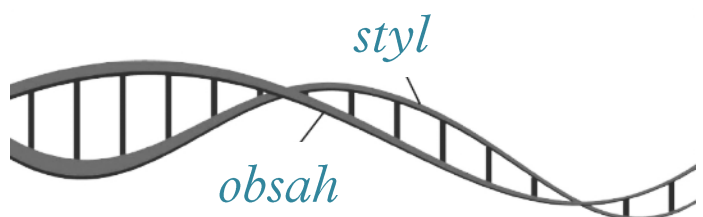

Koncepční prezentace

*koncepční a marketingové myšlení
v komunikaci*

TOMÁŠ ZYKÁN
topvision



Pokud chcete cokoli prosadit, musíte prezentovat. Přesto je efektivnost prezentací velmi nízká a nejde nutně o to, že by lidé neuměli vystoupit před lidmi.

Prezentace je:

Jasně myšlení
Umění věci zjednodušit
Řešení problému
Empatie s publikem
Umění motivovat

Představuji výběr treninků, které kombinují veřejné vystoupení s perspektivou marketingu, konsultingu, vizuální komunikace a vedení týmu. Používám přitom techniky nejlepší praxe tak, jak je praktikují firmy McKinsey & Co, Microsoft, eBay, Google, Motorola, ExxonMobil a další.

TOMÁŠ ZYKÁN
lektor a konzultant



Tento dokument je rozdělen do 2 částí

Část 1

V čem je tento přístup jiný 4

Na počátku je myšlenka
Boardroom nebo Ballroom je velký rozdíl
Různé účely vyžadují různé techniky
Metoda extrémní prezentace
Chytlavé sdělení
Vizuální komunikace

Část 2

Osnova treninků 10

Prezentace pro Board
Prezentace pro tým
Prezentace, která prodává
Prezentace na konferenci
Presenting in English
Kreativní variace

Představení lektora 18

Na počátku je myšlenka

Prezentační dovednosti se často zaměřují na vlastní vystoupení před lidmi. To znamená, jak nebýt nervózní, jak zvládat neverbální komunikaci, jak řídit diskusi, jak pracovat s hlasem a podobně.

Ze zkušeností se přitom potvrzuje, že klíčem k perfektní prezentaci je právě zaměření na vlastní obsah. Je to cesta, která je obtížnější, nedá se obejít zkratkou, ale má zásadní vliv na kvalitu výsledku.

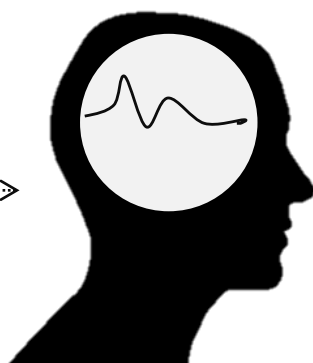
Jasně myšlení pak můžeme zpracovat do formy nezapomenutelného příběhu. Příběhu, který je dynamický, emocionální, přesvědčivý.

Samotný přednes a interakce s publikem je vyvrcholením celého procesu. Bez myšlenky a příběhu, ale styl zůstává prázdným gestem.



Myšlenka

- Zformulování návrhu
- Řešení problému
- Analýza alternativ
- Logika argumentu
- Práce s protiargumenty
- Utřídění dat a ilustrací



Příběh

- Scénář nezapomenutelného příběhu
- Zjednodušení podstatného a vynechání podružného
- Zapojení emocí a logiky
- Vizualní zpracování
- Překvapivý začátek
- Nezapomenutelný konec



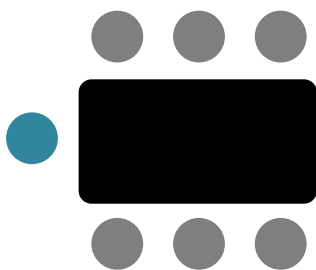
Styl

- První dojem
- Neverbální komunikace
- Tréma
- Práce s hlasem, výslovnost, dynamika
- Zapojení publika
- Zvládání otázek
- Facilitace diskuse

“Boardroom” nebo “Ballroom”, to je velký rozdíl

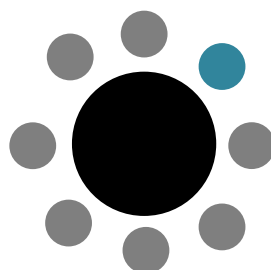
Trenink je efektivní, když řeší konkrétní situaci účastníků.

Prezentace pro board se bude lišit od prezentace pro tým. Prezentace u stolu se liší od prezentace na kongresu pro 500 lidí.



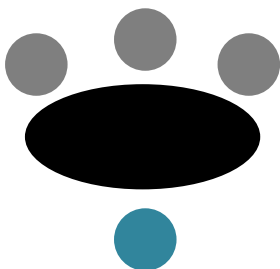
Prezentace pro management

Předkládání návrhu ke schválení, hodnocení výsledků, diskuse nad strategií, rozpočtem, organizací týmu nebo předložení business plánu investorům. Tato situace často souvisí s prezentací návrhů a doporučení.



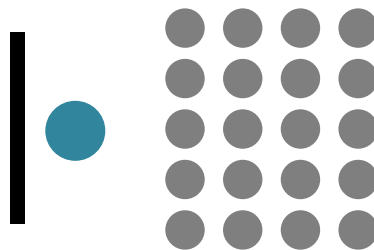
Týmová prezentace

Motivace týmu, rozdělení úkolů, projektové řízení, brainstorming nad problémy, diskuse, facilitace, vyhodnocování alternativ. Prezentace často vyžaduje umění zapojit účastníky, najít konsensus, motivovat ke změně.



Prodejní prezentace

Prezentace spojená s uměním uzavřít obchod. Často se jedná o prezentaci pro několik málo lidí, podpořenou písemnou nabídkou, nebo vystoupení na prodejním semináři. Obsah se soustředí na strukturu, konzultaci s klientem, využití emocí, čtení neverbální komunikace a umění říci si v pravou chvíli o kontrakt.



Konferenční prezentace

Může se jednat o kongres pro 1000 účastníků, nebo treninkový seminář pro 15 lidí. Otázkou je jak udělat sdělení zajímavým, zapamatovatelným, jednoduchým a motivujícím. Jak podpořit své sdělení efektivní vizualizací.

Různé prostředky pro různé účely



Předávání informací

Může se jednat o veletrh, kongres, tiskovou konferenci nebo schůzku týmu. Bude se Vám hodit technika chytlavého sdělení, zjednodušení, vizuální komunikace a zapojení emocí.



Trenink

Ať již jde o trenink nebo školení BOZP*, potřebujete umět získat pozornost, udělat sdělení snadno srozumitelné, a potřebujete změnit myšlení i chování svého publika.



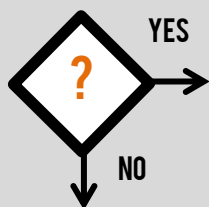
Reportování výsledků

Prezentujete výsledky managementu nebo týmu. Musíte umět vizuálně komunikovat, pracovat s čísly, grafy, tabulkami. Musíte umět zjednodušit. A musíte být připraven své výsledky obhájit v diskusi.



Prodej

I když prezentujete větší skupině nebo pouze několika lidem, musíte zvládnout techniky prodejního rozhovoru.



Dosažení rozhodnutí

Potřebujete se se svým týmem nebo managementem pro něco rozhodnout. Musíte umět prezentovat alternativy, facilitovat diskusi, argumentovat, shrnovat.



Řešení problému

Jak problém definovat? Na jakou úroveň řešení se zaměřit? Jak srovnat alternativy? Jak podpořit řešení argumenty? Jak motivovat k implementaci?

* Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Metoda extrémní prezentace

*Obsah workshopů vychází z kombinace nejlepší současné praxe prezentačních dovedností. Opírám se především o metodu Extremní prezentace, kterou vyvinul Dr. Andrew Abela. **

** (konzultant McKinsey&Co, profesor Catholic University Washington D.C. metoda je aplikována ve firmách McKinsey & Co., Xerox, Dell, Microsoft, eBay a dalších.*

Metoda pracuje s 5 prvky:

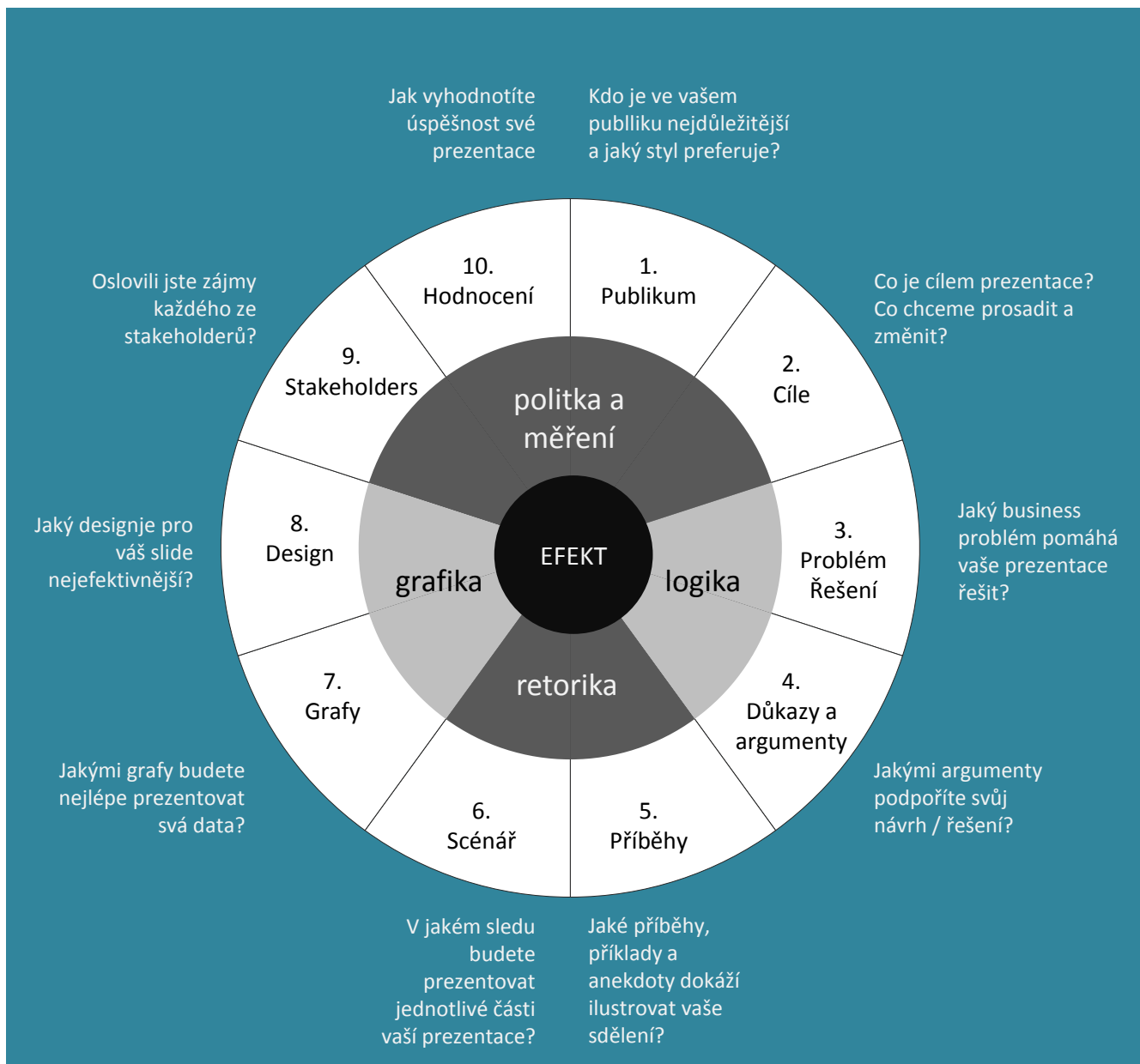
Logika: logika, argumentace, podpora návrhu

Rétorika: vytvoření napínavého příběhu

Grafika: efektivní vizuální komunikace

Politika: prosazení změny chování mezi stakeholdery

Měření: jak poznáme, že prezentace byla úspěšná



Technika chytlavého sdělení

Jsou sdělení, kterých si všimneme a nezapomeneme. Často jsou to zvláštní historky, příběhy, anekdoty, fámy. Šíří se jako epidemie a nepotřebují PR agenturu, reklamu ani billboardy.

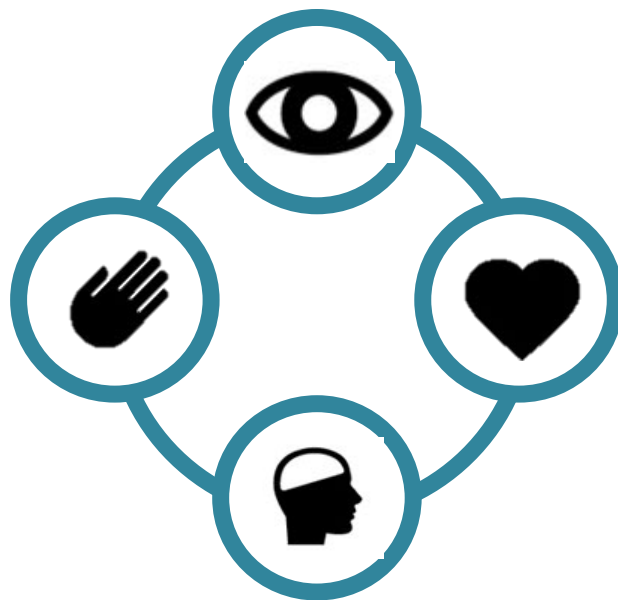
*Čím to, že nám uvíznou v hlavě?
Je možné se to naučit?
A dá se to použít pro moji prezentaci?*

Trenink pracuje s technikami *Made to Stick*, poprvé shrnutých autory Chip a Dan Heathových. Opírají se o 6 principů chytlavého sdělení:

1. **Jednoduchost**
2. **Překvapení** | jak získat pozornost
3. **Konkrétnost** | jak být srozumitelný
4. **Kredibilita** | jak získat důvěru
5. **Emoce** | jak získat zájem o věc
6. **Příběh** | jak ovlivnit chování

Pozornost

Jak ji získat a neztratit



Akce

Jak promítnout své sdělení do změny chování publika

Zájem

Jak získat lidi pro svou věc, vzbudit nadšení a chuť

Pochopení

Jak se vyjádřit jednoduše, srozumitelně, ale a přitom ne hloupě

Vizuální komunikace

Od profesionála se očekává, že dokáže dobře graficky komunikovat. Přesto se vizuální komunikace prakticky neučí. Naopak, jsme zavaleni papíry, které jsou příliš ošklivé na to, abychom se jimi vůbec zabývali.

Jak převést koncepty a myšlenky do infografiky?

Jak efektivně vytvořit vizuální příběh?

Jak pracovat s grafy, čísly, tabulkami?

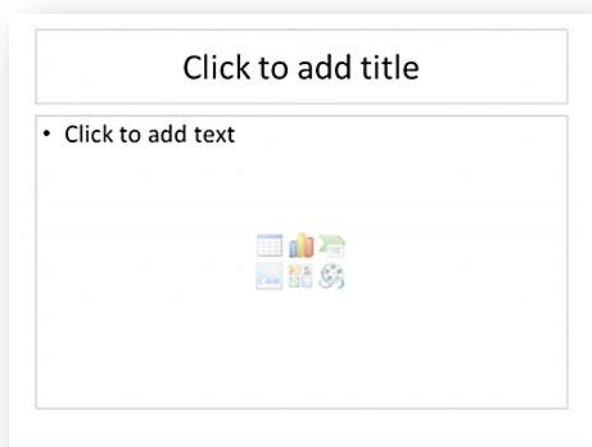
Jak efektivně prezentovat finanční analýzu?

Jak zjednodušit komplexní informace, bez ztráty souvislostí?

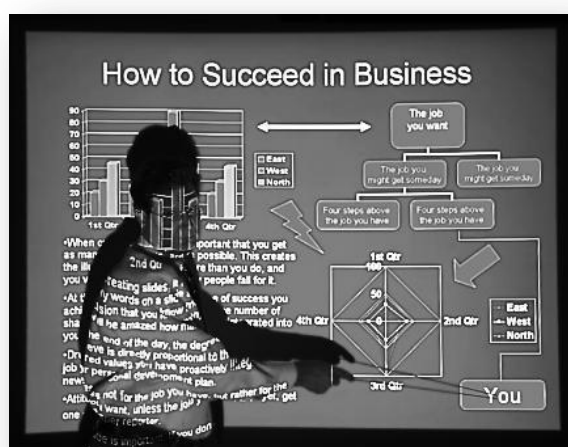
Jak dát své prezentaci a dokumentu dobrou grafickou úpravu?



DEATH BY POWERPOINT



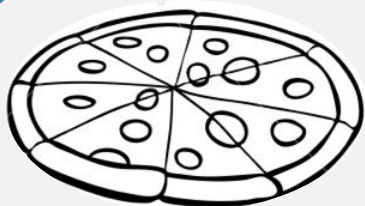
Na počátku je prázdný template



Na konci bývá ztráta času, peněz a dobrých nápadů

Část 2

Osnova modelových treninků

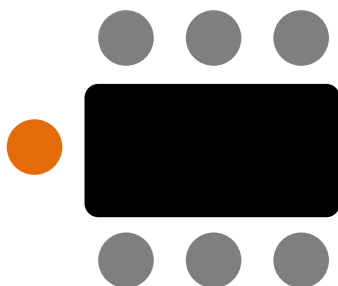


treninky jako pizza
připravené na podobném základu,
ale individuálně
podle situace a typu publika



Prezentace pro boardroom

Jak prezentovat vrcholovému managementu své myšlenky jasně a přesvědčivě. Jak získat podporu pro svůj návrh a přispět ke kvalitnímu rozhodování.



PŘÍNOS SEMINÁŘE

Komunikace, která vede ke změně myšlení a jednání publika

Zlepšení kvality rozhodování

Zvýšení produktivity jednání

Zaměření na řešení problému, nejen jeho reportování

KOMU JE SEMINÁŘ URČEN:

Manažerům a profesionálům, kteří prezentují managementu, investorům, akcionářům, důležitým klientům.

Jsou prezentace, při kterých jde o hodně. Jasná prezentace je přitom vizitkou jasného myšlení.

Může jít o schválení rozpočtu, odsouhlasení důležitého projektu, získání podpory pro novou strategii. Jedná se o prezentace, při kterých se dělají vážná rozhodnutí. Během dvaceti minut máte šanci získat podporu pro projekt, který jste připravovali se svým týmem měsíce. Anebo můžete podporu také ztratit.

Seminář se zaměřuje na kritické oblasti prezentačních dovedností: přesvědčivou logiku, jasnou strukturu, transparentní argumentaci, stručnost a efektivnost sdělení. Ale především se orientuje na dosažení výsledku.

Z obsahu semináře

Shrnutí komplexní myšlenky jednoduše a přehledně

Techniky problem solving

Strukturování obsahu a dramaturgie sdělení

Práce s přesvědčivými argumenty

Jak vytvořit příběh z čísel, dat a analýz

Jak podpořit své závěry vizuální komunikací

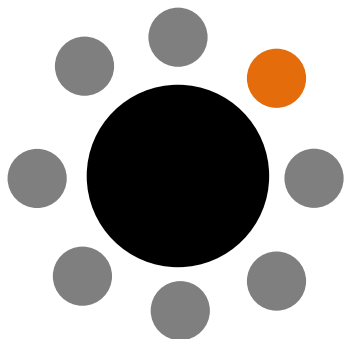
Jak efektivně zvládat diskusi

Jak upravit styl tak, aby vyhovoval různým osobnostem managementu

Trénink je veden formou praktických cvičení se zpětnou vazbou a diskusí. Pracujeme s případovou studií poskytnutou klientem, kterou v průběhu workshopu krok za krokem upravujeme.

Prezentace pro tým

Když prezentujete pro tým, musí být Vaše informace nejen jasná a srozumitelná, ale musíte umět získat ostatní pro svůj návrh, motivovat je, podpořit a vést.



Prezentace pro tým jsou méně formální a více časté. Nemusíme při nich promítat, častěji pracujeme s flipchartem, řešení vzniká v diskusi.

Nebo naopak potřebujeme přesvědčit kolegy o novém úkolu, získat je pro věc, vysvětlit důležité změny, sladit úsilí, koordinovat práci na projektu.

PŘÍNOS SEMINÁŘE

Zlepšení dynamiky v týmu

Motivace kolegů

Srozumitelnost úkolů

Vyšší kvalita rozhodování a výstupů

KOMU JE SEMINÁŘ URČEN:

Týmovým leaderům

Z obsahu semináře

Jak facilitovat jednání a zvládat diskusi

Umění zjednodušit a shrnout závěry

Jak udělat komplexní sdělení jednodušším a srozumitelným

Jak motivovat ke změně

Jak získat a udržet pozornost

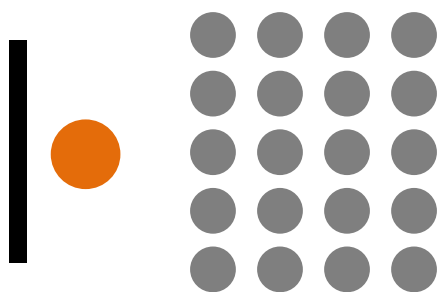
Jak vést jednání efektivně

Jak připravovat efektivní podklady pro diskusi a rozhodování

Trénink je veden formou praktických cvičení se zpětnou vazbou a diskusí. Pracujeme s případovou studií poskytnutou klientem, kterou v průběhu workshopu krok za krokem upravujeme.

Prezentace na konferenci / semináři

Prezentace před velkým fórem vyžaduje schopnost zaujmout a neztratit pozornost, vcítit se do publika a umět věci zjednodušit. Pravým uměním je pak oslovit nejen rozum, ale i srdce.



Prezentace na konferenci, semináři nebo před velkou skupinou lidí nám není přirozená; normální je mít trému a být nervozní. Přesto je to obrovská příležitost jak prezentovat své názory i osobnost a šířit svou myšlenku.

Workshop se zaměří na otázky jak udělat prezentaci zábavnou a přitom inspirativní. A jak se vyhnout nejčastějším chybám, prezentacím, které jsou příliš dlouhé, nudné, detailní a s nevhodnou vizuální podporou.

KOMU JE SEMINÁŘ URČEN:

Všem, kteří vystupují na konferencích a seminářích před větším počtem účastníků

Manažerům, kteří vystupují na interních konferencích

Odborníkům, kteří vedou treninkové semináře

Z obsahu semináře

Jak zaujmout a neztratit pozornost

Jak vytvořit z prezentace nezapomenutelný příběh

Jak udělat komplikované věci srozumitelnými a jednoduchými

Jak udělat sdělení dynamickým a zábavným

Jak efektivně graficky vyjádřit myšlenky a koncepty

Jak oslovit nejen rozum, ale i emoce publika

Jak vyvolat interakci s publikem a zvládat otázky

Jak si osvojit profesionální vystupování

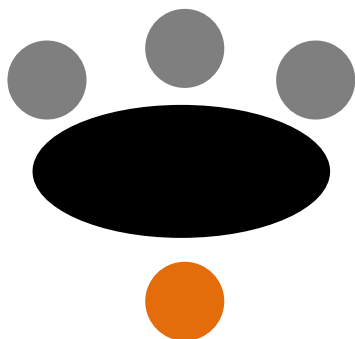
Jak zvládat nestandardní situace

Tipy a triky profesionálních řečníků

Trénink je veden formou praktických cvičení se zpětnou vazbou a diskusí. Pracujeme s případovou studií poskytnutou klientem, kterou v průběhu workshopu krok za krokem upravujeme.

Prezentace, která prodává

Prodejní prezentace kombinuje umění vyjednávat, konzultovat, řešit problém klienta, být sympatický a také umět si správně a v pravý čas říct o kontrakt.



PŘÍNOS SEMINÁŘE

Zlepšení obchodních nabídek

Orientace na klienta

Zvýšení efektivity prodeje

KOMU JE SEMINÁŘ URČEN:

Všem kteří připravují obchodní nabídky, jednají s klienty, nebo vedou prodejní semináře.

Seminář kombinuje prodejní a prezentační dovednosti a zaměřuje se na klíčové momenty prodejního procesu:

Schůzka s klientem

Příprava nabídky

Prezentace na prodejním semináři

Z prezentačních dovedností se věnujeme prvnímu dojmu, neverbální komunikaci, struktuře jednání, vedení konzultačního rozhovoru a využití emocí při prodeji. Zaměříme se i na písemné nabídky a nabídky emailem.

Z obsahu semináře

Jak správně odhadnout typ klienta

Struktura a dynamika obchodního jednání

Jak naslouchat a prodávat konzultačním způsobem

Jak správně argumentovat a pracovat s námitkami

Jak a kdy říci o kontrakt

Jak správně číst neverbální signály klienta

Jak pracovat v obchodě s emocemi

Jak připravit správnou obchodní nabídku

Jak psát tak, aby můj text prodával

Trénink je veden formou praktických cvičení se zpětnou vazbou a diskusí. Pracujeme s případovou studií poskytnutou klientem, kterou v průběhu workshopu krok za krokem upravujeme.

Presenting in English

A two-day workshop which will engage the participants in crafting compelling presentations with impact.



KEY BENEFITS

Make your English presentations more efficient

Make your points understood

Use persuasive vocabulary

Be confident and dynamic in your delivery

We'll combine the art of public speaking with the techniques of problem solving, creating powerful visuals, simplifying complex issues, and changing the hearts as well as minds of people.

Boardroom presentations

High-stakes presentations of complex issues, often to senior management, board, investors or important clients.

Ballroom presentations

Presentations in front of a large audience.

What will you learn

How to get attention and never lose it

How to make a point

How to make complex issues clear and understandable

How to express your concepts visually

How to build an unforgettable story from numbers, tables and charts

How to use emotions and not bore people

How to engage the audience

How to work a tough room and what to do when things go wrong

How to speak in front of a large audience

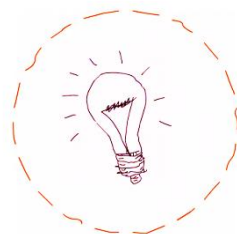
We'll use interactive exercises, feedback and facilitated discussions to develop participants' skills and knowledge of the techniques presented and encourage them to bring their own case studies. The workshop is based on the concepts: Extreme Presentation Method, Sticky Messages, Slideology, PresentationZen and others.

Kreativní variace



Komunikační hygiena

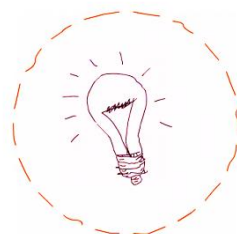
Jak dostat Váš tým, organizaci,
nebo projekt, do špičkové
komunikační formy



Individuální coaching

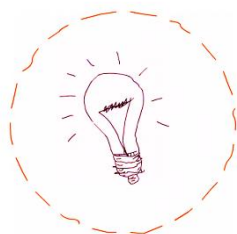
Vaše myšlenka, váš příběh, váš projekt.
Nenechme se rozptylovat
potřebami jiných

*Nenechme se omezit
předpřipravenými formáty.
Ty nejzajímavější nápady
vznikají vždy v dialogu.*



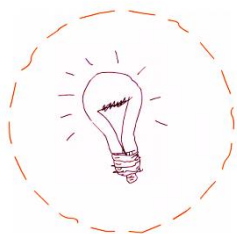
Dokumenty, které je radost číst

Kdy jste naposledy četli business
dokument, který byl jasný a stručný?



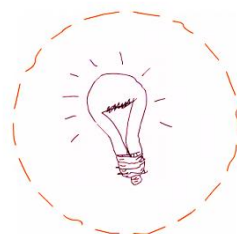
Gamestorming

Facilitace workshopů pomocí
her a vizualizací.



Idea Pitch

Jak prezentovat svůj business plán,
nabídku, projekt



Design pro nedesignéry

Jak dát své prezentaci profesionální styl,
který drží krok s vaší značkou



Tomáš Zykán

*Konzultant a lektor
prezentačních dovedností,
marketingu a vizuální komunikace*

Karierní zkušenost

McKinsey& Co | *analyst*
České Centrum New York | *ředitel*
České Centrum Londýn | *ředitel*
CzechMania | *majitel*
CPP Development | *ředitel pro značku*

Reference

T Mobile | *telekomunikace*
Česká pojišťovna PPF | *finance*
InterIKEA | *obchodní centra*
Atlantik Finanční trhy | *finance*
Cushman Wakefield | *real estate*
Dupont | *chemical*
Gity | *telekomunikace*
UPC | *zábava*
US Business School | *vzdělávání*
Draft FCB | *reklama*
Idealisti | *reklama*
Caledonian School | *vzdělávání*
Brush | *průmysl*
Edwards | *průmysl*
Roche | *zdravotnictví*

Tomáš Zykán je odborný lektor a konzultant v oblasti komunikace a marketingu. Specializuje se na prezentace komplexních a kontroverzních témat, prezentace pro vrcholový management, investory, klienty a interní komunikaci.

Tomáš získal své analytické a prezentační zkušenosti v poradenské firmě McKinsey & Co, kde se podílel na významných restrukturalizačních projektech průmyslových podniků. Později působil 10 let v New Yorku a v Londýně jako ředitel Českého centra, kde se zabýval komunikací zemí a regionů. Získal bohaté zkušenosti s vedením facilitovaných workshopů doma i v zahraničí. Semináře vede v češtině i v angličtině.

Tomáše zajímá design a architektura. Založil a dva roky řídil vlastní komunikační agenturu zaměřenou na mezinárodní propagaci českého designu. Pracoval s klíčovými českými exportními značkami Škoda Auto, Staropramen, Baťa a ČSA. Za svůj projekt a knihu *100 Ikon českého designu* získal cenu za nejkrásnější knihu na Lipském veletrhu v roce 2006.

Do konce roku 2008 vedl marketing a značkovou komunikaci pro developerský projekt Central Park Praha. Za kreativní kampaň získal ocenění *The Best European Marketing Award* na International Property Awards v Londýně.

Od roku 2009 působí jako konzultant, coach a trenér v oblasti prezentačního designu a interní komunikace. Jako lektor pracoval například pro Českou pojišťovnu PPF, Atlantik Finanční trhy, Cushman Wakefield, T Mobile, Dupont, Plzeňské pivovary, UPC, Gity, US Business School a další.

TOMÁŠ ZYKÁN

+ 420 733 792 846
tomaszykan@gmail.com

Tomáše můžete sledovat na
http://twitter.com/tomas_zykan
nebo na <http://tomaszykan.posterous.com>