

Piotr Bucki

?

JAK

SZLIFOWAĆ

WYSTĄPIENIA

praktyka wystąpień publicznych



FISZKI®

MAŁY FORMAT – WIELKA TREŚĆ

SPIS TREŚCI

Przedstaw się	1
Przygotowanie	3
Struktura prezentacji	7
Narracja	26
Język prezentacji	32
Perswazja w prezentacji	34
Cechy dobrych mówców	36
Lista rzeczy „do zrobienia”	38

Koncepcja serii: Sławomir Kuchta
Projekt graficzny i skład: Marcin Rodziewicz
Redakcja: Patrycja Wojsyk
Korekta: dr Tomasz Karpowicz
Ilustracje: www.fiszki.pl/autorzyfoto

© Wydawnictwo Cztery Głowy, Gdańsk 2016
Wydanie elektroniczne, ISBN: 978-83-7843-328-6
biuro@fiszki.pl

[Kup książkę](#)

SŁOWO O KOMPETENCJACH XXI WIEKU

Carnegie Institute of Technology podaje, że 85% naszych sukcesów zawodowych i finansowych zależy od tego, jak komunikujemy, negocjujemy i budujemy relacje – wskazuje zatem na kompetencje miękkie, jako źródło przyszłych sukcesów.

Tymczasem wyraźnie widać, że kompetencje te są w systemie edukacji traktowane po macoszemu. Sama semantyka temu sprzyja: *miękkie*, czyli nieco gorsze od tych *twardych*, *solidnych*. *Miękkie*, czyli jakoby bardziej ulotne, subtelniejsze, z założenia bardziej „humanistyczne” – w przeciwieństwie do tych *twardych*, czyli konkretnych, mocnych, z definicji – „technicznych”.

Nauczmy się kształcić kompetencje miękkie na równi z tymi twardymi! Twórzmy model zrównoważonego rozwoju osobowości. Twarde kompetencje to solidne podstawy, ale bez kompetencji miękkich będą jak fundament, którego nie widać, gdyż nie wystaje ponad grunt.

PIOTR BUCKI

jeden z autorów
fiszek rozwijających
kompetencje XXI wieku



Kup książkę



PRZEDSTAW SIĘ

ZAMIAST WSTĘPU

Wszyscy mówimy, a tylko niektórzy komunikują. Wszyscy oddychamy, a tylko niektórzy oddychają prawidłowo. Wszyscy chodzimy, a naprawdę niewielu zachowuje przy tym nienaganną postawę. Zauważmy, że umiejętności nabyte bez udziału świadomości to te, nad którymi najtrudniej pracować. Jednak warto to zrobić.

Warto, gdyż komunikowanie, prezentowanie oraz przemawianie to też osiąganie celów, wywieranie wpływu i pierwszego wrażenia.

„Cześć! Mam na imię Piotr i pomagam ludziom mówić to, co chcą powiedzieć, i komunikować to, co naprawdę warto komunikować”.



Wiele osób rozpoczyna wystąpienia od przedstawienia się nudną formułą. Tymczasem mózg odbiorcy reaguje na proste i intrygujące komunikaty.

Zamiast więc cytować to, co masz napisane na wizytówce, powiedz, jak masz na imię, i wygłoś jedno zdanie, które naprawdę opisuje to, co robisz. Zamiast mówić, że jesteś projektantem reklam wielkopowierzchniowych, możesz powiedzieć, że porządkujesz chaos reklamowy w miastach.

Pierwsze zdanie prezentacji nie może wiać nudą. Zgrane formuły są odrzucane przez nasz mózg.



PRZEDSTAW SIĘ

MNIEJ — TO WIĘCEJ!

„Cześć, mam na imię Piotr i do tej pory przeszkoliłem z komunikacji 12 tysięcy osób”.

Taki komunikat może być uznany za zbyt narcystyczny, ale pokazuje skalę działania. I obszar kompetencji.

Gdy rozpoczynasz prezentację (nawet wśród osób, które cię znają), to podaj jedną, bardzo ważną informację, która pokazuje Twoją przewagę w danej dziedzinie. Zawsze lepiej wymienić jedną, naprawdę ważną, budzącą emocje i ukazującą kompetencje rzecz, która zapada w pamięć, niż kilka mniej istotnych. Życie jest sztuką wyboru. Komunikacja – również.

1 > 6

ĆWICZENIE 2

PRZEDSTAW SIĘ



Jeden z uczestników moich szkoleń dla firm rozpoczynających działalność (tzw. start-upów) przedstawił się w następujący sposób:

„Cześć, mam na imię Łukasz i kiedy ostatni raz stworzyłem start-up, to CrunchBase pozwał nas do sądu”.

W określonym kontekście (słuchacze wiedzieli, co to jest CrunchBase i że zdarzenie świadczy o byciu niezłym chojrakiem) to jedno zdanie było perfekcyjne.

Znajdź jedno zdanie, które w określonym kontekście powie o Tobie dokładnie to, na czym Ci zależy. Pozycjonuj się na eksperta, specjalistę.



PRZYGOTOWANIE DO PREZENTACJI

Czas poświęcony na przygotowanie prezentacji musi być odwrotnie proporcjonalny do poziomu kompetencji w dziedzinie wystąpień publicznych (co nie oznacza, że jeśli występujesz często, to masz się nie przygotowywać!). Czas przygotowania trzeba też uzależnić od wiedzy w danym obszarze. Masz mówić o tym, na czym się znasz.

Na czas przygotowania składają się:

- › opracowanie konceptu narracji (w tym ustalenie celu prezentacji)
- › zebranie materiałów
- › stworzenie narracji
- › opracowanie prezentacji
- › przećwiczenie prezentacji.

Przy szczególnie ważnych wystąpieniach potraktuj przygotowanie jak projekt – określ także cel i zadania, które pozwolą Ci go zrealizować.



Przygotowanie dobrej prezentacji to projekt, a każdy projekt warto podzielić na zadania. Jaka jest różnica między projektem a zadaniem? Projekt to całość – Twoja prezentacja. Zadania to elementy, które pozwalają projekt zrealizować. Zadania łatwo jest zmierzyć, można je umiejscowić w czasie. Jeżeli masz przygotować prezentację na dzień X, to wiesz, kiedy zakończyć projekt, ale bez podzielenia go na zadania będziesz jak dziecko we mgle.

Ustal datę najbliższej dużej prezentacji i podziel pozostały Ci czas na zadania:

1. opracowanie konceptu – praca kreatywna
2. zebranie materiału – tzw. *research*
3. stworzenie narracji
4. opracowanie prezentacji
5. próby.



Komunikacja może być efektowna, ale przede wszystkim powinna być efektywna. Najważniejsze pytanie, które warto sobie zadać przed prezentacją, to „DLACZEGO?”. Jaki jest cel mojej prezentacji? Co chcę osiągnąć? Z jaką myślą mają wyjść moi słuchacze? Na jakie działanie chcę ich nakierować? Klarowna, prosta misja sprawia, że mózg słuchacza łatwo podąża za mówcą.

J.F. Kennedy powiedział:

„Sądzę, że nasz naród powinien postawić sobie za cel, aby przed końcem tej dekady wysłać człowieka na Księżyc i sprowadzić go bezpiecznie na Ziemię”¹.

Menadżerowie zbyt często mówią:

„Musimy zwiększyć przewagę konkurencyjną dzięki innowacyjnym strategiom biznesowym”.