**Тема 16. Презентація соціальних проєктів**

**1. Різновиди презентацій у соціальному проєктуванні.**

**2. Підготовка презентації соціального проєкту.**

**3. Пітчинг соціальних проєктів.**

**1. Різновиди презентацій у соціальному проєктуванні**

***Презентація соціального проєкту*** *–* форма комунікації, спрямована на зацікавлення певної аудиторії у соціальному проєкті шляхом передачі їй цілісної інформації про проєкт у зручній для цієї аудиторії формі за заздалегідь визначений (як правило, невеликий) проміжок часу.

Залежно від етапу соціального проєктування використовуються різновиди презентацій, представлені у таблиці нижче:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Різновид | Аудиторія | Мета | Предмет |
| 1 | Презентація ідеї та концепції команді проєкту | Учасники проєктної команди | Забезпечити згуртування команди навколо головної мети | Передача задуму проєкту команді; узгодження інтересів та цінностей учасників |
| 2 | Презентація проєкту потенційним партнерам і грантодавцям | Потенційні стейхолдери, інвестори, грантова конкурсна комісія | Зацікавити стейхолдерів, переконати конкурсну комісію в суспільній значущості проєкту | Запуск значущих соціальних змін;  Здобуття довіри до проєктної команди |
| 3 | Регулярні презентації проміжних результатів проєкту | Команда та партнери проєкту | Координація спільної діяльності | Узгодження надання потрібних ресурсів, мотивація учасників, партнерів |
| 4 | Регулярні презентації проміжних результатів проєкту | Громадськість, органи влади, ЗМІ, представники грантодавця | Моніторинг результатів, публічне звітування | Демонстрація активної роботи команди;  Запит додаткових ресурсів |
| 5 | Презентація результатів проєкту | Громадськість, органи влади, ЗМІ, представники грантодавця | Фінальна оцінка результатів; Просування досвіду проєкту | Передати основні результати проєкту;  Зміцнити репутацію команди як соціальних новаторів, ініціаторів майбутніх проєктів |

**2. Підготовка презентації соціального проєкту**

*Ключове завдання презентації проєкту* – переконати відповідну аудиторію в актуальності та значущості певних соціальних змін.

*Прийоми переконання:*

1) так/але;

2) наведення;

3) три так тощо.

*Умови успішного переконання:*

- ясність ідеї проєкту;

- впевненість у собі;

- розуміння мотивації аудиторії.

*Під час підготовки презентації рекомендується:*

- прояснити ідею виступу;

- узгодити текст презентації з командою розробників;

- підняти рівень власної переконаності в значущості проєкту та впевненості у собі;

- вибудувати логіку переконання;

- продумати власний імідж;

- підготуватися до можливих запитань;

- відповісти на такі запитання відносно мотивації цільової аудиторії презентації:

*1) хто вас слухає?*

*2) хто приймає рішення?*

*3) як одержати від цих людей підтримку?*

Для того, щоб знайти підтримку під час підготовки презентації, слід враховувати особливі запити відповідних аудиторій:

− грантова конкурсна комісія (пріоритети грантодавця, досвід, інтереси членів конкурсної комісії);

− органи влади як потенційні партнери (проблеми, вирішенням яких вони займаються);

− комерційні корпорації як потенційні партнери (потреби у рекламі, формуванні позитивного іміджу тощо);

− потенційні волонтери проекту (інтерес у набутті досвіду, самореалізації тощо);

− засоби масової інформації (інтерес у висвітленні соціальної складової, досягнень звичайних людей; слід уникати розмову про інтереси органів влади, бізнес-інтереси тощо).

*Рекомендації для поведінки доповідача під час виступу:*

− займати зручну і впевнену позицію;

− здійснювати зворотній зв'язок з аудиторією (задавати питання, емпатія, стежити за невербальною мовою аудиторії);

− управляти увагою аудиторії (паузи, протидіяти блокуванню презентації) тощо.

*Технічні рекомендації для підготовки слайдів:*

1) популярний простий шрифт;

2) максимум 3 кольори на слайді;

3) високий контраст зображення;

4) відсутність складної анімації;

5) помірне використання діаграм, графіків, малюнків;

6) відмова від трьохмірних діаграм, колонтитулів, усього, що може відволікти увагу;

7) використання *правила 1х 6х 6* (одна ідея в одному слайді, максимум шість рядків у слайді, максимум 6 слів у рядку);

8) цифри мають бути великі;

9) кожен слайд повинний бути самодостатнім (копіювати контакти, назву проєкту).

**Правила хорошої презентації проєкту: чек-лист**

1. Оберіть одну значущу фотографію, яка замінить слова;

2. Використайте одну кольорову схему, контраст;

3. Залиште більше білого простору;

4. Користуйтесь анімацією тільки тоді, коли це доречно;

5. Підготуйте корисний контент;

6. Надайте увагу оформленню текстів;

7. Пояснюйте складні речі зрозуміло;

8. Будьте з гарним настроєм;

9. Користуйтесь правилом трьох: люди запам’ятовують до 3 основних ознак;

10. Дотримуйтесь одного повідомлення протягом усієї презентації;

11. Розповідайте цікаві історії;

12. Придумайте, як завершити презентацію, щоб ви запам’ятались.

**3. Пітчинг соціальних проєктів**

*Пітчинг соціального проєкту –* це скорочена усна або візуальна презентація ідеї соціального проєкту з метою пошуку інвесторів/грантодавців*.*

Різновиди:

1) Elevator pitch – презентація тривалістю до 1 хвилини, під час якої слід встигнути сказати про проблему та її рішення у проєкті. Основна мета – зацікавити інвестора/грантодавця, щоб одержати запрошення на другу зустріч;

Приклад: «Добрий день, мене звуть Іваненко Іван. Я роблю інтернет-навігатор з маршрутами із урахуванням наявності пандусів для інвалідів»

2) Idea pitch – презентація тривалістю до 3-х хвилин, яка найбільш часто використовується в конкурсах соціальних стартапів і складається з таких елементів:

- назва проєкту;

- представлення доповідача (хто я і чим займаюся);

- проблема;

- рішення;

- команда;

- висновок.

3) Funding pitch – презентація тривалістю 7-10 хвилин, до якої крім вищенаведеного додаються такі елементи:

- конкуренти (хто і як вирішує проблему);

- опис стану виконання проєкту;

- фінанси і плани розвитку.

***Рекомендації:***

Використовувати методику KISS («keep it stupid simple»), тобто уникати:

- розлогих пояснень;

- неправдивого інформування;

- великої кількості слайдів;

- великого обсягу тексту у слайдах, замінюючи його на графіки, таблиці, малюнки.

І бути готовим відповісти на питання.

Презентації – необхідна і дуже важлива форма реалізації соціального проєктування як форми діалогу між проєктувальником, цільовою аудиторією, стейкхолдерами та суспільством. Успішно проведені презентаційні заходи мотивують та активізують учасників соціального середовища, перетворення якого проєктується, забезпечуючи, в такий спосіб, злагоджену та віддану спільну діяльність з розробки, коригування та практичної реалізації проєктного задуму, обміну та розповсюдження у суспільстві позитивних соціально-проєктних практик.