



# PŘESVĚDČIVÁ PREZENTACE

*Pracovní listy pro účastníky semináře*

Tomáš Zykán  
733.792.846  
[www.tomaszykan.cz](http://www.tomaszykan.cz)

# SHRNUTÍ

Pokud máte jen 5 minut a chcete si připomenout ta nejpodstatnější prezentační pravidla, tady jsou:

## 1. JEDNA HLAVNÍ MYŠLENKA

Nemůžete mluvit o všem a nesnažte se ohromit publikum vším co víte. Naopak, zkušený prezentátor ví, co je podstatné a ostatní vynechá.

## 2. MOHUTNÝ ÚVOD

Začněte závěrem, použijte startovací knoflík, řekněte, čemu se budete věnovat, ukažte "big picture".

## 3. RADĚJI MÉNĚ NEŽ VÍCE

Nedopustíte, aby se vaše publikum začalo topit v informacích, statistikách, grafech a odrážkách. Držte se své hlavní myšlenky a ostatní si schovejte pro jiný formát. Například report, handout nebo diskusi.

## 4. NESKRÝVEJTE SVŮJ NÁZOR

Neprezentujte jen informace, ale i váš názor a doporučení. Ale nezapomeňte přitom zmínit plusy i mínusy.

## 5. MLUVTE KONVERZAČNÍM ZPŮSOBEM

Používejte jednoduchá slova, krátké věty, otázky i přímou řeč. Ale vyhýbejte se frázím a širokým opisům. Nebojte se pauzy.

## 6. ŘEKNĚTE PUBLIKU CO MÁ UDĚLAT

Lidem by mělo být jasné, co po nich chcete, o čem je chcete přesvědčit. Pokud chcete, aby něco udělali, řekněte jim to. Nebo ještě lépe, ukažte to.

## 7. PO ČÁSTECH

Prezentujte v krátkých blocích, oddělujte je pauzou. Svá tvrzení a argumenty vždy bohatě ilustrujte příklady a osobními referencemi.

## 8. OPATRNĚ S POWERPOINTEM

Neschovávejte se za své slidy. Lidé budou buď číst, nebo Vás poslouchat. A pokud budou číst, tak jim prezentaci můžete rovnou poslat mailem. Pokud musíte prezentovat detailní informace, rozdejte je ve formě "handoutu".

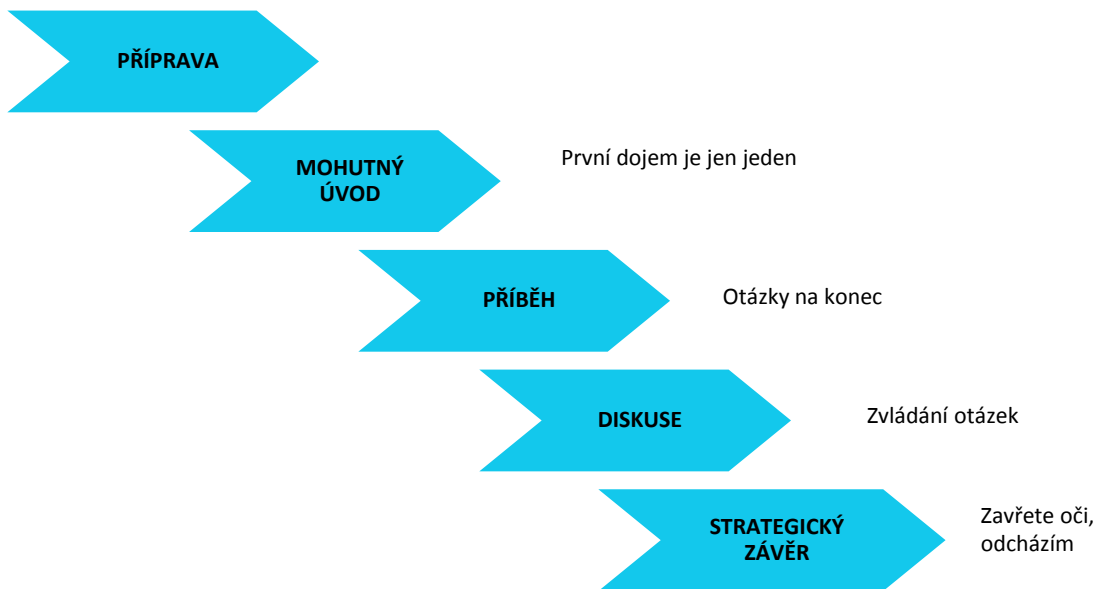
## 9. STRATEGICKÝ ZÁVĚR

Mějte připraveno jam skončíte. Musíte být struční a energičtí. Proč? Protože Váš závěr si budou lidé pamatovat nejlépe. A pokud se stane a budete v nesnázích, připravený závěr vás vždy zachrání.

## 10. MLUVTE KRÁTCE

Stručnost je pravidlo číslo jedna. Pokud budete mluvit krátce, budete se spíš držet tématu, neuděláte tolik chyb a nezačnete publikum nudit. Měli byste skončit tak, aby vaše publikum chtělo raději více, než méně. A nezapomeňte, že ještě bude následovat diskuse.

# 7 KROKŮ ÚSPĚŠNÉ PREZENTACE



1. Jasně stanovte váš cíl prezentace
2. Co chtějí slyšet posluchači (cíle posluchačů)
3. Stanovte tři a jednu klíčovou zprávu
4. Navrhněte osnovu nebo plán prezentace
5. Připravte si formu, vizuální pomůcky
6. Připravte přitažlivý (žertovný) úvod
7. Připravte nezapomenutelný závěr

# JAK SE PŘIPRAVIT

## PUBLIKUM

Jací jsou?

Jaký řeší problém?

Co jim dělá starost? Jaké mají ambice?

Na co by se mě zeptali, kdyby mohli?

Na čem stojí naše sdílená identita?

Jaké hodnoty máme společné?

## MOJE SDĚLENÍ

Co chci, aby si zapamatovali?

Co chci, aby přitom cítili?

Co chci, aby udělali?

O čem je chci přesvědčit / Jak chci změnit jejich současný postoj?

*Leader nekomunikuje informace, ale vizi, směr a motivaci ke společné práci.*

## OTÁZKY

Co by se mě pravděpodobně zeptali, kdyby mohli?

Jaké budou mít námítky?

Proč je obtížné je přesvědčit?

So what? A co má být? Jak se mě to týká?

Proč to potřebuji vědět?

# MOJE PUBLIKUM

Identifikujte klíčového člověka v publiku, to je ten, který dělá rozhodnutí, nebo ten, jehož myšlení musíte nejvíce změnit. Pak se zamyslete nad tím, jaký je komunikační typ a jaký formát prezentace mu bude nejvíce vyhovovat.

	Osobnostní typ	Potřeby	Prezentace
Vnímání okolního prostředí	Extrovert	interaktivní diskuse	hodně času věnovat diskusi a otázkám
	Introvert	čas k reflexi informací	Poskytnout část, nebo celý obsah předem
Získávání informací	Smysly	Fakta a všechny detaily	ujistěte se, že jste zahrnuli všechny relevantní fakta a detaily v prezentaci, nebo v příloze
	iNtuice	the Big Picture	uvedte nejprve shrnutí
Zpracování informací	Myšlení	Pochopení principů, nákladů, benefitů	identifikujte principy, náklady a benefity
	Cítění	pro koho je to podstatné a proč	jaké jsou dopady na jednotlivce a skupiny, kterých se to týká
Životní styl	Usuzování	Závěry	Prezentujte nejprve závěry
	Vnímání	Alternativy	Uveďte všechny alternativy, které jste zvažovali

## PREZENTACE MANAGEMENTU

### Silný začátek:

dejte najevo, že to nebude ztráta času

### Efektivní řízení času

Spád, k věci, dost prostoru k diskusi

### Flexibilita

Připravte se na přeskokování, změny, vynechávání a naopak využití příloh (backup)

### Argumentace

Management hledá díry ve vaší argumentaci, chce si být jist, že může věřit vašim závěrům

### Jednoduchost

Kratší, jednodušší, hovorovější

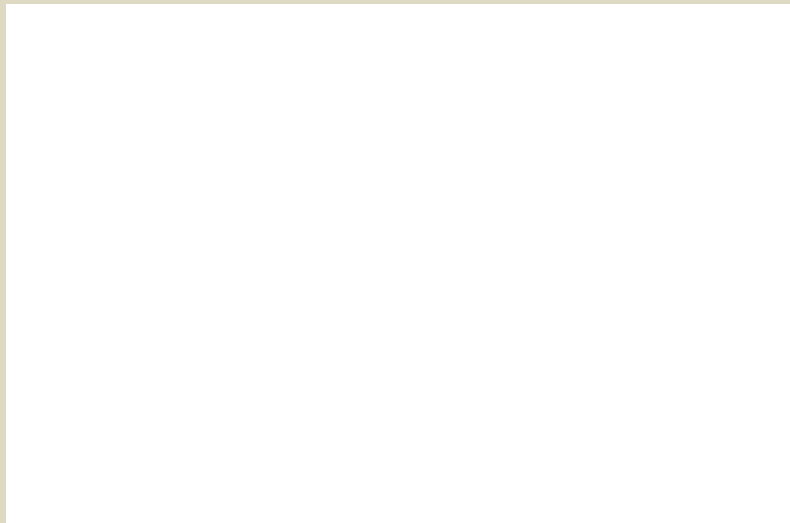
---

# ARGUMENTY A ILUSTRACE

## ARGUMENTY

**Jak racionálně podpořím své sdělení?**

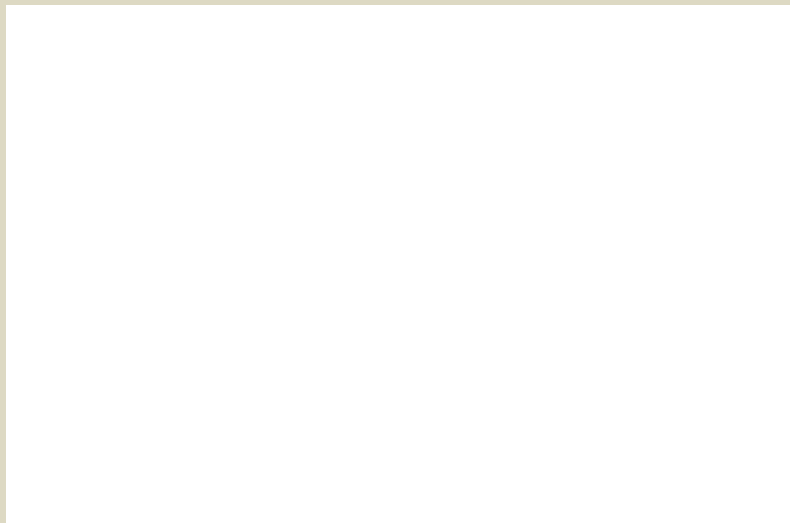
Čísla, grafy, tabulky  
Reference a zdroje autority  
Detaily  
Schémata, Big Picture



## ILUSTRACE

**Jak emocionálně podpořím své sdělení?**

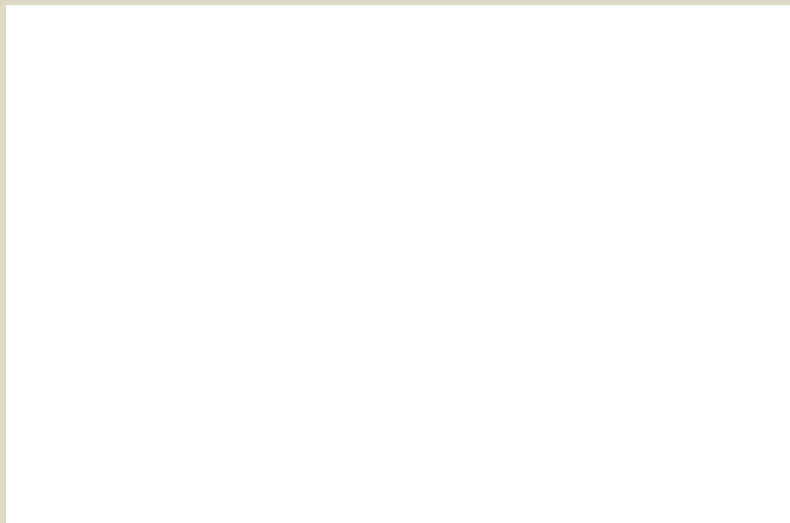
Fotky, video  
Příklady, příběhy, zážitky  
Citáty  
Ukázky, demo



## INTERAKCE

**Jak zapojím publikum?**

Otázky do publika?  
Hlasování, barometr  
Práce v mini skupinách (Buzz Group)  
Fyzický pohyb  
Interakce – otázky z publika



# ARGUMENTACE

## **Připravte seznam všech podpůrných argumentů a důkazů, kterými podpoříte vaše řešení**

- Do svého seznamu zahrňte vše, co je relevantní.
- Zahrňte nejen argumenty a důkazy ve prospěch vašeho sdělení, ale i argumenty proti.
- S argumenty proti se budete muset také vypořádat a je podstatně lepší, když je do prezentace zahrnete vy, než když to udělá někdo z publika.

## **Výběr z co nejširšího typu argumentů**

- Reálná a specifická data jsou lepší než abstraktní koncepty (např. případové studie)
- Kvantitativní a kvalitativní
- Čím více argumentů tím lépe
- Argument potvrzující existenci problému
- Argumenty proti svému vlastnímu řešení
- Nové a odlišné argumenty

## **Jaké argumenty jsou přesvědčivé**

- Vyplývající z autority, kterou vaše publikum respektuje
- Konsistentnost s předchozím chováním a strategií
- Reference a nejlepší praxe
- Výjimečná příležitost

## **Jaké argumenty vynechat**

- Argumenty, které publikum shodí, irituje, obviňuje
- Nerelevantní argument poškozuje i dobré argumenty

# JEDNODUCHOST

Při prezentaci se stáváte kurátorem, který vybírá a organizuje materiál tak aby dosáhl co největšího efektu s ohledem na cíl prezentace. Nemůžete zahrnout všechno. Pokud se budete snažit zvládnout příliš mnoho, vaše publikum si ve skutečnosti nezapamatuje nic.

K jednoduchosti se můžeme dostat několika způsoby:

1. Stanovte si klíčovou myšlenku a tvrdě určete priority ohledem na potřeby publika
2. Umění jednoduchosti spočívá v tom vědět co vynechat, nikoliv v tom co zahrnout
3. Správná organizace dokumentu dělá materiál jednodušší. Uvádějte na začátku agendu a shrnutí. Poskytněte publiku „mapu“ toho co je čeká a jak dlouho to bude trvat.
4. Pomelo technika (pomelo je přerostlý grapefruit, který není tak hořký) Použijte známý koncept, na který pověsíte novou myšlenku. (je to stejné jako, ale s tímto rozdílem ...)

**Uvedte svou myšlenku titulkem, podobně jako v novinách. Přinutě se k tomu, aby byl titulek na dva řádky a obsahoval sloveso. Může mít i dvě věty**

.....

.....

**Vyberte jedno slovo, které vám pomůže vaši myšlenku nejlépe charakterizovat?**

**Ne dvě. Jedno.** .....

**Napište si myšlenku, kterou chcete skončit. Pokud by to byla jedna věc, kterou si posluchači budou pamatovat, která by to byla?**

.....

.....

**Jak byste vaši myšlenku nakreslili někomu na papír? Zkuste přitom tyto formáty:**

**Stav před a stav po.**

Je zřejmé v čem spočívá výhoda vašeho návrhu?

**Harmonogram**

Jaké podnikneme kroky a co nás čeká za milníky

**System**

Z jaký části se moje myšlenka skládá, jak spolu souvisí



# PŘEKVAPENÍ

Jak získat a udržet pozornost publika?

Musíme publikum vždy něčím překvapit a vzbudit jeho zvědavost. Lidé milují překvapení, záhady, problémy, otázky napětí jak to dopadne. Pozornost nezískáme standardním, předvídatelným způsobem prezentace.

Lidé udrží pozornost maximálně deset minut. Proto se snažte svůj materiál strukturovat do desetiminutových bloků a každý z nich restartujte novým momentem překvapení.

Pozornost získáme zapojením emocí, příběhem, osobní zkušeností, experimentem, cvičením, řečnickou otázkou, uvolněním atmosféry, změnou tempa, hlasu, obrazem ...

Způsob jak vytvořit z vaší prezentace systematický sled překvapení je shrnut v technice Situace x Komplikace X Řešení (popsána samostatně)

**Zamyslete se nad následujícími možnostmi, jak povzbudit zvědavost vašeho publika:**

**Otázka na začátku, která bude mé publikum pravděpodobně zajímat?**

.....

**Neobvyklý fakt, kuriosita, překvapení?**

.....

**Změna formátu?**

**Mohu použít předmět, hudbu, interaktivní demonstraci, pohyb, video, experiment .....**

.....

**Jak podpořím napětí řečnickou otázkou?**

Představte si co se stalo .....

A teď pozor .....

To by Vás nenapadlo .....

# KONKRÉTNOST

Jak udělat náš materiál jasný a pochopitelný?

Musíme naše sdělení popsat na konkrétních příkladech a smyslových zážitcích. Samotná slova zůstanou těžko uchopitelná a nezapamatovatelná (vzpomeňte si na dokumenty popisující misi vizi firmy).

Jak udělat sdělení konkrétní:

- Příběhy
- Experimenty a demonstrace
- Vizualizace a fotografie
- Přířloví a přirovnání

# KREDIBILITA

Naše sdělení musí být kredibilní, aby ho lidé brali vážně.

Často je naše kredibilita zaštitěna naším titulem, vizitkou, firmou pro kterou pracujeme. Existují i další způsoby jak podpořit svou autoritu:

Jak udělat sdělení více kredibilní:

- Jakou mohu použít referenční autoritu, která podpoří mé sdělení
- Jaké použiju detaily (datum, číslo, procento, jméno, okolnost ...)
- Mohu nechat posluchače vyzkoušet si něco na vlastním zážitku?
- Jak použiju sílu lidského měřítka (rozdíl mezi milionem vteřin a miliardou vteřin)
- Mohu uvést i příklady, které odporují mému doporučení?
- Mohu uvést i alternativu, než je moje vlastní doporučení?

# EMOCE

Lidé musí něco cítit, pokud chceme u nich vyvolat zájem o naše téma a získat je na svou stranu:

- Co z toho budu mít
- Jak to řeším můj problém  
(vaše prezentace by vždy měla řešit problém publika, nikoliv váš vlastní)
- Lidé se identifikují s konkrétním příběhem (člověka, věci, krajiny)
- Zájem lidí je kritické získat na začátku prezentace.

Použijte techniku P.U.N.C.H.

- Personal (osobní)
- Unexpected (překvapivé)
- Novel (novinka)
- Challenging (provokativní)
- Humorous (vtipné)

# PŘÍBĚH

Lidé jsou nastaveni k poslouchání příběhů.

Příběh dokáže jednoduchým způsobem obsáhnout všechny chytlavé momenty: jednoduchost, překvapení, emoce, konkrétnost, kredibilita

Archetypy příběhů:

- Příběh výzvy (David a Goliáš)
- Příběh spojení (Titanic, Romeo a Julie)
- Příběh kreativity (Apple)

Kde vidět příběhy

- Příběhy co se staly ve vaší organizaci
- Hypotetické příběhy, které by se mohly stát
- Metafory

# STRUKURA PŘÍBĚHU

Struktura příběhu v business praxi seskládá ze třech částí: KONTEXT – AKCE – VÝSLEDEK. Dá se rozepsat do této struktury

## PŘEDMĚT VYPRÁVĚNÍ

O čem budete mluvit

## VÝZVA

O co usilujete? Stojí to za to?

Uvedte posluchače do kontextu. Získejte zájem publika, podpořte reálnost a důvěryhodnost příběhu, vzbudte zvědavost co se stane ...

Kde a kdy se váš příběh odehrává?

Kdo je hlavním hrdinou?

Jaký má cíl?

## PŘEKÁŽKA

Jaké překážky, konflikty a nebezpečí stojí v cestě?

Konflikt je hlavním principem příběhu.

Pokud nemá příběh konflikt, tak se ani nedá mluvit o příběhu.

## VÝSLEDEK

Jak to dopadlo?

## PROČ

Co jsme se z příběhu naučili?

Jak se to týká situace mých posluchačů?

Co chci aby na základě příběhu udělali?

Jaké je z něj ponaučení?

# SITUACE KOMPLIKACE ŘEŠENÍ

Kouzlo všech dobrých příběhů spočívá v umění vytvořit napětí a to následně uvolnit / vyřešit. Na tomto principu budeme vytvářet příběh naší prezentace.

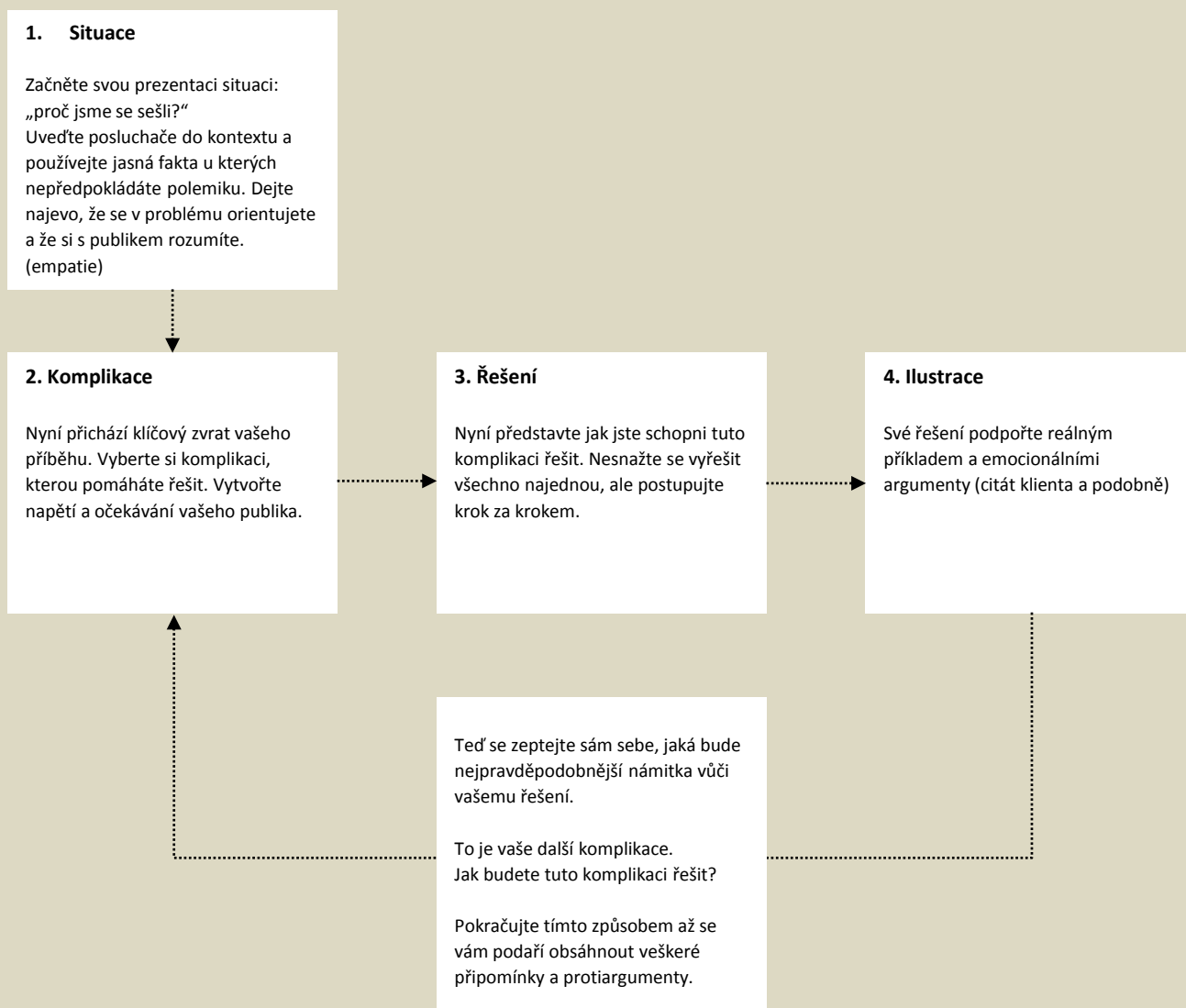
**Co budete potřebovat:**

**Doporučení / Řešení**

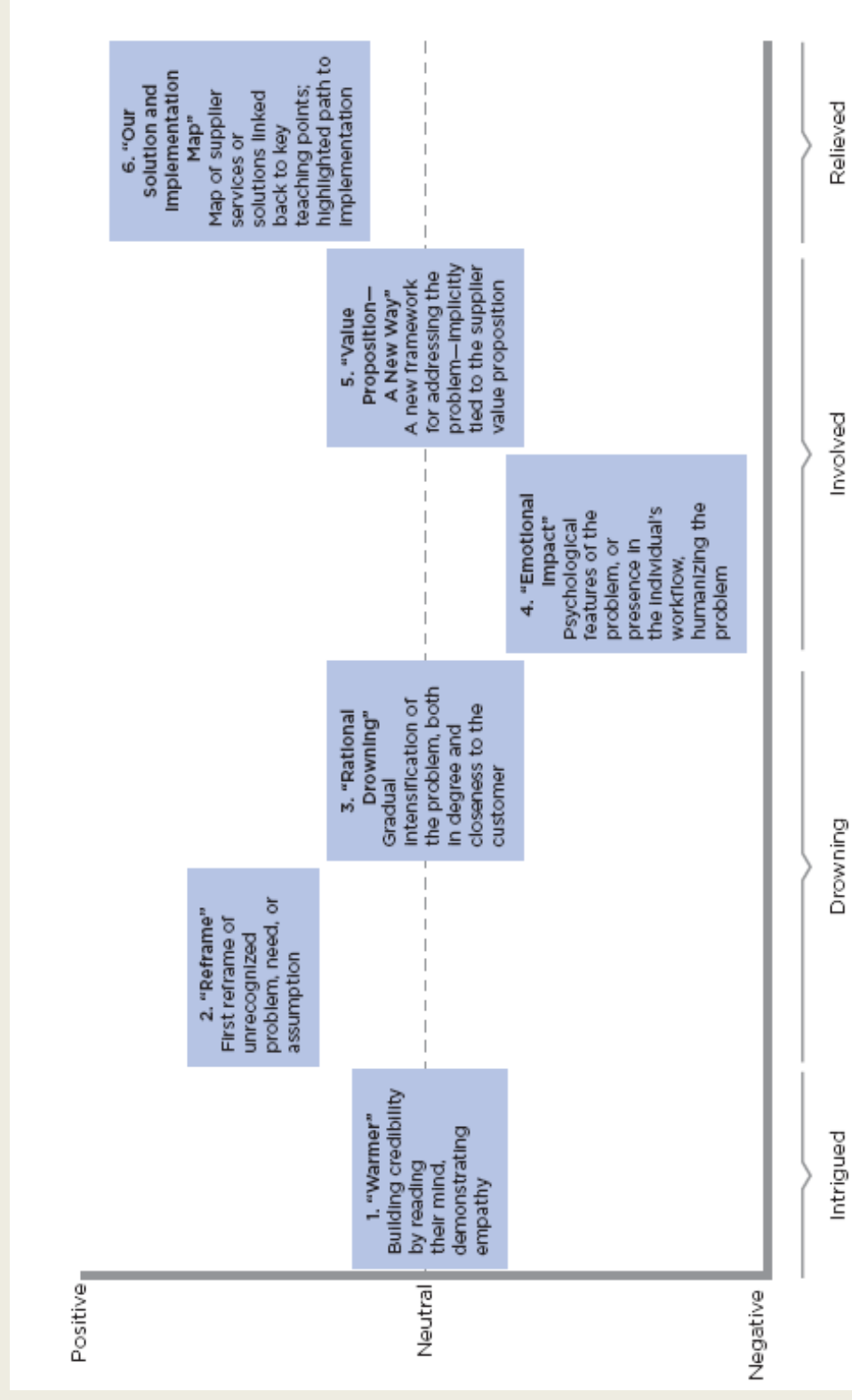
**Racionální argumenty** (Důkazy, čísla, reference, grafy)

**Emocionální argumenty** (Příklady, otázky, ilustrace, metafory)

**Nyní jste připraveni vytvořit z těchto částí příběh**



# SCÉNÁŘ OBCHODNÍ PREZENTACE



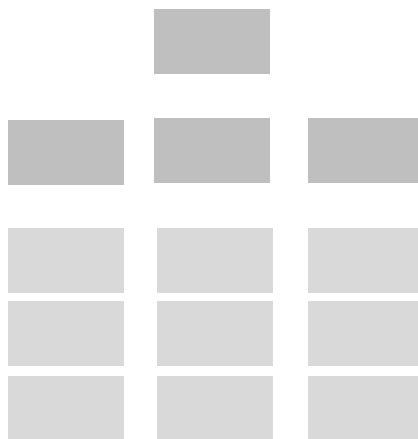
# PRINCIP PYRAMIDY

Princip Pyramidy je skvělý způsob jak strukturovat argument. Můžete ho použít, pokud chcete vysvětlit své závěry a komunikovat hypotézy ostatním.

**Struktura vypadá následovně:**

1. Na vrcholu pyramidy je váš závěr / doporučení
2. Vrchol postavte na hlavních tezích / tvrzeních
3. Tvrzení můžete argumenty podepřít dalšími informacemi

Podpůrné argumenty mohou být odpovědi na některé z těchto otázek: Proč? Jak? Co?



# JEDNOSTRÁNKOVÉ MEMO

Způsob jak rychle a efektivně shrnout své závěry na jedné straně A4

1. Můj závěr / doporučení
2. Situace / Kontext, z kterého vycházím
3. Jak můj návrh funguje
4. Jaké přináší výhody
5. Jaké jsou další kroky

# PRVNÍ DOJEM

## **Bud'te svoji**

### **Soustřed'te se zcela na přítomnost**

Nerozptylujte se, volně dýchejte, smějte se

### **Zajímejte se o věc**

Nejlepší způsob jak nudit je být sám znuděný

## **Bud'te v klidu**

### **Udržujte spojení s publikem**

Oční kontakt, konverzace, otázky

### **Pevná pozice**

Ukotvěte se, zklidněte tělo a ruce, pohybujte se cíleně

## PRVNÍCH 15 VTEŘIN

Zaujměte pozici

Pauza

Oční kontakt

## JAK ZAČÍT

V úvodu jde o získání pozornosti a přízně posluchačů – musíte jim v úvodu vyložit, co je očekává

1. Startovní signál
2. Uvítání
3. Představení sebe a své kompetence pro příslušnou oblast
4. Informace o cílech, obsahu a průběhu prezentace

## TECHNIKA P.U.N.C.H.

**Personal** (osobní)

**Unexpected** (nečekané)

**Novel** (Novinka)

**Challenging** (provokativní)

**Humorous** (vtipné)

- Příhoda, kterou jste v den své prezentace zažili a která se hodí k tématu
- Vhodný citát nebo přísloví
- Řečnická otázka
- Vtip
- Příběh, pohádka, anekdota
- Historická událost
- Malé představení (chemický pokus apod.)



# JAK SKONČIT

**Vraťte se zpátky na začátek,**  
zeptejte se stejnou otázkou, uveďte stejnou fotku, graf

.....

**Shrňte hlavní body,**  
ale udělejte ještě něco navíc (něco nečekaného, překvapivého, vizuálního)

.....

**Ještě jeden příběh**

.....

**Ukažte citát**

.....

**Nechte publikum vygenerovat body,**  
které je zaváží ke změně

.....

# JAK ZAPOJIT PUBLIKUM

Plánujte svůj materiál v desetiminutových blocích, déle pozornost neudržíte. Musíte vždy své publikum restartovat. Můžete přitom použít techniky PUNCH nebo startovací knoflík. Nebo některou z těchto metod:

- 1. Změna rytmu, přednesu, hlasu nebo hlasitosti**
- 2. Položení otázek do publika**  
Co myslíte, že se stane? Kde je největší problém? ...
- 3. Ukázka, videoklip, obrázek**  
autentické, humorné, překvapivé. Narušte klidně šablonu prezentace. Pracujte s přechodovými snímky
- 4. Hlasování, barometr**  
kolik z vás si myslí? Kdo má .....? Kdo byl .....? Otázky fungují, když jsou provokativní, když nemají zcela jednoznačnou odpověď
- 5. Rychlý brainstorming**  
Navrhněte řešení ... co jsou největší zabijáci prezentace? .... Co se vám osvědčuje při odbourávání trémy? ... a podobná rychlá cvičení zapojí publikum. Můžete kombinovat s dalšími technikami práce v menších skupinách
- 6. Práce s dobrovolníkem**  
s úspěchem využíváno například v cirkuse ☺. Můžete využít například při cvičení neverbální komunikace, role play, nebo hry
- 7. Vizualizace na flipchart**  
vizualizace nápadů, konceptů na flipchart je výborným nástrojem jak zapojit publikum, vytvořit něco rukama, namalovat, uvědomit si souvislosti. Více na [gogamestorm.com](http://gogamestorm.com)
- 8. Malé diskusní skupiny**  
rozdělte větší publikum do menších skupin a zadejte jim úkol, otázku. Pak nechte jednoho, aby shrnul výstupy práce skupiny

# PIXAR STORY

#1: You admire a character for trying more than for their successes.

#2: You gotta keep in mind what's interesting to you as an audience, not what's fun to do as a writer. They can be very different.

#3: Trying for theme is important, but you won't see what the story is actually about til you're at the end of it. Now rewrite.

#4: Once upon a time there was \_\_\_\_\_. Every day, \_\_\_\_\_. One day \_\_\_\_\_. Because of that, \_\_\_\_\_. Because of that, \_\_\_\_\_. Until finally \_\_\_\_\_.

#5: Simplify. Focus. Combine characters. Hop over detours. You'll feel like you're losing valuable stuff but it sets you free.

#6: What is your character good at, comfortable with? Throw the polar opposite at them. Challenge them. How do they deal?

#7: Come up with your ending before you figure out your middle. Seriously. Endings are hard, get yours working up front.

#8: Finish your story, let go even if it's not perfect. In an ideal world you have both, but move on. Do better next time.

#9: When you're stuck, make a list of what WOULDN'T happen next. Lots of times the material to get you unstuck will show up.

#10: Pull apart the stories you like. What you like in them is a part of you; you've got to recognize it before you can use it.

#11: Putting it on paper lets you start fixing it. If it stays in your head, a perfect idea, you'll never share it with anyone.

#12: Discount the 1st thing that comes to mind. And the 2nd, 3rd, 4th, 5th – get the obvious out of the way. Surprise yourself.

#13: Give your characters opinions. Passive/malleable might seem likable to you as you write, but it's poison to the audience.

#14: Why must you tell THIS story? What's the belief burning within you that your story feeds off of? That's the heart of it.

#15: If you were your character, in this situation, how would you feel? Honesty lends credibility to unbelievable situations.

#16: What are the stakes? Give us reason to root for the character. What happens if they don't succeed? Stack the odds against.

#17: No work is ever wasted. If it's not working, let go and move on - it'll come back around to be useful later.

#18: You have to know yourself: the difference between doing your best & fussing. Story is testing, not refining.

#19: Coincidences to get characters into trouble are great; coincidences to get them out of it are cheating.

#20: Exercise: take the building blocks of a movie you dislike. How d'you rearrange them into what you DO like?

#21: You gotta identify with your situation/characters, can't just write 'cool'. What would make YOU act that way?

#22: What's the essence of your story? Most economical telling of it? If you know that, you can build out from there.