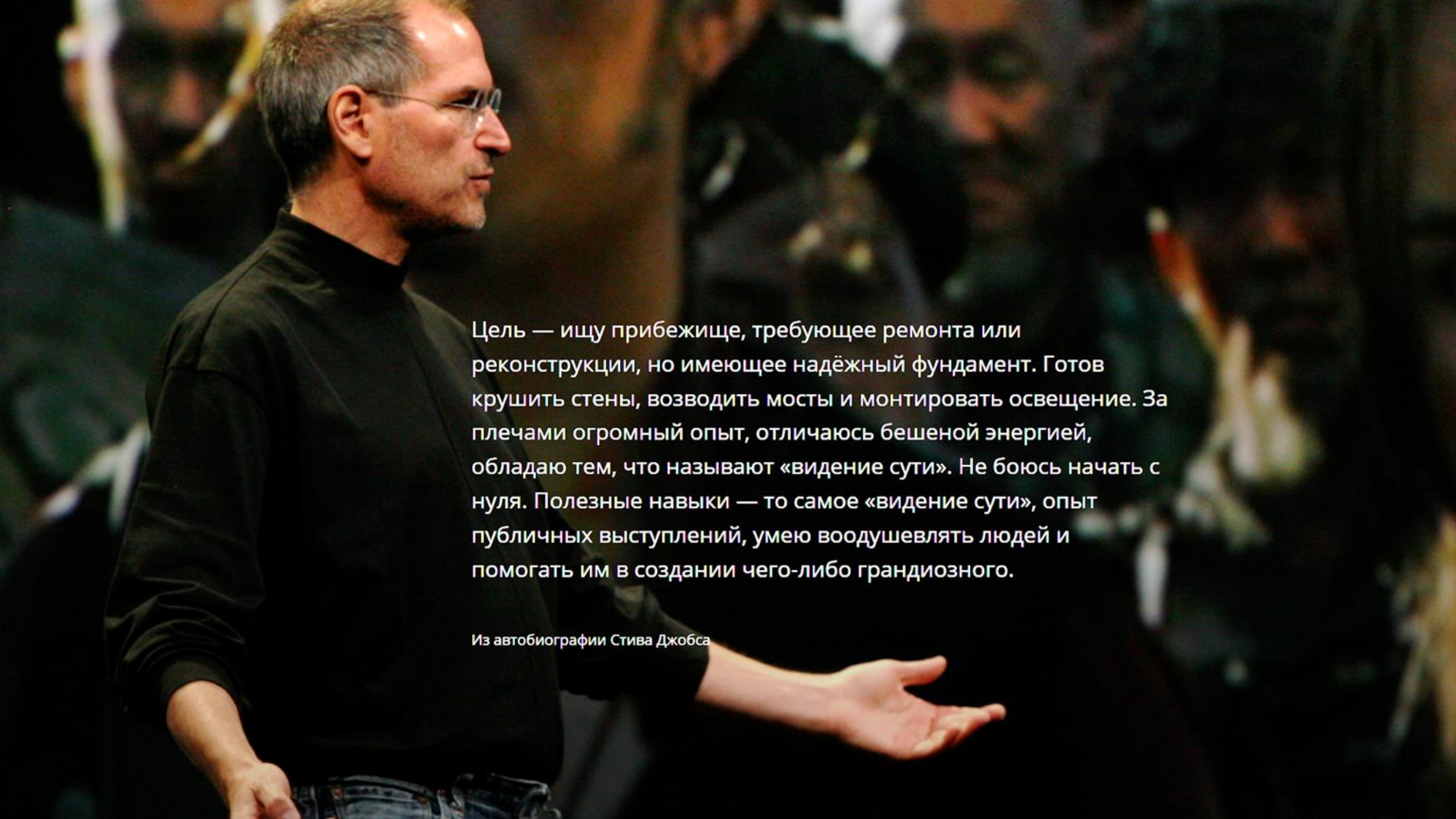




ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ

Был случай, когда с помощью короткой презентации,
я **за 1 минуту** подписала контракт с инвестором
на **30 млн.руб.**

Инструмент "Лифтовая презентация"


A photograph of Steve Jobs in profile, facing right, wearing his signature black turtleneck and glasses. He is gesturing with his right hand, palm up. The background is a blurred audience of people.

Цель — ищу прибежище, требующее ремонта или реконструкции, но имеющее надёжный фундамент. Готов крушить стены, возводить мосты и монтировать освещение. За плечами огромный опыт, отличаюсь бешеной энергией, обладаю тем, что называют «видение сути». Не боюсь начать с нуля. Полезные навыки — то самое «видение сути», опыт публичных выступлений, умею воодушевлять людей и помогать им в создании чего-либо грандиозного.

Из автобиографии Стива Джобса



 **10%**
СЛУХ

 **ОБОНЯНИЕ**
 **ОСЯЗАНИЕ**
 **ВКУС**

**ВОСПРИЯТИЕ
ИНФОРМАЦИИ**

80%
ЗРЕНИЕ

Итоги работы МБ 2020 года

Q1 2020

- Запустили сервис «Бизнес Старт», запустили мобильное приложение, организовали новую модель работы в офлайн
- Разделили клиентов на подсегменты (1-2 млн, 2-4 млн, 5-12 млн, 12-25 млн)
- Создал связи РКО с другими продуктами (эквайринг, зарплатный проект, кредит)

Q2 2020

- Организовали online-выдачу овердрафта для ИП (до 1 млн), а также выполнили проверку контрагентов в сервисе «Бизнес Старт»

Q3 2020

- Запустили предодобренные кредитные предложения, а также настроили потоковый кредитный процесс и партнёрские программы кредитования: один менеджер прикрепляется к клиенту, даёт полную информация о кредите, проводит аналитику с учётом рисков и подбирает лучшее решение в течение 1 недели.

Q4 2020

Увеличили лимиты кредитов, ввели новую модель привлечения клиентов и запустили залоговое кредитование

- Увеличили количество активных клиентов на 28%, 150 тыс. клиентов
- Увеличили операционную прибыль на 17%, 12 млрд руб.



ДО

Итоги работы МБ 2020 года

Q1

Запустили сервис «Бизнес Старт», запустили мобильное приложение, организовали новую модель работы в офлайн

Разделили клиентов на подсегменты (1-2 млн, 2-4 млн, 5-12 млн, 12-25 млн)

Создали связи РКО с другими продуктами (эквайринг, зарплатный проект, кредит)

Q2

Организовали online-выдачу овердрафта для ИП (до 1 млн), а также выполнили проверку контрагентов в сервисе «Бизнес Старт»

Q3

Запустили предодобренные кредитные предложения, а также настроили потоковый кредитный процесс и партнёрские программы кредитования: один менеджер прикрепляется к клиенту, даёт полную информация о кредите, проводит аналитику с учётом рисков и подбирает лучшее решение в течение 1 недели.

Q4

Увеличили лимиты кредитов, ввели новую модель привлечения клиентов и запустили залоговое кредитование

150 тыс.

увеличили количество активных клиентов

+28%

12 млрд руб.

увеличили операционную прибыль

ПОСЛЕ

Статус по проекту



ДО

Статус по проекту

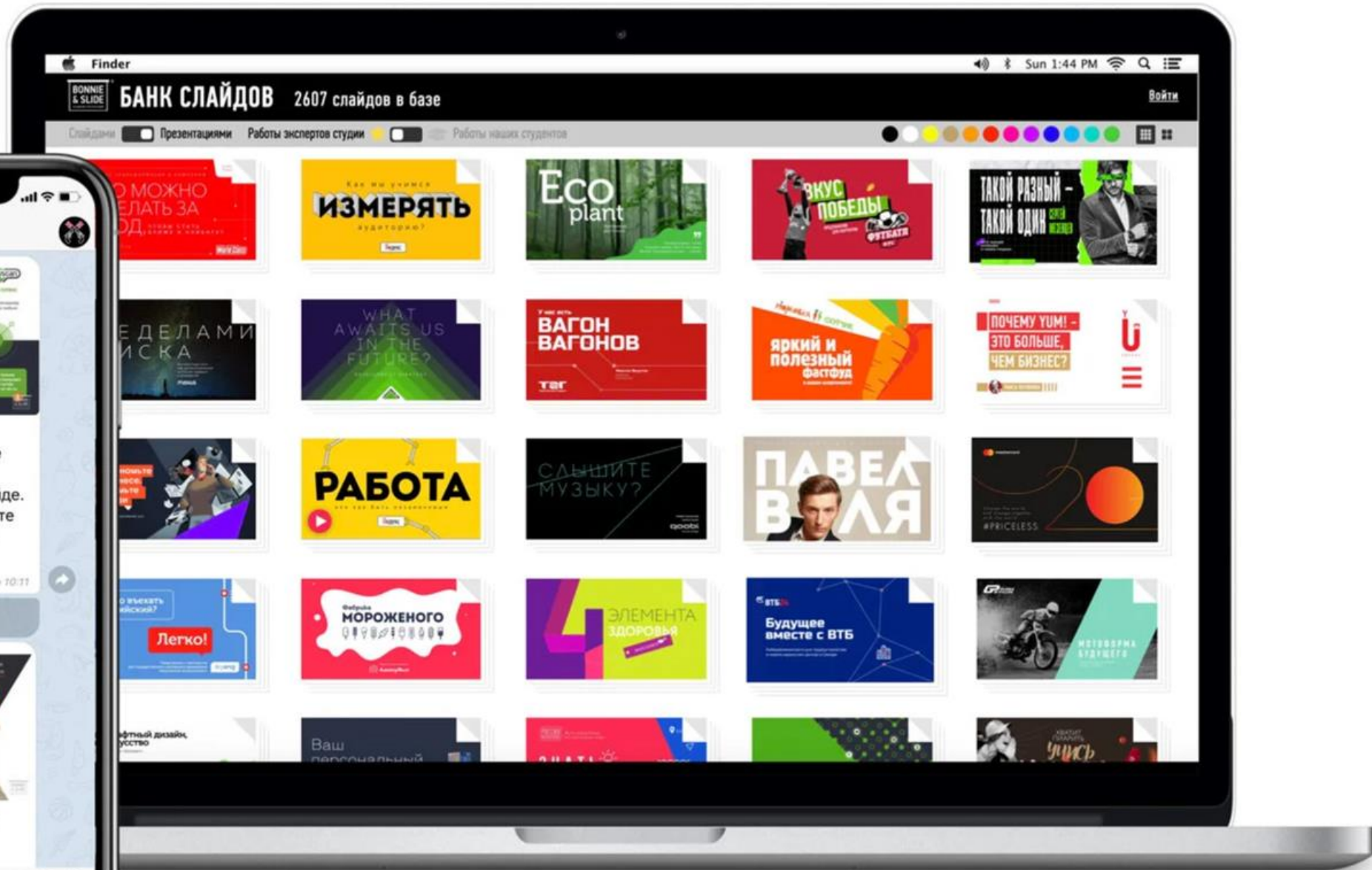
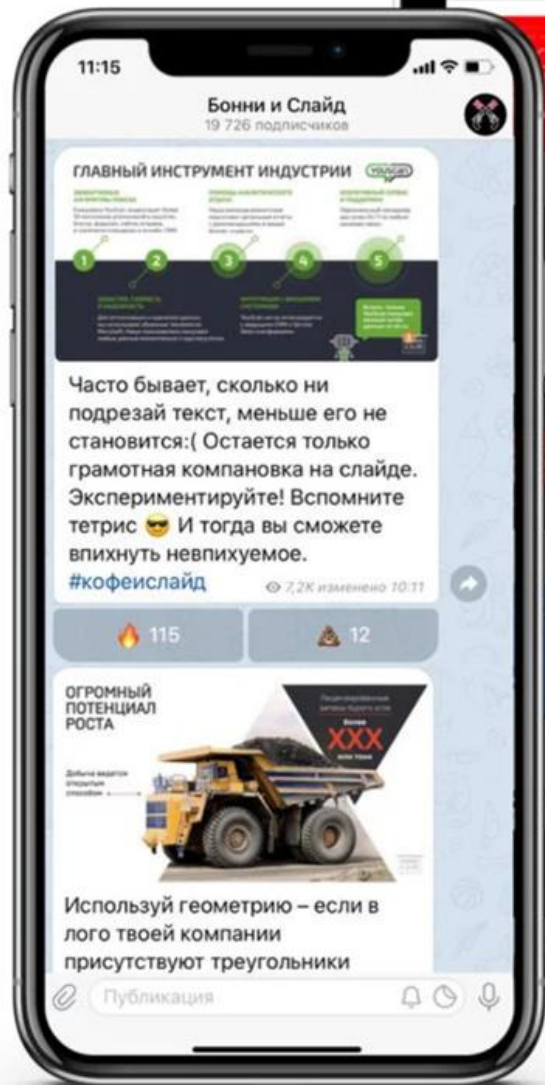
DONE



TO DO



ПОСЛЕ



Перед подготовкой презентации

1

Определите ЦА

2

Определите цель презентации

3

Определите формат презентации (стандартная или концептуальная)

4

Стиль повествования (структура): от общего к частному или техника «Представьте..»

5

Что должны сделать слушатели после выступления?

Презентовать может как 1 спикер, так и команда.

Важно заранее отрепетировать, чтобы не перебивать друг друга.

Подумайте сами над возражениями, а лучше прогоните презенту перед «своими».

Структура презентации

Основные слайды презентации

- Анализ брифа/Введение в тему
- Режиссерский ход/Основная идея проекта
- Дорожная карта, по пунктно
- Детали проекта



Примеры:

Презентация ивент

Презентация для инвесторов

Структура презентации

Концепция — это та фишка, которая интересна зрителю. Простой душевный разговор или пафосное эмоциональное выступление, саркастическая откровенность или доброжелательное пояснение мельчайших подробностей.

Спикер

- **Контакт** с аудиторией.
(Смотрим в глаза, не смотрим в пол.)
- **Уверенная поза** - с прямой спиной, опущенными плечами и приподнятым подбородком. Чаще показывайте открытые ладони.
- Ограничьтесь **тремя цветами и парой шрифтов** при подготовке презентации.
- Успех любого выступления зависит: на 60–70% от того, что публика **видит**, на 20–30% от того, как говорит оратор и на 10% от того, что он говорит.
- **Задавайте вопросы**, даже если это совет директоров (например, хорошо ли слышно и не отсвечивает ли доска)
- **Запоминайтесь!**



Кейс

Билл Гейтс выпустил комаров в зал, хотя ещё пару минут назад он уверял весь зал в том, что москиты — это смертельно опасно.

И вот теперь открывает банку со словами: «Малярию переносят москиты. Я принёс с собой несколько экземпляров, чтобы вы тоже узнали, что это такое. Пусть они немного полетают по аудитории. Почему только бедные люди должны знать, что это такое?»

Затем он успокоил всех, сказав, что это обычные комары. Но выглядело всё впечатляюще.



Кейс

Шокирующий, вызывающий изумление момент всегда задевает за живое и врезается в память.

Во время презентации это гарантирует **полное внимание аудитории**. Такие моменты будут чаще всего вспоминать.

Ошеломительные моменты часто становятся толчком к тому, чтобы люди приняли как руководство к действию то, о чём говорилось в презентации.

9 общих элементов убедительных сценариев

1

Твиттероподобный заголовок

Короткий и сочный ≤ 140 символов.
Например: «Сегодня Apple изобрёл телефон»

2

Зажигательное утверждение

«Я испытываю энтузиазм по отношению к этому продукту, потому что...»

3

Три ключевые идеи-сообщения

Запишите на бумаге три ключевые идеи/мысли/вывода, которые аудитория должна получить. Они должны быть такими, чтобы люди могли их вспомнить сами, не заглядывая в блокноты

9 общих элементов убедительных сценариев

4

Метафоры и аналогии

«Компьютер — это эквивалент велосипеда для мозга» или «[iTunes для Windows] это всё равно, что дать стакан холодной воды человеку, находящемуся в адском пекле»

5

Демонстрации

Стив очень часто сам показывал те вещи, которые, как он считал, нужно показать. Продукт мог обладать десятками функций, однако он выбирал только часть из них, вставал за трибуну и показывал, как они работают.

6

Партнёры

Разделите сцену с ключевыми партнёрами. У Джобса это была Мадонна, Пол Отеллини (бывший CEO Intel) и даже Билл Гейтс

9 общих элементов убедительных сценариев

7

Свидетельства клиентов или третьих сторон

В успешных запусках продуктов обычно участвуют несколько пользователей, которые могут поручиться за ваш продукт (отзывы)

8

Видеоклипы

Джобс очень часто проигрывал видеоклипы в своих презентациях. Это могли быть сотрудники, которые говорили о том, как им нравится работать над новым продуктом, или телевизионные рекламные ролики

9

Посмотреть, потрогать, послушать

Дайте пищу аудиалам, визуалам и кинестетикам: говорите, показывайте и пускайте по рядам что-то осязаемое

Оденьте цифры

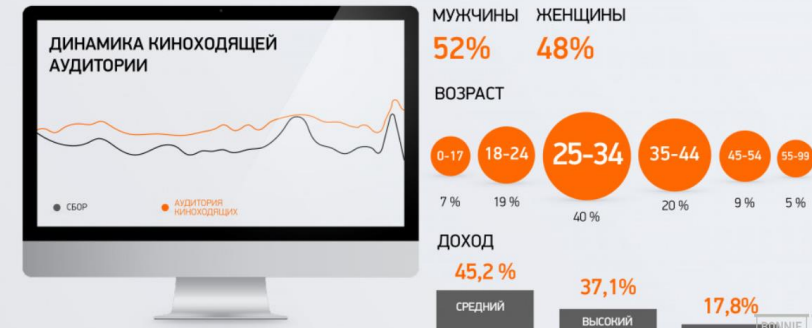
Сами по себе сухие цифры и технические данные не дадут никакой пользы. Если же вы их визуализируете — польза определённо будет.

Например, вместо информации о том, что в первом iPod был 5-гигабайтный жёсткий диск, Стив Джобс сказал:

«1000 песен у вас в кармане». Или так: «30 ГБ памяти достаточно для хранения 7500 песен, 25000 фотографий или 75 часов видео».

Чем сложнее идея, тем важнее использовать риторические приёмы для облегчения понимания.

КИНОХОДЯЩАЯ АУДИТОРИЯ



Выберите свой способ возврата долга



WORLD CLASS IS YOUR PATHFINDER IN THE BOUNDLESS WORLD OF FITNESS



Кейс Моргенштерн

1. ВЫЗЫВАТЬ ЭМОЦИИ

По словам Алишера, негативные эмоции (отвращение, злость, страх) вызывают намного больше отклика, чем позитивные:

«В нашей стране 80% людей несчастны, они злые и постоянно испытывают негатив, питаются им. Не знаю, как дела обстоят в мире, но конкретно для России негативные эмоции работают лучше всего».

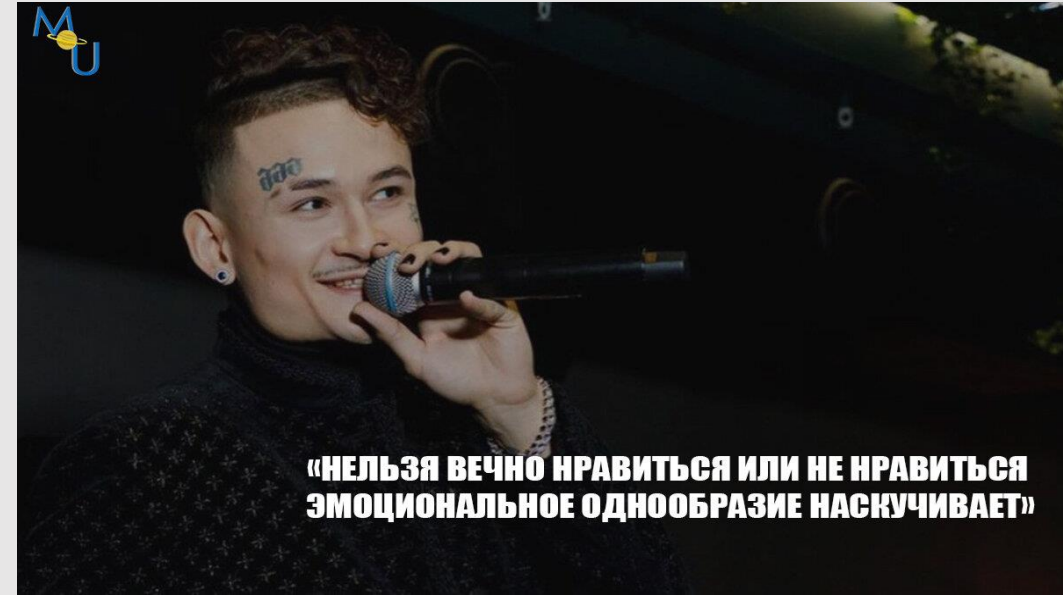
При этом, репер отметил, что важно «не наносить ущерб миру и людям».

Эмоциональность — они затрагивают моё сердце.

2. ЗАПОМИНАТЬСЯ

На слайде появляется чёрная ворона, среди белых. Да, Моргенштерн говорит, что важно выделяться среди других:

«Сейчас не нужно быть самым крутым, я всегда говорю, что сила в простоте, пользуйтесь этим».



Кейс Моргенштерн

3. АССОЦИИРОВАТЬСЯ

«Это очень важный момент.

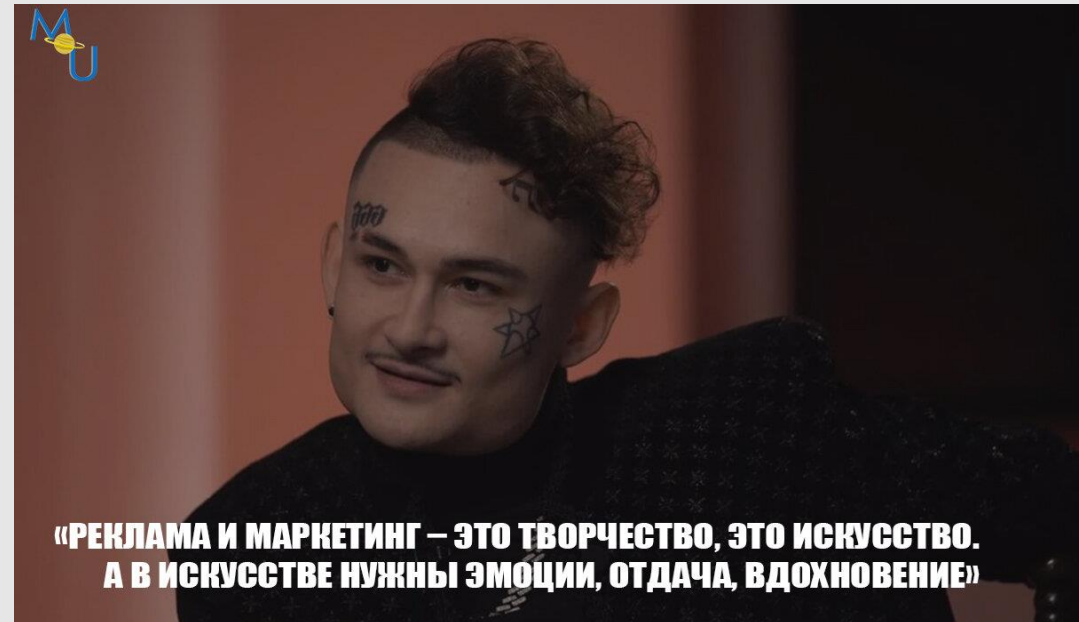
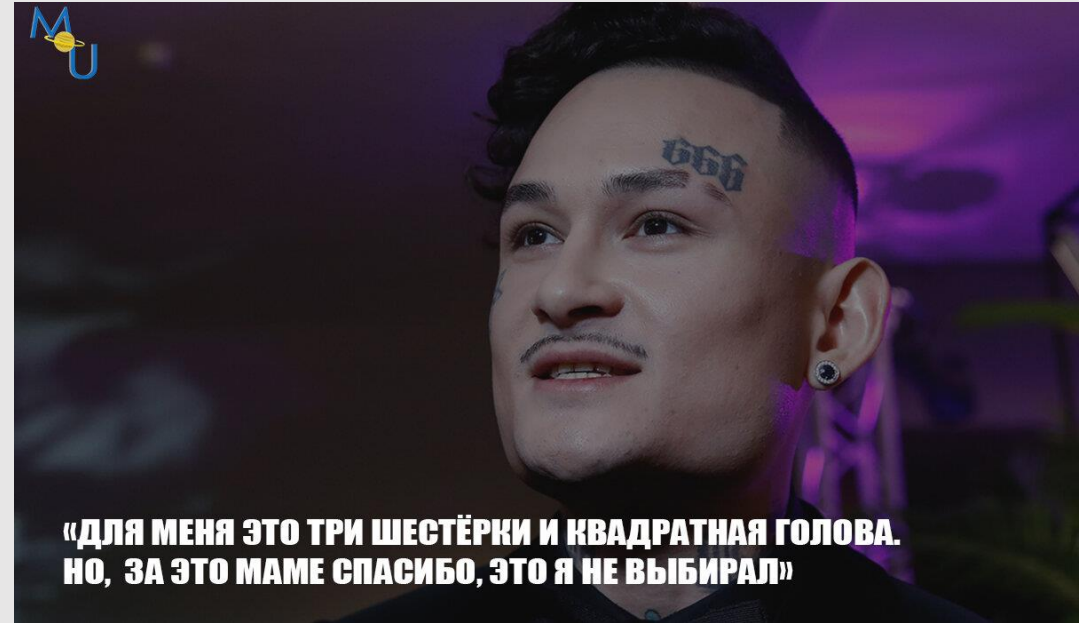
Когда вы видите три шестёрки, у вас сразу в голове Моргенштерн. Все видят во мне дьявола, беса. Но когда я набивал тату, я подумал: мне нужно ассоциироваться, чтобы это было что-то известное, а ббб – достаточно известный символ. И это хорошо сработало».

Алишер советует найти то, с чем ваш бренд будет ассоциироваться и чем проще, чем обыденней это будет – тем лучше.

4. ВЕСЕЛИТЬСЯ

Я думаю, это правило для Моргенштерна самое важное. Да что уж там, он сам об этом и сказал:

«Как только вы становитесь серьёзным дяденькой, всё, забудьте о своём бренде! Оставьте серьёзность в прошлом, сейчас нужно делать всё на эмоциях».



TED

СТОРИТЕЛЛИНГ

Три вида простых и всегда действующих историй:

- Личные истории;
- Истории о других людях, чей опыт можно перенять;
- Истории об успехе или провале продуктов и брендов.

ЗАГОЛОВКИ

Кармин Галло проанализировал более 1500 презентаций на официальном сайте TED и не нашёл ни одной с названием длиннее 140 знаков (классический твит-заголовок).

Вот темы самых популярных презентаций в стиле TED:

- «Школы убивают креативность» (сэр Кен Робинсон);
- «Как великие лидеры вдохновляют на свершения» (Саймон Синек);
- «Ваш неуловимый творческий гений» (Элизабет Гилберт);
- «Удивительная наука счастья» (Дэн Гилберт);
- «Сила интровертов» (Сьюзан Кейн);
- «Восемь секретов успеха» (Ричард Сент-Джон);
- «Как жить, прежде чем умереть» (Стив Джобс).

TED

Юмор разрушает защитный барьер.

Он делает аудиторию восприимчивой к тому, о чём вы говорите.

И ещё пробуждает симпатию.

Если вы не любите или не хотите рассказывать анекдоты, можно использовать вот что:

- забавные случаи, наблюдения и личные истории;
- аналогии и метафоры;
- цитаты;
- видео;
- фотографии



Кейс Ян Сташкевич

Йоу! Вот вам ещё один кейс:

Уже через пару дней наша конференция, и перед нами стояла задача - подлить новую волну осуждения Инстадиума.

Решил пройтись по стандартной стратегии. Придумать уже готовый контент для спикеров, чтобы они в лишней раз у себя в сторис упомянули конференцию)

Сделали большую ручку и большие договоры, которые они подписывали.

Для них - классный контент. Для нас - дополнительное упоминание инстадиума.

Win-Win!



Кейс Ян Сташкевич

Сделать "журнал для тех, кто хочет быть на обложке"

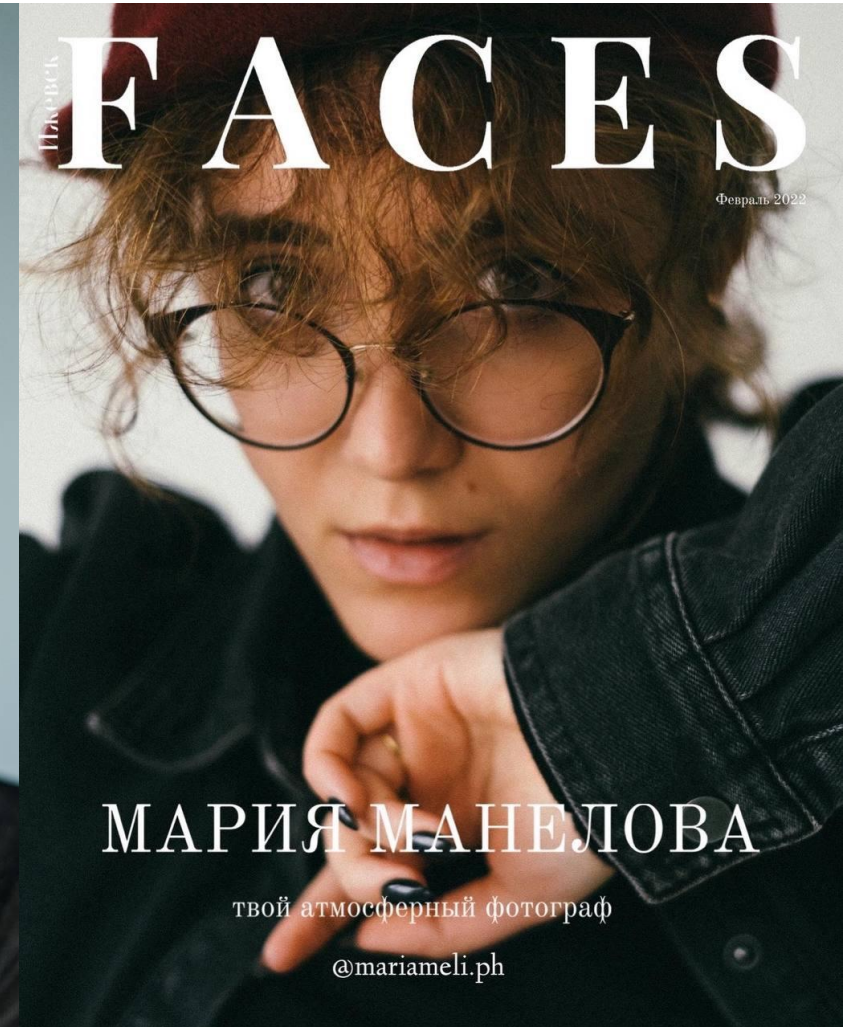
И он состоит только из обложек, где на каждой странице обложка с разным человеком, который ее купил)

Это очень легко можно превратить в очень крутой проект, правда единоразовый, долго хайповать не получится.

Если еще купить рекламу у кого-то из селеб, что мол я вот купила своб обложку в журнале обложек, то прям вообще будет красиво)

И что по итогу с журналами этими делать, тоже много вариантов есть, в зависимости уже на сколько разогнать хайп получится.

Ну и продавать нужно будет все на тригере пречастности к хайповому проекту и к селебам, кто уже есть в журнале)



Три ключевых идеи

ГОТОВЬСЯ К ПРЕЗЕНТАЦИИ

Цифры, факты, ЦА, УТП

ВЕРЬ В СВОЙ ПРОДУКТ

Уверенность в себе и в продукте

ЗАПОМИНАЙСЯ

Удивляй, дари эмоции



СЕЙЧАС БУДЕТ 2 ЧАСТЬ!

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**Татяна Зикункова
+7(925)058-5403**