRL + G	SHIFT + OPTION + CMD + G
Полноэкранный режим	SHIFT + F5 или FN + F5	ALT + CMD + P
Черный экран	В (в английской раскладке и полно-экранном режиме)	

В некоторых версиях программ горячие клавиши могут быть другими. Потратьте 5 минут на изучение вопроса. Это вложение времени окупится за первые 10 слайдов. После

этого вы начнете делать презентации намного быстрее.
А процесс будет удобнее.



Горячие
клавиши
KEY

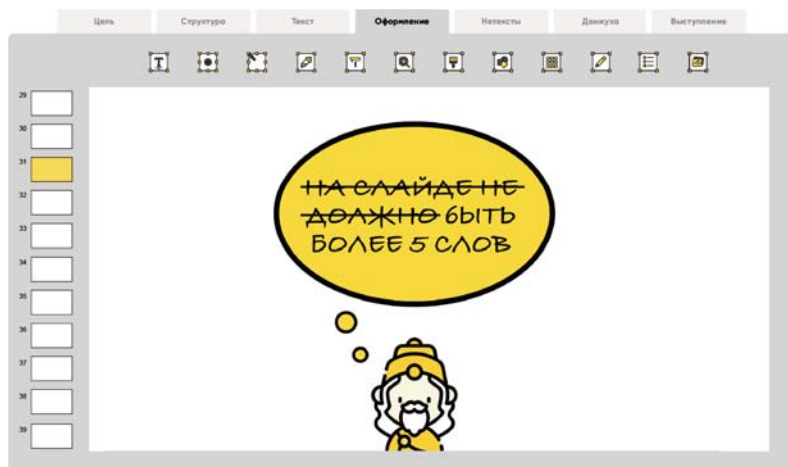


Горячие
клавиши
PPT



**Не надо суеты и лишних движений. Нужно
больше горячих клавиш.**

31. Стереотипные стереотипы



Можно саботировать любое дело, если бездумно соблюдать инструкции. Со слайдами — аналогично.

Давайте разберем основные стереотипы слайдинга.

1. Максимум X слайдов.
2. Максимум Y слов на слайде.
3. Используйте шрифт Z .
4. Используйте цвет A . Логотип на каждом слайде.
5. Только корпоративный шаблон.
6. Юмор и корпоративные презентации несовместимы.
7. Структура: вступление, основная часть, заключение, приложения.
8. 1 слайд = 1 минута.
9. Иконки и неделовые фото — это детский сад.

Теперь поговорим о каждом подробнее.

1. МАКСИМУМ X СЛАЙДОВ

В разных источниках можно прочесть, что в вашей презентации должно быть максимум 20 15 10 5 слайдов. На первый взгляд — разумно.

Если не ограничивать себя, можно включить в презентацию уйму лишних подробностей. Но в попытке уложиться в «правильное» число слайдов вы получите 5 переполненных слайдов с нечитаемым шрифтом.

Лучше следовать другому правилу: 1 мысль = 1 слайд.

Лучше сделать больше слайдов, на каждом из которых только один блок информации, который будет легче воспринимать вашим слушателям/читателям.

2. МАКСИМУМ Y СЛОВ НА СЛАЙДЕ

Часто можно услышать или прочесть, что на слайде может быть максимум 12 8 6 слов, что много букв текста сегодня никто не читает.

В этом есть логика. Если можно донести мысль меньшим количеством слов — это надо сделать. Краткость не только сестра таланта, но и мать успешного выступления.

Но не каждую мысль можно уложить в шесть слов.

Запоминаем: краткость $\neq$ ясность.

Используйте столько слов, сколько нужно. В школьной презентации достаточно и шести. А вот когда продаем оборудование для нефтедобычи в Заполярье, слепое следование правилу «один слайд — шесть слов» может стоить вам контракта.

Чудесных и волшебных чисел нет, как нет волшебников, волшебниц и чудесных чудес.

Экспериментируйте. Чудите сами.

3. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ШРИФТ Z

И тут нашлось место для стереотипов: слайды нужно делать только с засечками и строго с предустановленными/стандартными шрифтами. Если делаешь корпоративную презентацию, то используй только корпоративные шрифты.

А вот не факт.

Исследования показали, что текст с засечками и текст без засечек производит одно и то же впечатление на аудиторию.

Стандартные шрифты нужны, если вы будете показывать свои слайды с чужого компьютера и в программе Keynote

или Powerpoint — иначе они «слетят». Если вы делаете презентацию со своего компьютера или сохранили ее в PDF — вам уже не страшно, что это случится.

Корпоративные шрифты не увеличат продажи сами по себе, но, чтобы не нервировать ответственных за соблюдение фирменного стиля (у них и так много поводов понервничать), можно использовать их. Зато нестандартные шрифты позволят привлечь внимание и удерживать его — поэтому мы за них.

К стандартным можно отнести Arial, Helvetica, Courier. Они установлены на каждом устройстве.



ИГОРЬ
МАНН

Если вам интересно, мой любимый шрифт для презентаций — Helvetica Neue. Я работаю только им.



ИГОРЬ
И КАТЯ

У нас любимого нет, мы каждый раз подбираем под отрасль и аудиторию.



ИГОРЬ
МАНН

А это гениальная мысль! Наверное, тоже буду следовать правилу Игоря и Кати.

4. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЦВЕТ А

Еще один миф и одна из любимых тем нейромаркетологов: цвет влияет на настроение и нужные нам решения. Зеленый, синий, оранжевый положительно влияют на ~~нейроны~~ ~~настроение восприятие~~ продажи.

Если вы верите, что это работает, — продолжайте верить.

Мы не нашли убедительных исследований, которые показывают связь между цветом и влиянием на аудиторию. Если бы, например, оранжевый помогал продавать, все коммерческие предложения в мире стали бы похожи на апельсины.

Цвет должен/может быть:

- ☒ контрастным (заметным, удобным для просмотра);
- ☒ корпоративным;
- ☒ любимым.

Всё.

Но экспериментировать можете.

5. ЛОГОТИП НА КАЖДОМ СЛАЙДЕ

«Логотип должен быть на каждом слайде!» — жесткая установка от создателей брендбука и хранителей фирменного стиля.

ОК, пусть логотип будет на первом и предпоследнем/последнем слайдах — но зачем мозолить им глаза слушателям и «съедать» место, которое можно отдать под полезный контент? Не стоит.

Логотип и название компании — это аналог приветствия и прощания в устной речи.

«А если слайды фотографируют? Вдруг наш лого на фотографию не попадет?» — беспокоятся хранители корпоративного стиля.

Не беда. Если вы выступали классно, к вам подойдут сразу или выйдут на связь чуть позже — но не из-за логотипа. Поверьте.



**ЛОГОТИП НА ВСЕХ СЛАЙДАХ —
ПОМЕХА ХОРОШИМ СЛАЙДАМ**

6. ТОЛЬКО КОРПОРАТИВНЫЙ ШАБЛОН

Корпоративный стиль — это, безусловно, важно. Соблюдайте корпоративные цвета, шрифты, геометрию. Однако совсем не стоит слепо придерживаться шаблона, если вы понимаете, что он мешает донести мысль.

В корпоративном шаблоне нет раскадровки, которая отразит вашу идею? Нарисуйте ее сами. Только не забудьте про корпоративный цвет и шрифт.

В шаблоне используется декоративный элемент, из-за которого не влезает таблица или график? Уберите декоративные элементы с тех слайдов, где вам не хватает места.

Шаблон часто сковывает и ограничивает того, кто готовит слайды.

7. ЮМОР И КОРПОРАТИВНЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ НЕСОВМЕСТИМЫ

Да, возможно, это строгая установка для внутренних совещаний на высшем уровне в компаниях из списка «топ-100» или выступлений перед президентом.

Мы шестью руками за то, чтобы разряжать серьезную обстановку удачной шуткой или веселой картинкой (и удачных шуток, и веселых картинок предостаточно!).

Еще раз повторим: «Когда клиент смеется, он проще расстается с деньгами».

Смешите.

8. СТРУКТУРА: ВСТУПЛЕНИЕ, ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, ПРИЛОЖЕНИЯ

Стереотип, причем полезный. Стройте слайды по шаблону «вступление → основная часть → заключение → приложения», и будет вам слайдосчастье.

Да, но можно пойти против потока и здесь.



ИГОРЬ
МАНН

Например, я иногда выступаю так: вступление → заключение → основная часть → заключение → приложения.

Для занятой аудитории это отличный формат: вы не томите ее, а сразу берете быка за рога. Представились → сказали, что вы предлагаете, сразу → и потом стандартно: основная часть → заключение → приложения.

Неожиданно.

А когда все по стереотипам — то какие неожиданности?
«Скучно, девочки».

9. 1 СЛАЙД = 1 МИНУТА

Еще один стереотип: показываешь 1 слайд — говори 1 минуту.

Может, на заре появления слайдов (весна 87-го) жизнь и была такой неторопливой, медленно и спокойно текла со скоростью «1 слайд/1 минута», но сейчас времена другие.

Нужна движуха, темп. Утомлять одним слайдом в течение минуты нельзя (исключение — слайды с таблицами).

Ускоряемся.

10. ИКОНКИ И НЕДЕЛОВЫЕ ФОТО — ЭТО ДЕТСКИЙ САД

Непонятно, откуда взялся этот стереотип.

Визуализация — это тренд. И можно с уверенностью сказать, что кашу маслом не испортить, а презентацию — даже деловую — не испортить хорошими фотографиями (необязательно деловыми) и иконками.



Найдите стереотипы и не стереотипьте.

32. Размер слайда



Забегая вперед: 16:9 рулит.

Создавая для выступления слайды в Keynote, вы можете выбрать три размера вашей презентации:

- 4:3;
- 16:9;
- пользовательский.

В последних версиях Powerpoint/Keynote размер 16:9 установлен по умолчанию.

Когда компьютеры начали становиться массовым продуктом, это были огромные коробки с почти квадратными экранами. Тогда по умолчанию слайды создавались в формате 4:3, и в полноэкранный режим слайд занимал почти все пространство экрана.

Сегодня почти все экраны современных ноутбуков и компьютеров прямоугольные. Да, вы по-прежнему можете открыть/сделать презентацию в формате 4:3. Но по краям экрана останется неиспользованное пространство. Зачем? Так на слайде меньше пространства для нужной информации и выглядит некрасиво.

Еще минус: презентация в размере 4:3 сразу – с первого слайда – выглядит устаревшей, ретро. Оно вам надо?

Поэтому делайте слайды в формате 16:9.

Если вам нужно оформить и распечатать схему или плакат на листе с нестандартными пропорциями, то в меню вы можете указать любую пропорцию сторон для вашей задачи.

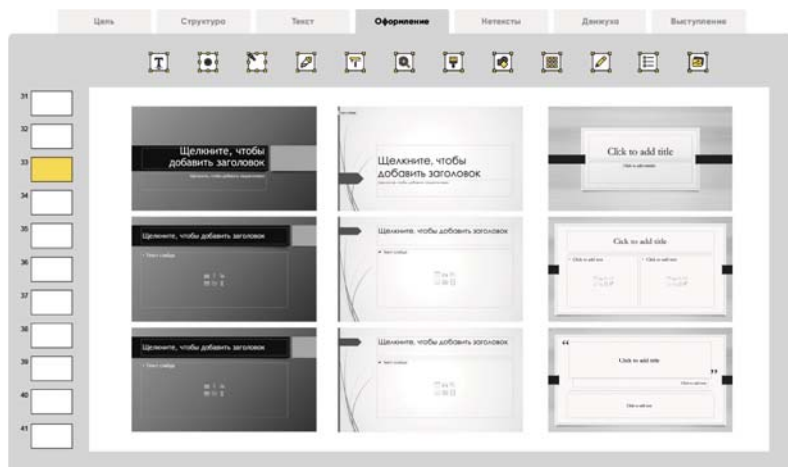
Если у вас уже есть презентация в формате 4:3 и вы решили перевести ее в формат 16:9, будьте готовы потратить еще 15 минут на то, чтобы подправить форматирование. А подправлять придется гарантированно. Картинки расползутся по слайду, тексты наедут друг на друга, графики и таблицы вылезут за края слайда.

Лучше помнить о формате и изменить его на нужный до того, как вы начнете работу над слайдами. Сэкономите время.



Резюмируем: 16:9 бьет 4:3.

33. Иногда шаблоны — зло



Предустановленные шаблоны в PowerPoint/Keynote — вещь полезная. С ними вы:

- ✓ экономите время — не тратите время на выбор цветов, шрифтов, геометрии;
- ✓ за вас уже подумали;
- ✓ не отвлекаетесь — можно полностью посвятить внимание работе над содержимым;
- ✓ делаете аккуратно — все элементы шаблона уже выровнены и расположены симметрично. Достаточно набрать текст и вставить изображения в обозначенные места.

Но у шаблонов есть и обратная сторона, точнее, стороны:

- ✗ однообразно: вы используете повторяющиеся компоненты, презентация получается монотонной;

- ⊗ мало вариантов: если вам понадобится компоновка, которой в шаблоне нет, то мало того, что ее надо выдумать, придется еще и оформлять ее в жестких рамках шаблона;
- ⊗ визуальный мусор: бесчисленные полосы, линии, картинки шаблона, которые не несут смысловой нагрузки. Они только отвлекают и занимают место.



ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ ВАЖНЕЕ ШАБЛОНА

Если у вас не получается сделать слайд из шаблонов, рисуйте его с нуля, используя фирменный цвет и шрифт. Когда презентация получится классной, вам простят отход от шаблона.



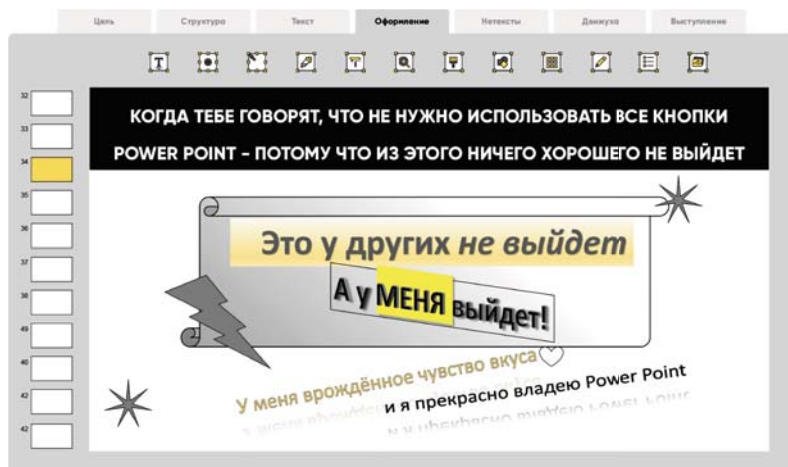
УЧИТЕСЬ СЛАЙДИНГУ, ДАЖЕ ЕСЛИ ЕСТЬ ШАБЛОН

Представьте, что шаблон — это автомобильная коробка-автомат. С механики легко пересесть на автомат. Но не наоборот.



Когда вы понимаете основные принципы слайдинга, то всегда добьетесь цели своей презентации. Даже без шаблонов.

34. Не увлекайтесь кнопками



PowerPoint – программа мощная. Много чего умеет, уйма возможностей. И всем этим хочется воспользоваться. И многие пользуются всем и сразу. Вот почему большинство презентаций выглядит так убого.

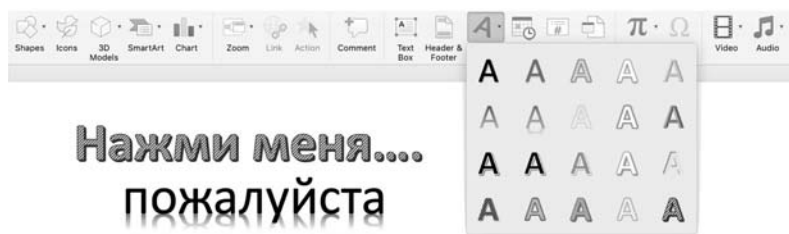
Ошибка слайдинга – пользоваться сразу всеми возможностями PowerPoint. Когда неискушенный пользователь первый раз открывает программу, на него сразу же вываливаются огромные возможности: градиент, отражение, тени, анимация... Разнообразие поражает и манит. Первая мысль: «Ну неспроста же все эти функции вынесены в главное меню! Раз есть кнопки, нужно ими пользоваться. А иначе как все узнают, что я продвинутый пользователь PowerPoint?»

Вот и пользуются.

Возьмем, к примеру, знаменитую кнопку WordArt — 3D-буквы, которые можно крутить-вертеть в самые разные стороны, задавать перспективу и менять угол... У кого-то из вас хоть раз получилось написать ими что-то стильное и солидное?

У нас — нет.

Эта кнопка до сих пор смотрит на нас из главной панели и манит, манит...



Наша настоящая рекомендация: не нажимайте. Ни на эту кнопку. Ни на какую-либо другую. Ровно до тех пор, пока вы точно не поймете, как это поможет вам в слайдинге.

Каждый раз, когда рука тянется к какой-то кнопке в меню, задайте себе контрольный вопрос: «Это поможет мне достичь цели моей презентации или нет?» Если поможет — нажимайте.

Если вы хотите нажать на кнопку с мыслью «наверное, это сделает мой слайд красивее» — не стоит.



**НЕ НАДО ДЕЛАТЬ СЛАЙДЫ БОЛЕЕ КРАСИВЫМИ.
ДЕЛАЙТЕ ИХ БОЛЕЕ ПОЛЕЗНЫМИ,
РЕЗУЛЬТАТИВНЫМИ, ПРОДАЮЩИМИ.**

Конечно, любой инструмент можно использовать и во благо, и во вред.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы хотим предложить вариант нашего списка «самых вредных кнопок в PowerPoint»:

- ⊗ WordArt
- ⊗ Тень
- ⊗ Отражение
- ⊗ Градиент
- ⊗ Изменение межбуквенного интервала
- ⊗ Изменение межстрочного интервала
- ⊗ «Веселые фигуры»: облачка, звездочки, сердечки
- ⊗ «Креативная анимация»: выскакивание, пульсация, вращение, вылет элементов
- ⊗ Текст под наклоном
- ⊗ Текст с перспективой

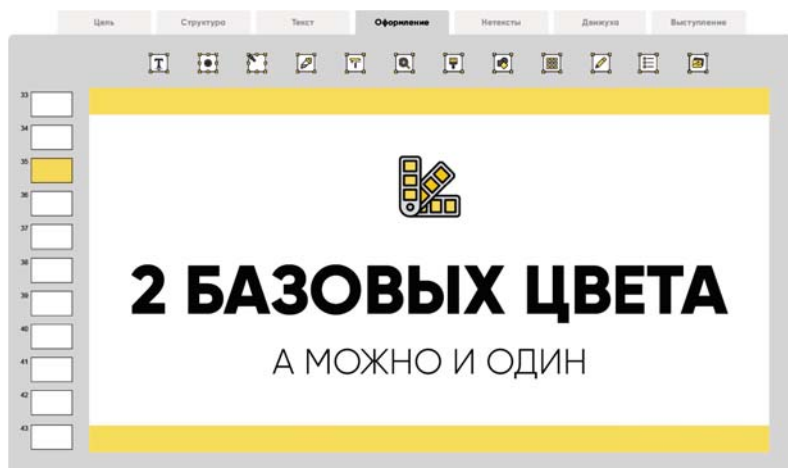
Одно из существенных отличий между PowerPoint и Keynote — количество кнопок. Обе программы умеют делать практи-

чески одно и то же, только в Keynote в несколько раз меньше кнопок на главной панели инструментов. В Keynote тоже можно изуродовать слайд, только там придется сильно постараться, чтобы найти «вредную» кнопку в спрятанных подменю. Поэтому мы и пользуемся Keynote.



Не увлекайтесь кнопками, часто они зло.

35. 2 цвета



Используйте максимум два базовых цвета для создания любой презентации. Можно ограничиться и одним.

Черный, белый и пятьдесят оттенков серого мы не считаем, они есть на слайдах по умолчанию.

Есть четыре способа подобрать подходящий цвет:

- ☒ брендбук
- ☒ логотип
- ☒ отрасль
- ☒ любимый.



Пипетка
KEY



Пипетка
PPT

БРЕНДБУК

Вам повезло: за вас уже подумал дизайнер. Просто используйте рекомендованные цветовые решения — и будет вам корпоративное счастье.

ЦВЕТА ЛОГОТИПА

Сегодня даже у малого бизнеса есть логотип. Разместите логотип на слайде и скопируйте цвета с помощью «пипетки».

ЦВЕТ ОТРАСЛИ

Закройте глаза. Вспомните, какие цвета ассоциируются с вашей отраслью.

- Авиация: голубой, синий, белый...
- Строительство: кирпично-красный, серый, зеленый, желтый...
- Медицина: зеленый, голубой, алый, бирюзовый...
- Цвет найден — открывайте глаза.

ЛЮБИМЫЙ ЦВЕТ

Вам выступать с презентацией — и она должна нравиться в первую очередь вам. Если у вас есть вкус, можете смело использовать свой любимый цвет (кроме явно кислотных).

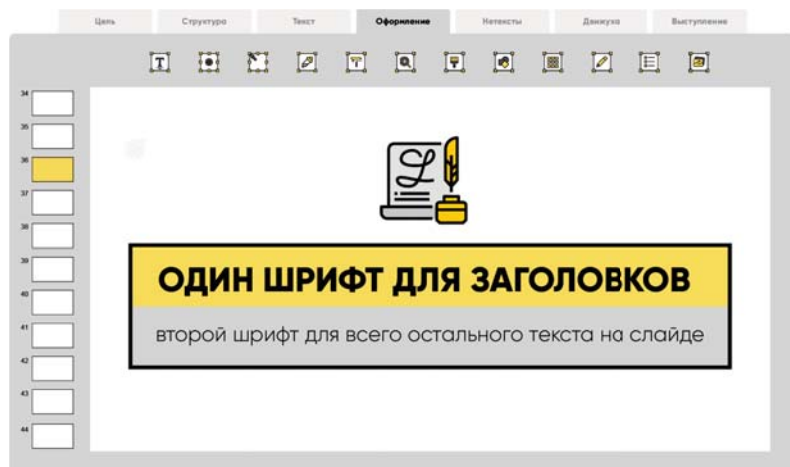
Есть счастливчики с врожденным чувством прекрасного (их немного). Они умеют мгновенно подбирать стильные сочетания цветов — это видно даже по их одежде.

Если это не про вас, используйте вышеназванные способы. Или загляните в поисках цветового вдохновения на materialpalette.com или colorscheme.ru



Меньше цветов — лучше слайды.

36. 2 шрифта



Используйте в презентации максимум два шрифта:

- ☒ один — для заголовков и подзаголовков;
- ☒ второй — для всего остального текста.

Как подобрать шрифты?

Задача шрифта для заголовков — привлечь внимание. Для этого идеально подходят массивные, жирные шрифты. Они сразу цепляют взгляд.

Задача шрифта для основного текста — сделать чтение максимально комфортным. Для этого лучше использовать максимально нейтральный шрифт, который легко читается. И никаких выкрутасов.

Шрифт для заголовков Arial Bold

Шрифт Arial Regular для всего остального текста

Шрифт для заголовков Impact

Шрифт Helvetica Regular для всего остального текста

Когда вы используете встроенные шрифты (шрифты, которые установлены по умолчанию на всех устройствах), то эти две комбинации отлично справляются с нужными нам задачами (привлечь внимание, сделать чтение комфортным).

Поиск и установка дополнительных шрифтов — это хорошая инвестиция времени, которая, несомненно, окупится. С нестандартными шрифтами ваши слайды выделяются на общем фоне.

**ВОТ КОМБИНАЦИИ ШРИФТОВ, КОТОРЫЕ
МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ В ПРЕЗЕНТАЦИЯХ ЧАЩЕ ВСЕГО:****INTRO BLACK ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ**

Intro Regular для всего остального текста

BEBAS NEUE ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ

Raleway Regular для всего остального текста

RUSSO ONE ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ

Gotham Pro Regular для всего остального текста

Exo Black для заголовков

Exo Light для всего остального текста

GILROY BOLD ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ

Gilroy Regular для всего остального текста

IBM PLEX SANS BOLD ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ

Roboto Light для всего остального текста

Эти и другие трендовые шрифты можно бесплатно скачать на ресурсах:

 fontsquirrel.com

 shriftkrasivo.ru

 pixelgene.ru

 fonts.google.com

Но есть одно «но». Если вы установили дополнительные шрифты и использовали их на слайдах, то не факт, что всю эту красоту увидят участники. Когда вы показываете такие слайды с чужого компьютера, он заменит ваши креативные шрифты на стандартные. Скорее всего, неудачно.

Чужой компьютер, как и чужая душа, — потемки: в них исчезнет вся проделанная вами работа. Решить эту проблему можно тремя способами:

- ✓ простой — сохраните вашу презентацию в .pdf и показывайте в этом формате (см. главу «Универсальный формат»);
- ✓ непростой — установите свои шрифты на компьютер, с которого будете показывать презентацию;
- ✓ продвинутый — вшейте свои шрифты в файл презентации. Функция удобная, но работает только в PowerPoint. Как это сделать, смотрите тут →

Неудачные шрифты затрудняют чтение, создают хаос на слайде.



*Вшиваем
шрифты*

Плохо, когда шрифтов много. И не верьте, что есть волшебные шрифты, которые заставят слушателя сразу же купить ваш продукт или утвердить проект. Но в поисках волшебства продолжайте искать шрифты, которые нравятся вам и вашей аудитории.



Меньше шрифтов – лучше слайды.

37. Единый стиль



Стильный образ человека можно разложить на конкретные элементы гардероба. Стильные презентации можно разложить на компоненты слайдинга.

Единый стиль вашей презентации помогают создать:

- ☑ шрифты
- ☑ цвета
- ☑ геометрические фигуры
- ☑ обводка фотографий
- ☑ элементы раскладовок
- ☑ иконки
- ☑ декоративные элементы
- ☑ слайды-перебивки

Теперь подробнее о каждом.

ШРИФТЫ

Как мы писали выше, один шрифт — для заголовков, другой — для остального текста. С первого по последний слайд. Как бы ни хотелось использовать еще один вид шрифта, не делайте этого. Каждый дополнительный шрифт — минус к карме единого стиля.

ЦВЕТА

Один или два базовых цвета. Не больше.

Как проверить, смогли вы соблюсти это правило или нет?

Попросите человека, не видевшего вашу презентацию, быстро ее пролистать. Секунд за десять. А потом спросите, какого цвета была ваша презентация. Если он сразу ответит «желтая» или «красно-синяя», значит, вы все сделали правильно. Если после небольшого молчания услышите «Эммм... зелено-голубая... и немного оранжевая... по-моему, еще и розовая», то вам точно нужно пересмотреть выбор цвета на слайдах.

ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ

Чем чаще вы используете одну геометрию на слайде, тем четче считывается стиль презентации. Можно использовать любые фигуры: круг, прямоугольник, прямоугольник со скругленными краями, ромб, треугольник.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Все что угодно. Только не овал. Овал — удивительная фигура: с ней практически невозможно сделать стильный дизайн. Если у вас получилось, вышлите нам свою презентацию. Тогда мы уберем обвинения овала из следующего издания книги.

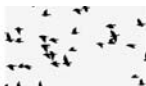
Выбор геометрии может быть продиктован:

- отраслью или товаром: например, в презентацию про шины так и просится круг;
- логотипом: если в логотипе вашей компании есть треугольник — используйте его;
- собственным желанием. Нравятся вам шестиугольники — смело переносите их в слайды.

Выбрали геометрическую фигуру — подумайте, как можно ее по-разному использовать на слайдах: разделить этой фигурой слайд на несколько логических блоков, использовать ее для обозначения новых тезисов, вписать в фигуру фотографию.

ОБВОДКА ФОТОГРАФИЙ

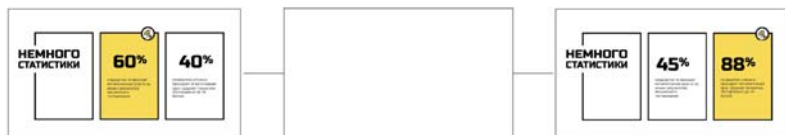
Когда на слайде есть фотография, она, как правило, болтается в воздухе. Хороший прием — найти вариант обводки фотографии и применить его на всех слайдах. Это придаст единый стиль даже самым разным фотографиям.



ЭЛЕМЕНТЫ РАСКАДРОВОК

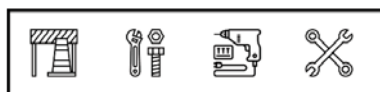
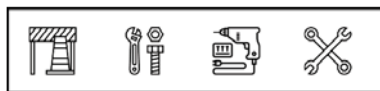
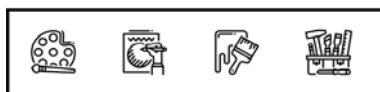
В любой презентации, особенно если она большая, есть повторяющиеся типы информации. Например, сравнение филиалов: на протяжении всей презентации вы сравниваете работу филиалов по разным показателям.

Если в презентации используется один и тот же формат отображения информации, лучше применить одинаковые элементы раскадровок. Это задает единый стиль всей презентации и позволяет слушателям/читателям лучше усваивать информацию.



ИКОНКИ

Можно искать иконки для каждого слайда по отдельности. А можно сразу скачать тематическую папку с иконками, нарисованными в едином стиле. На сайте flaticon.com такие папки называются packs. Один скачанный pack по теме вашей презентации полностью закрывает вопрос поиска иконок и их единообразия.



ДЕКОРАТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Вставлять их на слайд имеет смысл только в одном случае: для привязки каждого слайда к теме презентации. Декоративные элементы — не для красоты, несмотря на их название. Например, в презентации про уличное освещение мы (Катя и Игорь Нисенбойм) использовали декоративный фонарь, который на каждом слайде освещал заголовок.

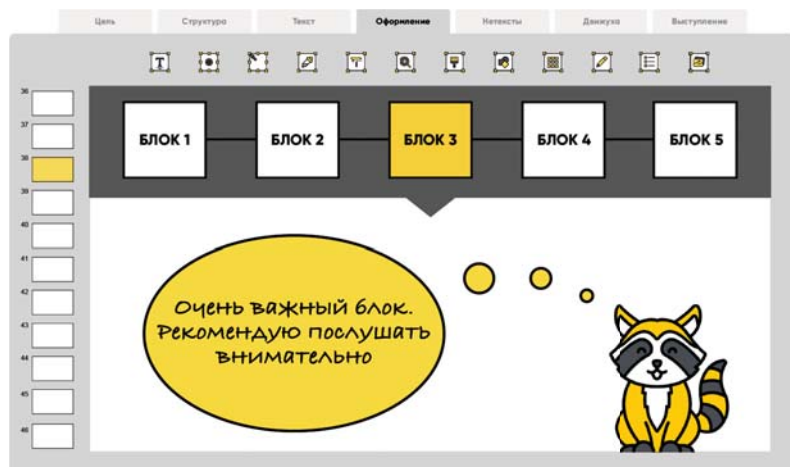
СЛАЙДЫ-ПЕРЕБИВКИ

Некоторые спикеры разбавляют свою презентацию цитатами великих людей, другие вставляют шутки или мемы, а кто-то просто делает отдельные слайды для каждого нового подраздела. Это слайды-перебивки. Оформите их в одинаковом стиле, используя единую компоновку, — это еще сильнее укрепит единый стиль слайдов.



**Слайдинг в едином стиле — признак мастерства.
Черный пояс.**

38. Насквозь



Прикольный прием слайдинга — использовать сквозной образ/элемент, позволяющий лучше донести большое количество информации до слушателей/читателей. Вот несколько идей, как этого достичь.

ПЕРСОНАЖ

Например, ваш маскот (корпоративный персонаж-талисман) — енот (Иван Черемных, привет!). Вы можете показывать его (енота) на протяжении всей презентации, чтобы вызывать улыбку (позитивный маскот всегда вызывает позитивные эмоции) и подчеркнуть в слайдах нужные моменты: вот еноту тревожно, вот он охотится, вот серьезно задумался...

НУМЕРАЦИЯ



ИГОРЬ
МАНН

Мой любимый прием. У меня всегда много контента, и даже короткие, например получасовые, выступления вмещают в себя много полезной информации. Тогда я делаю так:

1. название
2. фирменный стиль (лого)
- 3. позиционирование**
4. сайт
5. э-почта
6. телефон
7. визитка
8. адрес
9. дресс-код
10. социальные сети

Это 35-минутная презентация «10 советов малому бизнесу, чтобы выглядеть большим». Я двигаюсь от пункта к пункту, а участники постоянно видят все 10 советов — и я «подсвечиваю» нужный мне пункт, передвигаясь по списку.

СТРУКТУРА

В больших презентациях в первых слайдах можно задать структуру и логику блоками.



ИГОРЬ
МАНН

Например, когда я веду однодневный тренинг о клиенто-ориентированности, то делю материал на 4 блока: идеология, бизнес-процессы, продукты и сотрудники. Я постоянно напоминаю слушателям об этих составляющих, и в течение дня мы движемся от блока к блоку, а в конце я делаю резюме семинара — и снова по этим 4 блокам. Слушатели понимают, что клиентоориентированность — это системная работа.

КРАСНАЯ НИТЬ



ИГОРЬ
МАНН

Для своей презентации «Маркетинг без бюджета» я использовал аналогию «проходит красной нитью» — я показывал изображение красной нити каждый раз, когда говорил о новом инструменте.

Я начал выступление с изображения красной нити и сказал, что через мое выступление (а оно длилось весь день) красной нитью проходит мысль, что маркетинг должен продавать.

Появляющаяся на слайде красная нить была напоминанием для меня («будь полезным, помоги увеличить продажи участникам») и отбивкой для слушателей («ага, новый инструмент»).

А двигающийся по ленте треугольник-ползунок помогал участникам понимать прогресс — где мы сейчас и сколько еще осталось.



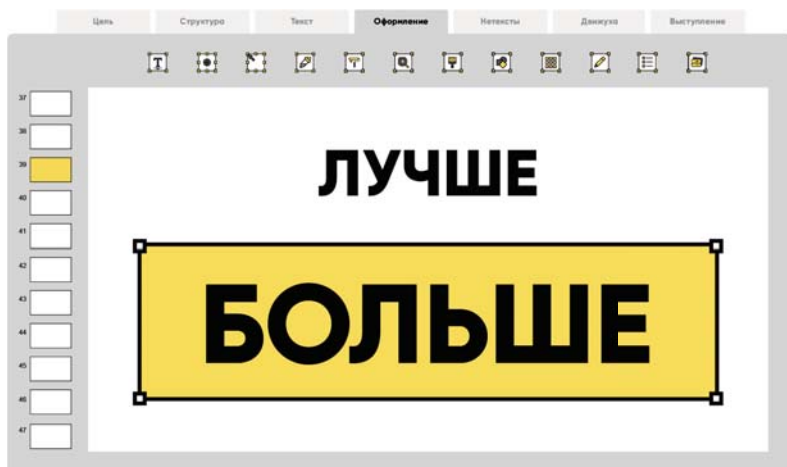
ИГОРЬ
И КАТЯ

Нам довелось сделать презентацию корпоративному клиенту для выступления на CRM-форуме. Выделиться на таких форумах сложно, и мы предложили заказчику использовать тему воды. Получилось неожиданно ярко. Мы использовали образы волн, течений, акул, кораблекрушений, водовороты... для того чтобы описать опасности самостоятельности при внедрении, слива бюджета, последствий работы без четкого задания... На фоне других презентаций эта зашла с ходу и надолго запомнилась.



**Насквозь — интересный прием. Попробуйте.
Вам (и слушателям) понравится!**

39. Крупнее



На нашей памяти никто не жаловался на слишком крупный шрифт слайдов в презентации:

- ☒ всем всё видно;
- ☒ привлекает внимание;
- ☒ лучше запоминается;
- ☒ фокусирует на главном.

Согласитесь, если написать заголовок «Основные выводы по итогам исследования, проведенного во 2-м квартале» и все это попытаться уместить на слайде, получится не очень. Будет лучше, если вы просто напечатаете во весь слайд крупными буквами: «Главные выводы».

А вот к мелкому шрифту претензии были.

Когда шрифт мелкий и плохо видно буквы и цифры, слушатели:

- ⊗ щурятся (и часто все равно не видят нужное);
- ⊗ спрашивают у соседа: «А что там написано?» (мешают и соседу, и тем, кто рядом);
- ⊗ просто переключаются с презентации на другие дела, например на смартфон.

Спикеру на заметку: когда ваши слайды фотографируют на смартфон — это хорошо. А вот когда снимают, потом используют зум и пытаются рассмотреть полученное изображение, стараясь понять, что же на нем, — это плохо.

- ⊗ засыпают...

Как там принято говорить в игре «Мафия»? «Шрифт уменьшается, город засыпает» ☺

Кашу маслом не испортить, а слайд — более крупным шрифтом. Так и не портите!

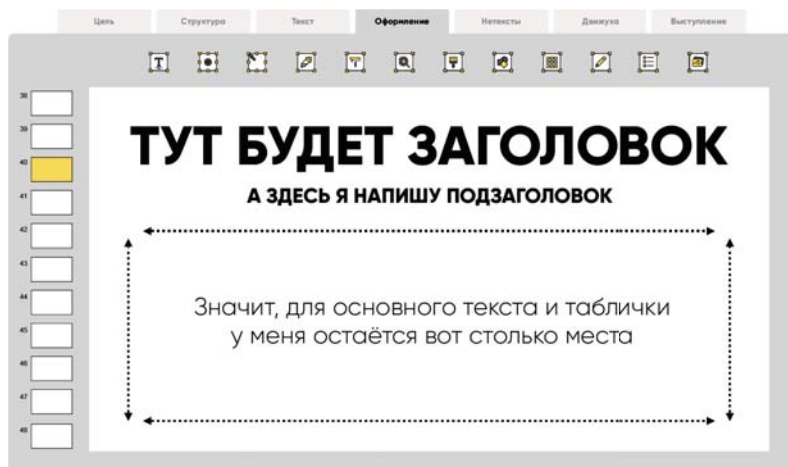
Главные цифры и факты пишите так, чтобы их было видно даже из космоса (утрируем ☺). Огромные цифры — это тренд современных презентаций.

Не бойтесь десятикратной разницы в размере шрифта. Получается стильно.



Запоминаем: уменьшаем размер шрифта — ухудшаем восприятие.

40. Заголовок всему голова



Сформулировали заголовок — написали текст — приступайте к оформлению слайда. Все всегда начинается с заголовка.

Выберите нужный шрифт и увеличьте размер заголовка — можно до 80 и даже больше.

Вы сразу увидите, сколько места на слайде остается для текста, изображений и графиков.

Если же начать с оформления, места для крупного заголовка может не остаться. Изменить размер заголовка проще, чем уменьшать размер остальных блоков.

Помните, что заголовки, написанные одним размером, но разными шрифтами, выглядят по-разному:

ШРИФТ INTRO 20 PT

ШРИФТ BEBAS 20 PT

ШРИФТ DIN PRO 20 PT

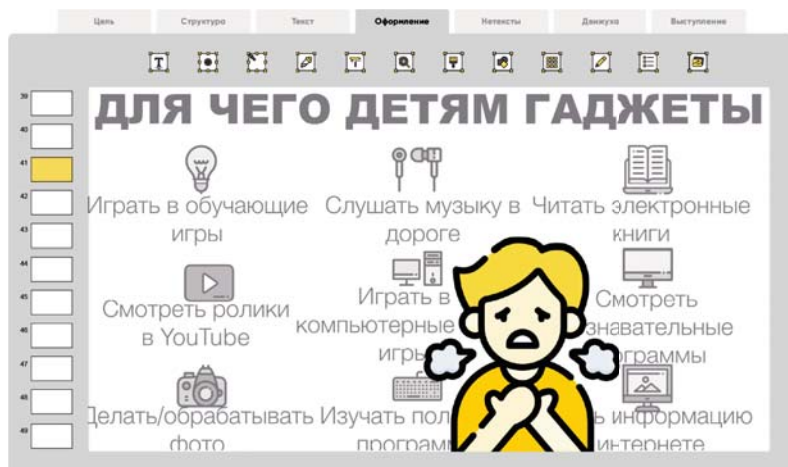
ШРИФТ RUSSO ONE 20 PT

ШРИФТ KARMINA 20 PT



Начинайте оформление с заголовка.

41. «Дайте больше воздуха»



Всегда хорошо, когда на слайде много свободного места — «воздуха».

Большинство людей при слайдинге совершает ошибку. Они стараются заполнить слайд как можно большим количеством информации: цифрами, буквами, таблицами, графиками, изображениями... Им кажется, что «много всего» — доказательство их профессионализма. Нет, нет, нет!

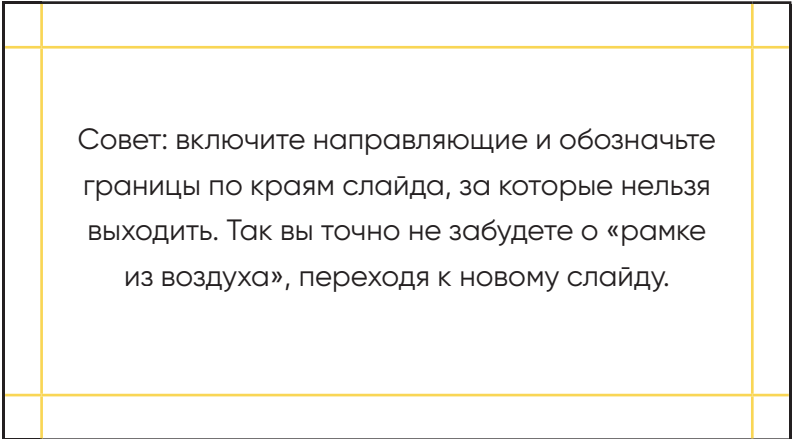
Чем больше информации, тем труднее ее переварить.

«Воздух» — это всегда хорошо. Оставляйте больше места между колонками и строками. Края слайда тоже оставляйте свободными.

Представьте, что вы оформляете художественную галерею. Каждая картина в раме. Пустое место по краям слайда – это и есть «рама», она помогает сосредоточиться на произведении.

Кроме того, это выручает, когда экран проектора стоит криво или проектор не настроен. Часть проекции оказывается за границей экрана, текст и картинки обрезаются. Когда края пустые, вы ничего не теряете.

Картины в музеях висят на большом расстоянии друг от друга. Шедевры вообще висят в одиночестве. Поэтому на самых важных слайдах может быть всего одна цифра и два-три слова.



Совет: включите направляющие и обозначьте границы по краям слайда, за которые нельзя выходить. Так вы точно не забудете о «рамке из воздуха», переходя к новому слайду.



Много воздуха – всегда хорошо.

42. Равняйся, смирно!



Взгляд цепляется даже за небольшое нарушение симметрии. Слайды без выравнивания выглядят неаккуратно.

Вряд ли слушатель/читатель станет кричать: «О боже, какая ужасная презентация! У него один элемент смещен на три пикселя относительно другого!» Но про себя он отметит, что слайд выглядит «грязновато».

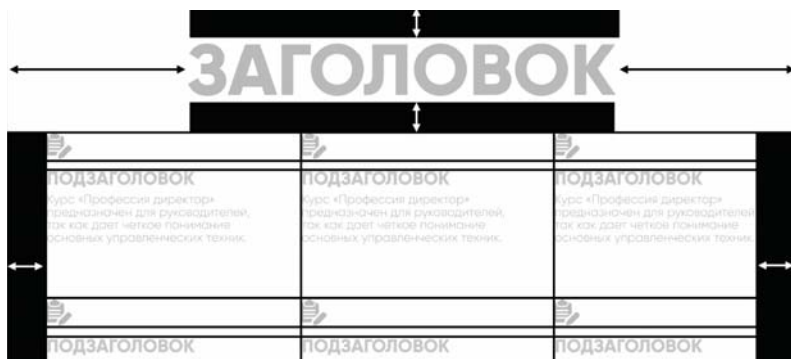
Закончив оформлять слайды, убедитесь, что все элементы расположены симметрично.



Выравнивание
KEY



Выравнивание
PPT



- ☑ Все элементы (текстовые блоки, иконки, фотографии) выровнены по горизонтали.
- ☑ Все элементы (текстовые блоки, иконки, фотографии) выровнены по вертикали.
- ☑ Расстояния между блоками/иконками/картинками одинаковые.
- ☑ Отступы по краям слайда одинаковые.

Два-три элемента можно выравнивать на глаз, вручную. Если больше, используйте функции «Выровнять» и «Распределить». Они одинаково быстро и хорошо работают в PowerPoint и Keynote.

Когда начинаете работать над оформлением, включите режим «Сетка». Так вы сразу разместите блоки вдоль направляющих.



Симметричный слайд = удачный слайд.

НЕ БУДЬ ПЛАКСОЙ

ЦЕПЛЯЮТ ВНИМАНИЕ

Если на слайде есть иконка и текст, взгляд сначала зацепится за иконку.

УСИЛИВАЮТ КОНТЕКСТ

Без иконки можно обойтись. Но зачем? Ведь именно они вызывают у слушателя нужные ассоциации и эмоции.

СОКРАЩАЮТ ТЕКСТ

Иногда иконка может заменить целое предложение. Вместо большого абзаца текста «посредством авиаперевозки груз был доставлен из точки А в точку Б» можно разместить иконку самолета.



ЗАМЕНЯЮТ ИЗОБРАЖЕНИЕ

С иконками проще работать, чем с фотографиями. Да и найти тематические иконки проще, чем фото по этой же теме.

Иконки занимают меньше места, их проще вписать в существующую компоновку слайда.

Иконки можно найти в поисковике, но это занимает много времени. Ниже — список ресурсов для скачивания иконок, которые мы постоянно используем. В большинстве случаев вы сможете скачать нужные иконки бесплатно.

 Ресурс номер 1: flaticon.com

Другие ресурсы:

 iconfinder.com

 freepik.com



Где найти
иконки

 iconmonstr.com

 thenounproject.com

Когда скачиваете иконки, соблюдайте:

- ✓ **единый стиль:** если вы вставили иконку с заливкой цвета, все остальные иконки тоже должны быть залиты этим же цветом;
- ✓ **единый цвет:** иконки могут быть черно-белыми, цветными или состоять из нескольких цветов — определитесь с цветом и скачивайте все иконки в одном цветовом решении;
- ✓ **единый размер:** все иконки должны быть одного размера (можно выделить все иконки на слайде и разом задать единый размер);
- ✓ **высокое разрешение:** когда выбираете иконки на сайте, не мелочитесь, берите самый большой размер — так иконки не «рассыплются» на пиксели на большом экране;
- ✓ **формат PNG.** Особенность этого формата — прозрачный фон. Вы сможете разместить иконку в формате .png поверх любого цветного фона, не уродуя его белой подложкой.



*Размер
иконок KEY*



*Размер
иконок PPT*

Сайт flaticon.com работает только на английском (Google-переводчик вам в помощь), но зато позволяет скачивать иконки наборами (pack).

Если вы делаете презентацию про логистику, в строке поиска набираем «transport», или «logistics», или «cargo». Вы увидите наборы иконок по теме логистики, которые уже оформлены в едином стиле. И вам не нужно тратить время на подбор каждой из них по отдельности.

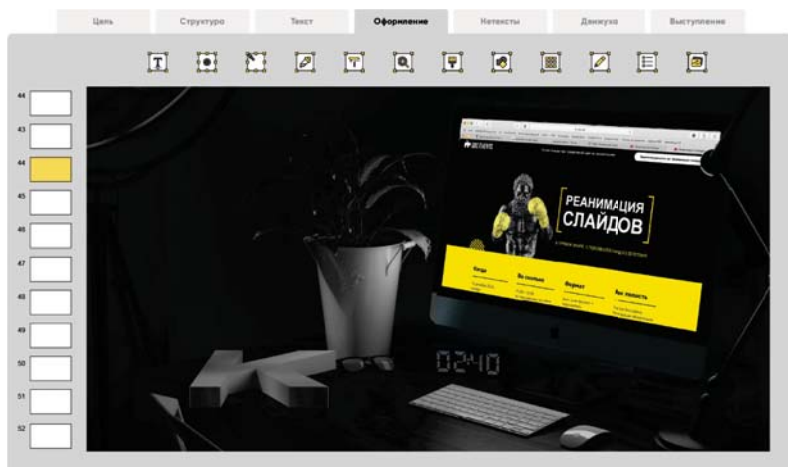


Мы не смогли вспомнить ни одной своей презентации без иконок. Иконки рулят.



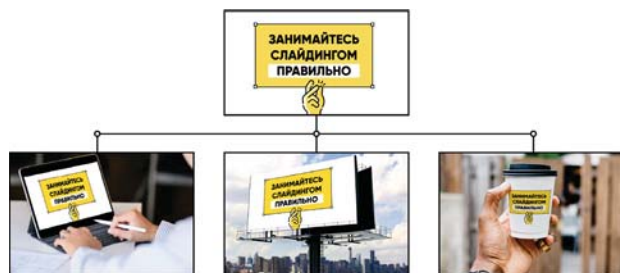
**Настало время и вам перенести иконки
из мессенджеров на слайды.**

44. Мокап



Мокап — это изображение, которое вписано в другое изображение.

Например, на последнем слайде презентации вы предлагаете слушателям/читателям зайти на сайт и заполнить заявку. Выглядеть это будет гораздо эффективнее, если вы покажете ваш сайт и этот призыв на экране ноутбука или смартфона (см. картинку). Это и есть мокап.



С помощью мокапа можно показать заказчику, как рекламная идея будет выглядеть на разных носителях: билборд, униформа, конверты, автомобили, чашки, чехлы для смартфонов, плакаты...



Как сделать мокап

Или показать интерфейс новой программы, которую используют довольные юзеры...

Для создания мокапов обычно используют профессиональные редакторы изображений. Они стоят денег и требуют времени для освоения. Но есть и условно бесплатные онлайн-сервисы:

 smartmockups.com — выбор номер 1!

 placeit.net

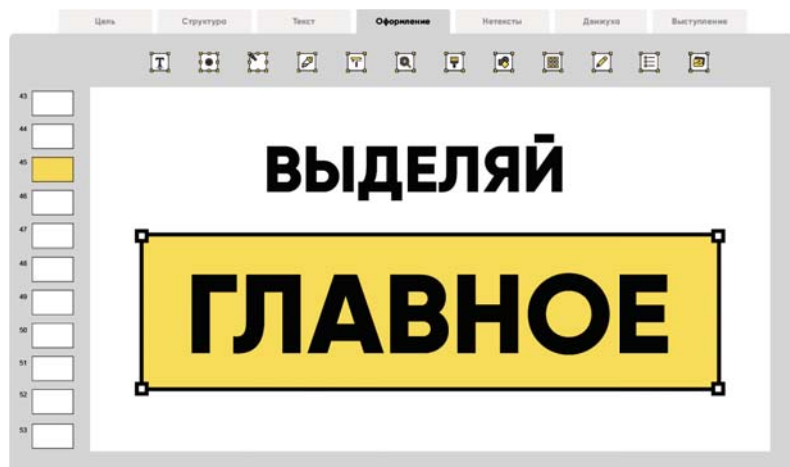
 mockuper.net

Слайды с мокапом выглядят круто. Ощущение, будто их рисовал профессиональный дизайнер, хотя для этого достаточно воспользоваться онлайн-ресурсом, который мы упомянули выше.



Мокапьте. Вписывайте изображение в другое изображение.

45. Выделяй главное



Чтобы подсветить главные мысли/слова/цифры на слайде, теоретически можно использовать:

- CAPSLOCK (КАПСЛОК, ИЛИ ТОЛЬКО ЗАГЛАВНЫЕ БУКВЫ)
- подчеркивание
- *наклон (курсив, Italic)*
- **жирный шрифт**
- **цвет шрифта**
- **ДРУГОЙ ШРИФТ**
- **подложку цифры/слова**
- **теньюшечку**

Все эти функции есть в PowerPoint и в Keynote. Но все и сразу использовать не рекомендуем. Слайды будут выглядеть аляписто и перегруженно. То есть плохо.

Рекомендуем пользоваться только двумя приемами для выделения фразы в тексте:

1. CAPSLOCK в заголовке
2. «Выделение маркером» в тексте.

Так ваши слайды будут выглядеть стильно и лаконично. То есть хорошо.

Рассмотрим каждый прием детально.

1. ПРИЕМ «CAPSLOCK В ЗАГОЛОВКЕ»

ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ПИШУТ СООБЩЕНИЯ В МЕССЕНДЖЕРАХ КАПСЛОКОМ, ПОПАДУТ В АД. Но CAPSLOCK хорош, если нужно привлечь внимание к заголовкам.



Заглавные
буквы KEY



Заглавные
буквы PPT

Пишите заголовки заглавными (большими) буквами.

Выбирайте массивный, жирный шрифт.

А остальной текст напишите строчными (маленькими) буквами – максимально простым шрифтом. Слушателю/читателю сразу станет понятно, какая информация наиболее важная.

Размер шрифта заголовка сделайте значительно больше шрифта, которым пишете основной текст. Играйте на контрасте. Например так:

НАПИШИТЕ ЗАГОЛОВОК ЖИРНЫМ ШРИФТОМ, ПРИМЕНИТЕ CAPSLOCK

А весь остальной текст напишите прописными буквами. Так сразу станет понятно, какая информация наиболее важная. Размер шрифта заголовка или подзаголовка сделайте значительно больше размера, которым пишете основной текст. Играйте на контрасте.

Что делать, если информация, которую надо выделить, находится не в заголовке, а внутри текста?

Важную фразу или цифру, которую вы хотите визуально выделить, мы рекомендуем «выдернуть из текста».

Напишите ее отдельно и сделайте из нее подзаголовком к абзацу. Ваш слушатель/читатель сразу увидит главное, и ему не нужно будет читать весь абзац.



2. ПРИЕМ «ВЫДЕЛЕНИЕ МАРКЕРОМ»

Вспомните, как вы зубрили конспект в студенческие годы. Вы брали цветной маркер и выделяли им самые важные слова и цифры. Они сразу бросались в глаза.

Этот же прием можно использовать для выделения важной информации на слайде. Вот как это выглядит.



Мы любим этот прием.

1. Он интуитивно понятен каждому, кто работал с конспектами.
2. Не «скачут» буквы. Любое изменение в формате шрифта (например, когда вы меняете буквы без наклона на буквы с наклоном) замедляет чтение.
3. Не расползается межстрочный интервал. Если изменить шрифт или размер одного слова в строке, межстрочный интервал меняется для всей строки. Разные интервалы между строками создают ощущение неаккуратного текста.

Как правильно делать выделение цветом?

Есть два способа.

- ⊗ плохой — всем знакомая кнопка «Выделить маркером»;
- ☑️ хороший — вставить прямоугольник под слово, которое хотим выделить.

В случае с прямоугольником на заднем плане вы сами задаете размер этого прямоугольника. Это значит, что вы сможете создать небольшую рамку из воздуха, желтая заливка не будет прилеплена к краям букв. На примере ниже хорошо видна эта разница.

Маркер:

для **руководителей** компании

Фигуры:

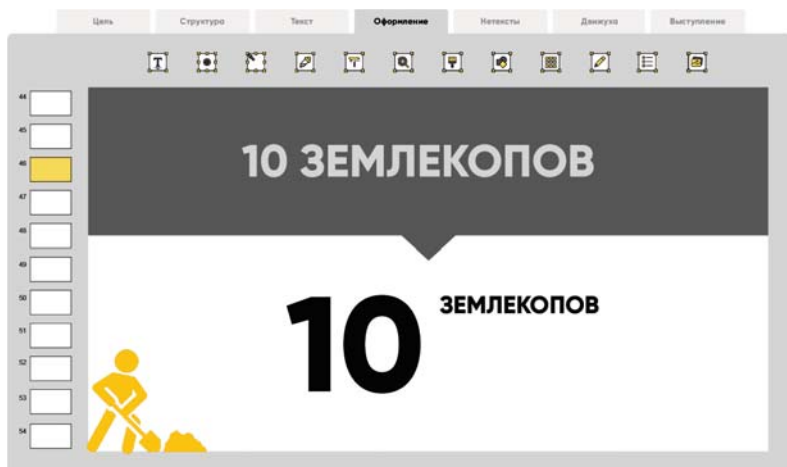
для **руководителей** компании

Когда на слайде всё пестрит, взгляду непонятно, за что цепляться. Если вам нужно, чтобы слушатель/читатель обратил внимание на самую важную фразу/цифру, ограничьтесь одним акцентом на слайде. И сделать его лучше одним из двух способов: capslock или выделение цветом.



**Выделяя главное, помним: или CAPSLOCK,
или выделение цветом.**

46. Суперскрипт



Мы все слышали от учителей физики: «Указывай единицу измерения». Это правило обязательно и для слайдинга. Но единица измерения, как правило, длиннее самой цифры и отвлекает внимание читателя/слушателя, мешает воспринимать информацию.

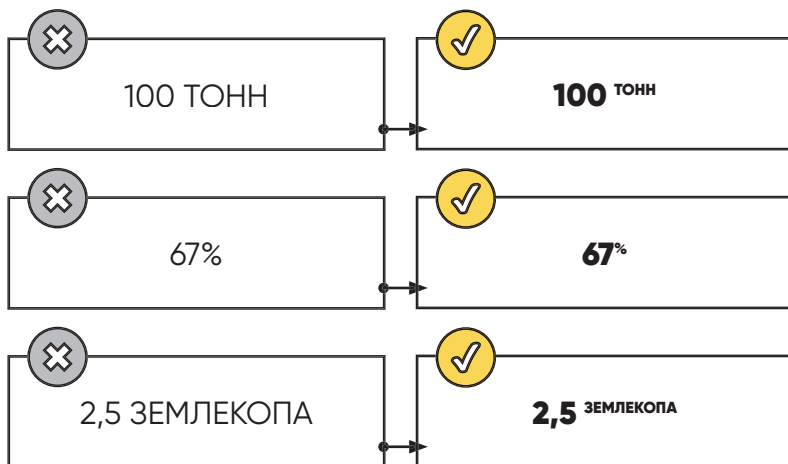
Проблема решаема. Выделите единицу измерения и сделайте интервал надстрочным (суперскрипт). Текст или значок процента станут меньше и перестанут сливаться с текстом. Keynote и PowerPoint это позволяют.



Супер-
скрипт KEY

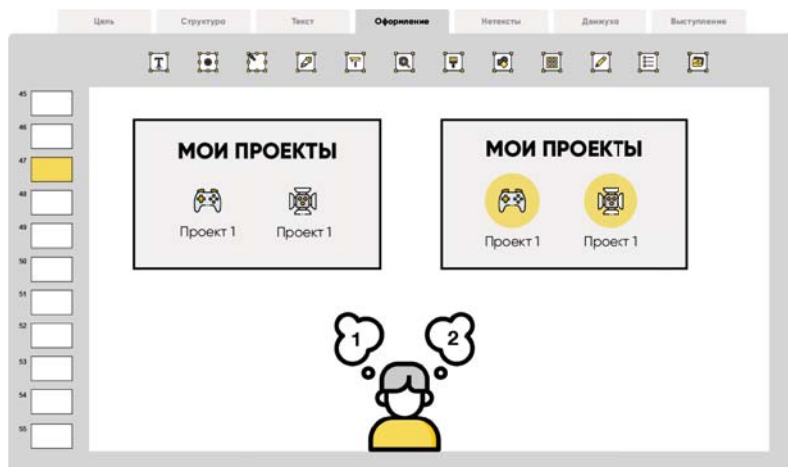


Супер-
скрипт PPT



Суперскрипт – суперинструмент при работе с цифрами.

47. Слайд-дублер



Один из слайдов вашей презентации готов, но вам хочется сделать его лучше: поиграть со шрифтами, сменить цвета, компоновку или фото. Не стоит вносить правки в уже существующий слайд. Лучше так: сделайте копию этого слайда и работайте с ней.

В режиме «вид» в левой части экрана покажутся и предыдущий, и новый слайды. У вас будет возможность видеть, что вы сделали, и понять, улучшают ли эти изменения слайд.

Понравятся изменения — уберете первоначальный вариант. Не понравятся — вернетесь к оригиналу.

Для копирования большинства слайдов можно использовать «Ctrl + C» и «Ctrl + V». Если скопировались не все элементы (иногда пропадает фон), используйте функцию дублирования слайда.

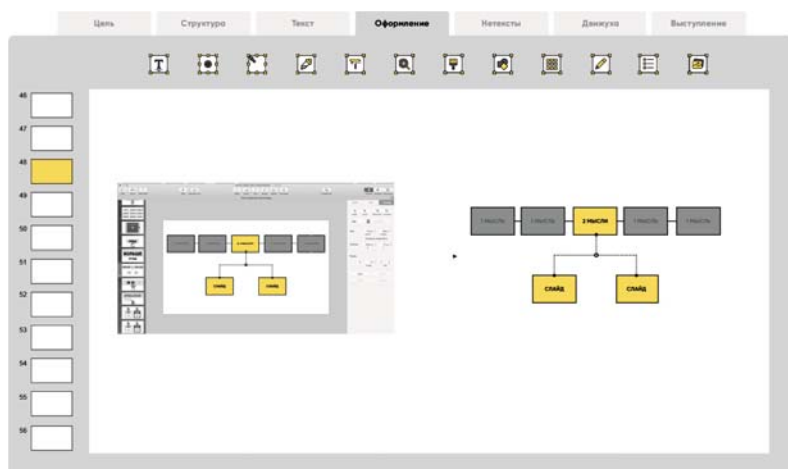
PowerPoint: **Ctrl + D**

Keynote: **Command + D**



Думаете про изменения в слайде? Делайте слайд-дублер.

48. Полный экран



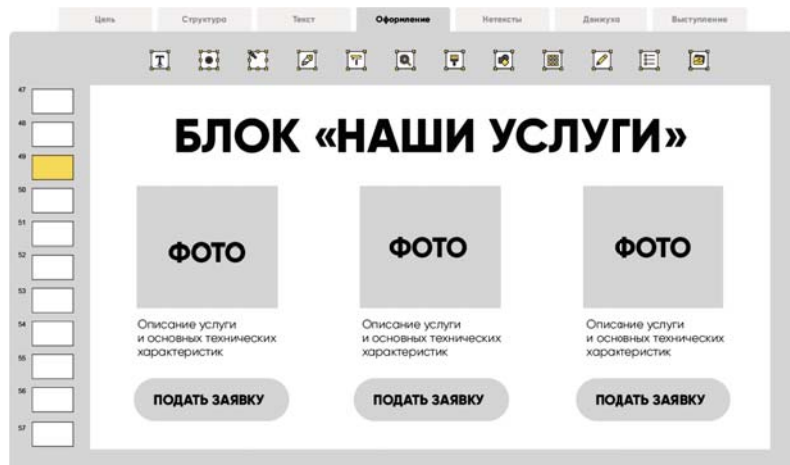
Всегда проверяйте слайды в полноэкранном режиме, когда вас ничто не отвлекает (меню, настройки). Так вы не пропустите ошибки, огрехи и мелкие проблемы с текстом и оформлением.

Перефразируя выражение «большое видится на расстоянии», скажем: маленькие ошибки видятся на большом экране.



Полный экран – полная уверенность.

49. Не по прямому назначению



Удивим. Keynote и PowerPoint можно использовать не только для создания презентаций, но и для прототипирования сайта или оформления резюме.

ПРОТОТИП ЛЕНДИНГА

Любой лендинг, по сути, — это презентация. Просто в презентации мы листаем слайды слева направо по горизонтали, а лендинг — просматривание слайдов сверху вниз по вертикали.

Поэтому, если вам надо сделать прототип вашего сайта, используйте PowerPoint/Keynote. Каждый слайд — это один

раздел будущего сайта: шапка, описание, цены, форма заявки, контакты...

На слайдах легко двигать текстовые блоки, а на место изображений, которые будут на сайте, вставляйте серые прямоугольники.

Сделав прототип в PowerPoint/Keynote, вы облегчаете работу дизайнеру, верстальщику и копирайтеру. И это залог создания сайта в срок.

Это работает и в обратную сторону. Если уже есть лендинг, его легко «разрезать» на слайды и быстро оформить презентацию.

РЕЗЮМЕ

Стильное резюме повышает шансы при поиске хорошей работы. Стандартное требование к резюме – 1 лист формата A4. Большинство используют Word, но форматировать в нем сложно.

Рекомендуем использовать для создания резюме PowerPoint или Keynote. Они позволяют задать нужный размер слайда. Откройте настройки листа и укажите пропорции A4: ширина 210, высота 297.

Вам будет проще распланировать пространство, прикрепить фото и нужные графические элементы. Например, вме-

сто языков, которые вы знаете, и софта, которыми владеете, можно вставить флаги и логотипы программ. Вместо названий компаний, где вы работали, — их логотипы.

Хорошие примеры резюме можно найти на [pinterest.com](https://www.pinterest.com)

В общем, не презентациями едиными...



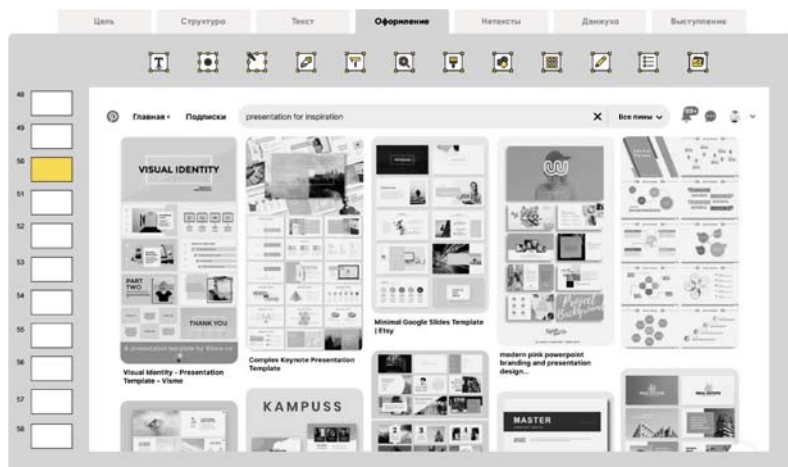
ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы любим находить новые области применения PowerPoint/Keynote. Для наших клиентов нам приходилось делать и регламенты в картинках, и галереи для Instagram, и даже видеорекламу для соцсетей. Кстати, иллюстрации к этой книге тоже сделаны в Keynote.



Слайдите? Экспериментируйте.

50. Идеи для вдохновения



Когда занимаетесь слайдингом, лучше не вариться в собственном соку. Ищите вдохновения у других. Вам помогут:

- ☒ книги
- ☒ YouTube
- ☒ Slideshare
- ☒ выступления других онлайн и офлайн
- ☒ соцсети специалистов по слайдингу
- ☒ TED
- ☒ Pinterest
- ☒ Behance

КНИГИ

-  Максим Ильяхов. «Пиши, сокращай», «Ясно, понятно» — читать именно в такой последовательности.
-  Элина Слободянюк. «Настольная книга копирайтера», «Клад копирайтера» — нужные книги, когда требуется креативный подход к тексту.
-  Нэнси Дуарте. Изучите ее замечательные книги-альбомы — «Slide:ology» и «Reasonate».

YOUTUBE

Если вы не знаете, как что-то сделать в PowerPoint/Keynote, на YouTube точно есть видеоурок по этой теме.

SLIDESHARE.COM

На этот ресурс нужно идти за хорошим контентом. Хотя оформление слайдов — тихий ужас. Смотрите и явно плохие слайды. Так вы научитесь быстро находить проблемы и не повторять их у себя.

ВЫСТУПЛЕНИЯ ДРУГИХ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН

Слушайте выступления со смартфоном в руке. Фотографируйте удачные слайды и фиксируйте крутые приемы спикера. Бенчмаркинг применим и для слайдинга.

СОЦСЕТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЛАЙДИНГУ

Если вы фанат соцсетей, подпишитесь на профили любимых авторов и экспертов.



Мы ведем телеграм-канал — @zaseniprezi, где делимся примерами из разных отраслей, показываем, как надо и как не надо. Рассказываем про хитрости работы в программах и выкладываем короткие видеоуроки.

TED

Смотрите выступления TED в YouTube или в приложении для смартфона/планшета. Там выступают спикеры очень высокого уровня с отличными слайдами.

PINTEREST.COM

Напишите в поиске presentation for inspiration. Вы получите десятки отличных примеров из различных отраслей. Кликните на понравившийся пример, Pinterest предложит похожие презентации. Скорее всего, вам предложат купить готовый шаблон. Но если вы быстро работаете в PowerPoint, вам не составит труда сделать что-то похожее самому. Кради как художник.

BEHANCE.COM

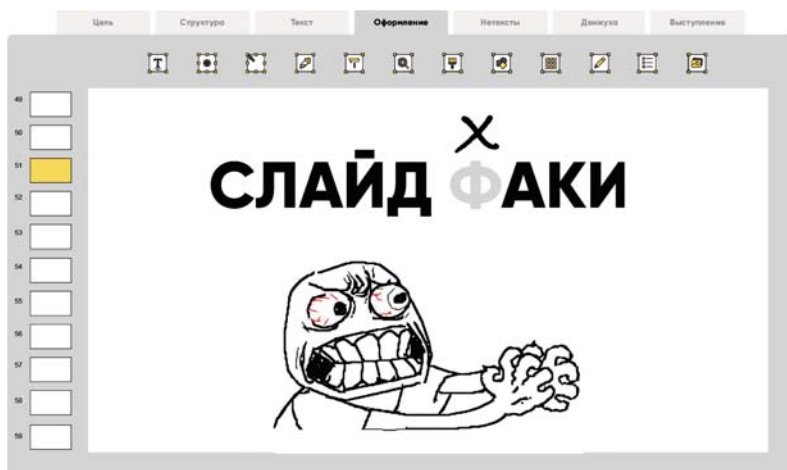
Площадка, на которой графические дизайнеры показывают свои работы. Можно черпать идеи, узнавать акту-

альные тренды в дизайне и подбирать элементы для единого стиля вашей презентации (спасибо Наталии Савиной за рекомендацию).



Вдохновляйтесь и сделайте лучше.

51. Лучшие способы изуродовать презентацию



Слайды — это визуал и контент. Изуродовать их можно самыми разными способами. Ловите наши вредные советы.

1. ВИЗУАЛ

Используйте градиент, тенюшечку, отражения и 3D-эффекты. Желательно все сразу. Воспользуйтесь всеми возможностями, которые дает PowerPoint. Пусть слушатели/читатели увидят, что вы изучили всю панель инструментов.

Используйте шаблонистый шаблон. В PowerPoint много красивых шаблонов с цветочками, полосками и стрелочками. Используйте всё. Пусть все видят, что вы креативная натура.

Не заморачивайтесь поиском картинки. Вы же солидный человек! Негоже тратить 10 минут на какую-то там фоточку. Попалась фотка в плохом разрешении — вставляйте, на большом экране все равно этого не будет видно. Попалась фотка с какой-то прозрачной надписью поверх — вставляйте, вы видели, другие так делают.

2. КОНТЕНТ

Пишите много. Вы же специалист — вам есть что рассказать по своей теме. Слайды должны быть максимально информативными. Ничего не упускайте, все важно. Когда-то эти детали обязательно пригодятся вашему слушателю. Да и вам шпаргалка, что говорить.

Используйте буллиты. Да-да, эти самые точки с текстом. Если на каждом слайде есть рамочка, в которую надо вписывать буллиты, — значит, так и надо делать. Можете заменить точку на звездочку, получится еще круче.

Пишите пафоснее о своей компании. Прямо с первых слайдов. Покажите им, кто в доме хозяин. Не забудьте вызвать вау-эффект у аудитории тезисами про идеальное

соотношение цены и качества, дружный коллектив, опытный опыт, специальных специалистов и успешный успех.

Обязательно укажите, что ваша компания на рынке уже более 12 лет. Нет, не просто 12 лет, а «более 12 лет». Это придаст вам важность и значительность в глазах слушателя.



Когда вам нужно убить презентацию, не забудьте про наши вредные советы.

52. Улучшить за 60 минут



Случается в жизни, что нужны навыки скорой помощи — как для спасения людей, так и для спасения слайдов.

Например, вы попросили коллегу подготовить для вас слайды. До выступления остается час, вы открываете презентацию и с ужасом понимаете, что коллега книгу «Слайдхаки» не читал...

Как спасти ситуацию? (О том, что вы будете делать после выступления, разговор отдельный.)

Вот что мы рекомендуем, когда на исправления есть 60 минут.

1. Поставьте таймер на 50 минут и спокойно начинайте исправления и улучшения.

- ✓ Уточните, какую задачу и как должна выполнить презентация. Выполняет?
- ✓ Проверьте первый слайд – все ли в нем ОК?
- ✓ Проверьте логику презентации – еще не поздно в ней что-то поменять.
- ✓ Скройте все слайды, которые ужасны и вам некомфортно их показывать и по ним рассказывать.
- ✓ Быстро добавьте свои, «родненькие» слайды – в них может быть одно опорное слово или картинка, которое вы сможете без проблем прокомментировать.
- ✓ Увеличьте размер шрифта – для начала всех заголовков.
- ✓ Увеличьте размер основного текста, если останется время.
- ✓ Проверьте последний слайд – есть ли побуждение к нужному действию?

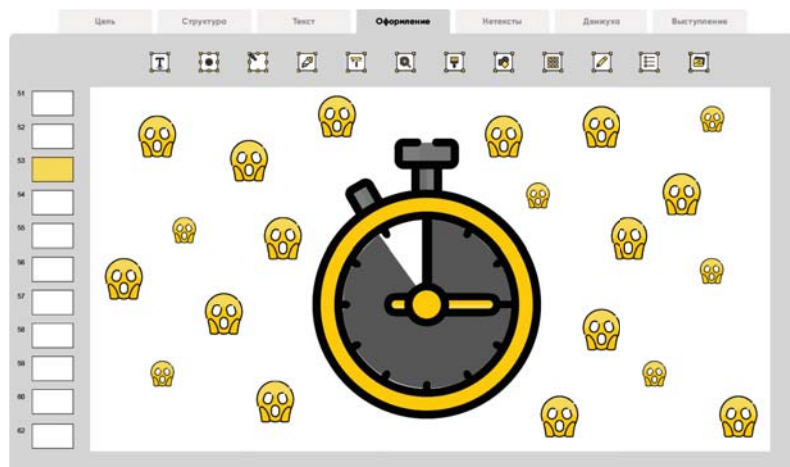
Желательно, чтобы провинившийся сотрудник был под рукой или на связи, чтобы ответить на ваши вопросы.

2. Когда таймер через 50 минут подаст сигнал, сохраните все изменения еще раз и поставьте таймер на 10 минут. После этого сделайте финишные правки.
3. Еще раз сохраняем – и блестяще выступаем.



Повторим основы скорой помощи: сократить, увеличить, проверить логику, добавить призыв к действию.

53. Улучшить за 5 минут



Иногда трагедию на выступлении можно предотвратить, даже если счет идет на минуты. Вот что можно сделать за 5 минут.

- ✓ **Спасите первый слайд.** Выступающего встречают по одежке и первому слайду. Чтобы избежать негатива на старте, скачайте тематическое изображение, затемните его и напишите название презентации поверх него (см. главу 60 «Изображения в помощь»). Займет это минуту и позволит первому слайду выглядеть гораздо лучше.
- ✓ **Сократите.** Скройте самые убогие слайды, чтобы не позориться.

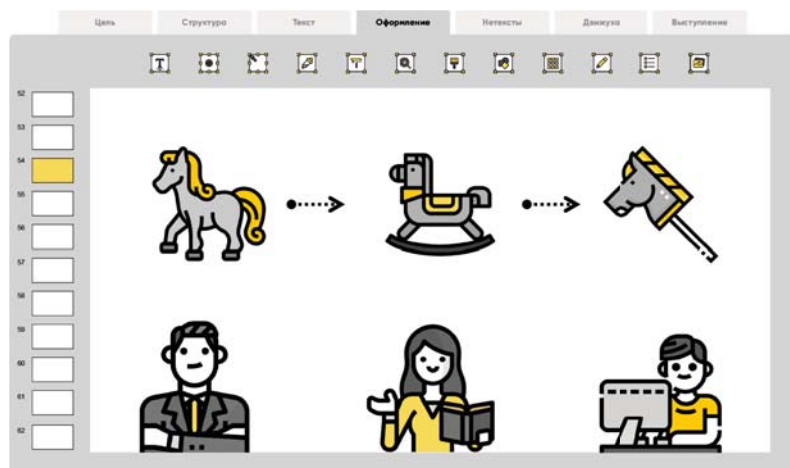
- ☑ **Перепишите заголовки.** На редактуру всего текста времени нет. Но можно успеть довести до ума заголовки. См. главу «Заголовок — это реклама слайда».
- ☑ **Проверьте последний слайд.** Убедитесь, что он содержит нужное целевое действие, а не фразу «Спасибо за внимание».

Иногда слайды сделаны настолько ужасно, что их нельзя спасти за 5 минут. Тогда лучший альтернативный вариант — выступить без слайдов, используя доску с маркером или просто размахивая руками.



Убогие слайды = 100 % провал. А так у вас есть хоть какие-то шансы.

54. Презентация на заказ



Вечная проблема исполнителей — заказчик поручил вам сделать все самому, но после получения финального продукта заявляет: «Это совсем не то, что я хотел!»

На форумах маркетологов, дизайнеров и копирайтеров есть десятки мемов про это с общим посылом: «Какие заказчики/начальники дураки!»



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы считаем, что шутки по этой теме — это публичное признание в собственной некомпетентности. Ваш заказчик действительно может не до конца понимать, что именно ему нужно. Но когда вы беретесь за работу, то уточнение всех деталей задачи — это ваша персональная ответственность.

Перед началом работы задайте вашему заказчику такие вопросы (именно в этом порядке).

1. Выступаем или отсылаем?

От этого зависит оформление и количество текста на слайде.

2. Кто аудитория?

Чиновники, менеджеры, собственники, инвесторы? Все они воспринимают текст и визуал по-разному.

3. Нужное вам целевое действие?

Что должны сделать слушатели/читатели, после того как ознакомятся с презентацией? Попросите заказчика сформулировать его в форме глагола.

4. Какие три важные мысли должны запомнить слушатели?

Возможно, заказчик озвучит больше чем три тезиса. Но попросите его выделить три самых главных.

5. Какие у аудитории предубеждения?

Заказчик, возможно, уже выступал перед похожей аудиторией и встречался с ее возражениями. Включите возражения и ответы на них в саму презентацию.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Когда мы делаем презентацию для корпоративного заказчика, то высылаем промежуточные результаты на утверждение в этом порядке.

- 1. План презентации. Список, где главная мысль каждого слайда описывается одним предложением. Потом это предложение легко превратить в заголовок.*
- 2. Текст презентации. Пишем текст для каждого слайда. По сути, это слайды, но без оформления.*
- 3. Несколько оформленных слайдов. Оформляем несколько слайдов, чаще всего в нескольких вариантах. Заказчик может утвердить понравившееся ему оформление или предложить свой вариант.*

4. Черновик презентации. Здесь заказчик уже вносит финальные правки и утверждает окончательный вариант.



ИГОРЬ
И КАТЯ

В нашей практике было два примечательных случая, когда подчиненные заказывали презентацию для большого начальника. Слайды утверждали, но в последний момент руководитель требовал все переделать с нуля. После нескольких бессонных ночей мы вывели правило:



НЕ РАБОТАЙТЕ С ПЕРЕДАСТАМИ

Так называют людей, которые просто передают информацию от заказчика к исполнителю и обратно. При этом они интерпретируют информацию так, как они ее понимают (или не понимают).

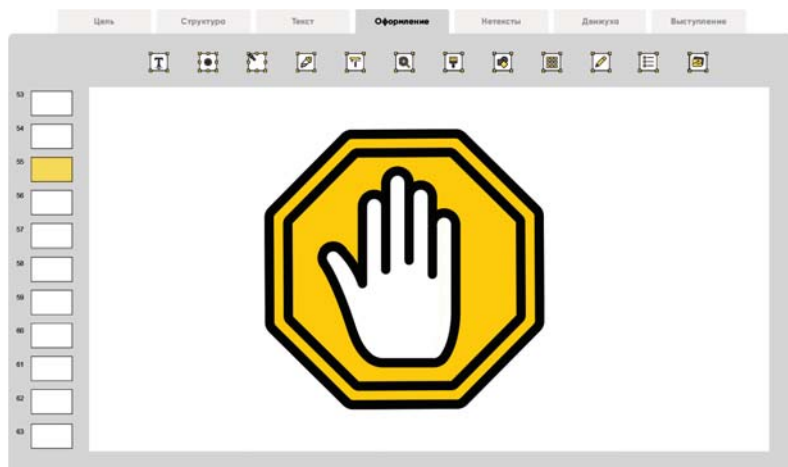
Если вы исполнитель, то соглашайтесь на работу, только если можете уточнить задачу у того, кто будет выступать с вашими слайдами. Иначе вы будете работать по заданию в том виде, как его понял, например, помощник. И этот будет сильно отличаться от того, что на самом деле хотел заказчик.

Слайдить для себя непросто. Слайдить для других еще сложнее. Упрощайте.



Победа куется до начала сражения. Успех презентации создается до того, как вы откроете PowerPoint или Keynote.

55. До выступления ни-ни



Почему не стоит отправлять слайды заранее?

Во-первых, вы сможете внести нужные изменения, как говорится, в последний момент. Мало ли что! Хорошая идея может присниться вам ночью (с нами так бывало), или в последнюю минуту прилетит вводная от вашего руководителя (а они любят прилетать).

Во-вторых, если слайды попадут в руки участников, то это 100%-ная гарантия: никто не будет смотреть ваше выступление — они все будут пролистывать вашу «раздатку» и делать какие-то свои выводы: «Так, всё понятно...» — и потом заниматься своими делами.

Вам это надо?

Поэтому, если вас просят прислать слайды заранее, ваш ответ — «Нет!».

Исключения:

1. Таковы правила игры — и все спикеры слайды «сдают» заранее (и то тут есть варианты).



ИГОРЬ
МАНН

Например, я — только тс-с-с-с! никому больше не рассказывайте! — говорю организаторам, что жду очень важную цифру от своей коллеги для своего выступления, и она (лучше ссылаться на коллегу-девушку) пришлет мне ее завтра в 7:30 утра.

«Слайды в PDF я отдам вам сразу после выступления/пришлю ссылкой. Клянусь!» Такой трюк выручает в 95 % случаев.

2. Вы уверены, что ничего менять не будете (например, вы выступаете с одной и той же темой уже 12 лет и ничего в слайдах не меняли, не меняете и менять не собираетесь).

Тогда помните про «во-вторых». Вам уже приходится конкурировать за внимание с почтой, соцсетями и другими отвлекателями. Зачем к этому списку добавлять раздатку?



Эффект новизны никто не отменял. Пусть ваши слайды рассматривают с экрана, а не с раздатки.

ПРЕДМЕТЫ

https://t.me/shop_courses

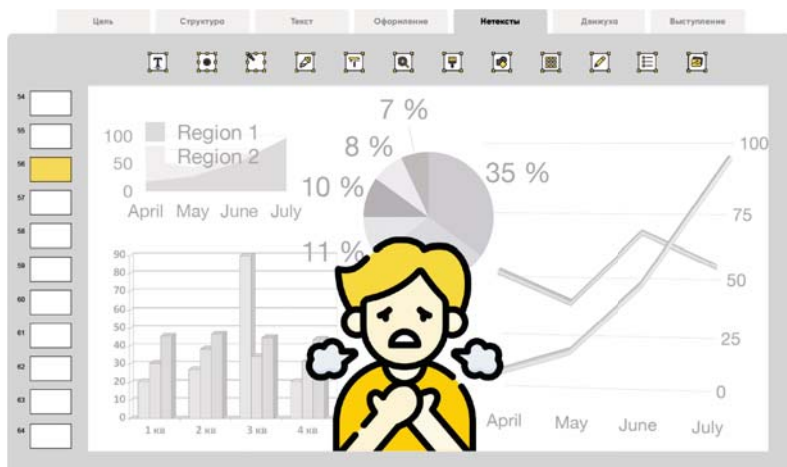
7 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
6

56. Если графики, то правильно

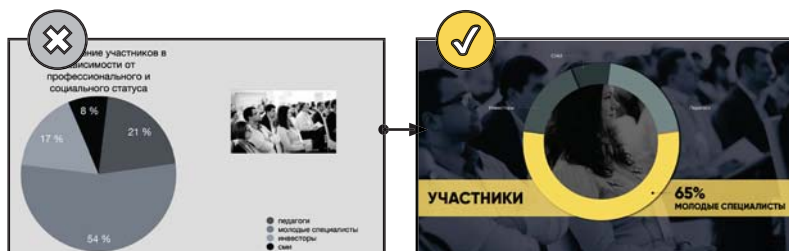


Корявый график — горе на слайде. Размещая графики на слайдах, учтите следующие моменты.

ЦИФРЫ

- ✓ Укажите единицы измерений — кг, %, \$.
- ✓ Округлите цифры — аптекарская точность здесь не нужна. Если показатель 23,45 %, напишите 23 %. Уберите знаки в числах после запятой, если без них можно обойтись без потери смысла.
- ✓ Разделите разряды — 2324144 → 2 342 144.
- ✓ Выделите важное — напишите главное значение другим цветом или крупным шрифтом.

- ✓ Отсортируйте по возрастанию/убыванию — читателю проще начать изучение с самого большого или маленького значения. Дайте возможность это сделать.



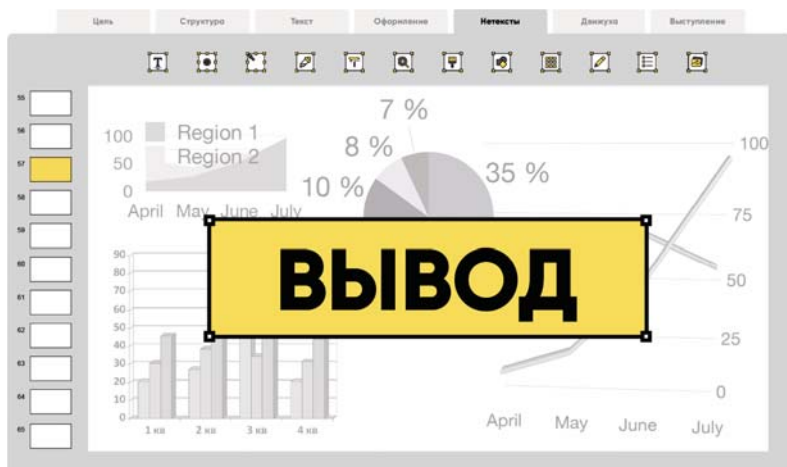
ОФОРМЛЕНИЕ

- ✓ Замените цвета — стандартные цвета графиков напоминают наркотический трип (это мы в кино видели). Используйте единые цвета для этой презентации. Важные данные оставьте цветными, для остального используйте оттенки серого.
- ✓ Удалите «легенду» — когда на графике меньше 5–6 значений, удалите подписи под графиком и разместите их возле значений.
- ✓ Скройте направляющие линии — лучше их сделать тоньше, а иногда и удалить.



Хорошие графики — украшение презентации.

57. 1 диаграмма = 1 вывод



Когда вы оформляете диаграмму (например, линейную, круговую, столбчатую), то интуитивно хочется разместить на ней максимум информации. Кажется, будто чем больше цифр, тем профессиональнее мы выглядим в глазах аудитории. На самом деле это не лучшая идея.

Человек способен усваивать информацию только небольшими порциями. Особенно сегодня, когда на читателя/слушателя вываливают много разнообразных сведений разом, ему тяжело в них разобраться. Он с трудом делает выводы, быстро устает, отключается.

Запоминаем критерий хорошей диаграммы:



ЧИТАТЕЛЬ/СЛУШАТЕЛЬ ДОЛЖЕН ПОНЯТЬ ГЛАВНЫЙ ВЫВОД ЗА ПЕРВЫЕ ПАРУ СЕКУНД

Для этого можно использовать несколько способов.

ЗАГОЛОВОК С ВЫВОДОМ

Чаще всего заголовок графика просто описывает содержимое — например: «Основные категории экспорта из региона».

Вроде понятно, но мы никак не помогли читателю. Ему нужно прочесть все цифры на графике и самостоятельно понять главное.

Вычлените главный вывод и вынесите его в заголовок: «65 % экспорта — минеральные удобрения и металлопрокат».

УМЕНЬШИТЬ КОЛИЧЕСТВО ПЕРИОДОВ

Избыточная детализация вредит. Нет смысла демонстрировать ежедневные показатели, когда вы делаете слайд для совещания по итогам за квартал. Объедините дневные показатели в недельные/месячные, месячные — в квартальные. Когда вы показываете многолетний тренд, можно показывать годы через один.

ОБЪЕДИНИТЬ ДАННЫЕ

В некоторых диаграммах встречаются десятки значений. Но, как правило, только несколько из них важны. Все остальные слишком малы и просто отвлекают внимание от главного. Это особенно бросается в глаза на круговых диаграммах. Если вы не планируете обсуждать мелкие показатели, объедините их в одну категорию – «Прочее».

РАЗДЕЛИТЬ НА НЕСКОЛЬКО

Если на графике нужно продемонстрировать несколько выводов, мы рекомендуем разделить его на несколько частей. Меньше порция информации – быстрее доходит суть. Сначала покажите несколько частей по отдельности, а после этого – общую картинку через объединенный график.

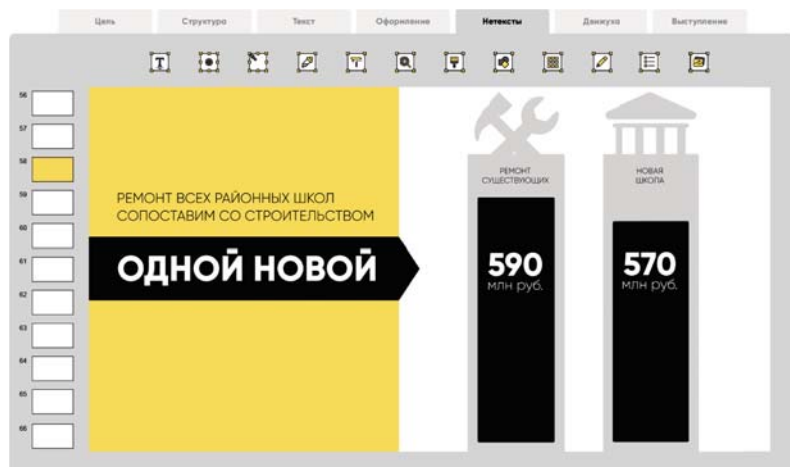
ВЫДЕЛИТЬ ГЛАВНОЕ

PowerPoint и Keynote по умолчанию оформляют все подписи к диаграммам одним шрифтом и одним цветом. Определите ваши один-два ключевых показателя и напишите их в два-три раза крупнее остальных. Так читатель сразу увидит, о чем пойдет речь.



Хорошая диаграмма – простая диаграмма. Выделяйте главное, убирайте лишнее и «кормите» читателя небольшими порциями информации.

58. Диаграмма ручной работы

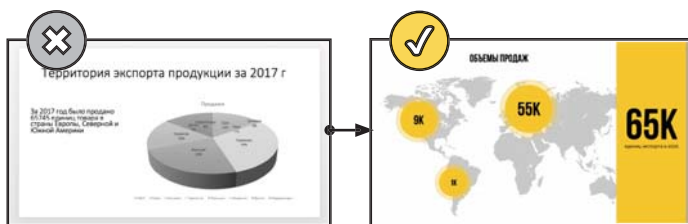


Превратить таблицу с цифрами в диаграмму легко. Достаточно выбрать тип диаграммы в настройках и нажать пару кнопок.

Но иногда лучше нарисовать диаграмму вручную: использовать геометрические фигуры и самому сделать подписи.

ИГОРЬ
И КАТЯ





Мы обычно рисуем инфографику вручную. Для гистограммы (столбики) мы вставляем прямоугольники нужной высоты. Круговая диаграмма (пончик) легко рисуется с помощью соответствующей фигуры (мы называем ее пакмен, она есть во всех версиях PowerPoint и Keynote).

Такой способ оформления диаграмм дает несколько преимуществ.

- ✓ **Удобное форматирование.** Встроенные диаграммы обычно выглядят плохо. Цвета кислотные. Шрифты мелкие. Подписи неудобные. Если нужен информативный и эстетичный график, все это придется переделывать. Проще вручную оформить все элементы графика и сразу сделать их как положено.
- ✓ **Единый стиль.** Диаграмму ручной работы гораздо проще привести к общему для всех слайдов стилю. Вы сами выбираете цвет заливки, шрифты, толщину контура и приводите их к стандарту всей презентации.
- ✓ **Интересный визуал.** Так проще экспериментировать и использовать нестандартные решения. Например, можно вставить в диаграмму тематические иконки и изображения.

✓ **Удачная компоновка слайда.** Стандартные диаграммы, как правило, выбиваются из общего оформления. Когда инфографика собрана вручную из нескольких элементов, то вам гораздо проще вписать ее в единую компоновку.

У этого метода есть и недостатки.

✗ **Медленно.** Такой подход занимает больше времени, чем создание диаграмм с помощью соответствующей функции. Впрочем, если вы внимательно прочитали главу 30 «Горячие клавиши», то сможете рисовать инфографики очень быстро.

✗ **Неидеальные пропорции блоков.** Когда вы рисуете диаграмму вручную и вставляете фигуры на глаз, то не сможете идеально соблюсти пропорции. Но чаще всего разница будет настолько незаметной, что слушатели/читатели просто не обратят на нее внимания.

Этот хак может показаться слишком сложным для человека без опыта в дизайне. Посмотрите урок →. Вы удивитесь, насколько просто создать «дизайнерскую» инфографику и произвести впечатление на аудиторию.

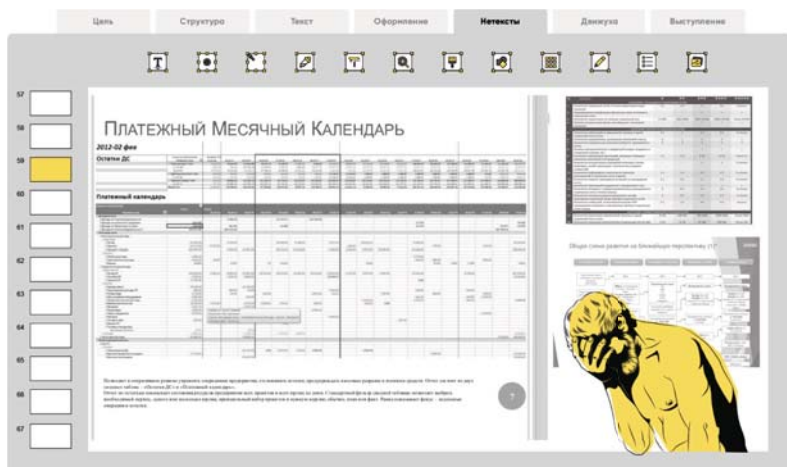


Диаграмма
ручной
работы



Ручная работа всегда ценится выше конвейерной. И диаграммы тоже.

59. Эх, таблица

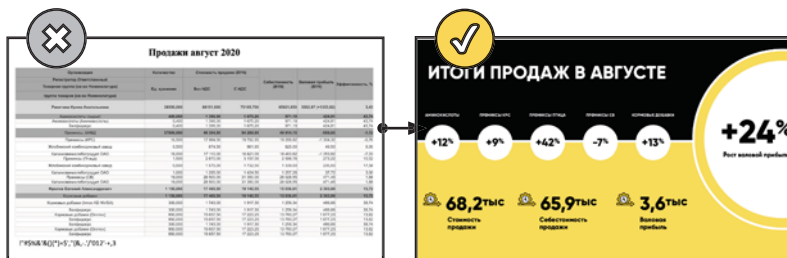


Большие таблицы вызывают уныние и мысли о тщетности бытия. Читатели теряются в обилии цифр. Как только вы вывели таблицу с большим количеством маленьких цифр на слайд, вы потеряли слушателей.

Заменить таблицу инфографикой? Хорошая идея, но реализация займет много времени. Так себе вариант, если у вас мало времени на подготовку презентации.

Вот что можно сделать.

Оставьте таблицу как есть. Но вынесите все ключевые цифры на отдельный слайд и покажите его до слайда с таблицей.



Мы многократно убеждались в том, что из 100 цифр в любой таблице лишь несколько достойны обсуждения. Покажите и обсуждайте именно их. А вашу большую таблицу можно распечатать и раздать всем участникам или отправить потом по почте.



Большие таблицы – большие печали.

60. Изображения в помощь



Говорят, что одно изображение стоит тысячи слов. Ваши будут стоять еще дороже, если взять на вооружение наши правила.

Если вы используете фотографии... Лучше так: когда вы используете фотографии, мы рекомендуем придерживаться следующих правил:

- ☒ Фотосток
- ☒ Легально
- ☒ Высокое разрешение
- ☒ 4/6
- ☒ Обрезка
- ☒ Единый размер

Чуть подробнее о каждом.

ФОТОСТОК

Поисковик (Гугл или Яндекс) выдаст по запросу множество неплохих фотографий. Но лучше искать нужные картинки на фотостоках, где есть немало бесплатных изображений.

Рекомендуем:

 pexels.com

 unsplash.com

ЛЕГАЛЬНО

Фотосток дает возможность скачать и использовать фотографию легально. А поисковик может поставить вас в неловкую ситуацию: или изображение чье-то авторское (и как минимум нужно получать разрешение), или еще хуже.

Знаем несколько случаев, когда дизайнер вставлял в презентацию фотографии из поисковой выдачи. А на выступлении оказывалось, что это фотография с сайта компании-конкурента — со всеми вытекающими последствиями.

Вам это нужно?

ВЫСОКОЕ РАЗРЕШЕНИЕ

В поисковике вам потребуются дополнительные настройки, чтобы найти изображение высокого разрешения. В стоке все загруженные фотографии уже очень высокого разрешения. Экономия времени и нервов.

1000 × 800 — это минимальное рекомендуемое разрешение фотографии для слайда. На проекторе фотография в более низком разрешении будет выглядеть непримечательно.

1000 × 800 — это подходящий размер для показа на проекторе в небольшом зале. Но чем больше зал и экран — тем большим должно быть разрешение изображений.



ИГОРЬ
И КАТЯ

На одной из конференций нам пришлось выступать в зале кинотеатра с огромным экраном. Как обычно, мы заранее проверили презентацию на компьютере, но при выступлении одна из фотографий «рассыпалась» на пиксели. Экран оказался слишком большим. Если вы выступаете в большой аудитории, вам понадобятся изображения большего размера. Большие — лучшие и здесь.

Задайте минимальный размер фотографий при поиске в Гугл или Яндекс. Так вы сэкономите время. Но повторимся: лучше искать изображения на фотостоке. «Местные» фотографии делаются профессиональными фотографами и публикуются в очень высоком качестве.

Фотографии из поисковика с водяными знаками поверх изображения — это дно. Лучше обойтись без фотогра-

фии с водяными знаками, чем расписаться в визуальном непрофессионализме.

У фотографий в высоком разрешении есть и минус. Они неизбежно увеличивают размер файла с презентацией. Вероятнее всего, вы не сможете отправить большой файл по почте.

Проблема решаемая. Достаточно загрузить презентацию в любое облачное хранилище, например GoogleDrive, Яндекс.Диск или WeTransfer, и выслать получателю ссылку. Только убедитесь в ее корректности.

ЧЕРНО-БЕЛЫЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ

В мире сплошного много-цвета это будет оригинально и стильно. На фоне других презентаций с разноцветными картинками ваши слайды будут смотреться классически, солидно, серьезно. А если нужно, и дорого.

На заметку. PowerPoint и Keynote позволяют сделать любое цветное фото черно-белым одним движением руки. Для этого откройте настройки изображения и убавьте насыщенность до нуля.

Это особенно выручает, когда на одном слайде уже есть 3–4 фотографии с яркими цветами. Выглядит это аляпи-



*Черно-
белые фото
KEY*



*Черно-
белые фото
PPT*

сто. Черно-белый стиль изображений позволит привести оформление слайда в единый вид.

ОБРЕЗКА ИЗОБРАЖЕНИЙ

На большинстве изображений много элементов, которые не несут смысловой нагрузки. Они отвлекают внимание и мешают рассмотреть главное. От них лучше избавиться. Используйте функцию «обрезка» и уберите лишнее.

На слайде освободится место, а значит, вы сможете показать важное и нужное крупнее.

ЕДИНЫЙ РАЗМЕР ФОТО

Презентация смотрится хорошо, когда она оформлена в едином стиле. Это касается и размеров изображений.

Допустим, вам надо разместить три фотографии. Скорее всего, все они разного размера — соотношение высоты и ширины различается. У вас есть три варианта:

1. Растянуть — самый плохой вариант. Изображение получится сплюснутым или растянутым. Это особенно плохая идея, когда на фото изображены люди.
2. Обрезать — все программы позволяют обрезать фотографии. Это сработает, но вы потратите лишнее время и, скорее всего, не получите идеально совпадающих размеров.

3. Вписать в фигуру — размещаете на слайде фигуру: прямоугольник или круг. Копируете ее несколько раз по количеству фотографий. Открываете настройки фигуры и используете заливку изображением. Все фигуры одинаковые, а значит, и фото будут одинакового размера.



Вписать
в фигуру
KEY



Вписать
в фигуру
PPT



КАТЯ
НИСЕН-
БОЙМ

Когда я оформляю изображения, кусок фотографии иногда оказывается за границей слайда. В этом случае я использую функцию «Обрезка» и удаляю лишнее.



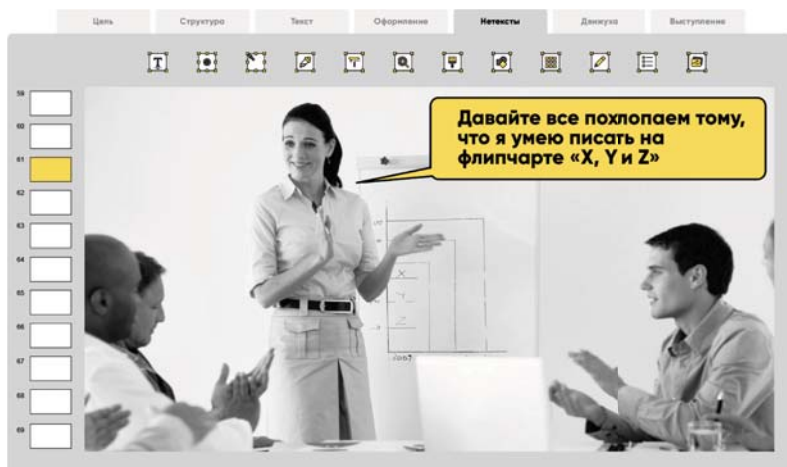
ИГОРЬ
НИСЕН-
БОЙМ

Я в этом случае ничего не делаю. Все, что окажется за границей слайда, не видно на экране во время выступления или на бумаге при печати.



Используйте изображения в слайдах по максимуму.

61. Фото для услуг



С товарами проще. Продаем трактора — вставляем фото трактора на поле. Изготавливаем вывески — размещаем на слайде примеры своих работ на фасадах.

А если услуги?

Чаще всего используют «дежурные» фотографии:

- ⊗ стерильный офис в небоскребе;
- ⊗ постановочная фотография собрания, где все сидят с умными лицами и прямыми спинами;
- ⊗ менеджеры с неправдоподобно широкими улыбками;
- ⊗ рукопожатия (опять же с улыбками до ушей).

Такие фотографии работают плохо: они не цепляют, не вызывают искренних эмоций у читателя. Они даже раз-

дражают: имитация бурной радости на лицах (кто работает или работал в офисах, тот нас поймет), явно чужие лица (характерные американские типажи смотрятся крайне нелепо в презентации про юристов из областного города)...

Подсказка. До начала поиска представьте, что бы вы хотели увидеть на фото. Предположим, ваше слово: «команда». Какие ассоциации чаще всего приходят в голову? Пишем: «много рук вместе», «группа довольных менеджеров», «счастливая семейная корпоративная фотография»...



**НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПЕРВЫЙ ОБРАЗ,
КОТОРЫЙ ПРИШЕЛ В ГОЛОВУ**

Первый образ, который приходит в голову, — плохой. Он слишком очевиден. Отложите его и подумайте еще немного. С чем еще ассоциируется команда? Возможные варианты: спортивная команда, группа военных на задании, птицы летят клином, муравьи тащат груз...

Бац! — и вам приходит отличная идея: фотография оркестра в филармонии.

Вот это уже получше, чем «группа довольных менеджеров»!

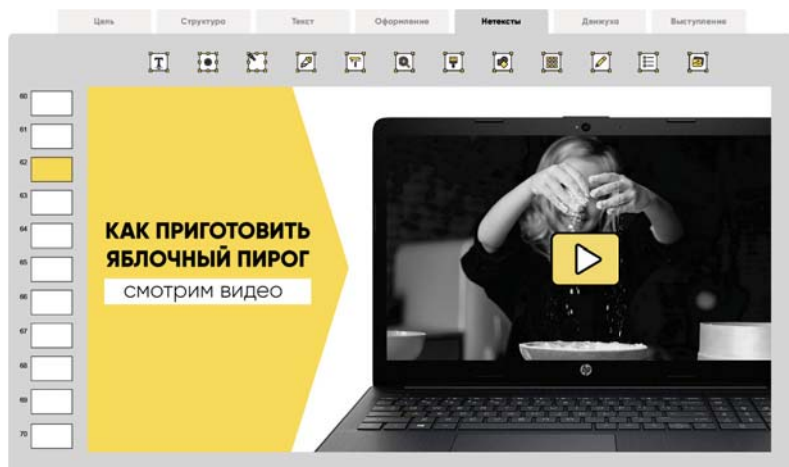
Даже презентацию про аутсорс бухгалтерии можно целиком построить на изображении музыкантов за работой. В сети есть тысячи отличных изображений.

Вторая ассоциация – лучшая ассоциация.



Дежурные фотографии – дежурные результаты.

62. А если гифки и видео?



10 секунд видео стоят тысячи слов. Даже снятое на старенький смартфон видео убеждает лучше, чем красочное описание в тексте.

Показывайте. Демонстрируйте ваш продукт, услугу или софт в работе. Под рукой всегда есть смартфон. Программы для записи действий на экране: ScreenFlow (MacOS) или Movavi Screen Recorder (Mac и PC). В некоторых версиях Power Point уже есть собственная встроенная функция записи экрана и/или звука.

Привлекайте внимание. Используйте видео вместо картинки для заставки. Представьте, что надо сделать презентацию про строительную компанию. Очевидный ход для первого слайда – добавить фото строителей за рабо-

той. Но лучше вставить видео с работающей строительной техникой. Такой прием точно привлечет больше внимания.

Если вам потребуются тематические ролики, большие коллекции есть на фотостоках, в том числе бесплатные: [pexels.com/videos](https://www.pexels.com/videos)

Вставляйте гифки. Если формат выступления и возраст аудитории допускает юмор и мемы, вставляйте гифки с [giphy.com](https://www.giphy.com)

Редактируйте видео прямо в PowerPoint и Keynote:

- ✎ Длина — видео легко укоротить. В обеих программах можно настроить время показа, например, показать только отрезок с 10-й секунды по 25-ю.
- ✎ Звук — отключите звук видео, если он не нужен или вы будете сами комментировать происходящее.
- ✎ Запуск — решите, как запустить видео: сразу при переключении слайда или только после нажатия кнопки на кликере.
- ✎ Повтор — используйте его. Программа будет показывать видео по кругу, пока вы не перейдете на следующий слайд. Это пригодится для видео, которое используется на первом слайде как фон до того, как вы начинаете выступать.



*Гифки
и видео KEY*



*Гифки
и видео
PPT*

Проверяйте видео с подключенным проектором. С этим устройством могут возникнуть проблемы, даже если видео исправно работает на компьютере.



Мы проводили конференцию по маркетингу и пригласили Франка Финиона (того самого спеца по рекламе, про которого сняли фильм «99 франков»). Вся презентация состояла из 10 слайдов, на каждом из которых был видеофайл со звуком. Презентацию проверили перед выступлением — все как по маслу. Но когда ноутбук подключили к проектору и Франк начал выступать, некоторые видеофайлы не работали — шел звук без картинки. Спикер и 1000+ участников в зале недобро смотрели на нас... Хороший урок.

Сохраните все видео в отдельной папке. Некоторые модели проекторов конфликтуют с PowerPoint, когда на слайде есть видео. Решение: сохраните все видео из презентации в отдельной папке. Даже если проектор даст сбой, вы сможете показать видео через проигрыватель.

Пишите поверх видео. Для программы нет разницы между видео и картинкой. Разместите видео на первом слайде, а название презентации — поверх него. Можно добавить графику и иконки.



Дашь видео и гифки на слайды!

ДВИЖУХА

https://t.me/shop_courses

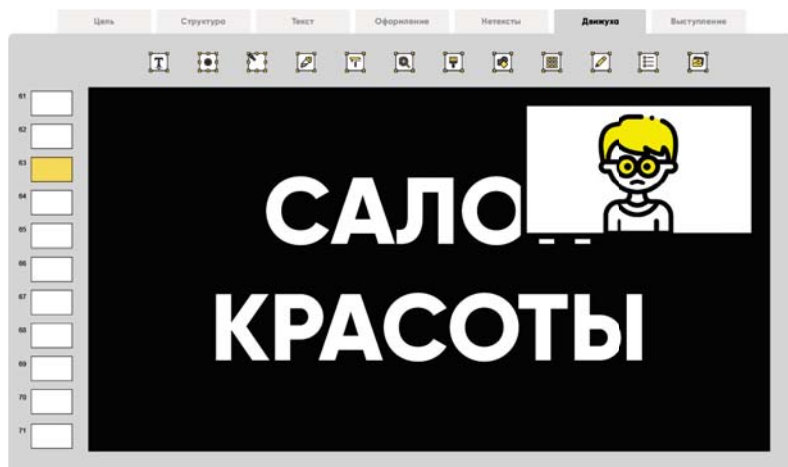
5 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
7

63. Осторожно! Онлайн!



В 2020 году почти все публичные выступления проводились онлайн, и похоже, это становится трендом. Всем выступающим нужно привыкать выступать онлайн.

Кажется, что все элементарно: создаешь конференцию, включаешь демонстрацию экрана — и вперед. Но не все так просто. Вот что следует учесть.

Харизма вам не поможет. Если вживую вы выдающийся спикер и превосходный оратор, способный своей энергетикой зарядить любую аудиторию, то в онлайн-выступлении вы всего лишь маленькая «говорящая голова» и временами появляющиеся руки.

Онлайн нивелирует эффект от вашей невербалики, мимики, харизмы и энергетики. Во время онлайн-выступления слу-

шатели реагируют лишь на ваш голос. И на ваши слайды. Именно они занимают 95 % всего пространства на экране каждого слушателя.

Последствия низкого качества слайдов в таких условиях вы заметите сразу: слушатели начнут отключать камеры, перестанут реагировать на вопросы, занимаясь своими делами. Или попросту выйдут из конференц-комнаты. Звучит как страшный сон выступающего. Что делать?

Принять тот факт, что «выехать на харизме» уже не получится. Надо уделить больше внимания своим слайдам. Гораздо больше внимания. В онлайне ваши слайды — это всё.

Больше динамики. Когда вы выступаете вживую, вы жестикулируете, ходите по сцене, обмениваетесь взглядами с аудиторией. И в таких условиях один слайд может висеть на экране столько, сколько вам нужно для его разъяснения. В онлайне это не работает. У слушателя есть только экран. Если картинка на экране долго не меняется, аудитории надоедает смотреть на одно и то же, и она начинает отвлекаться.

Чтобы не потерять ее внимание, переключайте слайды чаще, чем в офлайне. Постройте свою презентацию так, чтобы один слайд не висел на экране более минуты. Нет времени делать вдвое больше слайдов? Чередуйте слайды с информацией и слайды с фотографиями. Выве-

дите фотографию по теме на весь экран, просто чтобы сменить картинку. Слушатели будут вам благодарны.

Меньше анимации и видеоэффектов. Если вы любитель видео, гифок и навороченных анимационных эффектов, то онлайн-формат сильно испортит вам настроение. Для онлайн-выступления лучше отказаться от всех этих наворотов.

Качество трансляции в онлайн сильно зависит от скорости интернета. У большинства слушателей она невысока. Вместо плавных переходов на экране будут «рваные» движения текстовых блоков, картинок и видео.

Проверьте на телефоне. Каждому спикеру хочется верить, что его выступление смотрят с придыханием и на большом экране. Но это не так. 70 % участников смотрят онлайн-выступления не со стационарного компьютера, а с планшета или со смартфона. То есть с устройства, у которого экран в 5–6 раз меньше, чем у стандартного ноутбука. Будьте к этому готовы и адаптируйте свою презентацию под режим просмотра со смартфона. Сами просмотрите свои слайды со смартфона. Отмечайте, на каких слайдах текст невозможно прочитать. И переделайте их — как минимум увеличьте шрифт или разделите информацию на несколько слайдов. Так слушатели точно увидят всё, что вы написали.

Зарезервируйте «место для головы». Во многих онлайн-сервисах окошко с изображением спикера накладывается

поверх слайдов. В итоге слушатели не видят части слайдов. Это неудобно. А иногда под голову спикера забирается важная цифра или фраза. Это смотрится непрофессионально.

Чтобы не попасть в такую ситуацию, узнайте, в какой программе будет проходить ваше онлайн-выступление. Включите ее как зритель и посмотрите, двигается ли окошко со спикером. Если оно закреплено в конкретном месте, переделайте слайды так, чтобы эта зона на каждом экране оставалась свободной.

Без режима докладчика. Во время онлайн-выступления режим докладчика работать не будет. Участники видят на своих экранах ровно то же самое, что и вы. Это значит, что следующие слайды вы не сможете увидеть заранее. Это очень неудобно, а иногда и комично: «Так, мы переходим к следующему слайду... и что же у нас на следующем слайде? Ах, вот что... преимущества. Ну, давайте поговорим про преимущества...»

Чтобы не попасть в такую ситуацию, скачайте финальную версию презентации на свой телефон. Положите телефон с презентацией на стол около ноутбука и незаметно для аудитории пролистывайте презентацию на телефоне, освежая в памяти последовательность слайдов.

Есть еще один прием, которые любят все маководы (любители Apple и iPhone). Если вы показываете презентацию с Mac, установите на iPhone программу Keynote – она

позволит вам управлять презентацией с телефона и видеть следующие слайды.

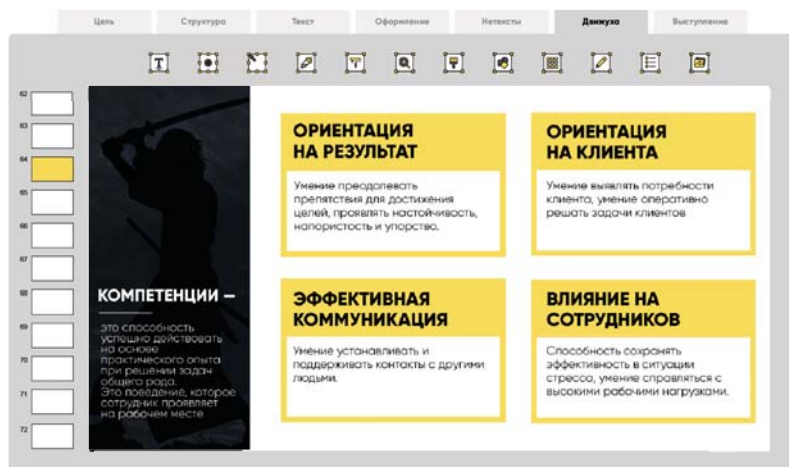
Обзаведитесь отдельной камерой. Если вам приходится выступать часто, то делайте это ~~крайне~~ профессионально. Встроенные камеры в большинстве компьютеров находятся ниже уровня ваших глаз. Это не самый удачный ракурс для любого выступающего: виден второй подбородок (даже если его нет) и синяки под глазами (они-то есть у любого спикера). Если вы будете использовать внешнюю камеру, сможете установить ее на уровне глаз, чуть подальше, чтобы не «тыкать носом» в нее.

Обзаведитесь отдельным монитором. Выступая онлайн и используя один монитор, вы стоите перед выбором: видеть свои слайды и чат или видеть всех слушателей. Этой дилеммы можно избежать, установив дополнительный монитор или зайдя в конференцию с двух устройств. На одном мониторе у вас все время будут видны слушатели, на другом вы сможете проверять чат, видеть свои слайды или отключать звук особо шумным слушателям. Вам не придется все время бормотать себе под нос «Так-так, сейчас я найду чат и прочитаю ваши вопросы...».



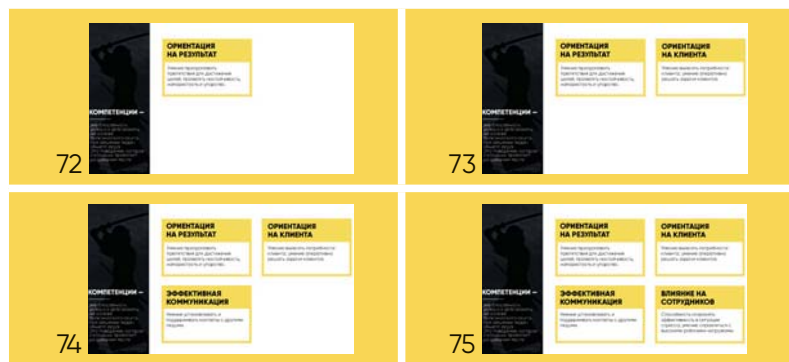
Слайдинг и онлайн сливаются. Учитывайте все наши рекомендации и выступайте классно.

64. «Анимация» для Pdf



Да, это не ошибка. Можно создать эффект анимации даже в pdf-файле.

Задача анимации — показывать текстовые блоки или изображения по очереди. Аудитория не забегает вперед и слушает вас внимательно.



Формат PDF, по сути, — это картинка. Он не поддерживает анимационные эффекты, но это ограничение можно обойти. Допустим, вам надо создать слайд: заголовок + 3 текстовых блока с картинками.



Анимация
в PDF

- ✎ Оформите слайд, где будут все текстовые блоки и изображения.
- ✎ Сделайте три копии, у вас будет четыре одинаковых слайда.
- ✎ На третьем слайде уберите последний блок. На втором — предпоследний и т. д.
- ✎ При переключении от первого к последнему зритель видит один и тот же слайд, где по очереди появляются блоки с информацией.

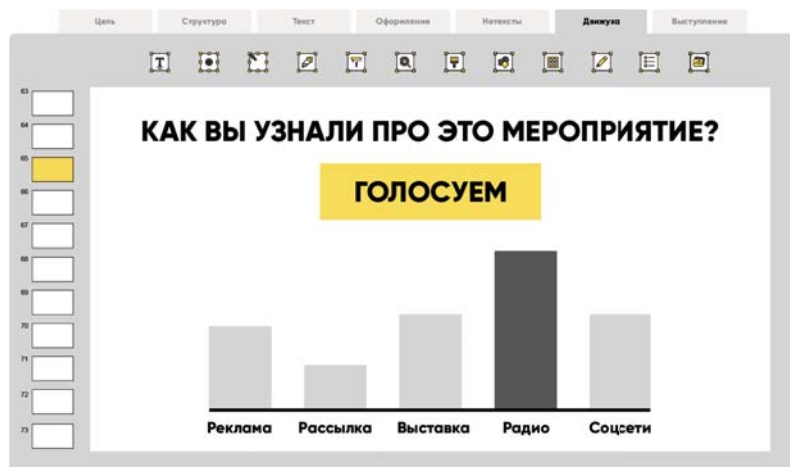
Откройте pdf-файл в полноэкранном режиме и выступайте. Читатель не заметит разницы.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Это наш любимый хак.

65. Интерактив



Если есть возможность, нужно вступать с аудиторией в интерактив — от монолога перейти к диалогу: спрашивать, обсуждать, играть.

Вот что для этого можно сделать в слайдах:

- ☒ Гиперссылки
- ☒ QR-коды
- ☒ Menti
- ☒ Тест
- ☒ Загадка
- ☒ Разминка для мозгов

Все это оживит аудиторию, добавит фана, запомнится.

Чуть подробнее о каждом.

ГИПЕРССЫЛКИ

С помощью гиперссылки вы можете открывать сайт, таблицы или другие презентации, не выходя из режима слайд-шоу. См. главу 66 «Гиперссылка».

QR-КОДЫ

Позволяют аудитории достать смартфоны (подвигаться), открыть что-то по приведенной вами ссылке.



ИГОРЬ
МАНН

Такую движуху очень любят штатные фотографы конференций и форумов — в едином порыве все наводят смартфоны на ваш слайд с QR-кодом. Весело!

QR-код может вести на визитную карточку спикера или страницу с полезным дополнительным контентом.

MENTI

Чудесный сервис (mentimeter.com), который позволяет спикеру или его помощнику выводить вопрос на экран и в режиме реального времени видеть ответы аудитории — в видедвигающихся столбиков, меняющегося облака тегов... Голосовалки завораживают!

Аудитория любит такие опросы, и ей интересно видеть результаты.

Есть бесплатная версия, но если вы выступаете часто (особенно если проводите корпоративные тренинги), то стоит купить полную.

Очень интересно и полезно разбирать после выступления полученные результаты опросов — но это уже отдельная история.

ТЕСТ

Можно попросить аудиторию пройти тест — только он должен приносить ей пользу и быть коротким. Например: «Давайте ответим на эти пять вопросов и поймем, какой у вас дан/пояс (как в карате) в слайдинге».

ЗАГАДКА

Взрослые — это подростки. Всем нравятся загадки. Загадывайте!

Например: «Как вы думаете, кто придумал кофе-брейки?».

² Если вы вдруг не знали: производители кофе — для популяризации и увеличения потребления кофе, естественно.

РАЗМИНКА ДЛЯ МОЗГОВ

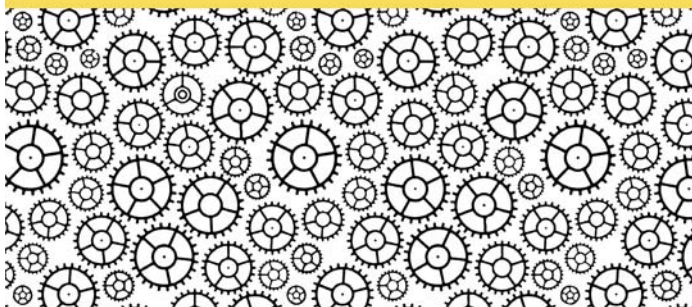
Прекрасный способ включить или перезагрузить аудиторию.



ИГОРЬ
И КАТЯ

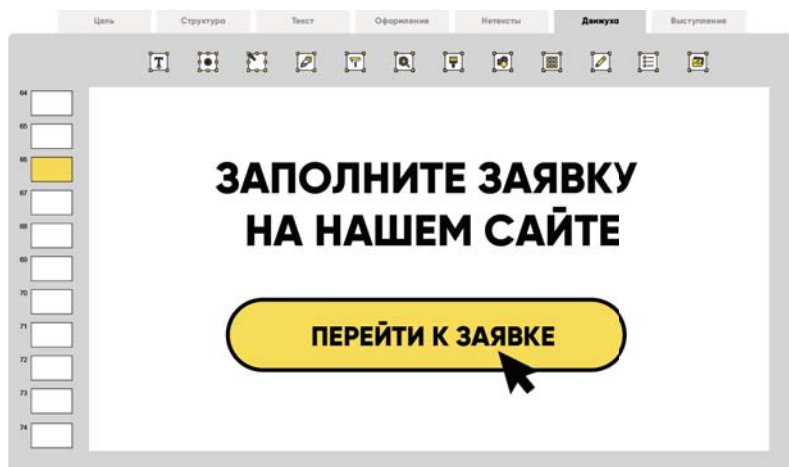
Например, как на картинке ниже. Нужно найти отличающийся элемент. Когда нужно встряхнуть аудиторию и сфокусировать ее на теме, мы используем целую подборку таких картинок.

Найди лишнее



**Интерактив делает выступления ярче,
включает засыпающую аудиторию, позволяет
лучше доносить свои мысли, запоминается.
Грех не использовать.**

66. Гиперссылка



Гиперссылка — активный элемент (текст, фигура, изображение), при нажатии на который читатель переходит к другому слайду или на сайт.

Гиперссылка выручает, когда вы отправляете слайд по почте. Вы можете:

1. Отправить читателя на сайт — добавьте на слайд прямоугольник с надписью «Заходите на наш сайт». Добавьте к фигуре гиперссылку. Получателю не нужно вручную вбивать название сайта в браузер. Достаточно кликнуть по фигуре.
2. Помочь читателю отправить вам письмо — этот прием подходит для последнего слайда. Читатель нажимает на кнопку, почтовая программа на его ноутбуке

или смартфоне создает новое письмо, где уже указан ваш адрес. А в теме письма вы можете заранее написать целевое действие: «Пришлите мне прайс» или «Утверждаю бюджет». Читателю останется только нажать на кнопку «Отправить».

3. Перевести читателя на другой слайд – выручает, если в презентации много слайдов. Начните презентацию с оглавления и добавьте гиперссылку к каждому блоку. Когда читатель хочет быстро найти нужный блок, ему не придется перелистывать все слайды. Достаточно кликнуть на кнопку.



Гиперссылка KEY

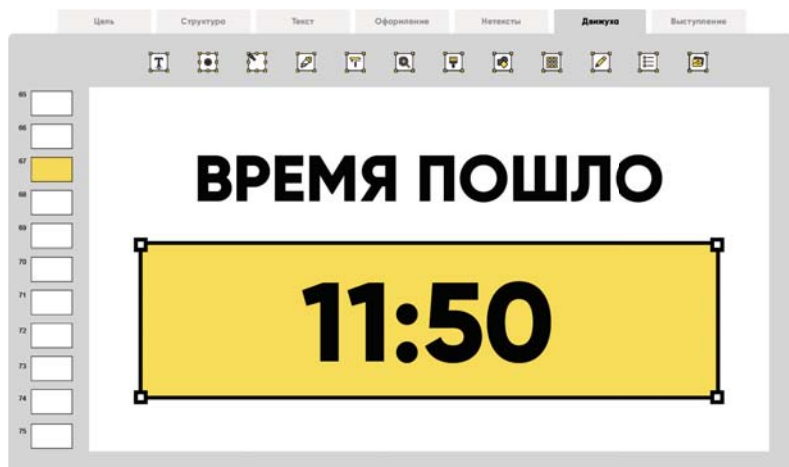


Гиперссылка PPT



Гиперссылки работают, даже если ppt/key файл экспортировать в pdf.

67. Таймер на слайде



Отличный инструмент для преподавателей или организатора мозгового штурма, который сразу решает несколько задач:

Начать вовремя. Подавляющее большинство выступлений начинается с задержкой. Кофе, перекур, разговоры, опоздания... Выведите таймер на экран и помогите участникам понять, сколько времени осталось до начала или продолжения выступления.

Поддерживать темп. Выполнять задания спикера или практические упражнения непросто. Слушатели/участники с трудом управляют своим временем: долго обсуждают задание, увлекаются, отвлекаются... Таймер, выведенный на экран, убывающие секунды и минуты подстегивают обсуждение, помогают закончить дискуссию вовремя.

Закончить вовремя. Как мы написали в главе 71 «Секунда в секунду», запущенный таймер позволит закончить выступление вовремя и спикеру. Спикеры тоже увлекаются и отвлекаются ☺

Таймер на слайд можно вывести тремя способами.

- ✎ Плагины для PowerPoint — стоят денег, выглядят так себе. Не работают, если вы выступаете с компьютера, где плагин не установлен.
- ✎ Анимация — можно вручную сделать анимированную полосу, которая уменьшается с заданной скоростью. Работает на любом компьютере, но такой способ займет уйму времени.
- ✎ Видео — бесплатно, делается за две минуты, работает в .ppt и .key:
 1. Открываем Youtube.
 2. В строке поиска ищем таймер нужной длины, например «10 minute timer». Если нужен таймер на 7 минут 40 секунд, все равно ищите 10-минутный.
 3. Копируем ссылку на видео.
 4. Открываем сайт savefrom.net и вставляем ссылку на Youtube.
 5. Нажимаем «Скачать».
 6. Скачанный видеофайл вставляем на слайд презентации.

При необходимости укоротите видео до нужной длины. PowerPoint и Keynote позволяют это сделать прямо внутри программы. Если вам не нравится музыка, наложенная на видео, программы дают возможность ее отключить.



Таймер



Время — деньги и при слайдинге.

ВЫСТУПЛЕНИЕ

https://t.me/shop_courses

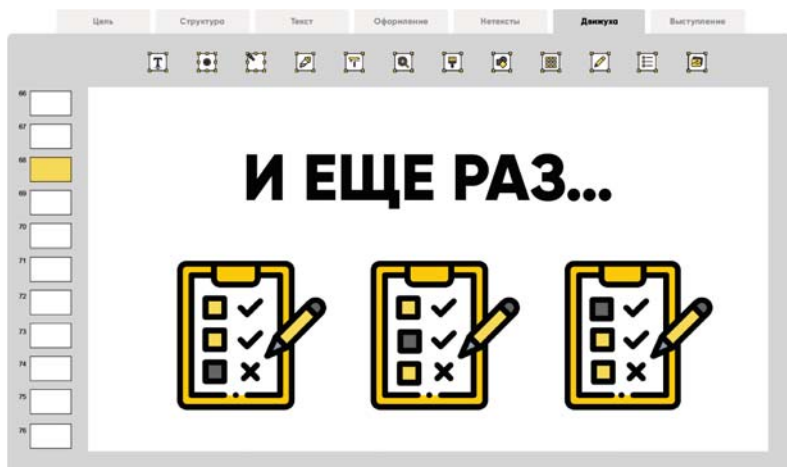
15 СЛАЙД- ХАКОВ



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
8

68. Финальный прогон



Итак, завтра выступать. Самое время для финальной проверки — себя, слайдов и других важных моментов.

Впитываем в себя чек-лист:

- ☑ Слайды проверены, основные моменты в памяти.
- ☑ Оригинал презентации сохранен 1) в облаке 2) есть копия на флешке (она в рюкзаке/сумке/портфеле).
- ☑ Есть копия слайдов в PDF.
- ☑ Есть необходимое количество распечатанных копий, если они нужны, — и они с собой.
- ☑ Все необходимое для выступления есть (см. главу 80 «Оборудование»).
- ☑ Зал и оборудование проверены: свет, звук, затемнение (светлый зал без штор — убийца слайдов).

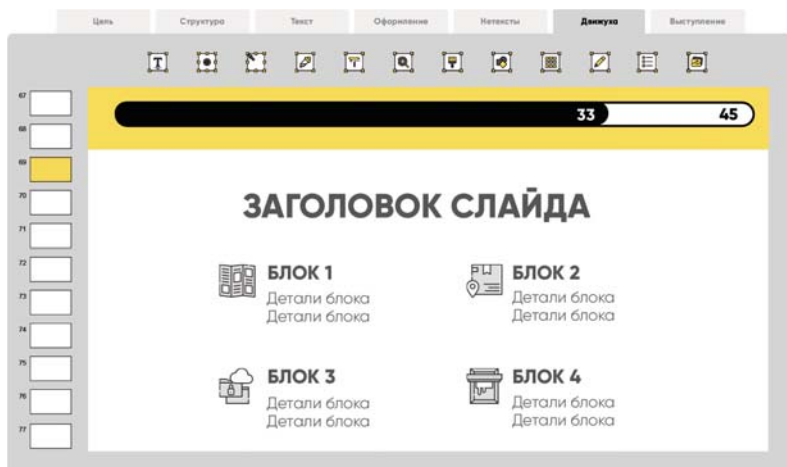
Поздравляем, вы готовы.

Удачи!



**Финальный прогон еще никогда никому
не мешал.**

69. И где мы сейчас?



Если ваша презентация больше 10 слайдов, хорошей идеей будет показывать прогресс выступления — сколько слайдов из скольких пройдено.

Сделать это можно тремя способами:

- ☑ Использовать тул-бар, который визуально показывает прогресс. Его можно сделать горизонтальным или вертикальным (вертикальным прикольнее).
- ☑ Показывать счетчик слайдов. Придется вручную — автоматически так, увы, не работает.
- ☑ Просто показывать номера слайдов (это настраивается, номера слайдов можно поставить снизу слева, справа или по центру) — и не забудьте сказать в начале

слушателям, сколько всего у вас слайдов (см. слайд-хак 9 «Сколько-сколько?»).



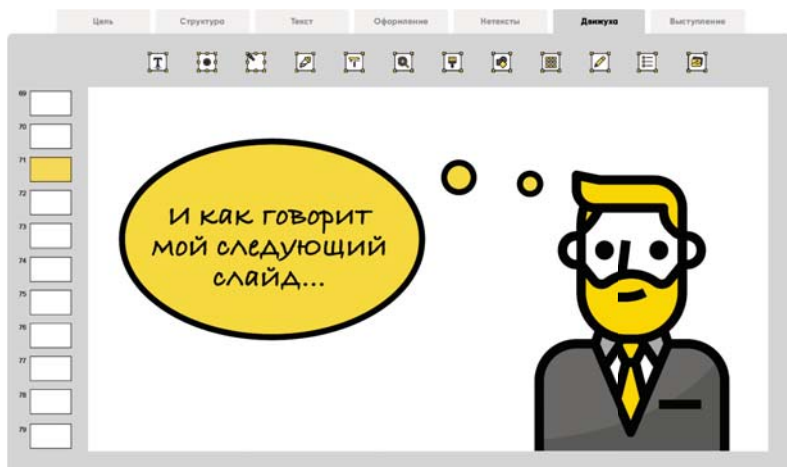
Замечено: чем ближе вы к финишу, тем лучше настроение у слушателей.

Такой подход — проявление заботы о ваших слушателях и подмога выступающему: видишь прогресс и контролируешь темп выступления.



Показывать, где мы сейчас и сколько осталось, — отличная идея.

70. Экран докладчика



Если в вашей презентации много слайдов, сложно запомнить, о чем вы будете говорить во время выступления.

Аудиторию впечатляют спикеры, которые обеспечивают «бесшовный» переход от слайда к слайду.

«А теперь о космосе...» — говорит спикер, и через секунду же на экране появляется слайд с красивой картинкой про космос... «Буквально через минуту, когда я покажу вам наши достижения...» — говорит спикер, и через минуту мы видим слайд «Наши достижения».

«Как это он помнит?» — думает публика. Феноменальная память?

Ему подсказывают текст помощники через микрофон в ухе?

А секрет прост: спикер использует режим докладчика.

В Keynote для этого такая цепочка настройки: воспроизведение — опробовать слайдшоу. В PowerPoint — аналогично.



Экран
докладчика
KEY



Экран
докладчика
PPT

В этом режиме вы крупно видите основной слайд, а за ним маленький — следующий слайд. Один взгляд на экран компьютера, с которого вы выступаете, и вы можете выстроить переход с первого слайда на второй — и дальше так же.

Чудо! Но это еще цветочки. Ягодки — это режим настройки экрана докладчика.

Будет возможность — поиграйте. Иногда — весьма полезная вещь (позволяет установить обратный таймер, видеть заметки докладчика и сразу несколько следующих слайдов).

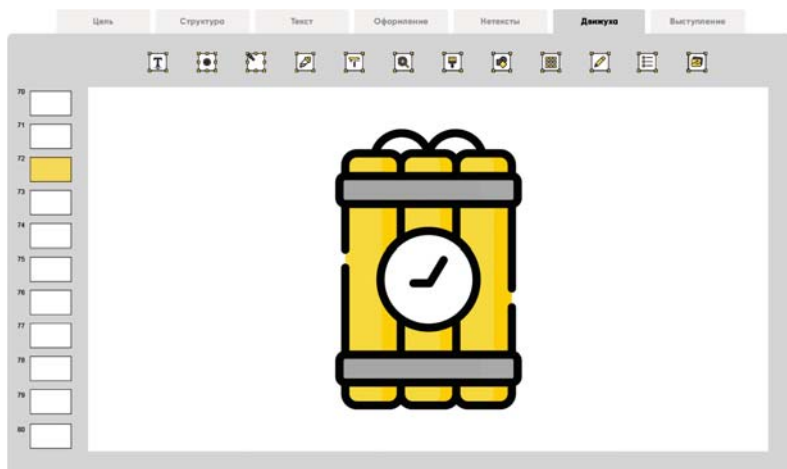
На MacBook Pro последних серий есть миниатюрный экран над клавиатурой вместо кнопок F1, F2 — TouchBar. Его можно настроить на показ миниатюр ваших слайдов в Keynote.

С ним вы легко пропускаете лишнее и переходите к нужному слайду, не выходя из полноэкранного режима.



Докладываете? Используйте режим докладчика.

71. Секунда в секунду



Старайтесь уложиться в отведенное вам на выступление время.

Если вам дали пять минут — уложитесь в пять минут. У вас полчаса — уложитесь в полчаса.

Заканчивайте выступление минута в минуту, секунда в секунду. Не заставляйте участников смотреть на часы, демонстративно постукивать по ним или — еще хуже — интересоваться: «Вы еще долго?»

Если все участники перед вами задерживались (а из тайминга выбивается 90 % выступающих), круто закончить раньше своего времени. Можно даже сказать: «Заканчиваю раньше — помогаю организаторам отыграть время,

а участникам — успеть ко времени на обед (кофе-брейк)». Получите дополнительные аплодисменты и запомнитесь.

Высший пилотаж тайминга: знаем одного спикера, который выступает с таймером обратного отсчета, выведенным на экран.

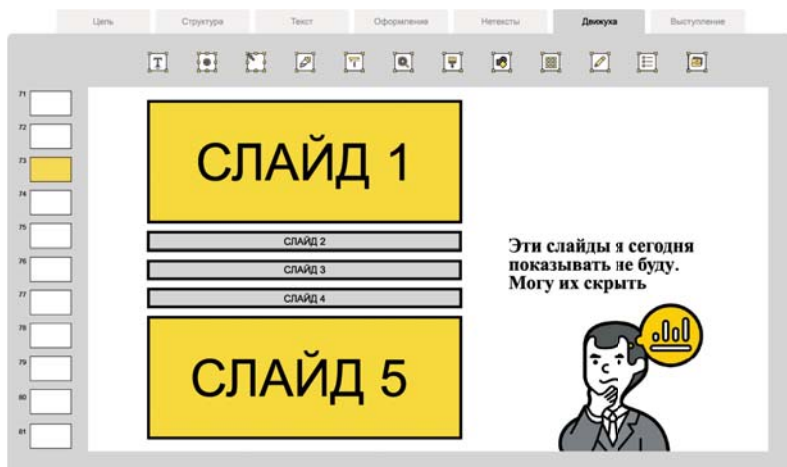
Так все — и он, и организаторы, и участники — видят, сколько времени осталось до выступления и — интрига! — успеет ли спикер.

Он успевает всегда. Мастерство ~~не пропьешь~~ помогает.



**Точность — вежливость королей
и при выступлении.**

72. Под прикрытием



В Keynote есть отличная функция «Пропустить слайд». Когда вы выделяете в таком режиме один или несколько слайдов в своей презентации, то во время показа слушатели их не видят. Они видны только тому, кто готовит слайды или работает с ними.

Зачем нужна эта функция?

Во-первых, с ее помощью можно сократить число демонстрируемых слайдов, если возникла такая необходимость. Например, вы узнали, что вместо 20 минут вам выступать 10. Так вы не стираете слайды, а просто их скрываете. А если зададут вопросы и один из них будет связан с тем, что вы скрыли, — вы откроете и покажете аудитории.

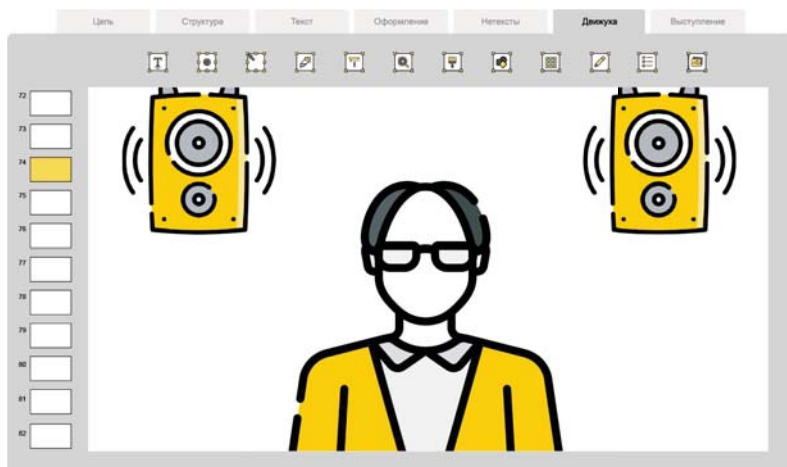
Во-вторых, она позволяет адаптировать слайды для выступления в той или иной аудитории. Например, топ-менеджерам вы показали первый и два последних слайда, а всем участникам открыли ранее пропущенные слайды — и показали всю презентацию, например 12 слайдов.

Удобно! Если какие-то слайды не нужны, не нужно их стирать — используйте «Пропустить слайд».



**Когда слайды под прикрытием,
вы их раскрываете, когда понадобятся.**

73. Музыка для настроения



Группа «Ленинград» поет: «Музыка для мужика нужнее воздуха!» Не поспоришь. И не только для мужика. Хороший плейлист решает много задач.

Настраивает вас — создает нужный задор.

Бодрит слушателей — это важно, когда аудитория еще не «очнулась» и плохо соображает.

Обозначает начало выступления — вы готовы выступать, но люди еще общаются и смотрят в гаджеты. Когда музыка останавливается, слушатели это замечают.

Помогает сосредоточиться — во время выполнения упражнений и мозговых штурмов (только следите за тем, чтобы музыка была без слов и негромкая).

Музыка — это дело вкуса.

Моцарт. Претензия на аристократизм. Когда вы выступаете перед правлением банка или в министерстве, то почему бы не Моцарт?

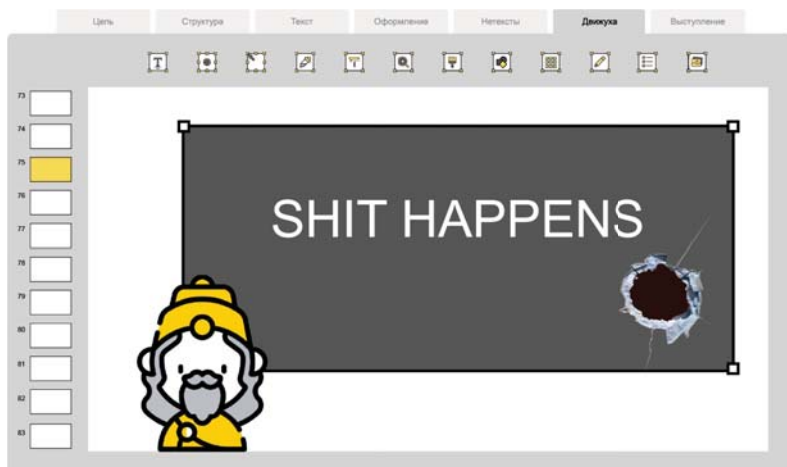
Моргенштерн. Тот случай, когда охрана может вывести вас из конференц-зала. Зайдет молодежной аудитории. Если вам за пятьдесят, то сорвете аплодисменты, а ваше выступление выложат в Тик-Ток.

Еще одно применение музыки: если хотите выйти на сцену с огоньком, можете выбрать фирменный трек и попросить организаторов запустить его перед началом презентации.



Нам песня строить и жить помогает. И слайдить.

74. Форс-мажоры



Если что-то может пойти не так, это пойдет не так.

Для начала важно знать, какой форс-мажор может случиться во время выступления. А затем знать, что делать, чтобы из проблемы выпутаться.

Оглядываясь на сотни выступлений, которые мы проводили, приведем часть списка того, что может пойти не так:

- ⊗ отключили электричество;
- ⊗ нет сигнала с проектора;
- ⊗ сломался проектор (перегорела лампа);
- ⊗ не работает микрофон;
- ⊗ в аудитории жарко (очень жарко);
- ⊗ в аудитории холодно;
- ⊗ шум за стеной (ремонт, свадьба, укладка асфальта);

- ⊗ большое помещение — мало участников;
- ⊗ «провокаторы» в зале;
- ⊗ аудитория закрыта — ключа нет;
- ⊗ маркера нет (высохли);
- ⊗ все ждут большого начальника — без него не начинают;
- ⊗ участники опаздывают; яркий свет засвечивает экран;
- ⊗ ...

Если вы перфекционист-тревожник, хорошая идея сделать полный лист возможных факапов.

Сделать его поможет «дорожка шагов»: что может пойти не так, начиная с того, что вы проспали, и заканчивая полным отключением электричества в здании, где вы выступаете.

У опытного спикера всегда должен быть план Б.

Например, если «умер» проектор, вы должны быть готовы рассказывать все без него (с помощью флипчарта и фло-мастеров).



ИГОРЬ
И КАТЯ

В 2018 году мы выступали на деловом мероприятии на Камчатке. За пару минут до начала выступления отключили свет. Ждать подключения не вариант. Мы попросили у слушателей несколько заряженных ноутбуков и скопировали на них презентацию с флешки («аварийная» флешка с копией слайдов у нас всегда с собой). Слушатели собрались группами вокруг ноутбуков, а слайды переключали по нашей команде. Выступать ярко можно и без света.

Или вы заранее догадались поинтересоваться у организаторов, где можно будет позаимствовать проектор, если с местным что-то случится.

Иногда достаточно подумать о возможной проблеме и продумать варианты ее решения.



Shit happened (фигня случилась) – shit will be fixed (фигня решится).

75. Отвлекатели



Выступить непросто и в идеальных условиях — а идеальными они бывают редко.

Вот список того, что может отвлечь вас и ваших слушателей в момент выступления.

ТЕХНИКА

- ⊗ сбой электричества;
- ⊗ сбой проектора;
- ⊗ сбой микрофона;
- ⊗ доступ слушателей к вайфай/мобильному интернету (и, соответственно, доступ к почте/соцсетям/мессенджерам, которые будут сильно отвлекать аудиторию).

ШУМЫ

- ⊗ внешний шум (за стеной, за окном, сверху);
- ⊗ внутренние шумы (разговоры по телефону, дискуссии между участниками, участник-провокатор, неадекватные участники...).

ПРОЧЕЕ

- ⊗ появление босса или «звезды», которые моментально перетягивают на себя все внимание;
- ⊗ предвкушение кофе-брейка или ланча (еще хуже, когда еду/напитки вносят прямо во время выступления).

Спикер с опытом знает, что делать в той или иной ситуации.

Набирайтесь опыта. Интересуйтесь опытом и мнением коллег по цеху.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Например, если проблема — вайфай или мобильный интернет, то можно попросить организаторов отключить его на время выступления, а на кофе-брейках включить снова. Иногда можно попросить участников сложить смартфоны в детокс-коробку при входе в комнату, где проходит презентация.

Если возникает внешний шум, например за стеной, за окном, сверху, то: если он невыносим — отвлекаемся со всеми (не продолжаем выступление). Просим коллег или организаторов решить проблему;

- ☑ если шум терпимый — шутим («на что только конкуренты не пойдут...») — и продолжаем.

Отличный способ борьбы с внешними отвлекателями — это выступить с яркими и интересными слайдами.

Но иногда и в слайды пробираются отвлекатели. Например:

- ⊗ ошибка в слайде, которую видите вы; ошибка в слайде, которую нашли участники;
- ⊗ оговорка;
- ⊗ спецэффекты.

Давайте мы коротко пробежимся по отвлекателям слайдинга и поделимся нашим опытом.

⊗ **Ошибка в слайде, которую видите вы**

Часто бывает: выступаешь — и замечаешь ошибку сразу же, как только на мониторе/экране появляется новый слайд.

Ужас в том, что даже если эту ошибку не видят слушатели (может, они на нее и вовсе не обратят внимания), вы буквально спотыкаетесь об нее во время выступления — расстраиваетесь, теряете темп.

Что делать?

Идите «навстречу грозе». Возьмите смартфон и со словами «Во, косяк, надо же, просмотрел — исправлю после

выступления» сделайте фото слайда. И двигайтесь дальше. Не ошибается тот, кто не занимается слайдингом.

Другой вариант. Если вы заметили ошибку, выйдите из режима слайд-шоу (в этот момент ваш монитор не виден участникам). Внесите исправление и выведите слайд на экран.

⊗ **Ошибка в слайде, которую нашли участники**

Случается, вы просмотрели ошибку, сделали опisku — и первой ее заметили слушатели:

- «У вас цифра неправильная»;
- «А формула неправильно сделана»;
- «Слово „апартаменты“ не так пишется» (и верно, правильно — «апартаменты»).

Что делать?

Благодарим слушателя за комментарий. Если это на 100 % ошибка — сворачиваем слайды, исправляем. Невозможно? Снимаем слайд на смартфон и обещаем исправить. Еще раз говорим спасибо и двигаемся дальше.

Если уверены в формуле или в написании слова — все равно благодарим, обещаем проверить и двигаемся дальше.

И конечно, нужно проверять, перепроверять и перепроверять все ваши слайды. Береженого Бог бережет.

⊗ Оговорка

Вы выступаете в Краснодаре и говорите: «Я люблю Красноярск! Отличный у вас город!»

Или еще хуже: вы выступаете перед сотрудниками компании, которая вас пригласила провести корпоративный тренинг, — и хвалите продукт их конкурента или путаете бренд компании, которая вас пригласила, и показываете/называете бренд конкурентов.



ИГОРЬ
МАНН

Мне порой снятся кошмары с такими оговорками — поэтому я контролирую себя и иногда даже пишу на листе бумаги, который лежит перед глазами «Я в Тюмени» или «Я в компании Х».

Когда ты сегодня в одном городе, а вчера был в другом, а позавчера в третьем — высока вероятность оговориться. Я знаю случай, когда мой коллега по цеху, выступая в одной из стран Центральной Азии, перепутал жителей этой страны, назвал их по-другому.

Туда его больше не приглашают.

Восток — дело тонкое.

⊗ Спецэффекты

Некоторые спикеры стремятся выступать с очень сложными презентациями, в которых использовано много анимационных, видео- и даже звуковых эффектов. Кажется, что все это должно вызывать вау-эффект. Но нет.

Вернее, вау-эффект иногда это вызывает. Однако никак не помогает добиться цели презентации или удерживать внимание на том, что спикер хочет донести.

Мы не раз видели выступления спикеров с навороченными презентациями, когда в конце выступления слушатели поднимают руку, чтобы задать вопрос. И спрашивают только одно: «А как вы так сделали, что у вас слайды переключались со свистом?» Такой вопрос обрадует вас, только если вы специалист по презентациям или анимации. Во всех других случаях желательно все же, чтобы слушатели задавали вопросы по теме выступления.

Что делать?

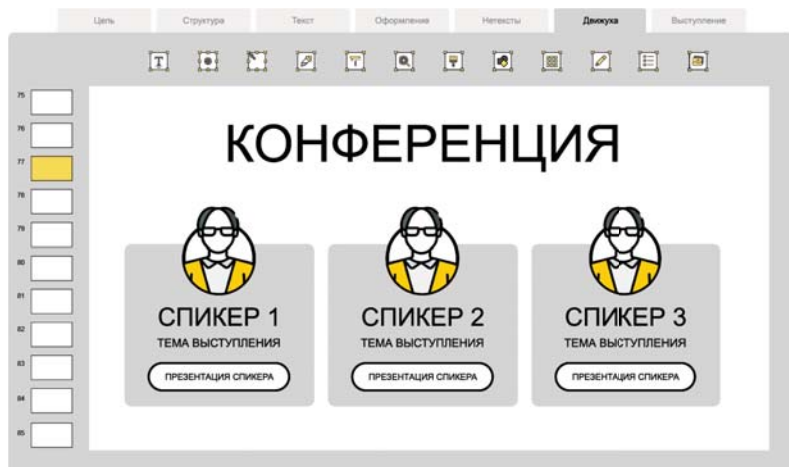
Не используйте большое количество спецэффектов. Сделайте акцент на содержании и целевом действии вашей презентации.

Нет внимания — нет нужного результата.



Знайτε отвлекатели. Боритесь с ними.

76. Советы организаторам конференций



Качественные слайды нужны не только спикерам, но и организаторам. Составьте перечень требований к слайдам и вышлите его выступающим.

-  **Соотношение сторон.** Просите 16:9.
-  **Формат презентации.** Запрашивайте PPTX/KEY и PDF (обязательно требуйте один редактируемый формат и pdf).
-  **Цвета.** Если для показа слайдов вы используете LED-экраны, порекомендуйте спикерам использовать темные палитры для основной заливки. Светлые и яркие слайды будут слепить людей в зале.
-  **Пустое место внизу иверху слайда.** Если экран расположен низко, спикер будет заслонять буквы во время хождения.

дения по сцене. Рекомендуем оставить по 10 % от высоты слайда сверху и снизу: там не должно быть контента.

 **Шрифты.** Если на слайдах есть нестандартные шрифты, просите их выслать отдельными файлами.

 **Название.** В названии файла обязательно должна быть указана фамилия спикера.

 **Дедлайн.** Дайте знать, до какого числа и на какой адрес спикерам надо выслать слайды.

Крутой специалист с отстойными слайдами, увы, не редкость. Покажите вашим спикерам примеры для подражания: образцы презентаций, которые вы считаете удачными. Акцентируйте их внимание на том, что сделает их слайды лучше: крупные заголовки, мало текста, оригинальные изображения на каждом слайде.

Когда спикеры придут на конференцию, познакомьте их с человеком, который отвечает за техническую поддержку — изображение, звук, свет.



Мы организовали 100+ мероприятий с большим количеством спикеров. Ответственно утверждаем: абсолютное большинство из них не читают файлы с требованиями. Кто-то считает себя слишком опытным, кто-то полагается на авось.

Тогда мы взяли за правило обзванивать каждого спикера после отправки списка с требованиями. Только так можно убедить выступающих отнестись к слайдам серьезно. Рекомендуем вам делать то же самое.

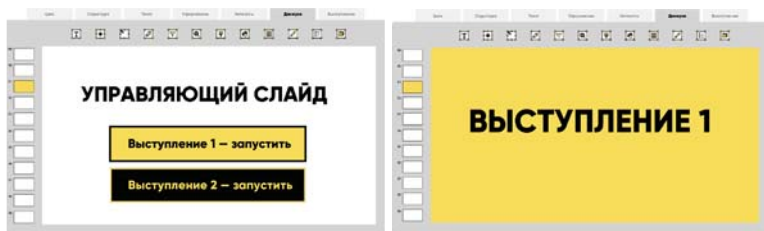
Подготовьте организаторскую презентацию, которую зрители будут видеть между выступлениями. Ее типичное содержание:

- Название мероприятия
- Расписание
- Темы выступлений и имена спикеров
- Карта помещений (welcome-зона, кофе-брейк, туалеты, стенды партнеров)
- Логотипы партнеров
- Рекламные видео
- Управляющий слайд (о нем сейчас отдельно)

Когда организатор представляет очередного спикера, техник должен быстро найти и включить нужную презентацию. В этот момент аудитория видит экран, ярлыки и суеливый поиск нужного файла. Иногда включают не ту презентацию. Конечно, можно отключить экран, но про это обычно забывают.

Переключение презентаций можно сделать «бесшовным».

1. Разместите на одном слайде названия всех выступлений. Можно ограничиться названиями, но лучше добавить имена и фотографии спикеров.
2. Кликните на первое название, добавьте гиперссылку на файл с этой презентацией.



3. Начинайте мероприятие с показа управляющего слайда. И с него переходите на первое выступление. PowerPoint откроет файл в полноэкранном режиме, а спикер начнет выступать. Когда спикер закончит, программа автоматически вернет вас на управляющий слайд. Перед аудиторией все время будут слайды в полноэкранном режиме.



Хорошие слайды спикеров – ваша ответственность.

P. S. Среди организаторов ходит шутка: «Слайды могут быть дурацкими, спикеры – второсортными. Но если стулья удобные, температура комфортная, а кофе-брейки аппетитные, вам всё простят». Нам кажется, что так было раньше. Сегодня за счет кофе не выехать. Все-таки слайды имеют значение. На дворе век визуализации, а не кофе.

77. Группа поддержки



Иметь во время выступления группу поддержки, одного или нескольких человек, — отличная идея. Они помогут вам быстро подключить презентацию, решат технические проблемы и оргвопросы. Ваша задача — великолепно выступить и добиться нужной цели. Их задача — прикрыть ваш тыл.

Что дает группа поддержки?

Концентрация. Вы говорите, напарник переключает слайды. Можно не думать о кликере и полностью посвятить себя речи и жестикуляции.

Любой порядок слайдов. Даже выдающиеся спикеры иногда выступают не по плану. Приходится менять порядок

слайдов на ходу. Напарник сделает это за пару секунд, вам не придется прерывать выступление. Когда на экране мгновенно оказывается нужный слайд по теме вопроса — это впечатляет.

Избежать ЧП. Гаджеты ломаются в самый неподходящий момент. Можно отклониться от темы или юморить, чтобы выиграть время на починку, которой в это время займется группа поддержки.

Реанимация звука. В микрофонах садятся батарейки, колонки фонят. Тоже задача для вашей группы поддержки.

Контроль тайминга. Группа поддержки незаметно предупреждает об оставшемся времени. Вы заканчиваете выступление строго по расписанию.

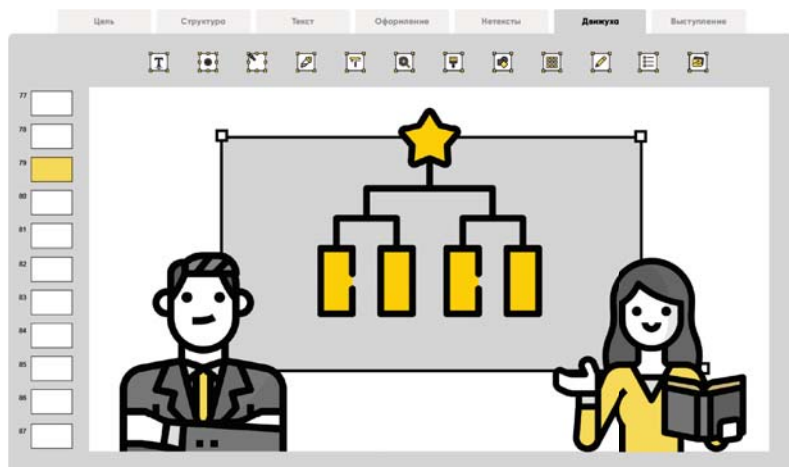
Скорее всего, проблем не возникнет. Но вы будете чувствовать себя увереннее, зная, что тылы прикрыты.

Цените свою группу поддержки: знайте их имена и поблагодарите в конце выступления.



С хорошими тылами наступление выступление — всегда удачное.

78. Дуэт



Совместное выступление сразу двух спикеров — это высший пилотаж презентаций. При должной подготовке вы произведете ярчайшее впечатление на аудиторию. За счет чего?

Динамика. Спикеры по-разному выглядят и говорят по-разному. И образы их могут отличаться: «добрый и злой», «серьезный и шутник», «ученый и практик»... Спикер-одиночка обычно быстро утомляет аудиторию. С двумя спикерами такое сложно представить.

Специализация. Спикеры могут выступать с разных позиций. Здорово смотрится, когда перед инвесторами выступают основатель компании и финансовый директор, а перед потенциальным клиентом — маркетолог и технический специалист.

Споры и возражения. Всегда интересно наблюдать за спикерами, которые не согласны друг с другом в некоторых (!) моментах и приводят аргументы в свою пользу прямо на сцене.

Двойное выступление — это не только вау-эффект для публики, но и удобство спикеров.

Меньше устаете. Некоторые выступления, например обучающие курсы, длятся по несколько дней. Когда слово берет второй спикер, вы можете отдохнуть, выпить воды и собраться с мыслями.

Страхуете друг друга. Если один из спикеров не в форме, второй может взять на себя больше нагрузки.



ИГОРЬ
НИСЕН-
БОЙМ

Когда я вел курс по презентациям в Южно-Сахалинске, то у меня все три дня болела голова: девятичасовая разница во времени не щадит жителей Европы. В какой-то момент я почувствовал, что я не в форме, но до перерыва был еще час. Я подал Кате наш секретный знак и незаметно вышел из аудитории. Катя продолжила вести занятие, а у меня было 15 минут на передышку и крепкий кофе.

Специализируетесь. Каждый спикер отвечает за свой блок и глубоко знает свою тему.

Но, как и у любого инструмента, у совместных выступлений есть обратная сторона. Мы (Катя и Игорь Нисенбойм) выступаем вместе с 2013 года и столкнулись со всеми проблемами этого формата. Если вы планируете выступать вдвоем, обсудите с коллегой и организаторами эти вопросы:

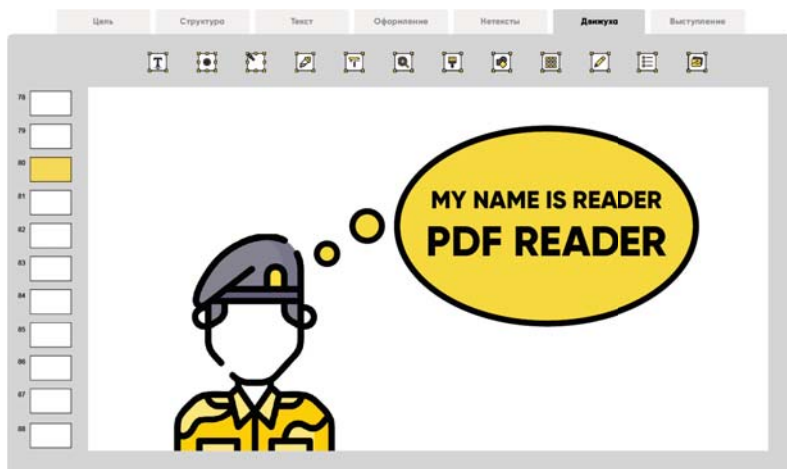
- ✓ **техника:** вам понадобятся два микрофона (или гарнитуры), два кликера;
- ✓ **цели:** у вас могут быть разные задачи и ожидания от презентации. Их лучше сформулировать в письменном (!) виде и убедиться, что они не противоречат друг другу. Если это не так, выступать вдвоем противопоказано;
- ✓ **распределение слайдов:** когда слайды обоих спикеров идут вперемешку, легко запутаться в том, кто должен их комментировать. Произойдет заминка, и аудитория это почувствует. Чтобы этого не случилось, придумайте опознавательный знак для каждого из вас (например, незаметная красная точка в нижнем правом углу – это слайд первого спикера);
- ✓ **единый стиль:** за оформление презентации для обоих спикеров должен отвечать один человек. Заранее договоритесь об оформлении: шрифт, цвет, формат изображений. Иначе ваша презентация будет выглядеть как солянка и потеряет эффективность.

Репетируйте. Совместное выступление требует тщательных репетиций, даже если оба спикера умеют блестяще выступать по отдельности. Фразы и жесты, с помощью которых вы будете передавать друг другу слово и слайды, надо подготовить заранее.



Одна голова хорошо, а две лучше. И на презентациях.

79. Универсальный формат



Когда вы отправляете файл со слайдами или ссылку на него по почте или передаете его кому-то на флешке в формате Keynote/Powerpoint, то никогда не знаете, как они будут выглядеть на ноутбуке получателя.

Причин для сбоя много.

Используете нестандартный шрифт? Если его не установить на компьютер, с которым вы будете выступать, то программа заменит его на другой. И скорее всего, неудачно.

Разные версии PowerPoint могут показывать один и тот же файл с заметными отличиями. Особенно часто это происходит на смартфонах. А ведь большинство презентаций сегодня читают именно на них.

Красивое форматирование «слетает».

Строки съезжают.

Картинки закрывают текст.

Часть информации оказывается за границей слайда.

Несколько часов работы над оформлением потрачены впустую, а эффект от выступления смазан. Классика!

Совет: отдавайте свои слайды в чужие руки/компьютеры/смартфоны только в формате PDF (программа Adobe Acrobat Reader). Это универсальный формат в мире презентаций — работает в любых обстоятельствах и условиях. Так вы будете уверены, что читатель/слушатель увидит ваши слайды так, как вы их оформили.

Любой pdf-файл можно открыть на экране ноутбука или проектора в полноэкранном режиме, и ваши слушатели не увидят никакой разницы между pdf и вашим оригинальным файлом.

Организаторы выступления часто просят прислать презентацию заранее, и как правило — в формате .ppt.

Если вы создали презентацию в Keynote на макбуке, программа сможет конвертировать файл .key в .ppt. Это занимает всего пару секунд.

Но в половине случаев возникают проблемы с оформлением. Не рискуйте и отправьте презентацию в pdf.

Перед выступлением сохраните копию вашей презентации в pdf в облаке или на флешке. Простая предосторожность, которая много раз спасала наши выступления.



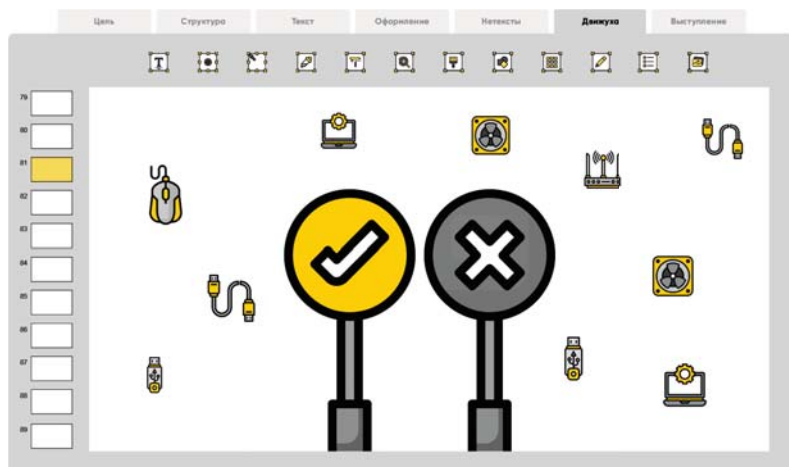
Мы возим с собой два макбука с копией презентации. Если один выйдет из строя, его легко заменить за пару минут. Но подключить проектор к макбуку можно только через переходник. За 20 минут до выступления в Перми наш переходник с хрустом и запахом гари приказал долго жить. Организаторы мероприятия заметно напряглись. А мы загрузили копию презентации в pdf с нашей флешки на первый попавшийся компьютер и начали вовремя. Ничего не разлетелось.

Запоминаем правило № 1 передачи слайдов другим людям: только формат PDF.



Показывайте слайды со своего компьютера или используйте PDF. Не рискуйте.

80. Оборудование



Современная техника и проверенные временем устройства делают презентации удобнее для спикеров и ярче для слушателей. Попробуем в этой главе не забыть ни одно устройство, ни один девайс и ни один гаджет (технически гаджет — это «насадка» для девайса). Пропустим только профессиональное оборудование в больших залах, которое позволяет создавать визуальные и звуковые эффекты (и не только).

Итак, смотрим на чек-лист «железа»/инфраструктуры, необходимой даже для самой маленькой презентации (в аудитории спикер и один-два участника):

- ☑ компьютер
- ☑ экран
- ☑ проектор

- ☑ переходники
- ☑ указка
- ☑ пульт для дистанционного управления презентацией («листалка/кликер»)
- ☑ флипчарт
- ☑ фломастеры
- ☑ микрофон

(Последние четыре пункта – это must have для спикера-профессионала.)

Чуть подробнее про каждый.

Компьютер. Лучше Mac. Сложности возникают, когда вся техника компании, в которую вы пришли выступать, работает на Windows. Но это решается. PDF в помощь.

Экран. Важен размер – больше экран, больше выводимый слайд, лучше видно всем. В некоторых случаях, когда основного экрана недостаточно, можно использовать дополнительные мониторы.

Проектор. От портативного, который можно взять с собой в рюкзаке или сумке, – до предустановленного в конференц-зале. Важны яркость (которая дает четкую, сочную картинку на экране) и совместимость с вашим компьютером. Обе вещи лучше проверить заранее.

Переходники. Должны быть в комплекте с проектором (VGA, HDMI), но не всегда есть. Поэтому, если вы высту-

паете постоянно или презентация для вас невероятно важна — возите их с собой.

Указка. Речь о лазерной указке, которая позволяет показывать красной (как правило) точкой нужное место на экране. Удобно: не надо тыкать куда-то пальцем и говорить «Вот там в левом верхнем углу — смотрите».

Мы фанаты указки Logitech Spotlight, которая позволяет показывать нужное место на презентации не точкой, а большим ярким пятном (сам слайд при этом затеняется). Очень сильно впечатляет аудиторию.

Пульт для дистанционного управления презентацией («листалка/кликер»). Позволяет переворачивать, листать слайды (вперед и назад). В некоторые уже встроены указка и таймер. Удобная штука!

Флипчарт. Это набор больших листов бумаги на подставке (удобно, когда она с колесиками — можно легко двигать по сцене/комнате). Многие спикеры умело переключаются с работы на экране на работу с флипчартом, вовлекая в обсуждение аудиторию. Важный момент: если зал большой, то писать/рисовать нужно крупно.

Фломастеры. Нужны, чтобы писать на флипчарте или на доске (есть во многих переговорных).

Два важных момента. Если вы выступаете часто, то лучше купить свой комплект фломастеров, которые позволяют

писать «жирно», так, что видно всё и всем. Не забывайте проверить перед выступлением, не высохли ли они, есть ли в них чернила.

И еще: не перепутайте фломастер для бумаги с фломастером для железной доски. Устанете извиняться.

Микрофон. Нужен для аудиторий, где больше 25 человек.

Некоторые спикеры возят свой набор «звука». И мы их понимаем.

Еще один совет. Думаем, все слышали историю про стюардессу, которая спрашивает у пассажиров, есть ли на борту врач. А может, вы даже слышали и видели такое своими глазами — если летаешь часто, то это время от времени встречается.

Если вы выступаете и чего-то из списка у вас нет — указки, переходников, фломастеров, — спросите у слушателей, может, кто-то из них с собой это взял.

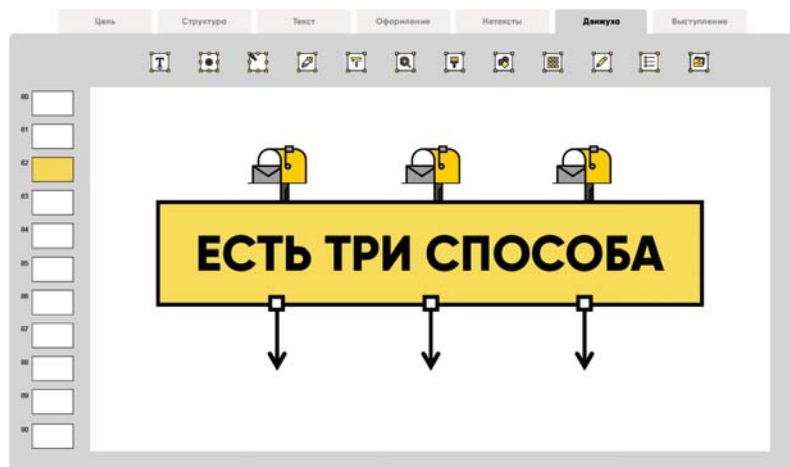
Нас это выручало, и не раз.

Тех, кто выступает, сегодня много.



Жить в современном обществе и быть свободным от девайсов нельзя. Особенно если вы спикер.

81. Как посылать правильно?



Когда вы завершили работу над почтовой презентацией (напомним, это презентация, с которой вы не выступаете, а только передаете ее клиенту), нужно продумать последний шаг — как лучше отправить ее клиенту.

Вариантов три:

- электронная почта/мессенджер;
- бумажная почта;
- курьер.

У каждого варианта свои нюансы.

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА/МЕССЕНДЖЕР

Самый простой способ. Критически важно убедиться, что сообщение адресату (-ам) доставлено.

В некоторых случаях (когда ставки высоки) стоит сделать контрольный звонок, убедиться, что ваше письмо дошло до адресата.

У мессенджеров по сравнению с почтой несколько преимуществ.

1. Можно отправить файл большего размера. Ограничение большинства почтовых сервисов – до 25 Мб. В мессенджере можно отправить до 100 Мб.
2. Мессенджер покажет статус «доставлено» и «прочитано».
3. Все больше людей предпочитают коммуникацию через мессенджер, а не почту.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы спрашиваем у наших клиентов, какой способ связи им удобен. 9 из 10 выбирают мессенджеры, а не почту или телефонный звонок.

Отправлять письмо следует строго в формате PDF. Так вы будете уверены, что презентацию смогут открыть с любого устройства на любой операционной системе.

БУМАЖНАЯ ПОЧТА

При отправке электронной почтой учтите важный момент. Вы делаете презентацию на цветном мониторе, распе-

чатываете для проверки на цветном принтере — а клиент читает ваши слайды, распечатанные секретарем на принтере черно-белом.

Чтобы избежать такого, можно сделать пометку: «Пожалуйста, распечатайте нашу презентацию на цветном принтере — вы увидите то, что не увидят другие». Или пойти на дополнительные расходы и отправить качественно распечатанные слайды курьером или почтой.

При отправке почтой есть риски: письмо может идти долго, прийти в «нетоварном» виде или вовсе потеряться (и необязательно по вине почты: вы могли ошибиться в адресе, например, или секретарь в компании отдал его не по адресу — всякое случается).

В последние годы почта работает лучше, но риски остаются.

КУРЬЕР

Отправка распечатанных слайдов курьером или своими силами (например, корпоративным водителем) обойдется дороже, но зато дает небольшой маневр: вы можете отправить презентацию (предварительно убедившись в ее качестве лично), распечатанную на черно-белом или цветном принтере.

Бонус отправки курьером: вы можете приложить к распечатанным слайдам фирменную флешку с копией презен-

тации в электронном виде. Только пусть она (флешка) будет новой, максимальной емкости (минимум 64 гб) и с минимальным брендингом.

С оказией можно передать и подарок: шоколад, коробку конфет или фрукты. Ими презентацию не испортить.

Продумайте мелочи. Это:

- ☑ крепление слайдов (прошить или скрепить степлером);
- ☑ папка, в которой будут находиться слайды, приложенные визитные карточки.



Мы рекомендуем клиентам печатать презентацию не на офисном принтере, а в типографии. Найдите ближайшую типографию и договоритесь об экспресс-печати одного экземпляра. В этом случае вы получите слайды, напечатанные на плотной бумаге, с красивой глянцевой картинкой, с профессиональным переплетом.

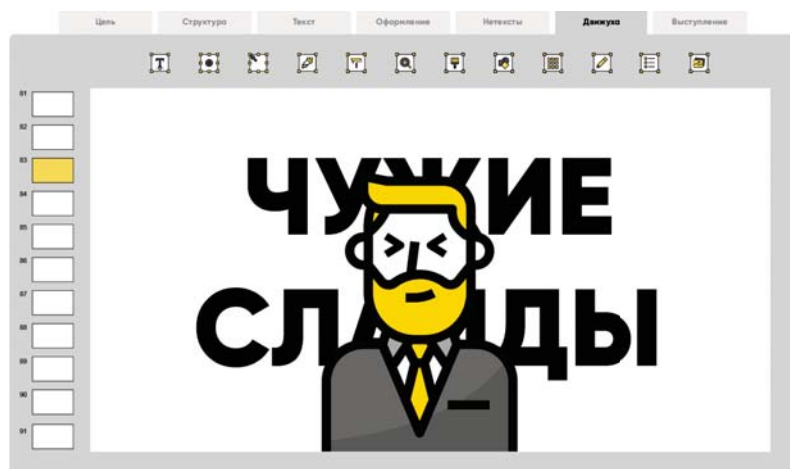
Более того, на первом слайде презентации можно написать имя получателя: «Предложение подготовлено специально для Ивана Ивановича» — получатель будет приятно удивлен. Это даст вам пару очков форы еще до того, как он начнет изучать ваше предложение.

Сделать презентацию — половина дела 😊 Вторая половина — наилучшим образом доставить ее в руки клиента.



Доставляйте правильно.

82. Правила выступления по чужим слайдам



Тут правила простые.

Правило 1 (главное): избегайте выступления по чужим слайдам.

Не завидуем спикерам, которым приходится выступать по чужим слайдам!

Но это случается.

Например, для конференции или выступления ваш коллега подготовил слайды под себя, неожиданно заболел, и теперь вам нужно подменить его — кровь из носу.

Правило 2: если все-таки выступать надо и не отвертеться, постарайтесь быстро «подогнать» слайды под себя (см. главу 52 «Улучшить за 60 минут» и главу 53 «Улучшить за 5 минут»).

Правило 3: никогда не говорите, что выступаете с чужими слайдами.

Это должны знать только вы и тот, кто вас подвел.



Слайды не ваши — неудача ваша.

ПОСЛЕ ВЫСТУ- ПЛЕНИЯ

https://t.me/shop_courses

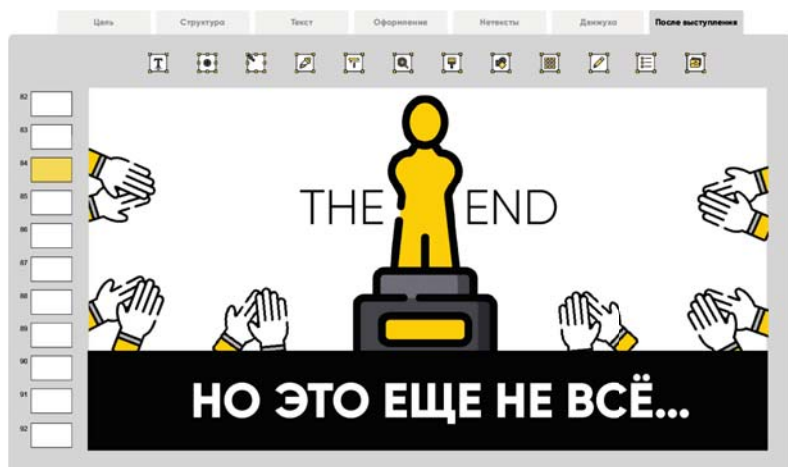
2 СЛАЙД- ХАКА



https://t.me/shop_courses

ВА ГЛАВА ГЛАВА ГЛА
9

83. Послеслайдие



Презентация закончилась. Выступление завершилось. Что нужно сделать, кроме как выдохнуть?

Рекомендуем следующее:

- ☒ разбор полетов
- ☒ личные выводы
- ☒ корректировка личных правил.

РАЗБОР ПОЛЕТОВ

Если возможно, поговорите с клиентом, слушателями, коллегами: что им больше всего понравилось в вашем выступлении и что больше всего НЕ понравилось?

В первую очередь интересно получить ответы на второй вопрос. Но начинать разговор с него — идея неудачная.

ЛИЧНЫЕ ВЫВОДЫ

Найдите время порефлексировать, разморозиться, сделать свои личные выводы.

- Что было здорово (и это надо делать еще и еще)?
- Что пошло не так (и как этого избежать в следующие разы)? Исправьте ошибки/опечатки, которые вы заметили во время выступления.

Хорошо сделать это упражнение даже в уме, но если изложить мысли на бумаге — будет еще лучше. Бумага терпит.

СКОРРЕКТИРОВАТЬ ЛИЧНЫЕ ПРАВИЛА

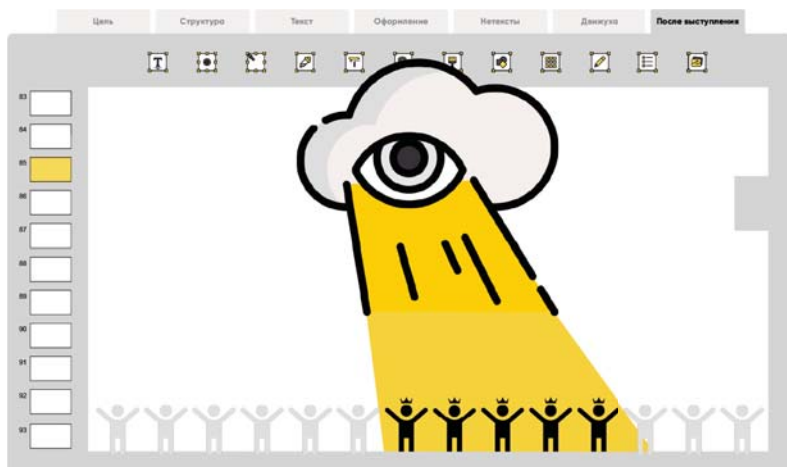
У тех, кто выступает много, есть свои неписанные или писанные правила выступления. Если у вас они есть (у нас — да), то после личных выводов нужно сформулировать улучшенную версию этих правил:

-  что-то поправить («минимальный размер шрифта для заголовка: 70-80»);
-  что-то добавить («никогда не выступай последним»);
-  а что-то убрать, если вы уже делаете это на автомате («Последний слайд должен продавать»).



У всего есть послевкусие. В том числе и у выступлений. И послевкусие послеслайдие должно быть приятным — и для слушателей, и для спикера.

84. Когда нужен другой уровень



Если вы смотрели комедийный боевик «Рыцарь дня» с Томом Крузом и Кэмерон Диаз в главных ролях, то вы, наверное, помните этот момент. Герой говорит героине и показывает рукой уровни: «Твои шансы уцелеть со мной (ладонь идет вверх) и без меня (ладонь опускается)».

Иногда вы четко осознаете, что дальше так делать слайды нельзя (наши ладони опускаются) — на конференции выступить больше не приглашают, карьера не складывается, на отправленные презентации потенциальные клиенты говорят «неинтересно», а после чудом сложившихся живых презентаций перед клиентами ничего не происходит...

Значит, пора на другой уровень слайдинга (наши ладони поднимаются).

И вот что для этого можно сделать:

- ☑ книги
- ☑ видеоуроки
- ☑ курсы
- ☑ консалтинг (да, да — слайдинг-консалтинг).

Чуть подробнее о каждом.

КНИГИ

Обложитесь книгами (см. главу 50 «Идеи для вдохновения»), проштудируйте их, берите все, что можно.

ВИДЕОУРОКИ

Нагляднее, чем книги. Подход тот же: посмотреть, внедрять.

КУРСЫ

Удобнее тем, что есть понятная структура, авторский подход.

Можно посмотреть начало авторского курса и решить, кто из учителей «зашел», а кто нет.

На некоторых программах можно получать обратную связь от учителя (это очень важный момент).

Пройти курс точно намного продуктивнее, чем смотреть уроки на YouTube. Только нужно выбирать «живой» курс. Оперативная обратная связь от преподавателей, их поддержка — это залог успешного обучения.

Рецепт успешного обучения:

- ☑️ знать, что сделать
- ☑️ знать, как сделать
- ☑️ взять и сделать.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Мы руководствуемся этим принципом, когда обучаем других на открытом практикуме, или на «Слайд Мастер. Курс для недизайнеров», или в корпоративном формате «Карьера через слайды».

Мы проводим «живые» группы, без записи и без домашних заданий (которые все равно мало кто делает) — в отличие от записанных вебинаров. Каждый блок обучения заканчиваем практическим заданием, помогаем разобраться с продвинутыми функциями PowerPoint/Keynote и даем развернутую и персональную обратную связь.

В наших группах не больше 30 участников. И что главное, 100 % (!) наших участников проходят обучение до конца со всеми выполненными заданиями.

КОНСАЛТИНГ

Апофеоз выхода на другой уровень.

Если слайды нужны один (но решающий) раз (например, презентация проекта инвесторам) — можно просто

попросить специалистов сделать их для вас. Можно даже сильно не вникать в то, что они делают.

Можете сказать: «Сделайте нам красиво³» — профессионалы запросят детальный бриф и сделают вам вовремя, красиво и продающе.

Если впереди долгая карьера, которую хочется ускорить прекрасными слайдами, и хочется самому научиться делать шедевры — берите индивидуальные уроки.

Окупится многократно.



ИГОРЬ
И КАТЯ

Нам часто приходится консультировать собственников и генеральных директоров, которые сами не будут делать слайды. Их задача — понять, что такое хорошая/плохая презентация, и научиться грамотно ставить задачу подчиненным. А еще они могут подсказать сотрудникам, как сделать слайды лучше, доказав свой профессионализм и эрудицию.

Есть случаи, когда целесообразнее заказать разработку презентации, чем учиться делать слайды самостоятельно.

Если цена ошибки велика — от презентации зависит сделка года или согласование очень важного проекта, не стоит рисковать. Поручите разработку презентации профессионалам, когда на кону крайне важное для вас решение.

³ Фраза «Сделайте нам красиво» — слова из пьесы «Баня» Владимира Маяковского. Так, для общего развития.

Многоразовое использование. Если вы будете выступать с этой презентацией постоянно, есть смысл в нее инвестировать. Добавить, убрать или откорректировать данные вы сможете уже самостоятельно — у вас будет редактируемый вариант.

Корпоративный стандарт. Вы заказываете презентацию. Говорите сотрудникам и коллегам: «Вот так должны выглядеть все остальные наши презентации». Сотрудники видят, «что такое хорошо», и понимают планку, которую вы задали.



Когда нужен другой уровень — то лучше с ними. С книгами, видеоуроками, курсами и консалтингом.

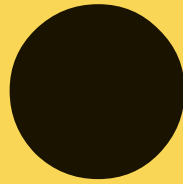
ЗАКЛЮЧЕНИЕ

https://t.me/shop_courses

#####



ВЫВОД ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Заключение — как последний слайд в презентации

Помните, на протяжении всей книги мы говорили о том, что последний слайд должен работать на то, чтобы помочь вам достичь нужной цели. Какая цель была у этой книги?

Научить вас делать слайды лучше.

Дать инструменты, которые помогут делать слайдинг профессиональнее.



**ХОРОШАЯ НОВОСТЬ:
ВЫ ГОТОВЫ. ИДИТЕ И ДЕЛАЙТЕ МИР СЛАЙДЫ ЛУЧШЕ.**

Делайте слайды лучше.

Добивайтесь нужных результатов!

Превосходите ожидания слушателей/читателей!

Если у вас будут идеи, вопросы, дополнения к нашей книге — пишите Игорю Нисенбойму на почту:

 igor.nisenboim@gmail.com

Мы не прощаемся. До встречи в аудиториях — онлайн и офлайн, на слайдинг-консалтинге (это к Игорю и Кате Нисенбойм) и на страницах новых книг.

Успешного слайдинга!

Игорь Манн

Игорь и Катя Нисенбойм

https://t.me/shop_courses

ПРИЛОЖЕНИЯ

https://t.me/shop_courses

↑↓↙↘



ПРИЛОЖЕНИЯ ПРИ



https://t.me/shop_courses

Программы и сервисы, которые мы рекомендуем

МОКАПЫ

-  canva.com
-  smartmockups.com
-  placeit.net
-  mockuper.net

QR-CODE

-  flowcode.com

ПРОВЕРКА ТЕКСТА НА ОРФОГРАФИЮ

-  orfo.ru
-  orfogramka.ru
-  kwork.ru

ПАЛЕТЫ ЦВЕТОВ

-  materialpalette.com
-  colorscheme.ru

ШРИФТЫ

-  fontsquirrel.com

 fonts.google.com

 shriftkrasivo.ru

 pixelgene.ru

ИКОНКИ

 flaticon.com

 iconfinder.com

 freepik.com

 iconmonstr.com

 thenounproject.com

ФОТОСТОКИ

 pinterest.com

 pexels.com

 unsplash.com

ПРИМЕРЫ ДРУГИХ СЛАЙДОВ

 slideshare.com

 behance.com

ГИФКИ

 giphy.com

ГОЛОСОВАЛКИ

 [mentimeter.com](https://www.mentimeter.com)

ТАЙМЕР МЕЖДУ СЛАЙДАМИ

 [savefrom.net](https://www.savefrom.net)

https://t.me/shop_courses

Правила правильной презентации



**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ
СЛАЙДЫ = РЕЗУЛЬТАТИВНАЯ
ПРЕЗЕНТАЦИЯ**



РЕЗЮМЕ НЕТ → ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ ПАДАЕТ



**РАССКАЗ О ПРОДУКТЕ/
КОМПАНИИ ≠ ПРОДАЮЩАЯ
ПРЕЗЕНТАЦИЯ**



ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ ВАЖНЕЕ ШАБЛОНА



УЧИТЕСЬ СЛАЙДИНГУ, ДАЖЕ ЕСЛИ ЕСТЬ ШАБЛОН



**НЕ НАДО ДЕЛАТЬ СЛАЙДЫ КРАСИВЕЕ.
ДЕЛАЙТЕ ИХ БОЛЕЕ ПОЛЕЗНЫМИ,
РЕЗУЛЬТАТИВНЫМИ, ПРОДАЮЩИМИ.**



**СФОРМУЛИРУЙТЕ ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ
И ПОМОГИТЕ ЧИТАТЕЛЮ ЕГО ВЫПОЛНИТЬ**



**ПРЕЗЕНТАЦИЯ $\neq$ ТЕКСТОВЫЙ
ДОКУМЕНТ**



СПЕЦЭФФЕКТЫ ХОРОШИ К МЕСТУ И В МЕРУ



МЕНЬШЕ СЛОВ $=$ БОЛЬШЕ ПОЛЬЗЫ



ПРОЩЕ $=$ ЛУЧШЕ



ЧИТАЙТЕ ТЕКСТЫ ВСЛУХ



**ДЕЛАТЬ СЛАЙДЫ И НЕ ДЕЛАТЬ ОШИБКИ НЕЛЬЗЯ.
НО МОЖНО И НУЖНО ИХ МИНИМИЗИРОВАТЬ.**



**ЛОГОТИП НА ВСЕХ СЛАЙДАХ –
ПОМЕХА ХОРОШЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ**



**УМЕЕШЬ РАБОТАТЬ = ЗНАЕШЬ ГОРЯЧИЕ
В ПРОГРАММЕ КЛАВИШИ**



НЕ РАБОТАЙТЕ С ПЕРЕДАСТАМИ



**ЧИТАТЕЛЬ/СЛУШАТЕЛЬ ДОЛЖЕН ПОНЯТЬ ГЛАВНЫЙ
ВЫВОД ЗА ПЕРВЫЕ ПАРУ СЕКУНД**



**ПРИ ПОДБОРЕ ФОТО НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПЕРВЫЙ
ОБРАЗ, КОТОРЫЙ ПРИШЕЛ В ГОЛОВУ**



**ЗАДАЧА ПЕРВОГО СЛАЙДА – ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ:
СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ СЛУШАТЕЛЬ ЗАХОТЕЛ
ПОСМОТРЕТЬ, ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ**



**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ = РЕЗУЛЬТАТИВНАЯ
СЛАЙДЫ ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

Благодарности

Благодарим рецензентов этой книги, которые помогли сделать ее лучше. Спасибо!

Александра Козаренко

Андрей Елистратов

Андрей Черепанов

Анна Жарова

Антон Жиляев

Антон Рут

Дарья Якунина

Дмитрий Сердицкий

Дмитрий Чернов

Ирина Гордыкина

Мария Трагарюк

Наталия Савина

Ника Сабурова

Ольга Алексанова

Ольга Логвинова

Ольга Терехина

Павел Касперович

Павел Мельник

Руслан Дубик

Сергей Тетерин

Юлия Белоусова

Яна Адамчук

ОБ ИЗДАТЕЛЬСТВЕ

Издательство «Книгиум» основано агентством «Лидмашина» в 2012 году. И, как мы любим говорить, агентств много, а агентство со своим издательством — одно.

Сначала мы издавали бизнес-книги только в электронном виде.

В 2017 году мы начали печатать бумажные книги — и оказалось, что это невероятно захватывающий процесс! — начиная с выбора автора, создания обложки и заканчивая версткой и общением с нашими читателями.

Мы так увлеклись, что сегодня бумажные книги — наше основное направление. Мы — диджитальные от и до — полюбили «бумагу» и верим в нее!

Мы не гонимся и не будем гнаться за количеством, мы сфокусированы на качестве: шлифуем каждую страницу каждой книги и доводим их до совершенства.

А еще — кроме книг — мы обожаем наших авторов и читателей.

Оставайтесь с нами 😊

НАШ УЮТНЫЙ ИНСТАГРАМ ЖДЕТ ВАС

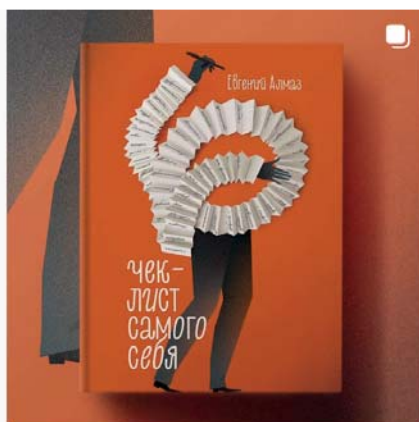
Дизайнер нашего издательства не умеет хранить секреты!
Она рассказывает обо всех наших книгах еще до того,
как мы их напечатаем!

Новые обложки, красивые форзацы, процесс верстки,
фотографии авторов — все оказывается в аккаунте @
knigium.

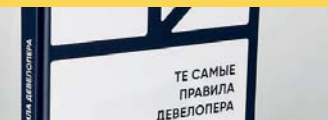
Пока мы не придумали, как ее остановить, подписывай-
тесь на нас в Instagram и следите за жизнью издательства.

О книгах, которые уже стоят на вашей полке, и о тех, что
скоро там окажутся.

me/shop_courses



@KNIGIUM @KNIGIUM @KNIGIUM @KNIGIUM @KNIGIUM



МАНН ИГОРЬ БОРИСОВИЧ

НИСЕНБОЙМ ИГОРЬ АЛЕКСАНДРОВИЧ

НИСЕНБОЙМ ЕКАТЕРИНА ИГОРЕВНА

СЛАЙДХАКИ

84 РАБОЧИХ ПРИЕМА ДЛЯ ЛУЧШИХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Ответственный редактор Дарья Сальникова

Редактор Ирина Зубкова

Арт-директор Александр Вьюшков

Дизайнер обложки и метранпаж Ирина Укропова

Корректор Юлиана Староверова, Ярослава Терещенкова

Подписано в печать 28.09.2021

Формат 60×90 1/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 20,23. Тираж 1000. Заказ 171398

Книгиум,

www.knigium.ru

elena@knigium.ru

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии» (АО «Т8»)

г. Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корп. 5.