

ЗАГОЛОВОК

Мастер-класс: Как сделать ваше выступление на Олимпиаде ярким и запоминающимся

ВВЕДЕНИЕ

Я, Ксения Король, председатель жюри Олимпиады по маркетингу и PR-продажам, а также разработчик концепции, провела экстренный мастер-класс. Моя цель — помочь участникам доработать свои выступления и избежать распространённых ошибок, которые я наблюдаю при просмотре презентаций.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕЗИСЫ

- Ваше выступление — это не защита дипломной работы, а шоу в стиле TED, требующее эмоций, ясности и ориентации на аудиторию.
- Кейс нужно подавать как продукт, учитывая потребности разных сегментов аудитории: жюри и зрителей, предлагая им лайфхаки и инсайты.
- Не тратьте время на долгие рассказы о компании; вместо этого, сфокусируйтесь на эмоциональном контакте и уникальных, запоминающихся фактах.
- Активно используйте драматургические приемы в структуре выступления, создавая завязку, развитие действия, кульминацию и разрешение конфликта.
- Визуальное оформление слайдов должно быть минималистичным и эмоциональным, а ораторские лайфхаки помогут установить контакт с аудиторией и справиться с волнением.

ПРИМЕРЫ И ЦИТАТЫ

- Пример с компанией «Инсити», генеральный директор которой начал выступление про «институт шашлыка» в Краснодаре, вызвав живой отклик и юмор в зале.
- Использование отсылок к фильмам, как в презентации с Ерзой, где была пасхалочка из «Голодных игр», чтобы вызвать эмоциональный отклик у аудитории.
- Пример с моим личным опытом выступления в 30-килограммовом платье, где признание волнения помогло установить контакт с тысячной аудиторией.
- Сравнение просмотра интервью Юрия Дудя с различными планами камеры для объяснения необходимости разнообразия в оформлении слайдов.

Важные цитаты:

- "«Чем больше вы будете добавлять эмоций в свое выступление, тем лучше вас запомнят, тем больше будет к вам внимание приковано.»"
- "«Пустые полости заполняются, простите, говном.»"
- "«Люди слушают истории, когда находят в них себя. Это очень-очень важно.»"
- "«Площадка – это все опционально. Включат ли они музыку, поставят ли они мне таймер, сделают ли они мне удобное место для выступления. То есть я

всегда рассчитываю на себя, чтобы у меня был план «Б», если что-то пойдет не так.»"

- "«Пожалуйста, не обесценивайте себя. Вы уже классный, яркий специалист, который многого достиг, сделал классные результаты, и вас уже эксперты рынка оценили как супер чувака.»"

ТЕРМИНЫ

Синтез: Процесс объединения различных элементов или идей в единое целое для создания нового понимания или структуры.

Опережающая отработка возражений: Стратегия, при которой спикер заранее прорабатывает и отвечает на возможные возражения аудитории, интегрируя эти ответы в канву своего выступления.

Драматургия выступления: Применение принципов театральной или кинодраматургии (завязка, развитие, кульминация, развязка) к структуре публичного выступления для создания эмоционального воздействия и удержания внимания.

Клошар-делюкс: Стиль в одежде, подразумевающий создание образа роскошного 'бомжа', сочетание дорогой одежды с элементами непринужденности или даже небрежности.

Типология публичных личностей 'чертенок': Мой личный тип публичного выступления, характеризующийся активной жестикуляцией, громкой речью и использованием юмора, включая мемы.

КРАТКИЙ ПЕРЕСКАЗ

БЛОК 1 — Экстренный мастер-класс: Цель и Мотивация:

Я, Ксения Король, председатель жюри и разработчик концепции Олимпиады, решила провести этот мастер-класс, потому что заметила множество повторяющихся ошибок в презентациях. Эти ошибки значительно влияют на восприятие кейсов, несмотря на их высокое качество. Мой опыт подготовки к выступлениям первых лиц и личный опыт позволяют мне дать ценные советы. Я хочу помочь участникам улучшить их выступления и сделать их более яркими и запоминающимися. Этот тренинг призван донести ключевые принципы эффективной презентации.

БЛОК 2 — Формат выступления: Отказ от академичности:

Мы должны понимать, что защита кейса — это не дипломная работа перед деканатом; это совершенно иной формат. Не нужно быть зажатым, использовать сложный язык или читать по бумажке, как это часто бывает. Цель — создать выступление в стиле TED, где мало текста, но много ярких образов и изображений. Такой подход позволяет эмоционально вовлечь аудиторию и сделать презентацию живой. Мы стремимся к динамике и интерактивности, а не к формальной отчётности. Забудьте о скучных академических стандартах и дайте волю креативу.

БЛОК 3 — Анализ аудитории: Кто нас слушает?:

Прежде всего, я рекомендую начать подготовку с анализа аудитории, чтобы понять, кто будет вас слушать. Ваша аудитория состоит из экспертов отрасли — топ-менеджеров и владельцев компаний-подрядчиков, а также из зрителей, которые являются топ-менеджерами девелоперов. Эти люди обладают огромной насмотренностью и хорошо разбираются в рынке, поэтому важно им понравиться, чтобы получить высокие баллы. Кроме того, зрители приходят за лайфхаками и инсайтами, которые они смогут применить у себя. Мы должны ориентироваться на эти ожидания, чтобы наше выступление было максимально полезным и интересным.

БЛОК 4 — Кейс как продукт: Маркетинговый подход:

Я предлагаю подходить к своему кейсу как маркетолог, рассматривая его как продукт, который нужно упаковать. Ваш кейс уже успешен и показал результаты, но его подача через выступление требует стратегического мышления. Необходимо понять, кто является вашей целевой аудиторией, поскольку у нас есть три разных сегмента. Ядро аудитории, конечно, жюри, но и зрители также голосуют и важны. Поэтому мы должны адаптировать нашу презентацию, чтобы она была релевантна для всех, особенно для средних и малых застройщиков из регионов.

БЛОК 5 — Два вида ценностей кейсов и их подача:

Я вижу, что кейсы демонстрируют два основных вида ценностей: 'вау-инновации' и применимость. Кейсы-инновации представляют собой совершенно новые, не имеющие аналогов решения, которые вызывают восхищение. Однако многие кейсы ценны именно своей применимостью, демонстрируя, как внедрить что-то новое на сложном рынке, с ограниченным бюджетом или в региональных условиях. Если ваш кейс не является революционным, акцентируйте внимание на его практической ценности и успехах в уникальных обстоятельствах. Это позволяет аудитории ассоциировать себя с вашим опытом и найти для себя полезные решения.

БЛОК 6 — Начало выступления: Зацепка для аудитории:

Я рекомендую начинать выступление с ответа на вопрос: 'Почему вы должны сейчас меня послушать?'. Этот подход позволяет сразу захватить внимание аудитории, будь то через демонстрацию общей проблемы, уникальной идеи или выдающихся результатов. Не стоит тратить много времени на представление компании, максимум одна минута, фокусируясь на главном факте. Избегайте длинных видео и однотипных перечислений наград, которые не вызывают эмоций. Вместо этого, постарайтесь найти уникальную фишку, которая вызовет эмоциональный отклик и запомнится, как если бы вы объясняли свою компанию пятилетнему ребенку.

БЛОК 7 — Деактивация хейтеров: Опережающая отработка возражений:

Чтобы избежать негативных мыслей и обесценивания со стороны аудитории, я всегда использую прием опережающей отработки возражений. Это означает, что нужно заранее продумать возможные критические замечания и включить ответы на них в свое выступление. Составьте таблицу с возможными возражениями и их отработками. Например, если ваш кейс не нов для Москвы, но уникален для регионов, сразу это объясните. Такой подход помогает заполнить 'пустые полости' в восприятии аудитории

правильными смыслами и защитить свою презентацию. Важно донести, как ваш опыт может быть полезен им, особенно если вы из региона.

БЛОК 8 — Ценность для топ-менеджеров: Дополнительные советы:

Помните, что вас слушают топ-менеджеры, которые ежедневно сталкиваются с задачами убеждения руководства и преодоления трудностей. Поэтому, помимо лайфхаков по инструментарию, делитесь опытом того, как вы доносили свои идеи руководству. Расскажите о сложностях, с которыми вы столкнулись, как выбивали бюджеты и внедряли изменения в команду. Это является очень ценным практическим советом для зала, создавая дополнительную ценность вашему выступлению. Хотя это не основа кейса, такие 'ништяки' могут значительно усилить его восприятие.

БЛОК 9 — Драматургия выступления: Эмоции и структура:

Я хочу рассказать вам о приемах драматургии, которые помогут сделать ваше выступление более эмоциональным и запоминающимся. Подобно фильмам и блогам, выступления могут строиться по классической трехактной структуре: завязка, развитие действия и кульминация (или победа). Главное — добавлять эмоции, поскольку люди лучше запоминают то, что вызывает чувства, а не нейтральную информацию. Избегайте скучных презентаций с перегруженными текстом слайдами, которые не вызывают никакой реакции у аудитории. Мы хотим, чтобы наша работа была оценена, а зал рукоплескал, поэтому эмоциональное вовлечение критически важно.

БЛОК 10 — Первый акт: Завязка и вовлечение:

Первый акт выступления — это завязка, которая должна составлять не более 25% от всего повествования, создавая погружение в историю. Он начинается с открывающей сцены, которая может быть ярким заголовком или даже вашим выходом, задающим тон. Затем следует формулировка темы, объясняющая, о чем вы расскажете и кому это будет полезно, отвечая на вопрос «Почему меня должны слушать?». Далее мы описываем точку 'А' — исходную проблему и кто мы как герои, что привело к катализатору – событию, запускающему процесс. Завершается первый акт размышлениями героя, показывающими страх и сомнения, что вызывает лояльность аудитории.

БЛОК 11 — Второй акт: Развитие действия и препятствия:

Второй акт — это основная часть повествования, где мы раскрываем подробности предпринятых действий и описываем путь решения проблемы. Здесь важно показать препятствия, сложности и нюансы, с которыми столкнулись, а также дать советы и лайфхаки. Я призываю не бояться использовать юмор, мемы или забавные истории, чтобы оживить выступление и установить эмоциональный контакт. Не уходите в формализм и «серьезность», это убивает эмоциональную составляющую и лояльность аудитории. Аналогии с фильмами или сказочными архетипами также могут сделать рассказ более увлекательным и понятным.

БЛОК 12 — Поворотная точка и антагонисты:

Поворотная точка открывает вторую половину повествования и является кульминацией, создающей напряжение и не дающей аудитории потерять интерес. Это

может быть момент надежды или провала, когда что-то идет не так. На этом этапе часто появляются 'плохие парни' — антагонисты, которые могут быть рынком, кризисом, акционером или даже внутренними проблемами. Их появление ведет к иллюзии поражения, когда кажется, что все идет к худшему, но это лишь этап перед поиском решения. Важно показать, как вы преодолели эти трудности, что ведет к душе во мраке и поиску выхода.

БЛОК 13 — Третий акт: Решение, триумф и вывод:

В третьем акте герой находит решение, преодолевает трудности и выходит на новый уровень, подробно описывая свой успех. Здесь уместно бравировать цифрами, инфографикой, демонстрируя рост и повышение эффективности. Завершение выступления должно быть триумфальным, показывая, как герой справился с антагонистами и пережил личный триумф. Важно также сформулировать вывод, который подчеркивает ценность кейса и его применимость для аудитории. Ваши слушатели должны найти в вашей истории что-то для себя, увидеть схожие ценности и извлечь уроки.

БЛОК 14 — Визуал слайдов: Минимум текста, максимум эмоций:

Я категорически не рекомендую забивать слайды большим количеством текста, так как это нечитабельно и скучно. Вдохновляйтесь презентациями в стиле TED или Apple, где минимум текста и максимум ярких, полноэкранных изображений. Если вы используете шаблон, не бойтесь отходить от него ради читабельности и эмоциональности, главное, чтобы первый слайд был в стиле организаторов. Цифры и инфографика должны быть красиво переоформлены дизайнером, избегайте скриншотов из Excel с мелкими шрифтами. Разбавляйте слайды, меняйте их оформление и используйте разнообразные визуальные элементы, чтобы мозг аудитории не уставал и сохранял внимание.

БЛОК 15 — Ораторские лайфхаки: Уверенность и контакт:

Я призываю вас не читать с листика или слайда, а выучить и отрепетировать свою речь, чтобы быть уверенным в себе. Всегда вставайте во время выступления, так как это улучшает контакт с аудиторией и привлекает внимание. Жестикуйте в 'квадрате' от груди до подбородка, избегая закрытия лица или опускания рук. Для борьбы с волнением используйте дыхательные упражнения и не бойтесь признаться в нервозности, это может расположить к вам публику. Ваша одежда также является сообщением: выбирайте элегантный, но не сексуализированный образ, который вызывает позитивные эмоции. И всегда следите за таймингом, репетируя выступление для точного попадания во временные рамки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, я хочу еще раз подчеркнуть, что вы уже являетесь выдающимися специалистами с впечатляющими достижениями, оцененными экспертами рынка. Ваша задача — просто рассказать об этом убедительно и эмоционально, используя все представленные мной лайфхаки и подходы. Не обесценивайте себя, будьте уверены в своей силе и уникальности. Отход от академической подачи в сторону

эмоционального, драматургического выступления в стиле TED, с учетом потребностей аудитории и визуальной эстетики, позволит вам создать запоминающуюся презентацию. Помните, что главное — это установить глубокий контакт с аудиторией, сделать ее соучастником вашей истории и передать ценность вашего опыта, вызывая эмоции и ассоциации. Используйте эти советы для вдохновения, чтобы ваше выступление было не просто докладом, а настоящим триумфом.