

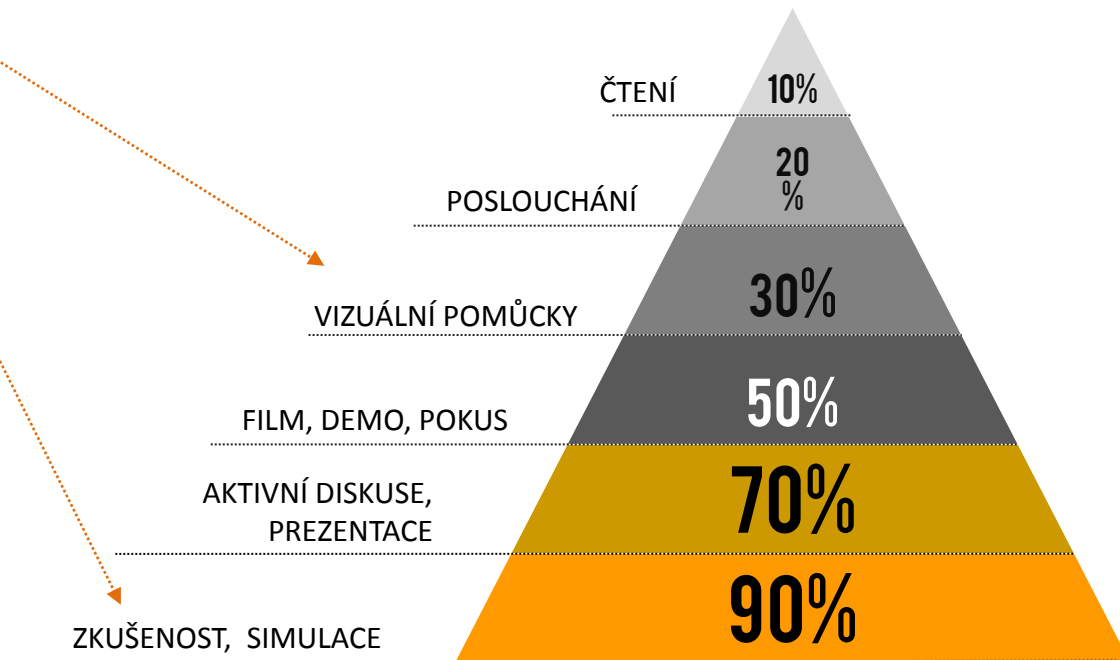


PREZENTAČNÍ DESIGN

*Vizuální komunikace
a příprava powerpointových prezentací*

TOMÁŠ ZYKÁN

Co si pamatujeme po dvou týdnech?





*Poslouchám a zapomenu,
dívám se a pamatuji si,
vyzkouším a porozumím.*

CONFUCIUS

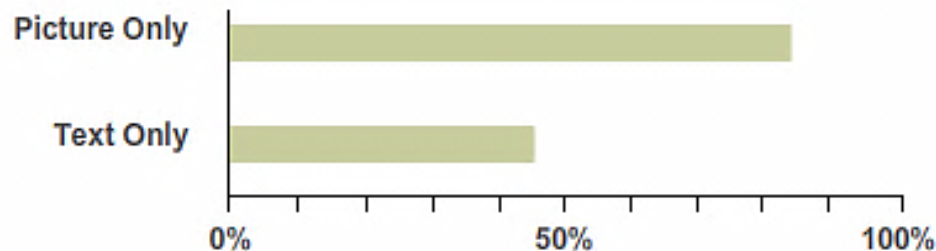
Pochopení informací při použití ilustrací raketově roste

*Řada studií potvrzuje, že
pochopení látky se téměř
zdvojnásobí, pokud použijeme
obrázky a vizuální komunikaci.*



*To přeci víme
již dávno!*

pictures vs. text



Stenberg, G (2006)

Conceptual and perceptual factors in the picture superiority effect. *European Journal of Cognitive Psychology* 18(6): 813 - 847

Endestad, T et al (2003)

Memory for pictures and words following literal and metaphorical decisions. *Imagination, Cognition and Personality* 23 (2,3): 209 - 216

McBride, DM & Doshier, AB (2002)

A comparison of conscious and automatic memory processes for picture and word stimuli: a process dissociation analysis. *Consciousness and Cognition* 11(3): 423 -460

Proč tedy většina prezentací vypadá takto?

Nejvíce produktivní je vzdělávání tehdy když:

Jsou účastníci zaangažováni na výsledku učebního procesu

Jsou povzbuzováni k řízení sebe sama

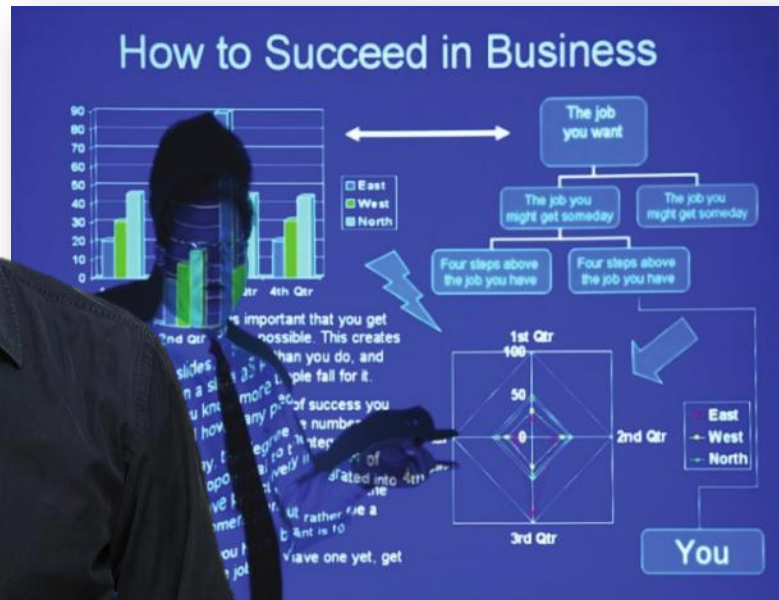
Spolupodílí se na vzdělávání vlastní aktivitou

Je instruktor spíše moderátor než pedagogickou autoritou

Instruktor bere též v úvahu individuální učební potřeby jednotlivců

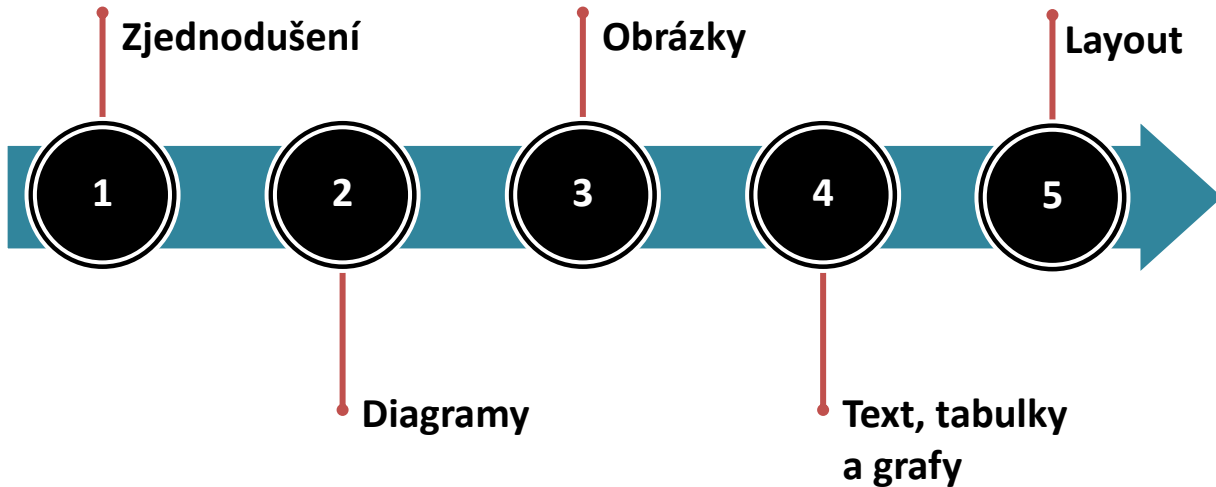
Dokáže v učebním procesu vyvolat a využít konkrétní účastníků

Obsah vzdělávacího procesu a účastnické aktivity mají vzájemně propojené prostředí, v nichž se účastníci v praxi reálně pohybují





Trénink je koncipován do 5 částí:



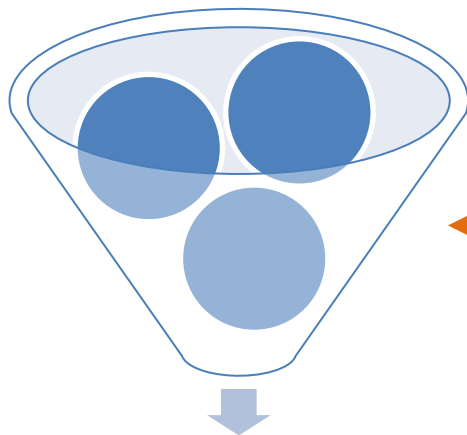
Obsahem tréninku není technika softwaru, i když účastníci dostanou doporučení i v tomto směru.

1

Nejprve si uvolníme prostor pro vizuální komunikaci

*Největší překážkou výuky je zahlcení informacemi.
Nesprávně používaný PowerPoint vede k pasivitě,
čtení odrážek, memorování, únavě a přehlčení.*

*Účastníci se naučí jak zjednodušit snímky
a při komunikaci myslet jako designér*



**Přenos
informací**



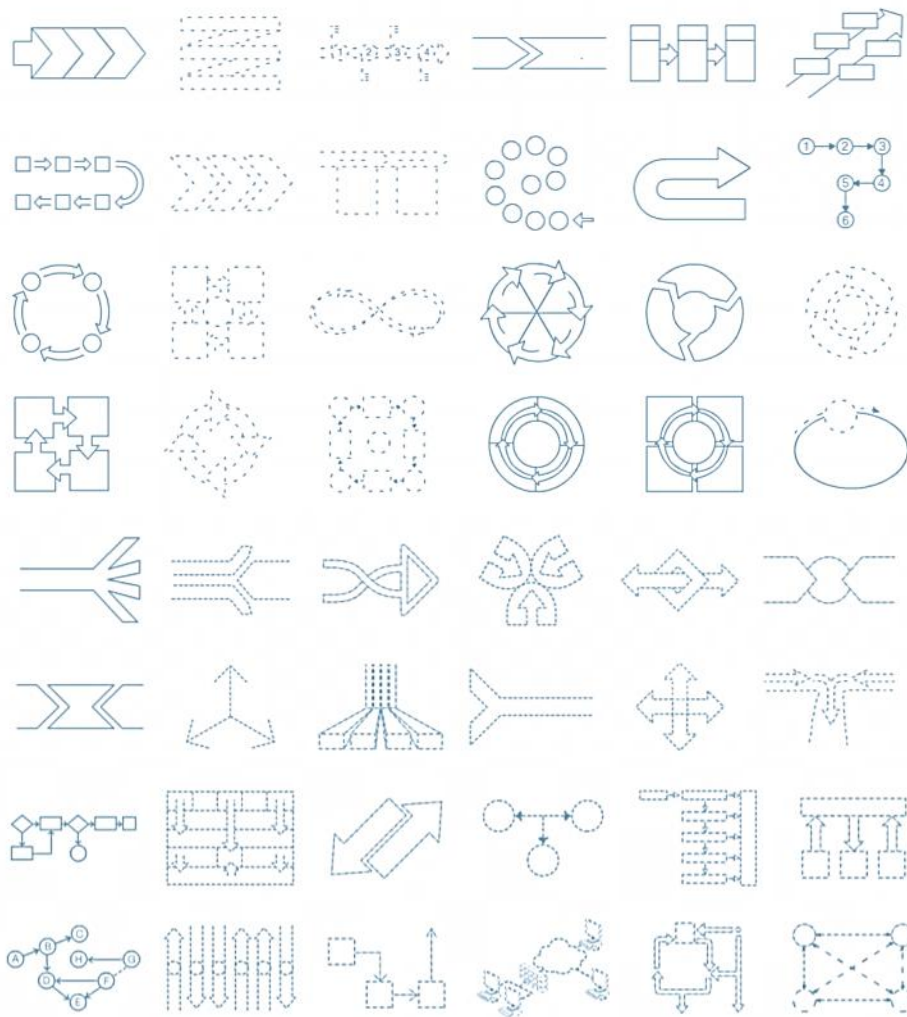
**Transformace a
motivace účastníků**

2

Informace převedeme do diagramů a vizuálních konceptů

*Základ informace musí být zřejmý na
první pohled.*

*Účastníci sedící v poslední řadě nemusí
přečíst každé slovo, ale z vizuálního
konceptu musí pochopit celkovou
myšlenku.*



3

**Sdělení podpoříme
obrázky i filmem.**

Jak takové obrázky najít?

*Rychle.
Kvalitně.
Zdarma.
Legálně.*

Po třech dnech si
zapamatujete

10%

toho co slyšíte

Kosmonaut

Přidejte obrázek
a budete si
pamatovat

65%



4

Osvojíme si efektivní zásady práce s textem, tabulkami a grafy

Zaměříme se na alternativu všudypřítomným odrážkám. Nejsou efektivní, ani přehledné.

Vedle textu dostanou účastníci doporučení pro práci s grafy, tabulkami a čísly.

Vůbec nejdůležitější je zbavit se odrážek

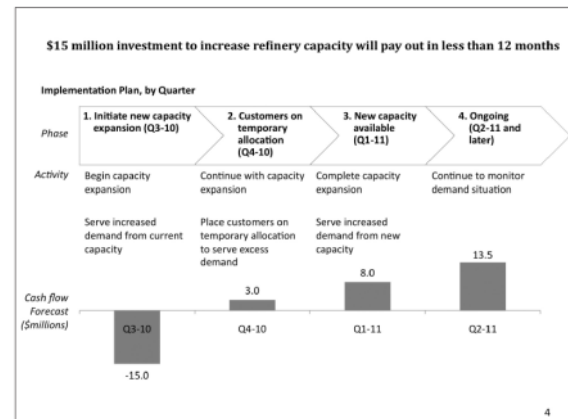
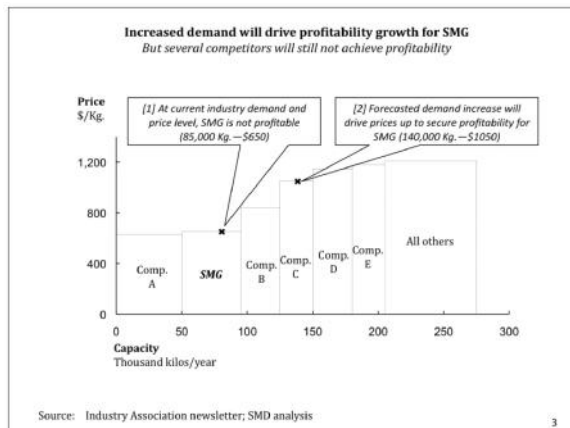
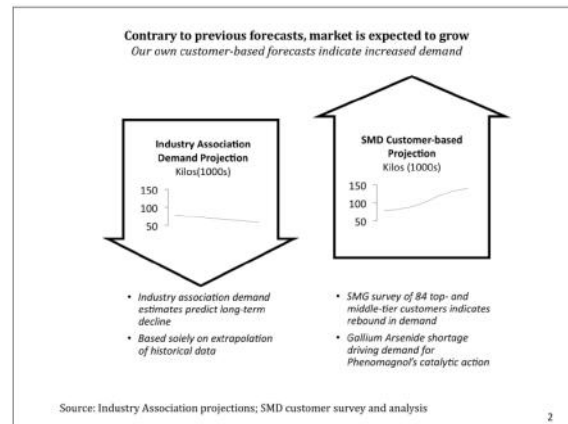
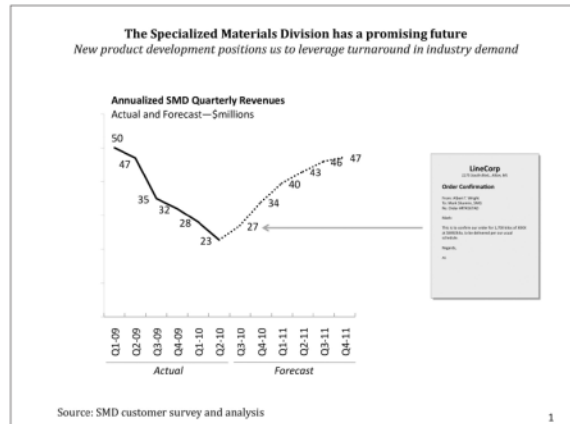
- Než dočtu
- Všechny tyto odrážky
- Tak je budete mít nejen přečtené
- Ale už si zkontorlujete i maily
- A pravděpodobně
- Jich také několik napíšete

5

Uzavřeme celkový layoutem snímku

Účastníci se seznámí se stylem vhodným pro velké auditorium, i pro situace, kdy je třeba komunikovat detail.

Prezentace detailu předpokládá, že účastníci mají vytištěnou verzi snímků, kterou si mohou přečíst. Podobně jako vy tento dokument.





Shrnutí tréninkového scénáře

Jak si uvolnit prostor pro vizuální komunikaci

Techniky zjednodušení

Jak se vypořádat s přetlakem informací

Kdy použít flipchart a kdy PowerPoint

Jak pracovat s diagramy a obrázky

Jak převést myšlenky do přehledných diagramů

Výběr ilustrací a jejich úprava

Jak pracovat s textem, tabulkami a grafy

Jak se vyhnout odrážkám

Jak zjednodušit grafy a tabulky

Celkový layout snímku



Trénink vede

TOMÁŠ ZYKÁN

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

Tomáš Zykán 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.

Tomáše zajímá design a architektura. Založil a dva roky řídil agenturu zaměřenou na mezinárodní propagaci českého designu. Pracoval s klíčovými českými exportními značkami Škoda Auto, Staropramen, Baťa a ČSA.

Do konce roku 2008 vedl 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, ČSOB, ING Investment Management, Skanska, T Mobile, Dupont a další

Vybrané reference

- ČSOB
- T Mobile
- Česká pojišťovna PPF
- Atlantik Finanční trhy
- Skanska
- Cushman Wakefield
- Dupont
- US Business School
- ING RE Investment Management
- Trask (IT)
- Cleverlance (IT)
- Bosch
- AON Insurance