



Лекция на тему:



Искусство успешной презентации

Доцент кафедры фармакоэкономики

д. фарм. н.

Мищенко Оксана Яковлевна

**«Сказать – не значит быть услышанным,
услышать – не значит понять,
понять – не значит согласиться,
согласиться – не значит начать
выполнять».**

Конрад Лоренц

**Конрад Лоренц (1903--1989) -- выдающийся австрийский ученый,
лауреат Нобелевской премии, один из основоположников этологии,
науки о поведении животных.**

Профессионализм медицинских представителей оценивается по таким показателям:

□ **знание свойств препарата,**



□ **умение четко и доходчиво отвечать на вопросы,**



□ **владение навыками презентации,**

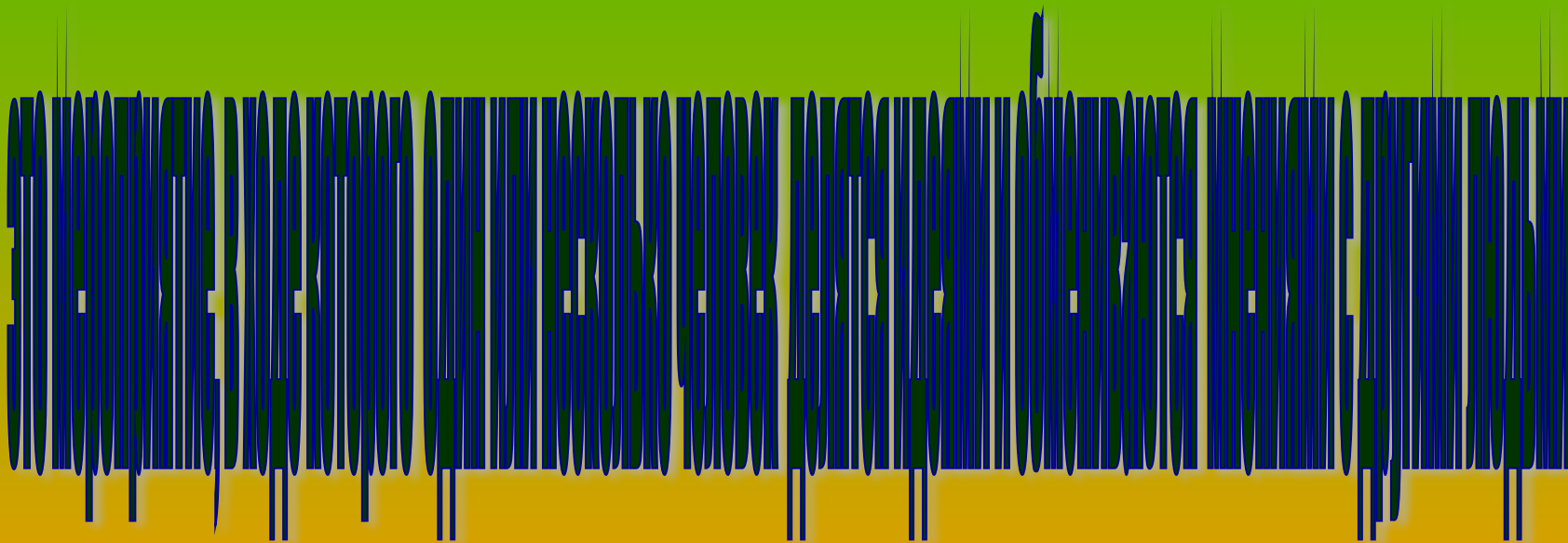
□ **обязательность в выполнении данных врачу обещаний,**

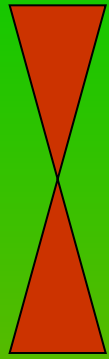
□ **владение фармакоэкономическими показателями.**

Оценки работы медицинских представителей

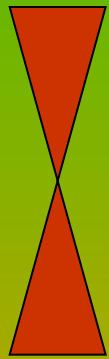


Презентация -





Презентация – это сложное профессиональное шоу, оно требует мастерства и досконального знания психологии зрителя, а также умения виртуозно обрабатывать любую информацию, выделяя ценное.



При подготовке презентации Вы должны уметь правильно оценить достоинства и недостатки своего препарата относительно планируемой аудитории, ведь каждый раз презентация должна готовиться индивидуально.



Знание правил проведения презентации воспринимается зрителями как Ваша высокая профессиональная квалификация и отличное знание правил деловой коммуникации.

Грамотное проведение презентации обеспечивает:

успешное начало и стабильное развитие бизнеса, основанное на продаже сложных товаров и услуг, необходимость в которых неочевидна

Создает благоприятную среду для легкого и быстрого утверждения проектов

Является поводом для приглашения на презентацию лиц, принимающих решения, и обеспечивает более высокую поддержку проекта

Улучшает имидж компании, создает условия для успешной презентации в премиум классе

Совершенствует корпоративную культуру, т.к. презентации позволяют упорядочить и легко донести важную информацию, в том числе и до собственного коллектива компании

Цель презентации:

- ~~- информировать врачей о препарате~~
- ~~- сказать как можно больше~~

это не то, что вы хотите сказать, а то, каких действий вы хотите добиться от аудитории в результате презентации

Стратегия презентации

При проведении презентации индивидуальные потребности каждого присутствующего врача нам в полной мере неизвестны, поэтому **Вы освещаете преимущества своего препарата, исходя из наиболее часто встречающихся на индивидуальных визитах потребностей.**

Обладая новейшей научной информацией о той или иной медицинской проблеме, в целом, в ходе презентации **вы сможете также и сформировать новую потребность у присутствующих практикующих врачей.**

I этап: Планирование презентации

II этап – подготовка презентации

III этап: Презентация



Заключение

I этап: **Планирование презентации:**

Чего я хочу добиться от аудитории к концу презентации?



Это процесс того, что и как вы собираетесь сделать, поэтому нужно начать с определения цели презентации.

Конечная цель – убедить аудиторию и повлиять на нее, для чего необходимо определить цель более конкретно по пунктам.

Ответ подскажет вам как лучше начать презентацию, как лучше раскрыть тему в середине выступления и какими словами закончить.

Составляющие главной цели:

- По завершении презентации я хочу, чтобы у слушателей было достаточно информации о свойствах продвигаемого препарата, о его недостатках и преимуществах
- По завершении презентации я хочу, чтобы слушатели согласились с тем, что мой препарат имеет ряд преимуществ и его следует назначать больным

Определив цель, задайте себе вопросы о количественном и качественном составе вашей аудитории:

- О чем думают слушатели?
- Каковы их реальные знания?
- Чего они ожидают от меня?
- Будут ли они задавать вопросы?
- Будут ли настроены дружелюбно или враждебно, нейтрально или безразлично?



Негласные законы презентации

- 1. Закон информационного повода**
- 2. Закон временной динамики**
- 3. Воздействие через все каналы восприятия**
- 4. Принцип Шаталова**
- 5. Правило английского капрала**
- 6. Вера в себя, в свою кампанию**
- 7. Говорим от сердца, не так как, как другие**

Негласные законы презентации

1. Закон информационного повода



Сторона слушателей: Что нового будет звучать в презентации?

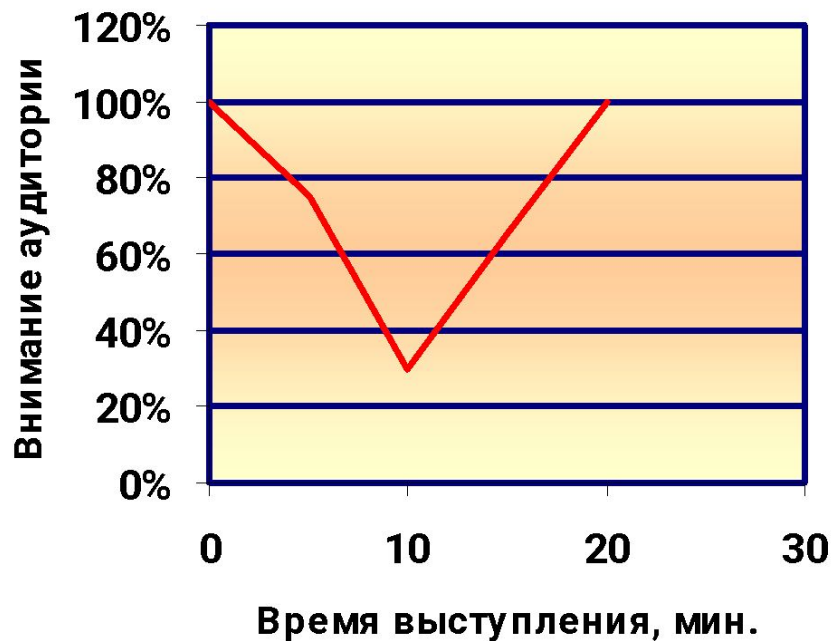
Негласные законы презентации

2. Закон временной динамики

Оптимальное время презентации – 20 мин.

Это максимум на что вы можете рассчитывать как фармацевтический представитель.

Модель распределения внимания:



В самом начале слушатели проявляют повышенное внимание, но через 10 мин. оно снижается. Затем люди вновь настраиваются на выступление и внимательно выслушивают заключительные фразы.

Зная об этой модели, планируйте презентацию так, чтобы начать ее с обсуждения наиболее важных вопросов и вновь вернуться к ним в конце.

Негласные законы презентации

3. Воздействие через все каналы восприятия

Три основных стиля восприятия:

- визуальный, когда информация лучше воспринимается посредством зрения (визуалы 80%);
- аудиальный, когда информация лучше воспринимается через органы слуха (уши) (аудиалы 15%);
- кинестетический (или сенсорный), имеющий место в случае доминирования ощущений, получаемых в результате определенных действий (кинестены 5 %, из них 1% дигиталы- логика)



4. Принцип Шаталова



Название продвигаемого
препарата за время
презентации должно звучать не
менее 7-10 раз.

Виктор Федорович Шаталов родился в 1927 г.

Ученый педагог, народный учитель СССР,
преподаватель математики, директор школы.

С 1956г. ведет экспериментальную работу с
учащимися, разработав авторскую образовательную
модель, широко известную как методика интенсивного
обучения Шаталова.



5. Вера в себя, в свою кампанию

Это определяет 80% успеха



6. Говорим от сердца: Не так как, как другие

**Ты, говорящий, никого не убедишь, когда нет
в сердце у тебя того, что сходит с языка**

(Восточная мудрость)



Негласные законы презентации

7. Правило английского капрала

Основное правило презентации – «трижды три» (3x3) – принцип двойной страховки:

- ❖ В вашем выступлении должно быть не более трех главных пунктов или целей;**
- ❖ Обращайтесь к вашим слушателям трижды, используя знаменитую формулу оратора:**

□ в начале расскажите им о том, о чем вы собираетесь говорить;

□ в середине раскройте тему;

□ в конце скажите им, о чем вы только что им рассказали.

**Структура презентации подчиняется правилу:
AIDA**

Awarenes – осознание

Interest – интерес

Desire – желание

Action - действие

**Презентация, также как и визит к врачу
должны побуждать врачей к широкому
назначению вашего препарата.**

Содержание любой презентации должно строиться с учетом точки зрения слушателя:

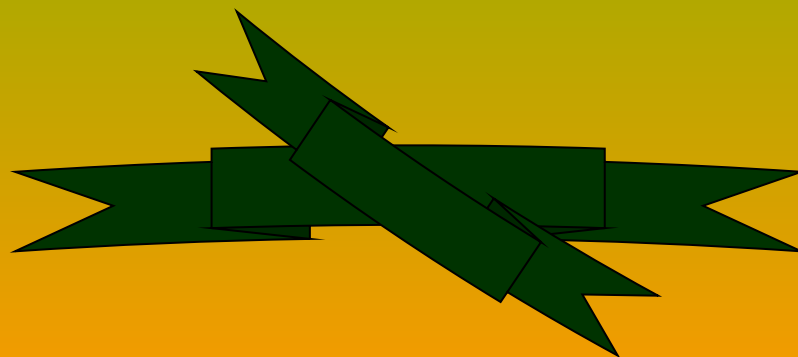
Структура презентации:

- Помогает снизить внутреннее напряжение выступающего и создать презентацию, ориентированную на аудиторию
- Делает ее более легкой для восприятия:
- В начале определяется тема, затем следует ее развитие, и все завершается подведением итогов, выделением ключевых пунктов и формулировкой конкретных действий
- Учесть психологические особенности аудитории;
- Сформировать четкий понятийный аппарат, к которому можно будет обратиться при затруднении с ответом на вопрос аудитории
- Создать логически упорядоченную основу для планирования презентации

ТРИ ОСНОВНЫЕ ЧАСТИ ПРЕЗЕНТАЦИИ



Введение - 10% Основная часть - 80% Заключение - 10%



Начало

1. Внимание
2. Контакт
3. Тема
4. Структура
5. Резюме потребностей

**с
е
р
е
д
и
н
а**

1. Внимание?
2. Доказательство ?
3. Внимание?
4. Возражения?
5. Согласие?

1. Внимание?
2. Доказательство?
3. Внимание?
4. Возражения?
5. Согласие?

1. Внимание?
2. Доказательство?
3. Внимание?
4. Возражения?
5. Согласие?

Окончание

1. Тема
2. Резюме основных пунктов
3. Обязательства

II этап – подготовка презентации:

Крупный успех составлен из
множества продуманных и
предусмотренных мелочей

В.О. Ключевский

***Золотое правило:
если Вы провалили подготовку,
Вы подготовились к провалу.***



II этап – подготовка презентации:



Підготовка соборвенно презентації:

❖ **Підготовка тезисов виступлення**

❖ **Систематизация тезисов виступлення**



Подготовка докладчика

включает в себя как чисто *профессиональную*, так и *морально-психологическую* подготовку.

Оба вида подготовки взаимосвязаны:

чем добросовестнее докладчик готовится к презентации, тем большим экспертом он становится, тем меньше волнений он должен испытывать



Тяжело в учении – легко в бою
А. Суворов

► Психологическая самоподготовка

... только тот, кто лишен таланта, не испытывает волнения перед выступлением на публике.

Любой менеджер, организующий встречу, должен отблагодарить собравшихся выступлением, которое не только было тщательно подготовлено, но и отрепетировано перед группой коллег.



... хорошие презентации никогда не бывают не вызубренными, ни прочтенными по бумажке



❖ Психологическая самоподготовка

Перечитайте презентацию вслух, чтобы хорошо ориентироваться в ее содержании, замените труднопроизносимые слова более простыми синонимами



- По возможности отрепетируйте речь перед зеркалом или в помещении, где вы планируете выступить, чтобы привыкнуть к обстановке



- Запишите презентацию на диктофон и прослушайте текст вашей презентации
- Пригласите нескольких друзей на репетицию выступления, попросите оценить ваше выступление, по возможности запишите на видеокамеру и оцените себя сами
- Постарайтесь не завершать выступление шуткой

12 условий для эффективной устной части презентации



12 условий для эффективной устной части презентации

1. Речь должна быть обращена к целевой аудитории.
2. Тон речи должен быть позитивным, или двойная выгода не использовать отрицания в презентации.
3. Предложения должны быть короткими. Язык презентации обязан быть лаконичным уже в силу ограниченного времени.
4. Образы, ярлыки, примеры. Как сделать Вашу речь запоминающейся?
5. Сравнения и аналогии помогают подчеркнуть достоинства Вашей цели.
6. Коротко и ясно.

Это похоже на снайперскую стрельбу – количество выстрелов ограничено, а каждым выстрелом надо попасть в десятку. Это предложение, кстати, пример образа и аналогии.

12 условий для эффективной устной части презентации

- **7. Числа как аргументы**
- **8. Активный залог.**
- Мы можем точно сказать,
- что... должны особо подчеркнуть,
- что... с уверенностью можем гарантировать,
- что... у нас нет другого выхода, как заключить,
- что... и т. п.).
- **9. Глаголы вместо существительных.**
- **10. Действие вместо критики.**
- Чтобы улучшить качество,
- **12. Нет жаргону!**

Золотое правило: не считайте Вашу аудиторию своим врагом

Самое последнее дело при проведении презентации – это проявлять ***агрессию***.

Агрессия – это естественная реакция любого человека на действительную или мнимую угрозу. Любая агрессия – это концентрированное выражение страха.

В процессе подготовки презентации Вы станете одним из немногих экспертов по данному вопросу. Поэтому проявлять агрессию Вам с самого начала просто незачем. В настоящее время и в данном вопросе Вы непобедимы! Ваше оружие – отличная профессиональная подготовка, умение держаться и улыбка. Поэтому своей аудитории Вы с самого начала предлагаете не конфликт, а сотрудничество!

III этап: Презентация

Хорошее начало –
половина дела
Еврипид

Начало презентации:

Правило «4+»:

улыбка, приветствие, свое имя, краткий разговор (снять агрессию)
– запуск групповой динамики

Три цели **начала** презентации:

1. Полностью завладеть вниманием аудитории
2. Установить контакт с аудиторией;
3. Представить тему выступления в свете потребностей аудитории

III этап: Презентация

Начало презентации:

Задачей начала презентации является ответ на вопросы слушателей:

1. Кто перед нами?
2. Что нас ждет?
3. Что нам это даст?

Начало презентации:

ЦЕЛЬ 1: Полностью завладеть вниманием аудитории:

Стойте прямо в удобной позе;

□ Одевайтесь удобно, аккуратно и соответственно;

□ Сделайте глубокий вдох;

□ Сделайте паузу и не начинайте говорить до наступления тишины

□ Окиньте взглядом зал (установление контакта с аудиторией)

□ Выучите наизусть вступительные фразы, чтобы уже с первых слов суметь привлечь и удержать внимание аудитории посредством зрительного контакта и не потерять его, опустив взгляд в текст.

□ Говорите громче, чем при обычной беседе.

□ Не делайте ничего, что может отвлечь аудиторию от вашего выступления.

Начало презентации:

Цель 2: Установить контакт с аудиторией;

Успех любой презентации во многом зависит от вашей способности создать ощущение единства между вами и вашими слушателями.

Способы достижения:

- ✓ Скажите комплимент
- ✓ Упомяните об общих интересах

Начало презентации:

Цель 3: Представить тему выступления в свете потребностей аудитории

Очень важно связать тему выступления с потребностями вашей аудитории, поскольку это задаст тон всей вашей презентации и даст слушателям некую «точку отсчета».

Для максимального воздействия на аудиторию тема должна быть объявлена в самом начале выступления, и по возможности, она должна быть связана с удовлетворением каких-либо потребностей аудитории

III этап: Собственно презентация

Проведение презентации

Эффективно начав речь, вы

- завладели вниманием аудитории,
- установили контакт
- и определили тему в свете потребностей ваших слушателей.

Теперь вы подходите к середине презентации.

Как и вводная часть, середина презентации соотносится с несколькими из семи этапов процесса мышления слушателей:

3. *Помогут ли мне ваши идеи ?*
4. *Каковы факты?*
5. *Каковы препятствия?*

III этап: Собственно презентация

Проведение презентации

Четыре цели и способы их достижения

***Цель середины презентации* — сохранение высоких стандартов, заданных с самого начала.**

Для этого вам потребуется:

- ◆ **подробно представить ваши идеи, высветить проблему;**
- ◆ **заставить аудиторию принять каждый представленный вами пункт выступления;**
- ◆ **удержать внимание аудитории;**
- ◆ **избежать возражений или ответить на них должным образом, доказательная часть**

III этап: Собственно презентация

Проведение презентации

Цель 2: подробно представить ваши идеи

1. Рассматривать каждую из потребностей аудитории по очереди и представлять идеи, которые, по вашему мнению, могут привести к удовлетворению этой потребности.

Если позволяет тема выступления, структурируйте презентацию на основе потребностей слушателей, поскольку именно эти потребности являются для них наиболее значимыми.

Для достижения успеха нужно объяснить слушателям:

- ❖ что существует проблема – разница между фактическим и желаемым состоянием дел. Таким образом, следует описать отрицательные последствия нерешенной проблемы и показать, что у проблемы существует решение.**
- ❖ покажите, что вы понимаете их проблему. Потребности аудитории определяются уже на этапе подготовки к презентации.**
- ❖ покажите, что вы можете помочь в решении проблемы, т. е. представить положительные последствия принятия решений и выгоду, которую можно получить (перевод свойств в преимущества и выгоды врача)**

Техника «SPIN» - «воронка»

Последовательное выявление:

Situation - Общее положение дел;

Problems - Возможные трудности;

Indentification - Конкретные последствия трудностей

Need - Выгоды устранения трудностей

Проведение презентации

Цель 3:

заставить аудиторию принять каждый представленный вами пункт выступления

Слушатели примут ваши предложения, если сочтут, что они дают возможность решить их проблемы и получить желаемый результат.

1. Пониманья можно достичь несколькими способами.

1.1. Использование понятного аудитории языка, отказ от жаргона, технических терминов и незнакомых слов.

1.2. Использование сравнений или подробное объяснение, например: «Предлагаемый нами препарат почти полностью идентичен хорошо известному, но имеет ряд преимуществ».

Проведение презентации

1. Еще о способах достижения понимания

1.3. Жестикуляция. Необходимо, чтобы жесты помогли донести до слушателей смысл обсуждаемых вами положений. Если вы разводите руки, указывая на большой размер, этот жест будет эффективным, только если вы его ранее не использовали. Он не будет воспринят аудиторией, если во время всего выступления вы размахивали руками.

1.4. Демонстрация. Ничто так хорошо не способствует переключению внимания аудитории с одного пункта выступления на другой, как демонстрация образцов продукции или оборудования.

1.5. Использование наглядных пособий. Как и демонстрации, умело использованные наглядные пособия позволяют представить информацию более выразительно, чем при простом повествовании.

Проведение презентации

Цель 4: Избежать возражений или ответить на них должным образом

Перед тем как сделать что-то, люди инстинктивно обдумывают возможные «препятствия» или негативные последствия сделанного для них самих. Это правило действует и в повседневной жизни.

Мы постоянно обдумываем — покупать или не покупать какую-то вещь, поехать ли в этом году в отпуск или потратить деньги на что-либо более необходимое для семьи. Так же как и при обычном разговоре двух человек, во время официальных презентаций у аудитории могут появиться возражения. Но, в отличие от обычной беседы, на официальных презентациях слушатели гораздо реже произносят свои возражения вслух.

Возможно, по этой причине многие выступающие не допускают того, что у слушателей могут появиться возражения, и что необходимо открыто и адекватно реагировать на них, иногда признавая, что ответа на возражение у вас нет.

Вопросы и те, кто их задает:

«Спорщики». Не пытайтесь их переспорить, это невозможно. Обычно люди данного типа ищут признания у аудитории, поэтому пусть получают то, что хотят.

Скажите:

«Это хороший вопрос: можем ли мы подробно обсудить его после встречи? И большое вам спасибо за то, что вы его подняли».

Или:

«Это хороший вопрос; спасибо, что вы его подняли».
Отвечайте на вопрос быстро, обещая задающему обдумать более подробный ответ позже, а затем возвращайтесь к своей презентации.

Вопросы и те, кто их задает:

«Провокаторы».

Провокационные вопросы задают люди другого типа, также ищущие признания у аудитории.

На эти вопросы, как правило, нет ответа (как нельзя измерить неизмеримое).

В любом случае, у людей такого типа заготовлены контраргументы, позволяющие вновь вернуть вопрос выступающему.

Вопросы и те, кто их задает:

«Болтуны». Люди этого типа задают вопросы только для того, чтобы что-то спросить. Иногда вы можете предвидеть вопрос и одновременно как задавать его, так и отвечать на него. Если задаваемый вопрос относится к уже сказанному, вы можете прервать задающего и направить его к соответствующему пункту выступления. Иногда вы можете отложить ответ до завершения презентации и обсудить вопрос с человеком, который его поднял.

У вас нет ответа на вопрос. Признайте это. Таким образом, вы обеспечите себе поддержку слушателей. Если вы попытаетесь блефовать, то рискуете потерять к себе доверие.

Вам нужно время, чтобы подумать. Сделайте паузу, затем скажите что-то вроде:—«Не могли бы вы повторить или уточнить вопрос?»
—«Хороший вопрос; а что вы сами думаете об этом?»
—«Хорошо, что вы заострили внимание на этом вопросе; давайте подумаем об этом».
—«Интересный вопрос; а что остальные слушатели думают об этом?»

Иногда перед ответом можно написать вопрос. Это подчеркнет важность стоящей за ним темы. Стиль ответа на вопрос может иметь решающее значение для атмосферы презентации и для того, как вас принимает аудитория. Для этого вам потребуется вся ваша проницательность и терпение.

Золотое правило:

***«Никогда не ставьте
задающего вопрос в
неудобное
положение».***



Завершение презентации:

Лучше начать с пистолета и закончить пушкой,
чем наоборот.

Ваши цели в заключительной части презентации должны быть следующими:

- ♦ вновь сформулировать тему вашей презентации в свете потребностей аудитории;
- ♦ суммировать основные положения презентации;
- ♦ завершить презентацию призывом к слушателям принять на себя обязательства в соответствии с целями вашей презентации.

Не важно, сколько времени продолжалась презентация и какой была тема обсуждения; ***аудитория ожидает от вас завершения на высокой ноте.*** Если презентация была хороша в начале и стала еще лучше в середине, значит, она заслуживает великолепного завершения. И если презентация прошла не очень удачно, ее завершение дает вам последний шанс произвести хорошее впечатление на аудиторию.

Завершение презентации:

Заключительная часть презентации — это этап сведения воедино всех рассуждений и консолидации всех ваших навыков для кульминационного момента, который произведет впечатление на вашу аудиторию, убедит ее и заставит действовать в вашу пользу.

И конечно, заключение соотносится с последними двумя из семи этапов процесса мышления слушателя:

6. Что мне придется делать?
7. Я разделяю ваши взгляды.

Психологический барьер

Многие выступающие чувствуют себя неловко, когда приходится завершать выступление или беседу. Застенчивость не позволяет им напрямую призвать слушателей к взятию на себя определенных обязательств в соответствии с целями презентации.

С подобной проблемой сталкивается медицинский представитель, завершая рассказ о препаратах своей компании и о той помощи, которую эти препараты могут оказать пациентам врача: «Как получить согласие врача назначать эти препараты?» На самом деле, аудитория хочет принять на себя обязательства.

Выступающие стесняются попросить об этом, боясь отказа, и предпочитают оставить вопрос открытым. Такая позиция понятна, но это позиция слабого.

Аудитория ожидает от выступающего выводов из презентации. Выступающий должен сделать выводы и уверенно спросить аудиторию, готова ли она принять обязательства, поскольку это служит ее интересам, равно как и интересам выступающего.

Методы завершения презентации:

- 1. Подведение итогов.**
- 2. Рассказ в сочетании с обращением к аудитории.**
- 3. Литературная цитата в сочетании с обращением к аудитории.**
- 4. Прямой призыв к действию.**
- 5. Призыв к немедленному действию.**
- 6. Предложение нескольких альтернатив.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заключительный этап презентации должен быть логическим продолжением того, что было сказано в начале, в середине и в выводах. Призыв к слушателям взять на себя обязательства еще не означает, что получить их согласие так же просто, как, например, заставить их встать при исполнении национального гимна.

Действия последуют только если все части вашего выступления были ориентированы на аудиторию — от вступительных до заключительных слов.

Примерно оценить степень ориентированности презентации на аудиторию, можно, сравнив соотношение используемых в ней слов «вы», «ваш» и «я», «мне», «мы», «наш». Повторим еще раз: чтобы быть услышанным, вспомните старую истину:

- ♦ в начале расскажите им о том, о чем вы собираетесь говорить;
- ♦ в середине раскройте тему;
- ♦ в конце скажите им, о чем вы только что им рассказали.

И о наглядных пособиях:

Что следует делать ?

- ✓ Готовить простые презентационные материалы
- ✓ Проверять удобочитаемость текста наглядных пособий из самой дальней точки
- ✓ Использовать как можно меньше слов – выбирать ключевые слова и фразы, которые легко запоминаются
- ✓ Создавать наглядные пособия, непосредственно связанные с выступлением
- ✓ Использовать наглядные пособия для дополнения презентации
- ✓ Правильно подбирать цвета
- ✓ Представлять цифры в форме диаграмм
- ✓ Репетировать использование наглядных пособий



БЛАГОДАРЯ ЗА ВАШНУЮ ПОМОЩЬ