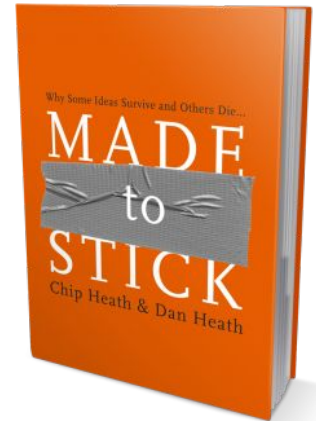

Как создавать запоминающиеся презентации

Руководство Чипа Хита и Дэна Хита

Как продать свою идею

Этот шаблон поможет вам создать запоминающуюся презентацию, посвященную продукту, сервису или идее. Разработан в сотрудничестве с Чипом и Дэном Хит – авторами бестселлера Made To Stick ("Прилипчивые" идеи).





1. Введение

Выберите одну из стратегий мгновенного привлечения внимания: неожиданный факт, эмоция или простое заявление.

→ **Неожиданный факт**

Сообщите что-то новое, необычное или удивительное.

→ **Эмоция**

Заставьте аудиторию сопереживать.

→ **Простое заявление**

Озвучьте простую идею, интересную всем

—

СКОЛЬКО ЯЗЫКОВ НУЖНО ЗНАТЬ, ЧТОБЫ ОБЩАТЬСЯ СО ВСЕМИ ЛЮДЬМИ В МИРЕ?



Совет

В этом примере мы готовим аудиторию к **неожиданному факту.**

Люди ещё обдумывают вопрос, а у нас он уже есть ответ, который удивит всех.

— Всего один! Ваш собственный!

(и небольшая помощь вашего смартфона)



Совет

Помните: очевидное и понятное не привлекает внимания.

Используйте неожиданные факты по теме презентации.

Приложение Google
Переводчик может
повторить любую вашу
фразу на **90 ЯЗЫКАХ**
– от немецкого до
японского, от чешского
до зулу.



Совет

Не откладывайте суть
на конец презентации.

Покажите продукт или
идею (как в) сразу же.



2. Примеры

После просмотра этой части аудитория должна представлять:

→ **Что**

Что представляет из себя ваше решение?

→ **Кто**

Покажите конкретного человека, который получит выгоду от вашего решения.

A young man with short dark hair, wearing a maroon hoodie and black pants with a white stripe, is sitting on a soccer ball against a light-colored brick wall. He is looking towards the camera with a slight smile. The background shows a blurred outdoor setting with trees and a fence.

Совет

Расскажите о проблеме на **реальном примере**, в идеале – на примере человека.

Это Альберто.

Недавно он переехал из Испании в небольшой городок в Северной Ирландии.

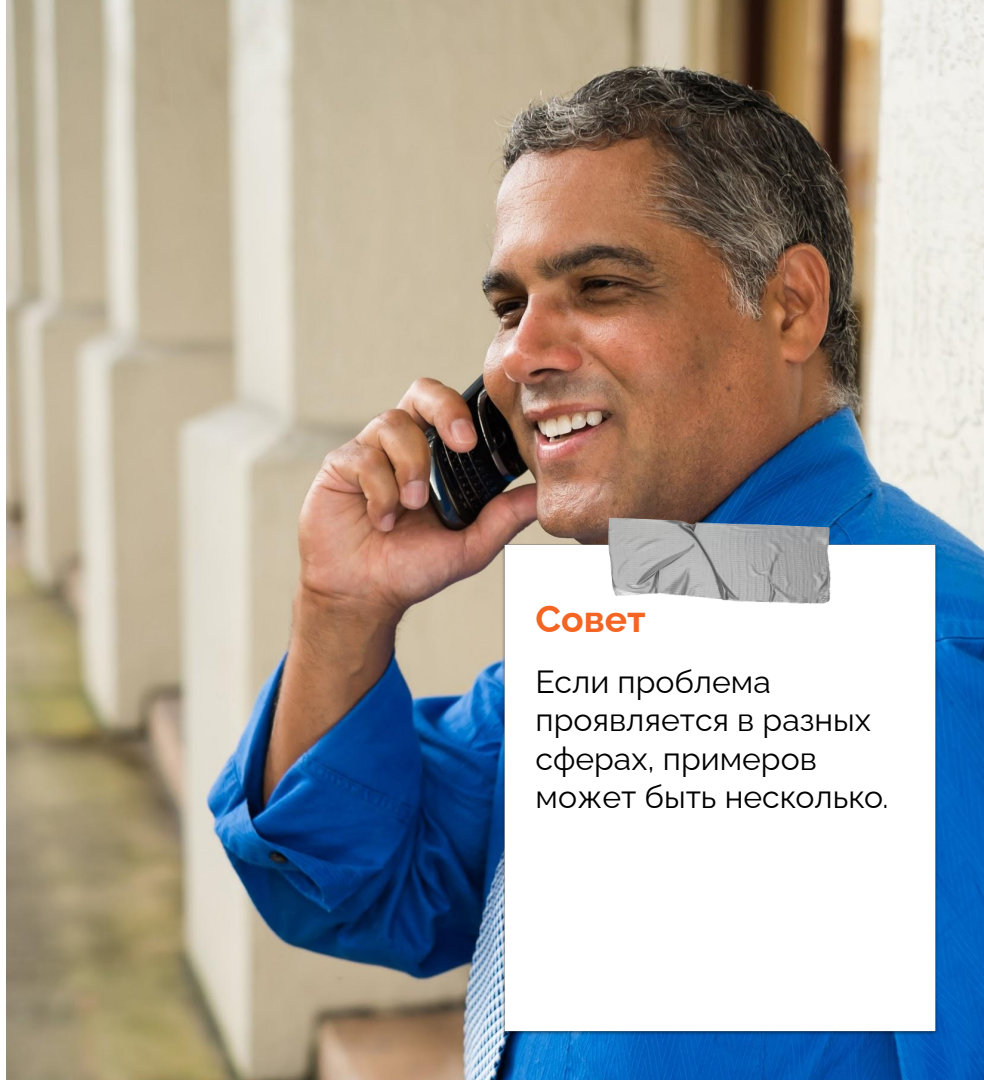
Он любит футбол, но боится, что не найдет общий язык с тренером и командой.

Это Маркос.

Недавно он открыл магазин фотокамер рядом с Лувром (Париж).

Его покупатели, в основном туристы, говорят на самых разных языках, что значительно усложняет коммуникацию с продавцом.

(выдуманная история для примера)



Совет

Если проблема проявляется в разных сферах, примеров может быть несколько.

Языковой барьер
мешает Альберто
найти друзей,
а Маркосу –
развивать бизнес.



Совет

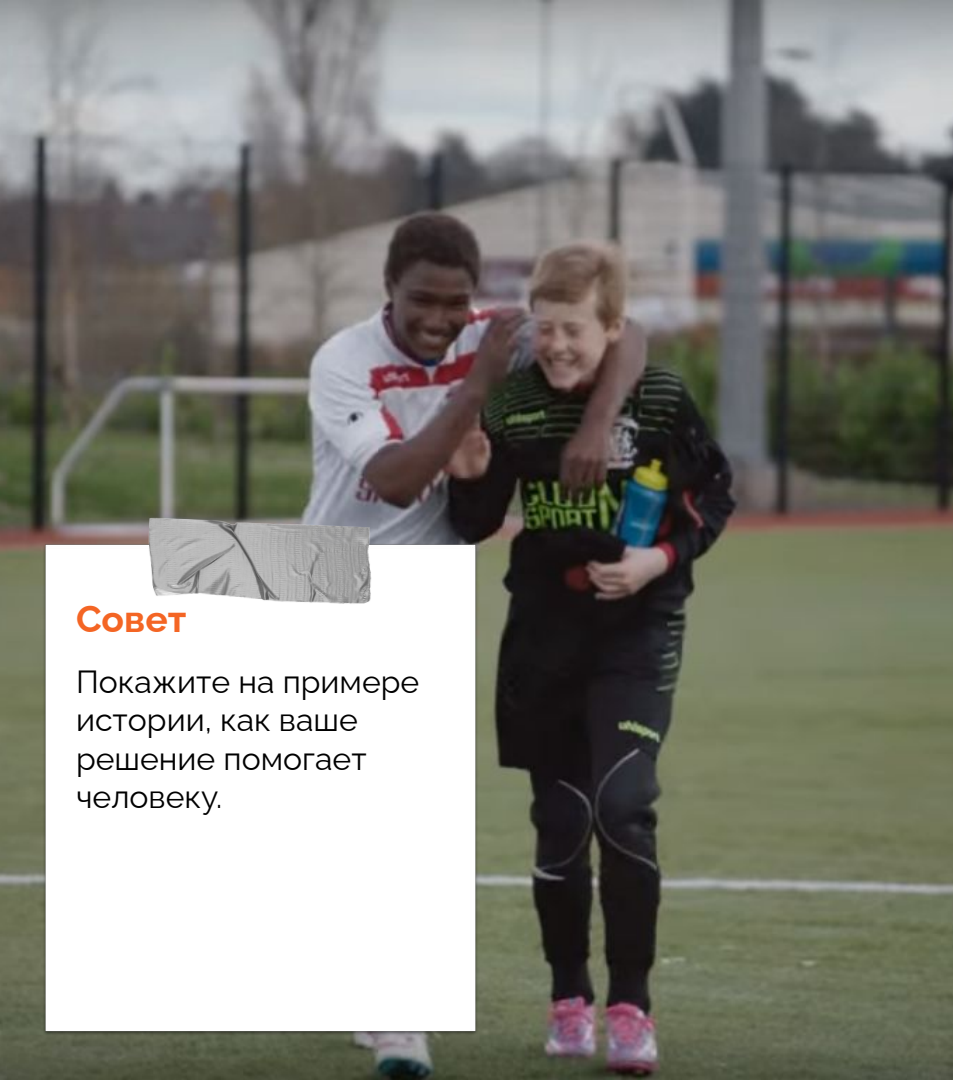
Желательно показывать, как ваше решение может помочь в очень разных ситуациях.

Решение Маркоса – Google Переводчик

Его клиенты озвучивают свой запрос
через приложение.

Он может посоветовать наилучшую
камеру с учетом пожеланий клиента.





Совет

Покажите на примере истории, как ваше решение помогает человеку.

Простой жест

Тренеры Гэри и Глен не знают испанского.

Они пригласили Альберто с помощью Google Переводчика: "Хочешь сыграть? Будешь защитником на левом фланге?"

Из аутсайдеров в звезды

Альберто забил 30 голов в 21 матче. Его уже приглашают в команды премьер-лиги. Он отлично ладит с товарищами по команде.

[Видео об истории Альберто](#)



Совет

Чтобы история вызывала доверие, добавьте точные данные, например конкретные термины, которые Альберто узнал благодаря приложению, или статистику голов.



3. Примеры

Людам хочется знать, насколько часто или редко возникают описанные ситуации.

Добавьте 1–2 показателя статистики с четкой корреляцией. Как сделать цифры запоминающимися:

→ **Связать**

Свяжите данные с историей, которую озвучили выше.

→ **Сравнить**

Чтобы цифры воспринимались легко, соотнесите их с другими численными значениями, понятными слушателям.

—
Google Переводчик используется в магазине Маркоса каждый день.

Ведь в ЕС только официальных языков – 23



Совет

Не давайте сухую статистику. Всегда связывайте данные с примером, как в истории с Маркосом.

В 2015 году за границу выезжали
50 млн американцев

ЭТО БОЛЬШЕ, ЧЕМ НАСЕЛЕНИЕ КАЛИФОРНИИ И ТЕХАСА ВМЕСТЕ ВЗЯТЫХ

Источник: travel.trade.gov



Совет

Если цифра слишком большая или слишком маленькая, сравните ее с другим, более понятным, показателем.



4. Завершение

Укрепите веру в продукт или идею, добавив хотя бы один из следующих слайдов:

→ **Этапы работы**

Что уже сделано, а над чем ещё предстоит работать?

→ **Отзывы**

Кто поддерживает (или не одобряет) вашу идею?

→ **Что дальше?**

Как аудитория может поучаствовать или узнать больше?

Этапы работы

Октябрь 2014

Перевод веб-страниц с помощью расширения в Chrome

Октябрь 2015

Перевод в интерфейсах приложений

2014

2015

Август 2015 г.

Перевод речи с помощью часов Android

Ноябрь 2015 г.

Перевод текста с английского или немецкого на арабский с помощью камеры

О нас говорят

Уверена, что во
Вьетнаме мне это
приложение
пригодится

Имя, Город

Перевод с
распознаванием
текста –
настоящая магия

Имя, Город

Google
Переводчик
помогает мне
изучать
французский

Имя, Город

(выдуманная история для примера)

Владеете языками?
Помогите сделать Google
Переводчик лучше.
Присоединяйтесь к
сообществу!



Совет

Побуждайте аудиторию действовать.

Предложение зависит от идеи, например можно предложить скачать приложение или вступить в организацию.



Удачи!

Надеемся, что наши советы помогут вам создать запоминающуюся презентацию продукта или услуги.

Больше (бесплатных) советов смотрите на heathbrothers.com/presentations

О том, как сделать идеи запоминающимися, читайте в нашей книге.

