

32 SPOSOBY NA ŚWIETNE ROZPOCZĘCIE TWOJEJ PREZENTACJI

LISTEN · SPEAK · CHANGE THE WORLD



32 SPOSOBY NA ŚWIETNE ROZPOCZĘCIE TWOJEJ PREZENTACJI

Wielu mówców boryka się z tym problemem. Uczucie jest mniej więcej takie, jak po wyjściu z gorącej sauny, chwilę przed tym, jak Twoja ręka sięga po sznurek od wiadra z lodowato zimną wodą. Zgadza się? Znasz to uczucie?

Wstęp.....	2
Interakcja.....	4
Pytania.....	5
Odniesienia.....	6
Retoryka.....	7
Wizualizacje.....	10
Przykłady TEDx	12
One-pager z ćwiczeniami dla Ciebie.....	13

Wielu mówców boryka się z tym problemem. Uczucie jest mniej więcej takie, jak po wyjściu z gorącej sauny, chwilę przed tym, jak Twoja ręka sięga po sznurek od wiadra z lodowato zimną wodą. Zgadza się? Znasz to uczucie?

Znasz je, jeśli:

- Jeszcze wchodząc na scenę, nie wiedziałeś, jak zacząć prezentację.
- Zdarzyło Ci się w ostatniej chwili zmienić rozpoczęcie Twojej prezentacji z przygotowanego, na „lepsze”.
- Zacząłeś od „yyyy”, albo, gorzej jeszcze, zacząłeś od schematycznego „dzień dobry, czy mnie słyszać, nazywam się...”.

Jeśli nie, to pewnie nigdy nie stałeś na scenie, albo nigdy nie korzystałeś z sauny. Ten dokument pomoże Ci wyjść na scenę, spotkać się z klientem albo rozpocząć rozmowę tak, że zaczarowany słuchacz nie może się oderwać.

Oto trzydzieści dwie **klasy sposobów** rozpoczynania prezentacji. Moim zamiarem nie jest dać Ci do ręki gotowe rozwiązania, bo ich powielanie byłoby pozbawione sensu. Daję Ci do ręki narzędzia, które wypełnisz swoją treścią. Dzięki temu każde wystąpienie będzie niepowtarzalne, a reakcje widowni—żywe i autentyczne.

PROBLEM

Zanim porozmawiamy o rozwiązaniu, zdefiniujmy problem. Co jest złego w tym, że kolejna prezentacja zaczyna się według schematu „dzień dobry, nazywam się Jerzy Zientkowski, jestem z firmy XYZ, zostaliśmy założeni w 1997 roku, mamy 12 osób, 40 mln € obrotu rocznie”?

Teoretycznie nic. W praktyce, widownia, słysząc ten sam schemat na **każdej konferencji**, podczas spotkania z każdym sprzedawcą, w każdym filmiku promocyjnym włącza autopilota. Jeśli wiesz, jak się skończy jakieś zdanie, dokańczasz je, a potem zaczynasz myśleć o swoich problemach. Co, jeśli na podstawie rozpoczęcia wiesz, jak będzie wyglądać cała prezentacja?

KORZYŚCI DLA CIEBIE

Niestampowe rozpoczęcie prezentacji zagwarantuje Ci uwagę publiczności. Uwagę, którą z czasem zamienisz na zainteresowanie, zrozumienie i, być może, na akceptację Twojego przesłania czy zrobienie tego, o co w prezentacji prosisz.

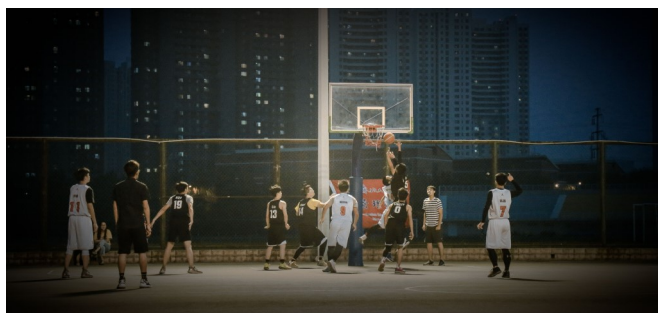
Leszek Miller powiedział kiedyś, że mężczyznę poznaje się nie po tym, jak zaczyna, ale po tym, jak kończy. To też prawda, ale żeby dobrze skończyć, trzeba mieć z kim. A Twoja widownia może zabrać Ci korzyści, wynikające ze świetnego otwarcia, jeśli go nie masz. Jakie korzyści?

- **Budowanie wiarygodności.** Ludzie chętniej słuchają kogoś, komu mogą zaufać.
- **Budowanie marki osobistej.** Oprócz tego, co powiedziałaś, ludzie powtórzą Twoje nazwisko
- **Zbudowanie jasności przekazu.** Metafora, anegdota, historia, porównanie, pytanie – masz dużo narzędzi, które przeniosą Twoją widownię od razu od słuchania do rozumienia.
- **Złapanie uwagi.** Zwróciłeś uwagę, że niektórych mówców słucha się w całości, a innych dopiero, kiedy coś się zaczyna dziać w prezentacji, zwykle **po przedstawieniu siebie, firmy, agendy etc.?** Twoja prezentacja będzie słuchana „od deski do deski” :)
- **Zamiana uwagi w zainteresowanie.** To jeden z najtrudniejszych kroków w rozpoczynaniu prezentacji. Mimo, że nie będziemy o nim rozmawiać, pamiętaj, że **świetne rozpoczęcie pomaga** w przekuciu uwagi słuchaczy w zainteresowanie. Jeśli nie rozumiesz, jak to działa, pomyśl o fajerwerkach. Pokaz fajerwerków przykuwa uwagę, ale kiedy się kończy, nic więcej się nie dzieje. Widzowie rozchodzą się do domów. Ale... oto jeden z wybuchów układa się w napis: „wyjdź za mnie, Anno”. Jak myślisz, co czuje w tym momencie Anna?

Dlatego tak ważne jest zacząć od razu dobrze.

ZANIM ZACZNIESZ MÓWIĆ: WIARYGODNOŚĆ

Jeden z moich idoli z lat sportu, Reggie Miller, zdobywca rekordów NBA w ilości trafionych rzutów za 3, był tak niebezpieczny, że jego przeciwnicy mówili: „Reggie’go trzeba kryć od momentu, kiedy przed meczem wysiada z autobusu”.



Jesteś mówcą od momentu, kiedy Twoja widownia ma z Tobą pierwszy kontakt. W dobie mediów społecznościowych wielu Twoich słuchaczy może mieć wyrobioną opinię na Twój temat, **zanim jeszcze napiszesz swoją mowę.** Co więcej, jeśli nic o Tobie nie mogą znaleźć w internecie, agen-

dzie, masz źle napisane BIO i zostałeś słabo zapowiedziany, najlepsze rozpoczęcie prezentacji może nic nie dać.

Wiarygodność mówcy to nie tylko pierwsze wrażenie po pierwszym słowie – to pierwsze wrażenie dla słuchacza. Nie specjalnie masz nad tym kontrolę na scenie – ale możemy o to zadbać, budując Twoją markę osobistą. Jeśli tego potrzebujesz, daj znać :)

Dlaczego o tym mówię? Bo ten dokument pozwoli Ci stworzyć świetne rozpoczęcie, ale Twoja prezentacja zaczyna się wcześniej. Pamiętaj o tym.

ZANIM ZACZNIESZ MÓWIĆ:

CEL

Wiele zależy od tego, co jest celem Twojej prezentacji. Nie wszystkie sposoby, o których piszę, będą pasować do Twojego przemówienia. Niektóre mogą być wprost nieskuteczne. Inne w „magiczny” sposób mogą spowodować, że Twoja prezentacja nabierze kolorów.

Każdy z tych sposobów to schemat. Powinieneś włożyć do niego własną treść, przećwiczyć, sprawdzić, jak działa – i dopiero wtedy wychodzić na scenę.

ZANIM ZACZNIESZ CZYTAĆ

Cały dokument jest skonstruowany tak, żebyś znalazł w nim inspiracje do stworzenia swojego najlepszego rozpoczęcia **danej prezentacji** w danym dniu, dla danej widowni. I żebyś nauczył się znajdować świetne rozpoczęcia do kolejnych prezentacji.

Uporządkowałem sposoby według klas (interakcja, pytania, odniesienia, retoryka, sposoby techniczne i wizualne), a w ramach klas posortowałem sposoby od, moim zdaniem, najlepszych i najciekawszych do takich, które mogą być oklepane i znane Twojej widowni.

Zaczynamy.

INTERAKCJA

Pierwsza klasa sposobów rozpoczynania prezentacji – interakcja. Bezpośredni kontakt z widownią, który pozwala na przełamanie lodów. Rewelacyjnie działa, jeśli możesz pozwolić sobie na mniej formalne rozpoczęcie. Daje Ci i widowni poczucie, że się znacie, bo rozmawiacie, zamiast słuchać wykładu.

1. CASUAL TALK/SMALL TALK

Już jesteś na scenie, ale rozmawiasz z widownią tak, jakbyś siedział z nimi przy kawie, w kularach, po przyjacielsku.

Wymaga to olbrzymiej wprawy, pewności siebie, przeciwności. No i świadomości, że ten rodzaj rozpoczęcia działa dla danej widowni.

O, już jesteście. Super, ja sobie tylko tutaj kawę postawię i już zaczynamy rozmowę. O czym to mieliśmy dziś rozmawiać? A, jasne...

2. KOMPLEMENT

Nigdy dość komplementów. Dzień bez wazeliny to dzień stracony. Co masz powiedzieć jutro, powiedz dziś, pod warunkiem, że jest to miłe.

Jeśli komplement, którego masz zamiar użyć, wpisuje się w Twoją prezentację (na przykład pomagając zrozumieć, o czym będziesz mówił, albo otwierając nawiązanie do innego prelegenta), zacznij od niego. Pamiętaj tylko, żeby być całkowicie przekonany. Często komplement w dobrej wierze słuchacze traktują jako sarkazm.

Nigdy jeszcze nie widziałem tak ładnej widowni.

Mój przedmówca jest jednym z najciekawszych oratorów, jakich miałem okazję słuchać.

3. ZADANIE

Zadanie, to prośba do widowni o podjęcie jakiegoś działania. Świetny sposób na rozpoczęcie z energią, pod warunkiem, że będziesz pamiętać o tym, że:

- Zadanie **musi** być celowe. To oznacza, że jego cel i treść nawiązują do tezy i przesłania Twojej prezentacji. Inaczej będziesz kolejnym mówcą, który każe widowni robić pajacyki albo masażyk, przybijając sobie piątki czy coś równie genialnego—bo wydaje mu się, że to daje energię słuchaczom, zwłaszcza po obiedzie.
- Zadanie musi być obudowane wiarygodnością. Zanim powiesz widowni, co mają zrobić, muszą wiedzieć, dlaczego **właśnie Ty** masz prawo do mówienia im, co mają zrobić.
- Zadanie może być skierowane do całej widowni, do grupy, do jednej osoby albo do każdego indywidualnie. Pamiętaj o tym, projektując rozpoczęcie Twojej prezentacji.

Wstańcie teraz proszę. Zaczniemy od prostego zadania dla każdego z Was...



4. PODZIĘKOWANIE

Bardzo staram się unikać w przemówieniach zarówno przepraszenia, jak i dziękowania. Dziękowanie jako sposób na zakończenie prezentacji jest dla mnie marnowaniem okazji na mocne zakończenie.

Rozpoczęcie prezentacji podziękowaniami może być ciekawe, pod warunkiem, że nie będą to sztampowe podziękowania. Zapomnij o *korzystając z okazji, chciałbym podziękować organizatorom za możliwość... albo dziękuję, że przyszedliście na moją prezentację, to wiele dla mnie znaczy.*

Podziękowanie jako rozpoczęcie powinno być albo ultraszczere i ważne, albo...powinno być zaskakujące.

Zanim zaczniemy, bardzo dziękuję organizatorom za to, że zaprosili Macieja do wygłoszenia tej prelekcji... Musiałem napracować się, żeby Maciej nie mógł się tu dziś pojawić, a to wiele mnie nauczyło. Dziękuję...`

5. MOWA DYREKTYWNA (WYOBRAŻ SOBIE)

Tak jak w wypadku zadania, mowa dyrektywna, czyli powie-



denie widowni, co ma myśleć, wiedzieć albo czuć, jest niezwykle skutecznym sposobem na rozpoczęcie przemówienia, **pod warunkiem, że mamy zbudowaną wiarygodność.**

Jeżeli nie wiesz, czy możesz używać takiego rozpoczęcia prezentacji, nie rób tego. Mowa dyrektywna może więcej napsuć niż zbudować, mimo że będzie Ci się wydawać, że

słuchacze wykonują Twoje polecenia.

Dobra wiadomość jest taka, że możesz obudować Twoje polecenie za pomocą specjalnych konstrukcji, które zmiękczają negatywny wydźwięk poleceń. Zobacz:

Zamiast Wyobraźcie sobie... użyj Wiem, że potrafcie sobie wyobrazić... albo Założę się, że każdy umie sobie wyobrazić, że...

Zamiast Pomyślcie przez moment, co jest najważniejsze... użyj Większość moich słuchaczy myśli, że najważniejsze jest... pomyślcie przez moment, co jest najważniejsze...

Ta druga konstrukcja zaczyna się tezą (większość moich słuchaczy), która daje Twojej widowni wiedzę i odpowiednią dozę wiarygodności, żeby kazać im myśleć.

PYTANIA

Nareszcie! Dotarliśmy do miejsca, w którym będziemy rozmawiać o pytaniach. Czy chciałbyś, żeby te porady były wcześniej?

Pytania są zawsze niezwykle skutecznym i niezwykle ryzykownym sposobem na rozpoczynanie prezentacji. Dlaczego?

Dobrze zadane pytanie sprawia, że widownia myśli i zaczyna dawać nam swoją uwagę.

Dobrze zadane pytanie, które widownia świetnie zna, sprawia, że tracimy wiarygodność w oczach (i uszach) słuchaczy.

Źle zadane pytanie powoduje, że musimy mocno się napracować, żeby odbudować zainteresowanie widowni.

Projektując pytanie na początku prezentacji, odpowiedz na następujące pytania:

1. Czy jest szansa, że widownia zna to pytanie?
2. Czy jest szansa, że widownia słyszała już to pytanie ostatnio? Dzisiaj? Zadane przez poprzedniego prelegenta?
3. Jaki jest cel tego pytania? Mają pomyśleć, znaleźć odpowiedź, podnieść rękę/zagłosować, odpowiedzieć coś na głos?
4. Czy celem Twojego pytania jest **dowiedzenie się czegoś od widowni?** Jeśli tak, wywal to pytanie i dowiedz się tego **zanim wyjdiesz na scenę!**
5. Czy masz dostatecznie dużą wiarygodność, żeby zacząć wprost od pytania?

Pracując nad pytaniami pamiętaj, że ich kategorie mogą się przenikać (pytanie *otwarte* może być *retoryczne*, pytanie *ankietowe* może służyć do *zdobycia wiedzy*). I że powyższe pięć punktów jest aplikowalne w każdej z kategorii pytań (czyli nawet jeśli zadajesz pytanie otwarte, Twoja widownia *mogła już je dziś słyszeć!*).

6. PYTANIE ANKIETOWE (ILU Z WAS)

Podnieś rękę, jeśli chciałbyś zarabiać więcej pieniędzy!

Klasyka gatunku, pytania ankietowe albo liczące są zamie-



nieniem pytania *Kto z was chciałby na Ilu z Was chciałoby*, a potem dodaniem konkretnej akcji.

Takie pytanie to dobry sposób na rozpoczęcie prezentacji. Konkretna akcja do wykonania, dodatkowa porcja plus dowód społeczny (bo Ci, którzy nie podnieśli rąk, widzą innych, którzy podnoszą ręce). Same zalety, z wyjątkiem sytuacji, w których:

- nikt nie podniesie ręki,
- zbyt mało osób podniesie rękę,
- widownia już słyszała to pytanie. Dziś. Przed chwilą.

7. PYTANIE OTWARTE

Zadawaj zawsze pytania otwarte, mówili. Będzie lepiej, niż pytania zamknięte, mówili.

Ale czy na pewno?

Kiedy zadajesz pytanie otwarte (co, jakie, dlaczego, ile, jak, kiedy itd.), jest duża szansa, że dostaniesz odpowiedź. Ale nie taką, jaką byś chciał. Jest duża szansa, że część widowni *pomyśli odpowiedź*, część *zacznie Ci odpowiadać*, część natomiast *nie będzie wiedziała, co ma zrobić*.

Dlatego pytania otwarte obudowuj **zadaniem**: *Pomyślcie przez moment proszę, jaki kolor ma dla Was największe znaczenie w życiu?*

8. PYTANIE RETORYCZNE

Podnieś proszę rękę, jeśli uważasz, że porady z tego dokumentu są rewelacyjne.

Pytanie retoryczne to pytanie, na które nie potrzebujesz odpowiedzi. Jest ona oczywista. Pułapka polega na tym, że oczywistość odpowiedzi może być oczywista dla Ciebie, ale już nie dla widowni.

Dlatego pytania retoryczne powinny być przetestowane na kilku widowniach testowych, zanim zaczniesz swoją prezentację. A kiedy już wiesz, że działają, możesz być pewien, że rozpoczęcie Twojej prezentacji sprawi, że widownia zacznie słuchać, rozumieć i chcieć.

A o to przecież chodzi :)

9. PYTANIE ZAMKNIĘTE

Pytania, na które odpowiedź brzmi tak/nie, zawsze niosą ze sobą spore ryzyko usłyszenia *nie*, nie dlatego, że to jest poprawna odpowiedź, tylko z przekory. Albo z braku zaufania.

Klasyczna jest już metoda zadawania pytań absurdalnie oczywistych, po których następuje pytanie właściwe:

- *Czy chciałbyś być bogatszy?! Taaaak.*
- *Czy chciałbyś mieć super lajfstajl?! Taaaak.*
- *Czy przystąpisz do naszego programu?! Eeee..Taaaak.*

Mówcom często wydaje się, że ten sposób rozpoczynania prezentacji gwarantuje im sukces przemówienia. Bo widownia wpadnie w pułapkę potwierdzania (patrz Robert Cialdini i wywieranie wpływu) i odpowie nam tak, jak byśmy chcieli.

Nie twierdzą, że pytania zamknięte są złe. Używaj ich jednak rozważnie, pamiętając o ryzyku.

ODNIESIENIA

Roboczo nazwijmy je referencjami. Rozpoczynasz, nawiązując do kogoś, czegoś, wydarzenia. Najlepiej, żeby Twoja widownia rozumiała kontekst odniesienia. Może też być tak, że odniesienie edukuje widownię, dając jej wiedzę, zanim przejdiesz do właściwej treści prezentacji.

10. REFERENCJA BIEŻĄCA

Odniesienie do wydarzenia aktualnego, o którym słyszała większość Twoich słuchaczy, to świetna metoda na rozpoczęcie prezentacji. Mówisz przecież o czymś, o czym wiedzą prawie wszyscy. W dodatku jest to aktualne. Rewelacja!

Warto pamiętać, odnosząc się do aktualnego wydarzenia, żeby miało ono powiązanie z tematem Twojej prezentacji **albo żeby budowało relację** z widownią. W przeciwnym razie będzie trikiem, tak, jak zadanie z masowaniem pleców. Fajne, ciekawe, ale jednorazowe i w żaden sposób nie budujące.

Wprowadzenie nowych przepisów RODO, dwa miesiące temu, zmienia wszystko w funkcjonowaniu małych firm w Pol-

sce. Porozmawiajmy o tym, jak...

11. REFERENCJA DO OSOBY

W odróżnieniu od cytatu, który może być ważniejszy niż jego autor, referencja do osoby rozpoczyna naszą prelekcję prezentacją bohatera. Jego cechy, sukcesy czy umiejętności mogą stanowić świetne wprowadzenie do naszej prezentacji, dając widowni niezbędny kontekst.

Jeśli osoba jest z tych bardziej żyjących, warto upewnić się, czy nie będzie miała nic przeciwko, jeśli będziemy o niej mówić ze sceny. Zwłaszcza, jeśli będzie siedzieć na widowni.

Wszyscy znamy Marcina Kowalskiego. Jego osiągnięcia na polu...

12. REFERENCJA DO ROZMOWY

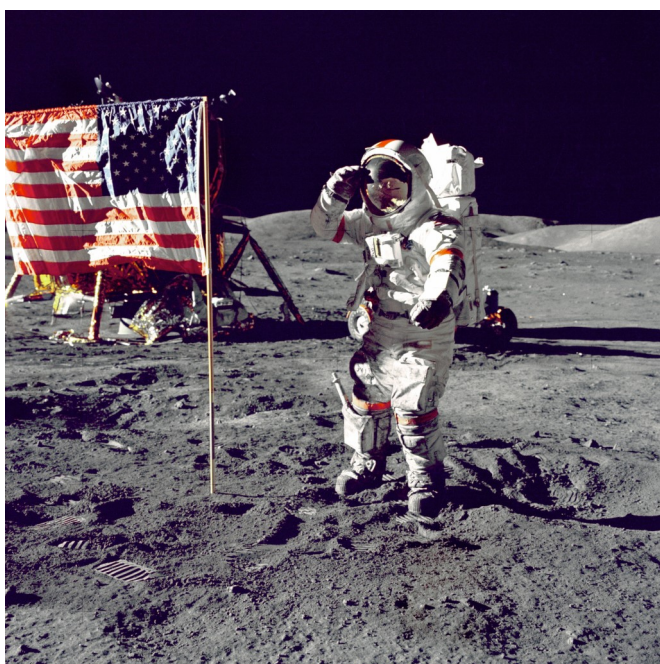
W odróżnieniu od cytatu, który może być ważniejszy niż jego autor i w odróżnieniu od referencji do osoby, w której osoba jest najważniejsza, referencja do rozmowy wprowadza bohatera, ale **ważniejsza od bohatera jest treść rozmowy**.

To ona, treść, stanowi osnowę rozpoczęcia prezentacji. Tematy tej rozmowy, jej szczegóły, dadzą Twojej widowni zrozumienie, w którą stronę idzie prezentacja.

Tydzień temu rozmawiałem z Marcinem o negocjacjach w sprzedaży. Mówiliśmy o tym, że w żadnym wypadku nie powinno się...

13. REFERENCJA HISTORYCZNA

Odniesienie do wydarzenia historycznego, które powinna kojarzyć lub znać większość Twoich słuchaczy, to świetna



metoda na rozpoczęcie prezentacji. Mówisz przecież o czymś, o czym wiedzą prawie wszyscy. W dodatku jest to ważne, historyczne wydarzenie o głębokim wydźwięku. Rewelacja!

Warto pamiętać, odnosząc się do wydarzenia historycznego, żeby miało ono powiązanie z tematem Twojej prezentacji **albo żeby budowało relację** z widownią. W przeciwnym razie będzie trikiem, tak, jak zadanie z masowaniem pleców. Fajne, ciekawe, ale jednorazowe i w żaden sposób nie budujące.

Najpierw było marzenie. Potem jedno zdanie, które wypowiedział w 1961 J.F. Kennedy. A potem ludzkość wylądowała na księżycu...

RETORYKA

Narzędzia retoryczne mają długą historię. Ich skuteczność wynika z samej melodii języka, z jego rytmu, z tego, że nawet jeśli nie znamy konkretnego narzędzia, jego zastosowanie wzbogaca przemówienie, dodając znaczeń, kwiecistości albo przejrzystości tego, co mówimy.

Poniższe sposoby na rozpoczęcie prezentacji nie muszą być wprost narzędziami retorycznymi, ale działają podobnie – przykuwają uwagę tym, jak opakowujesz treść prezentacji.

14. HISTORIA

Bohater, wątek, akcja. Zmiana emocji. Podróż bohatera (czyli to, w jaki sposób bohater przechodzi przez całą historię) jest gwarancją, że widownia zacznie słuchać. Trzeba się trzymać kilku zasad, a potem już jest z górki.

Zasada 1: najlepsze historie są prawdziwe. Nie staraj się opowiadać wymyślonych lub niezwyfikowanych historii.

Zasada 2: najlepsze historie są szczegółowe, acz bez przesady. Bohater ma być widoczny—najlepiej, jeśli ma imię i można go sobie wyobrazić. Data, miejsce, kilka szczegółów wystarczą, żeby wyobraźnia widowni zaczęła działać.

Zasada 3: najlepsze historie należą do Ciebie, ale nie Ty jesteś bohaterem. Należą do Ciebie oznacza, że Ty je opowiadasz jako pierwszy. Nie Ty jesteś bohaterem oznacza, że Twoje ego nie będzie wyeksponowane („ja zrobiłem, ja powiedziałem”), a to pomaga zyskać i sympatię, i uwagę widowni.

Dwadzieścia lat temu, kiedy kończyłem studia...

W wielu miejscach w naszym kraju produkuje się złączki. Ale tylko w jednym pracują niesamowici ludzie. Oto historia jednego z nich...

15. WYZWANIE

Wyzwanie jest tezą z haczykiem—gwarancją, że coś się wy-

darzy w trakcie prezentacji lub po jej skończeniu. Rozpoczęcie wyzwaniem ma wbudowane ryzyko, ale daje nam też gwarancję, że skupimy uwagę **wszystkich** na widowni.

Wyzwanie powoduje, że osoby zainteresowane tematem czują, że to będzie prelekcja dla nich. Z kolei pozostali czują się *sprovokowani* wyzwaniem i słuchają uważnie, żeby Ci udowodnić, że **nie spełniłeś ich oczekiwań**.

Wyzwaniem powinniśmy rozpoczynać, kiedy jesteś **PEWIEN**, że obronisz tezę swojej prezentacji. Wtedy możesz skorzystać z następujących wzorów:

Kiedy skończę moją prezentację, będziecie przekonani, że...

Jest tylko jeden dobry sposób na...

16. DIALOG

Dialog jest jednym z najciekawszych narzędzi w przemawianiu czy storytellingu (czyli opowiadaniu historii). Dobrze użyty, pokazuje emocje, skraca prezentację (**zawsze dobrze!**), wprowadza bohaterów. Źle użyty, wprowadza konfuzję.

Jeśli masz teatralne inklinacje, możesz zacząć od razu od dialogu. Ryzyko jest takie, że widownia może nie zrozumieć, co się dzieje na scenie. Dlatego warto obudować dialog jednym zdaniem wprowadzenia.

Rozmawiam z Magdą, która siedzi w restauracji przy oknie...

17. TEZA



Jeden z najprostszych sposobów na rozpoczęcie prezentacji, to postawienie tezy. Teza nie musi być od razu tezą **całej prezentacji**, może być załączkiem, z którego wyciągniemy odpowiednie wnioski albo ciekawostką, która pozwoli nam nawiązać do głównego tematu. Teza jako twierdzenie, którego uzasadnienie przedstawimy w trakcie prelekcji, pozwala od razu zrozumieć widzowi, w którą stronę idziemy.

Świetnym przykładem tezy może być np. stwierdzenie:

Dziecko urodzone w 2016 w USA ma 42 tysiące USD długu publicznego.

18. CYTAT

Internet pełen jest cytatów. Cytatów osób znanych, cytatów osób nieznanymi, cytatów osób żywych, cytatów osób, które nie powinny być cytowane w żadnym wypadku.

Rozpoczęcie cytatem ma trzy fundamentalne założenia, o których warto pamiętać:

- Cytat powinien być kontekstowo zbieżny z tematem i przesłaniem Twojej prezentacji. Rozpoczęcie cytatem, który ma się nijak do prezentacji, a jedynie pokazuje Twoją erudycję, może też pokazać Twoją ignorancję.
- Cytat być znany większości widowni **lub** autor cytatu być znany większości widowni **lub** cytata być odkryciem (emocjonalnym lub intelektualnym) dla widowni. Średnio znany i nieodkrywczy cytata nie zrobi wrażenia, o które walczymy.
- Cytat może być potraktowany dosłownie, ale możesz też zagrać przekornie, cytując coś, a następnie zmieniając kontekst cytatu. Pamiętaj o tym, cytując.

Wszystkie cytaty w internecie są prawdziwe.

~Abraham Lincoln

19. DEFINICJA PROBLEMU

Większość naszych prezentacji czy przemówień ma w tle

określony problem, który chcemy rozwiązać. Ideę, która temu problemowi może zapobiec. Relację, która pomoże sprawniej ten problem ominąć.

Twoja widownia czasami potrzebuje przejścia do treści. Od razu. Mięso na talerz i jedziemy.

Dlatego czasami warto zacząć prezentację wprost od deklaracji, że problem istnieje, od jego definicji a potem—przejść do sposobów na jego rozwiązanie.

Czasami warto wprost zacząć od słów:

Mamy problem...

Wraz zarządem stwierdziliśmy, że obecne wyniki retencji klientów są niezadowolające. Są problemem, który musimy rozwiązać.

20. STATYSTYKA

Liczby zawsze robią wrażenie. Rozpoczęcie od statystyki jest pokrewne tezie, jednak nie wprost buduje Twoją wiarygodność. Dlaczego? Dlatego że jeśli Twoja statystyka jest dostatecznie precyzyjna (albo, lepiej jeszcze, posiada źródło), to zacząłeś prezentację lepiej niż 84,7% prelegentów na polskim rynku*.

Statystykę możesz podać w postaci liczby na slajdzie, możesz opowiedzieć o niej, można też dojść do niej podczas obliczeń, od których zaczynasz prezentację. Niebo jest limitem**.

**dane własne za okres 2012-2018, na próbie 698 prelegentów.*

*** [eng.] Sky is the limit.*



Ponad 40% sprzedaży nie dochodzi do skutku, bo klient nie rozumie, co do niego mówimy.

21. ŻART

Nie zaczynaj od żartu. **Zwłaszcza nie zaczynaj od żartu**, który zapowiadasz jako żart. Zwłaszcza nie zaczynaj od żartu z zapowiedzią i przeprosinami, bo nie umiesz opowiadać żartów.

Możesz otworzyć prezentację humorem, anegdotą, historią lub jakimkolwiek innym sposobem, w którym przekora, ironia lub inne narzędzie retoryczne wywołują śmiech. **Humor**

jest zawsze dobrym rozwiązaniem, z wyjątkiem sytuacji, w których jest złym rozwiązaniem.

22. TESTIMONIAL KLIENTA/WIDZA

Przedstawianie się na początku prezentacji to prezentacja własnego ego. Ale—gdyby przedstawił nas ktoś inny? Niekoniecznie prowadzący? Gdyby byli to nasi klienci albo słuchacze naszych wykładów?

Testimonial może być świetnym początkiem prezentacji. Jeśli wrzucisz go na slajd, będzie ok. Wersja audio też działa, choć z zastrzeżeniami, o których mówiliśmy. Zaproszenie na scenę klienta czy słuchacza może być ryzykowne, jeśli ten nie jest dobrym mówcą, ale zawsze robi wrażenie.

Mówi się o naszej firmie różne rzeczy, ale najlepiej naszą jakość podsumowuje opinia jednego z naszych klientów: ...

23. AGENDA

Rola agendy w prezentacji może być żadna, jeśli użyjesz jej klasycznie, albo ogromna, jeśli popracujesz nad tym elemen-



tem. Klasyczne podejście do agendy to drugi albo trzeci slajd, na którym jest naciapane kilka (dziesiąt) punktów naszego spotkania i...do tego slajdu nikt już nigdy nie wraca.

Mniej klasyczne podejście, bardziej skuteczne, to umieszczenie agendy co kilka slajdów, w miejscu zmiany tematów, z zaznaczeniem, w którym miejscu jesteśmy. Możesz też podejść do agendy niesztampowo, zamiast nie w trakcie prezentacji wyświetlając pasek postępu. Działa też ultranowoczesne oznaczenie bieżącej strony vs. liczba stron w sumie: 6/8.

Cokolwiek wybierzesz, agenda jako rozpoczęcie prezentacji jest świetnym, technicznym, bezpiecznym pomysłem. Świetnym, bo od razu wprowadza w tematykę (lub buduje napięcie, jeśli nazwiesz elementy agendy tajemniczo). Technicznym, bo mówi o merytoryce, ale jeszcze nie jest samą merytoryką. Bezpečnym pomysłem, bo trudno jest nie zrozumieć, że patrzysz na agendę (podczas gdy z cytatem na przykład albo ze zdjęciem Twoja widownia może mieć problem).

24. PRZEDSTAWIENIE SIĘ

Nie zaczynaj od przedstawiania się. Z wyjątkiem sytuacji, w

których traktujesz przedstawianie się jako żart **albo kiedy wymaga tego od Ciebie etykieta, protokół dyplomatyczny, obecność Królowej lub wymagania klienta**, nie przedstawiaj się na początku prezentacji.

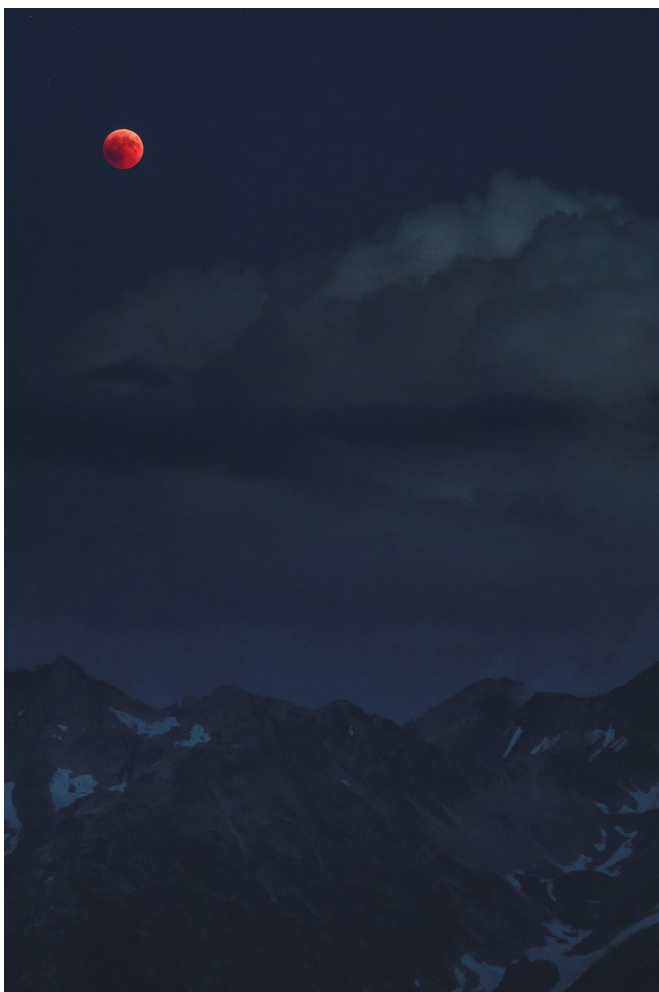
Kiedy się przedstawiasz, mówisz jednocześnie swojej widowni „nie znacie mnie”. Mimo, że ten komunikat może być prawdziwy, nie jest dobrym komunikatem do budowania wiarygodności, dzięki której chętniej Cię będą słuchać.

Jeżeli koniecznie musisz i bez tego Twoja prezentacja będzie niepełna, a Twoje ego dozna nieodwracalnych uszkodzeń, przedstaw się po openerze, kiedy widownia już wie, **że będziesz rewelacyjny** i kiedy widownia już **chce Cię poznać**.

Nie wcześniej.

WIZUALIZACJE

Nie tylko slajdy, ale przede wszystkim slajdy. Zaczynasz prezentację bez słów, od zdjęcia, od przedmiotu wyjętego z



kieszeni, może od gestu? Niesztafowość walczy tu z czytelnością, więc albo szybko wyjaśnij, o co chodzi, albo za-
dbaj o to, żeby wszyscy zrozumieli od razu, co widzą.

Możesz też potraktować wizualizację jako celowo niejasny początek, budując w ten sposób napięcie.

25. SLAJD: ZDJĘCIE

Wchodzisz na scenę, a za Tobą świetne zdjęcie. Mówi więcej, niż tysiąc słów, więc możesz śmiało skrócić swoje przemówienie o blisko 10 minut. Jeszcze nie zacząłeś mówić, a już wygrałeś.

Poważnie rzecz ujmując, dobre, dające do myślenia zdjęcie **lub** dobre, oczywiste zdjęcie pomagają w rozpoczęciu prezentacji. Chwila ciszy *zanim zaczniesz mówić* pewnie też pomoże widowni przyswoić zawartość zdjęcia i zrozumieć jego kontekst.

W przykładowych filmikach znajdziesz prezentację, która *prawie zaczyna się od zdjęcia* :)

26. SLAJD: LICZBA

Liczby **zawsze działają**. Jeśli nie działają, to znaczy, że są źle dobrane. Nie w kontekście. Niezrozumiale.

Czasami wystarczy jedna liczba, żeby przykuć uwagę widowni. To może być wynik za zeszły rok. Nowo zatrudnieni pracownicy. Klienci, którzy odeszli z różnych powodów. Procent wypadków.

Wyjaśnienie tej liczby to Twoje zadanie. Zamieniasz uwagę widowni w zainteresowanie, jeśli wyjaśniasz od razu, albo w napięcie, jeśli obiecasz wyjaśnienie tej liczby później. Tak czy tak, zaczynają słuchać...

Jaka liczba znajduje się na powyższym zdjęciu?

27. POMOC WIZUALNA

Mianem pomocy wizualnej określamy wszystko, co nie jest prezentacją z rzutnika lub zapiskami na flipcharcie. Pomoc wizualna to pęk kluczy wyjęty z kieszeni, eksponat na stoliku, stolik, proteza, którą przyniesiono spoza sceny...

Tylko Twoja kreatywność określa granice *pomocy wizualnej*. Jak zwykle pamiętaj o jednym—zadaniem pomocy wizualnej jest pomóc rozpocząć prezentację **zgodnie z jej przesłaniem**. Przykucie uwagi widowni czymś widowiskowym, tylko po to, żeby nigdy potem tego nie użyć, mija się z celem.

Bogdan Sosnowski, jeden z lepszych prelegentów polskich scen branżowych, zaczyna jedną ze swoich prezentacji od wyjęcia żarówki. Nawiązuje w ten sposób do Edisona.

28. SLAJD: CYTAT



Wechodzisz na scenę, a za Tobą cytat. W dodatku taki właśnie, o jakim rozmawialiśmy wcześniej. Skuteczny. Jak zwykle czekasz moment, żeby widownia wchłonęła przesłanie, a potem z uśmiechem i energią tłumaczysz im, dlaczego zacząłeś od tego właśnie cytatu, co on oznacza i o czym dalej będziecie rozmawiać.

Kiedy kończysz, widownia zaczyna ponownie oddychać, bo teraz już można...

29. SLAJD: TEKST

Nie zawsze to, co napisane, musi być cytatem. Czasami jedno zdanie na slajdzie jest zapowiedzią zmiany, nadejścia idei czy definicją problemu. Czasami fragmentem poezji albo dialogiem.

Jak zwykle, tylko Twoja kreatywność ogranicza to, co napiszesz na slajdzie i tylko konsekwencja w spójności rozpoczęcia prezentacji z jej tezą uchroni Cię przed banalnością i nudą.

Na slajdzie można umieścić tezę, wyzwanie czy przesłanie. Pamiętaj tylko o tym, w jaki sposób **pokazać ten tekst**: czy *zanim zaczniesz mówić*, czy po tym, jak *padnie pierwsze zdanie*.

30. NAGRANIE AUDIO

Nagranie audio może być ciekawą formą rozpoczynania prezentacji. Zazwyczaj mówimy albo o podkładzie muzycznym, albo o cytacie dźwiękowym. Bywają też lektorzy, czytający fragment poezji lub BIO prelegenta. Czasami trudno odróżnić.

Ponieważ nie ma Cię jeszcze na scenie, lub jesteś na scenie ale nic nie mówisz i nic nie robisz, zadбай o jasność przekazu. Kiedy nagranie się kończy, widownia musi precyzyjnie wiedzieć, co się właśnie wydarzyło **lub musi być ekstremalnie zainteresowana tym**, co wydarzy się za moment.

31. NAGRANIE VIDEO

Nagranie video nie jest przesadnie dobrą formą rozpoczynania prezentacji. Występuje w dwóch wariantach:

- Jako filmik zapowiadający prelegenta, zamiast przedstawienia się czy zamiast zapowiedzi prowadzącego. Trudny temat, bo łatwo wpaść w patos i przesadzić.
- Jako filmik wprowadzający w treść prezentacji. Trudny temat, bo jeśli filmik jest dobry, to czemu nie puścić dłuższego, **zamiast prelekcji**. Jeśli zły, no, to...po co puszczać w ogóle?

Jeśli masz zamiar rozpocząć prezentację nagraniem video, zadбай o dwie rzeczy: o ekstremalnie dobrą jakość nagrania, **zwłaszcza audio** i o brak jakichkolwiek problemów technicznych.

32. SLAJD: WYKRES

Wykres jest graficzną interpretacją statystyki. Jak to zwykle bywa, wykresy pojawiają się w milionach prezentacji i w większości są podane saute, bez odpowiedniej oprawy. Oznacza to, że Twoja widownia może nie wiedzieć, co jest ważne na wykresie. Jeśli robisz to celowo, żeby zbudować napięcie, to w porządku. Jeśli nie—zaznacz na wykresie ten element, wartość, miejsce zmiany, który ma wywrzeć na Twojej widowni największe wrażenie.

I od niego zacznij.

TEDX TO ŚWIETNE MIEJSCE, ŻEBY ZNALEŹĆ INSPIRACJE.

Poniżej znajdziesz subiektywną listę nagrań z TEDx, które lepiej lub gorzej ilustrują rozpoczęcie prezentacji. Obejrzyj, potraktuj jako pomysł do skopiowania, przecwicz. Nie zrażaj się tym, że Tobie może się nie podobać. Przerób tak, żeby spodobało się Twojej widowni!

TEZA	https://www.youtube.com/watch?v=ktjMz7c3ke4
PYTANIE	
WYZWANIE	https://www.youtube.com/watch?v=2oS1hmTPmow
HISTORIA	https://www.youtube.com/watch?v=iNOE0dZpHcY
ZADANIE	https://www.youtube.com/watch?v=JsC9ZHi79jo
PODZIĘKOWANIE	https://www.youtube.com/watch?v=4VdO7LuoBzM
KOMPLEMENT	
REFERENCJA BIEŻĄCA	
REFERENCJA HISTORYCZNA	https://www.youtube.com/watch?v=HDKI9EdXhFk
REFERENCJA DO OSOBY	https://www.youtube.com/watch?v=pDXO4BONGkM
REFERENCJA DO ROZMOWY	
CYTAT	https://www.youtube.com/watch?v=tGdsOXZpyWE
ŻART	https://www.youtube.com/watch?v=4DruXASC1kM
DEFINICJA PROBLEMU	https://www.youtube.com/watch?v=C5dyGh3oMVQ
PRZEDSTAWIENIE SIĘ	https://www.youtube.com/watch?v=qHurtdWrYzg
NAGRANIE VIDEO	
NAGRANIE AUDIO	
POMOC WIZUALNA	
STATYSTYKA	
SLAJD: ZDJĘCIE	https://www.youtube.com/watch?v=5MgBikgcWnY
SLAJD: CYTAT	
SLAJD: TEKST	https://www.youtube.com/watch?v=f6nxcfbDfZo
SLAJD: LICZBA	https://www.youtube.com/watch?v=N5NpnQkQjKs
SLAJD: WYKRES	
DIALOG	https://www.youtube.com/watch?v=e2NjLF_s6MM
AGENDA	https://www.youtube.com/watch?v=iKHTawgyKWQ
MOWA DYREKTYWNA (WYOBRAŹ SOBIE)	https://www.youtube.com/watch?v=purKIRrPJvc
TESTIMONIAL KLIENTA/WIDZA	
PYTANIE OTWARTE	
PYTANIE ZAMKNIĘTE	https://www.youtube.com/watch?v=6iFCm5ZokBI
PYTANIE ANKIETOWE (ILU Z WAS)	https://www.youtube.com/watch?v=TQMbvJNRpLE
PYTANIE RETORYCZNE	
CASUAL TALK	https://www.youtube.com/watch?v=Lp7E973zozc

Wydrukuj mnie i zabierz na konferencję, albo miej mnie przy sobie gdy oglądasz TEDx. Zapisuj rozpoczęcia prezentacji, które do Ciebie trafiają, żeby później móc je zaadoptować do własnej prezentacji.

Nie zapomnij dołączyć do grupy na FB i podzielić się swoimi odkryciami i najlepszymi openerami prezentacji. Dołącz i wrzuć posta na grupę: Hej, znalazłem świetne rozpoczęcie prezentacji:... :)

<https://www.facebook.com/groups/274611670017075>

TEZA

PYTANIE

WYZWANIE

HISTORIA

ZADANIE

PODZIĘKOWANIE

KOMPLEMENT

REFERENCJA BIEŻĄCA

REFERENCJA HISTORYCZNA

REFERENCJA DO OSOBY

REFERENCJA DO ROZMOWY

CYTAT

ŻART

DEFINICJA PROBLEMU

PRZEDSTAWIENIE SIĘ

NAGRANIE VIDEO

NAGRANIE AUDIO

POMOC WIZUALNA

STATYSTYKA

SLAJD: ZDJĘCIE

SLAJD: CYTAT

SLAJD: TEKST

SLAJD: LICZBA

SLAJD: WYKRES

DIALOG

AGENDA

MOWA DYREKTYWNA
(WYOBRAŻ SOBIE)

TESTIMONIAL KLIENTA/WIDZA

PYTANIE OTWARTE

PYTANIE ZAMKNIĘTE

PYTANIE ANKIETOWE (ILU Z
WAS)

PYTANIE RETORYCZNE

CASUAL TALK

JERZY ZIENTKOWSKI

MÓWCA | AUTOR | MENTOR



Mówca inspiracyjny, autor, mentor i trener. W latach 2011-2016 wiceprezes Stowarzyszenia Profesjonalnych Mówców i dyrektor programowy międzynarodowego Spectacular Speaking oraz Festiwalu Inspiracji. Jest jednym z niewielu mówców-informatyków, którzy potrafią jednocześnie być kompetentni i... zrozumiani. Członek elitarnego Brian Tracy International Speakers Club.t

W 2012 roku dotarł do finałowej szóstki najlepszych mówców Mistrzostw Europy w Bonn. W 2013 roku został Mistrzem Polski w konkursie przemówień improwizowanych po polsku i Wicemistrzem Polski w konkursie przemówień improwizowanych po angielsku.

Rocznie prowadzi kilkadziesiąt szkoleń, wykładów i prezentacji oraz mentoruje Klientów wyższego szczebla zarządzania, pomagając w sytuacjach „podbramkowych”. Działając na styku biznesu, sprzedaży i obsługi Klienta wypracował unikatowy zestaw narzędzi komunikacyjnych, pozwalający na współpracę z różnymi branżami w międzynarodowych środowiskach.

Jego mowy uświetniały prestiżowe wydarzenia m.in.: TEDx, Spectacular Speaking, Pełna Moc Możliwości, VI Kongres Business Intelligence, Diamenty Sprzedaży oraz wiele innych ogólnopolskich konferencji. Jest zapraszany na sceny , gdzie przemawia obok najlepszych polskich i światowych mówców: Briana Tracy, Roberta Cialdinię, Darrena LaCroix, Marka Browna, Jacka Walkiewicza i innych.

Szkolił i przemawiał m.in. dla AI Fianco Partners, Allegro, Allianz, Aviva, Aon Hewitt, BGK, Benefit, Bre Bank, Bricoman, BZ WBK...

zamieniamy **STORYTELLING** w sukces biznesów



MOWY MENTORING MASTERCLASS



MOWY

Zainspiruj gości, klientów, pracowników, zmieniając ich punkt widzenia, dając unikatową wiedzę i dawkę niesztampowego humoru.



MENTORING

Przygotuj najlepszą mowę albo prelekcję, bez stresu wyjdź na scenę i osiągnij sukces, swobodnie prezentując firmę, produkt czy usługę.



MASTERCLASS

Zmień komunikację w firmie i zespole. Zamień dzień warsztatów na wiedzę i umiejętności, które dają przewagę, sprzedają historiami.

TAK WIELE OPCJI

Wystarczy telefon, żebyśmy zaczęli współpracować. Jeśli potrzebujesz zainspirować słuchaczy, zaprosz mnie **na scenę** swojego wydarzenia na prelekcję: zazwyczaj 30-90 minut interaktywnego wykładu. **Mentoring** to 60-90 minut sesji online lub on-site, które pomogą Ci stworzyć świetną, zrozumiałą, sprzedającą prezentację. W trakcie całonocnego **warsztatu** Masterclass spotkamy się z max 12 osobami, żeby poćwiczyć sprzedaż, prezentacje, przemówienia.

CZAS NA KONTAKT

www.zientkowski.pl
Poznań, Wergiliusza 45A/A
+48 601 534 576
jerzy@zientkowski.pl