

Ali prezentacija je bila tako savršena



Prezentacija je bila savršena, odlično sam se pripremila. Optimalan broj slajdova i podataka, sve skupa su dinamizirale slike koje govore tisuću riječi. Sve sam isplanirala, sve do zadnjeg detalja, govor tijela, opći dojam, formalna odjeća - tamni kostim, plan rada na prezentaciji, što ću reći, koju šalu i kada umetnuti. Što je nedostajalo?



mr. sc. Jasminka Samardžija, prof.

Poput glumca amatera nije bilo prirodosti, grč straha je ostao na mom licu i nije bilo mjesta za opuštenost, ugodu, prirodan humor i ljubav prema drugoj strani. Nedostajala je pozitivna emocionalna klima i nisam predviđela "ulazak u cipele" moje publike, mojih slušatelja koji su po tko zna koji put sjedili ispred nekog drugog predavača i čekali što će čuti, a pritom sluteći standardnu prezentaciju. Monolog i pista za ego. Bilo je to prije pet godina. Tada nisam uspjela održati "savršenu prezentaciju", ali svaka iduća je dobila sastojak koji je nedostajao "duh ljubavi" koji promiče granice napisanog i otvara put prema dvosmjernoj komunikaciji i interakciji dobronamjernosti. To je duh koji se prilagođava i razumije drugu stranu. Njega zanima zašto je druga strana došla i on pretpostavlja što bi željela čuti, on prati reakcije auditorija i opušteno i ne-

usiljeno im se prilagođava. Toplinu, iskrenost i razumijevanje svatko voli. Nakon međusobnih pohvala i brige za drugu stranu osjećamo se jačima.

KAKO DOPRIJETI DO PUBLIKE?

Sjećam se jedne prezentacije o kvaliteti u obrazovanju. Negdje u prvoj trećini publike i predavači su shvatili da je došlo do greške u komunikacijskom kanalu i da jednostavno neće čuti ono što su mislili da će čuti. Neki predavači su nastavili svojim utrtim putem bez prilagodbe govoreći ono što su isplanirali ne prilagođavajući se novoj situaciji. U međuvremenu je dobar dio "uvrijeđenog" auditorija jednostavno ustao i napustio predavanje. Onda je posljednji predavač došao za govornicu i rekao sljedeće: Ni sam više nisam siguran tko sam ja, tko ste vi (mислеći na nas, publiku) ni zašto sam ja ovdje, no reći ću vam ono što osjećam da bih trebao reći. Već nakon prve rečenice je pridobio naš osmijeh, pljesak, ali i pažnju, a ostatak je bio lak. Što je nedo-

stajalo drugima? Razumijevanje i prilagodba situaciji, smiješak koji odaje iskrenost i toplinu, pruža pozitivnu i poticajnu sliku na koju i drugi odgovaraju pozitivno. Nedostajalo je dobro koje se ne može nabaviti, niti posuditi, niti ukrasti, jer ono vrijedi samo kad se daruje, a nije tako bogat da mu osmijeh ne bi bio potreban.

Ostvarite kontakt s publikom. Pokažite brigu i suosjećanje prema ljudima i situaciji u kojoj se nalaze. Poželite emotivno dirnuti publiku i dići je na noge jer onda prezentacija ima smisla. Ako u tom uspijete, publika će duboko pohraniti sjećanje i niti niz godina koje će tek doći neće izbrisati taj trag. Drage uspomene uvijek rado dozivamo u pamćenje i uživamo u njima.

Znamo li svi ostvariti kontakt i jesmo li uopće željni pokušati? Možete li pogledati publiku u oči i jednostavno reći kako se osjećate? Znači li to da se morate odreći racionalnih argumenta koji čine sadržaj Vašeg izlaganja? Ne naravno. Potrebno je oboje. Dobra priprema, entuzijizam i "duh ljubavi".

KAKO SE PRIPREMITI?

Sljedeća pitanja vam mogu otkriti stil, nivo i jezgru onoga što želite reći. Važno je da na njihov odgovorite prije nego što ste započeli izradu prezentacije.

PRIPREMA 1. dio

1. Razmislite o čemu želite govoriti?
2. Kakvi su Vaši osjećaji u svezi te teme?
3. Što na Vas ostavlja najdublji dojam?
4. Zapišite pojmove i osjećaje na komad papira redom kako Vam padaju na pamet. Zatim podcrtajte koji pojmovi na Vas ostavljaju naj snažniji dojam. Na kojim riječima se Vaše oči najduže zadržavaju. Apstrahirajte tri pojma i upravo oni čine polaznu točku za vašu prezentaciju.

Tu je početak prezentacije. Odredili ste svoje osjećaje prema temi i sada je važno prikupiti sve relevantne podatke. Imajte na umu da "savršena prezentacija" ostaje "savršena statua" ukoliko joj ne dodate sebe. Prenošenjem svojih osjećaja u odnosu na temu o kojoj govorite stvarate pretpostavke za dijalog. Prenesite svoje osjećaje prema temi o kojoj govorite. Ljudi će to prepoznati.

PRIPREMA 2. dio

1. Što želite prenijeti publici? Koja je Vaša poruka.
2. Tko je Vaša ciljana publika i zašto bi

je uopće zanimalo ono što želite reći? (Što oni žele od Vas? Što će ih dojmiti? Što će ih pokrenuti?)

3. Koji poslovni problem želite riješiti i kako ćete zaposlenog i informacijama zasićenog slušatelja navesti na akciju?
4. Koji dokazi najsnažnije potkrjepljuju Vaše argumente čineći ih kredibilnima i uvjerljivima?
5. Osvijestite "A-ha" efekte u Vašem izlaganju.
6. Koje akcije predlažete svojim slušateljima kao produkt slušanja prezentacije?
7. Kako biste željeli da se ti ljudi osjećaju kad završite s prezentacijom?

Bez obzira na broj slajdova u koji, trud i vrijeme koje ste posvetili pripremi i istraživanju ako ne ostvarite osobnu vezu s publikom, nećete biti sasvim zadovoljni ishodom. Manje je važno radi li se o jednom čovjeku, tisuću ljudi ili malenoj skupini. Uz pomoć takvog učinkovitog sredstva možete potaknuti ljude na akciju, pridobiti njihovu potporu i odobravanje, možete i riješiti težak sukob ili situaciju.

UKLJUČITE PUBLIKU

Uključivanjem i interaktivnim odnosom sa svojom publikom ostvarujete dijalog jer je to definicija dobre komunikacije. Velika je pogreška tek na kraju predavanja pozvati auditorij da postavlja pitanja. To je kao da kažete: "Nemojte me ometati kako ne biste prekinuli tijek mojih misli" ili "Nemojte smetati dok ja govorim jer došli ste me slušati, a ne prekidati". Uključivanjem i pitanjima potičete publiku na razmišljanje na sudjelovanje u tematici. Važno je oslovljavati

ljudi imenom, a ako ne znate imena ljudi u publici ne možete ih niti uključiti. Dvosmjerna komunikacija nije monolog u kojem Vi govorite, a publika se pravi da sluša. Izložiti svoj cijeli materijal ili ostvariti kontakt? Uvijek izaberite ostvarivanje kontakta jer nitko ne zna što ste sve Vi željeli reći i što ste pripremili, nitko osim Vas samih. Stvorite ugodno okruženje u kojemu čovjek osjeća kako može govoriti i izreći svoje mišljenje.

Nemojte upasti u **zamku sadržaja prezentacije** misleći kako je on važniji od potreba publike jer nije i nikada neće biti. Važna je poruka. Ako mislite da ćete skupiti više bodova od publike ukoliko budete izlagali i obuhvatili sav materijal koji ste pripremili u krivu ste, bodove sakupljate ako su vaši slušatelji razumjeli vašu poruku i ako ste ih za nju zainteresirali. Ljudi znaju kad ste iskreni. To se osjeti.

NAPRAVITE POPIS KLJUČNIH RIJEČI, A NE GOVOR

Važno je napraviti popis s ključnim riječima. Ne govor, nego popis s ključnim riječima jer unaprijed isplaniran govor sputava vašu kreativnost i stavlja vašu slobodu u okove, onemogućuje Vam kontakt očima s vašom publikom, a Vi morate vidjeti vašu publiku i ona mora vidjeti Vas. Ključne riječi predstavljaju podsjetnik koji vas vodi u smjeru prenošenja ključne poruke i omogućavaju vam uočavanje reakcija publike, nestrpljivo meškovanje, radoznalih pogleda, "upitnika" na njihovim licima.

PONUĐITE ISKRENOST NA DAR

Nedavno sam bila na prezentaciji koju je držala moja kolegica. Bila sam oduševljena

Savjeti Poslovnog savjetnika

- Napravite popis ključnih riječi.
- Budite iskreni.
- Ostvarite kontakt s publikom.
- Stvorite ugodno okruženje u kojemu čovjek osjeća kako može govoriti i izreći svoje mišljenje.

njezinom iskrenošću kroz koju je ostvarila nevjerojatno dubok odnos s nama, svojim slušateljima. Započela je riječima koliko je sretna što je s nama i da mi prisutni sudjelujemo u ostvarenju njezinoga sna, što nas je učinilo posebnima, nakon 10 minuta predavanja rekla je: Sada će se početi javljati crvene "fleke" po mom licu, to mi se događa kad sam jako uzbuđena kao što sam sad. Kada su se fleke i pojavile nismo ih pripisali nervozu kao nečem negativnom već entuzijazmu, pozitivnoj emociji. Sve što je rečeno nakon toga imalo je predznak iskrenosti, a ne pretvaranja. Ključna poruka; ponudite iskrenost na dar jer ne možete petljati s tim stvarima. Na taj način ćete prenijeti poruku čak i onda kada ne možete promijeniti njezin sadržaj, a nakon izbjegnute iskrenosti mogu uslijediti veliki problemi.

"Važnost iskrenosti leži u nadilaženju straha i ideje da zaštitimo jedni druge - jer ne bismo smjeli misliti ako o nečemu ne razgovaramo da se to neće dogoditi." Julie Goldman

Naučila sam da bez obzira koliko govorite iz dubine svoje duše nećete uspjeti uvjeriti sve ljude u svoje stajalište. U tome i leži sloboda izbora svakog čovjeka, ali važno je naglasiti kako nikada ne trošite energiju uzalud kada prenosite ono što vam nalaže vaše srce. Uđite u cipele druge osobe, razmotrite njezino stajalište i pitajte se. Kako bih ja želio/la čuti vijest o povišici? PS

Imajte na umu da "savršena prezentacija" ostaje "savršena statua" ukoliko joj ne dodate sebe.

...jednostavno

PRETPLATITE SE NA BUSINESS.HR. PROMOTIVNA PRETPLATA U TRAJANJU OD DVA MJESECA ZA SAMO 99 KN. (PDV UKLJUČEN U CIJENU)

Prodaja pretplate: tel: 01 555 1 555; fax: 01 555 1 567, e-mail: pretplata@business.hr

