



МОДУЛЬ 5

**Презентація концепції проекту,
його просування та залучення
ключових заінтересованих сторін**

1. Кому і як презентувати проект?
2. Яким чином здійснювати просування ідеї проекту?
3. Як залучити заінтересовані сторони і налагодити взаємодію з ними?
4. Хто такі проектний менеджер та керівник команди управління проектом і які складові компетентності вони мають розвинути?
5. Що таке проектний офіс?

Види презентацій:

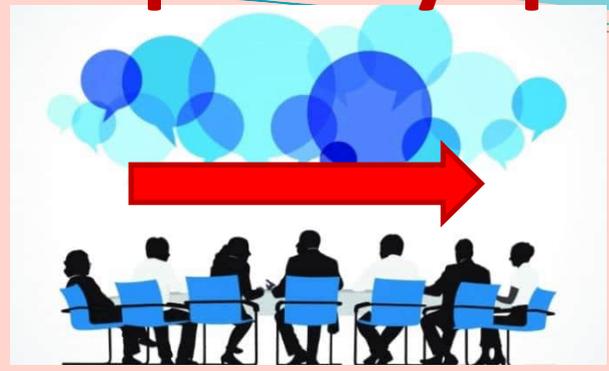
- **Презентація громадської організації** (фірми, акціонерного товариства, корпорації тощо). Мета: створення іміджу.
- **Презентація товару**. Мета: створення знання про нову марку, товар або послугу на цільовому ринку, ознайомлення споживачів з новими можливостями товару.
- **Презентація проекту**. Мета: інформування про будь-який проект, визначення зворотної реакції до проекту, пошук зацікавлених у підтримці розробки й реалізації проекту.
- **Презентація обсягу і змісту виконаних робіт (звіт)**. Мета - ознайомити, надати певній вузькій групі людей результати робіт.
- **Презентація плану майбутніх робіт**. Ця презентація аналогічна попередньому виду презентацій, тільки тут об'єкт - запланована на майбутнє діяльність організації або особистості.

Презентуйте проект заінтересованим сторонам та цільовим групам

- **Громадськість**
- **Керівництво громади**
- **Депутати місцевих рад**
- **Інвестори, спонсори, донори і т.п.**
- **Бенефіціари**



Презентація проекту громадськості



МЕТА

- інформування
- залучення
- підтримка
- зменшення опору

АКЦЕНТИ

Чому цей, а не інший?

Яким пріоритетам розвитку відповідає?
Які потреби задовольняє?
Які можливості дає?
Які наслідки має?
Якої участі потребує?

Скільки і коли?

Скільки часу буде тривати?
Скільки коштів потребує?
Який вклад громади?
Як здійснюватиметься громадський контроль?

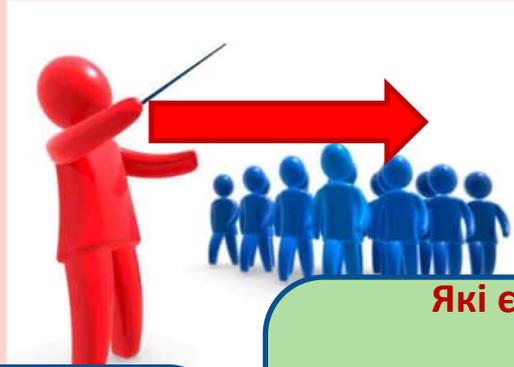
ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ



- забезпечення підтримки в реалізації проекту
- ощадливе ставлення до результатів (продукту) проекту

Презентація проекту керівництву громади

МЕТА



- реалізація стратегії розвитку
- поліпшення іміджу влади
- вирішення проблем розвитку території

АКЦЕНТИ

Чому цей,
а не інший?

Які є альтернативи вирішення проблем?
Яким є досвід інших
(треба бути першими, кращими)?
Як проект може згуртувати (консолідувати) громаду,
депутатів і ін.?
Які будуть вигоди для всіх?
Як зміниться імідж влади?

Скільки і
коли?

Скільки часу потребує?
Як буде реалізований?
За які кошти?
Що потрібно від керівництва?
Яка подальша доля результатів (продукту) проекту?

ОЧІКУВАНИЙ
РЕЗУЛЬТАТ

- сприяння та активна участь у реалізації проекту

Презентація проекту депутатам



- підтримка
- зменшення опору/нейтралізація
- поліпшення іміджу влади

МЕТА

АКЦЕНТИ

Чому цей, а не інший?

**Які потреби задовольняє?
Як зміниться імідж влади?
Які вигоди дає?**

Скільки і коли?

**Скільки часу буде тривати?
Скільки коштів потребує?**

ОЧІКУВАНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

- забезпечення підтримки в реалізації проекту/лояльність
- прийняття рішення/інституціалізація проекту



Як переконати інвестора (спонсора, донора) звернути увагу на ваш проект?

Варіанти презентації проекту

1. Презентація перед великою аудиторією
2. «Еlevator» (від англ. «Elevator pitch», «презентація в ліфті» - дуже короткий виступ перед потрібною людиною), коли у вас є всього 20-30 секунд, щоб зацікавити людину і ще 3-5 хвилин, щоб трохи розповісти про себе і проект і обмінятися контактами для подальшого спілкування
3. Презентації проекту під час приватної зустрічі

Проте у всіх трьох випадках **основне завдання:**

«зачепити» слухача, звернути на себе увагу, запам'ятатися і, головне, зробити так, щоб ваш потенційний «покупець» - інвестор - захотів дізнатися «додаткові подробиці про проект»



Всьому свій час

Перше знайомство

- не потрібно накидатися на інвестора (спонсора, донора) і закидати його деталями
- враховуйте специфіку обстановки
- обміняйтесь контактами, домовтесь про подальше спілкуванні
- будьте помірно наполегливі, але дотримуйтесь бізнес-етикету

Ні в якому разі не варто відразу вручати повний комплект матеріалів

Ваше **головне завдання** на даному етапі - залишити гарне враження і зацікавити, щоб **інвестор (спонсор, донор) захотів продовжити з вами спілкування**. Розкажіть потенційному інвестору в двох словах про себе і про те, чим займаєтеся. Не забудьте сказати, що саме вам потрібно і чого ви очікуєте від вашого спілкування, щоб людина зрозуміла, в чому для нього інтерес

Використовуйте час максимально ефективно

- В процесі підготовки, дізнайтеся заздалегідь, скільки у вас часу, підготуйте сценарій і продумайте виступ, щоб бути впевненим, що ви укладаєтеся у відведений вам ліміт часу.
- Чим коротше і яскравіше ваша презентація, тим більше вона запам'ятається аудиторії - виберіть основні акценти з урахуванням специфіки ваших слухачів і сконцентруйтеся саме на них.
- Краще розповісти коротко, але про головне, чим бути перерваним на півслові і намагатися в останні 30 секунд вкласти все інформацію.
- Ваше головне завдання на сцені - виділитися з маси інших презентуючих, тому чим яскравіше і незвичніше буде ваша презентація, тим вище шанс звернути на себе увагу.
- Будьте готові до імпровізації.
- Домовившись про час, стежте за тим, щоб не «заповнити весь ефір» самовідданим розповіддю, не залишивши співрозмовнику часу на питання, рекомендації та жваве обговорення.
- Ви повинні встигнути обговорити всі заплановані питання, підвести підсумки і, головне, домовитися про наступні кроки.



Враховуйте специфіку ваших слухачів

- Перед різними людьми одна і та ж людина може як «запалювати», так і досить тьмяно презентувати свій проект.
- Готуйтеся заздалегідь, опрацюйте матеріал і проаналізуйте, з ким ви зустрічаєтеся (подивіться на сайті фонду який досвід інвестора і інтереси і т.п.).
- Використовуйте професійні терміни обережно: швидше за все, більшість слухачів їх не зрозуміє.
- Головне в виступі донести свою ідею, адже будь-яка презентація - це певний процес залучення. Потрібно спочатку пояснити, кому він потрібен, чи є у нього ринок, чи є споживач. Потрібно пояснити аудиторії, що є проблеми і потреби, і є продукт, який відповідає цій потребі, а також команда, яка може це зробити. І продемонструвати, що ваш продукт краще, ніж у конкурентів.



Пам'ятайте про мету

- Ніколи не випускайте з уваги вашу мету: чого ви хочете домогтися. Вас цікавить PR, просто знайомство з відомою людиною або ви хочете залучити інвестиції?
- Багато хто вважає, що завдання - переконати, що ваш проект або продукт краще за інших. Треба розуміти, що це нереалістично зробити за одну коротку презентацію.
- Рішення про інвестиції ніколи не приймаються швидко, тим більше після першого знайомства, тому мета - це в першу чергу зацікавити і зробити так, щоб за ним пішла повноцінна зустріч, а за нею ще одна, і так до тих пір, поки ви не вдарите з інвестором по руках.



Репетируйте і додавайте в вашу «запіканку» «родзинки»



- Репетируйте - погана презентація вбиває найкращу ідею. Будь-яка презентація хороша, коли в ній є яскраві моменти. Але гумор доречний, якщо ви вмієте жартувати. Дуже «чіпляють» яскраві і барвисті слайди з картинками, коли ви яскраво про це розповідаєте.
- Дуже важлива динаміка самої презентації, навик спілкування з аудиторією, вміння красиво і голосно говорити, «розгойдати» аудиторію. Голос, енергія, харизма - все це напрацьовується тренуваннями.
- Часто хороші проекти не привертають належної уваги просто тому, що той, хто їх презентує, не вміє виступати. Зворотний бік медалі - часто навички виступу превалюють над змістом презентації. Знайдіть свій баланс і використовуйте кожну можливість, щоб поліпшити свій виступ.

Розповідайте про себе і команду - ви головний актив вашого проекту



- Для інвесторів (спонсорів, донорів) команда - один з найважливіших критеріїв, за яким вони вирішують, інвестувати в проект чи ні.
- Розкажіть про себе, про людей, з якими ви працюєте, що вас об'єднує і чому ви займаєтеся вашим проектом. Кожен з вас чимось унікальний, а все разом ви головний актив проекту - не пропустіть можливість представити його у вигідному світлі.
- В ідеалі розділити між собою презентацію, дати кожному внести свій вклад і показати свою роль у проекті - це додасть презентації динаміки і продемонструє, що в проекті не один в полі воїн.

Думайте про те, яке враження

ви хочете залишити

- Інвестори (спонсори, донори) вкладають в першу чергу в людей, а вже потім в проекти – не забувайте про це ніколи.
- Саме найпростіші речі часто підводять - наприклад, дотримання елементарних правил етикету. Ніщо так не псує настрої, як запізнення. Або, наприклад, одяг. Одягайтеся до місця і відповідно до рівня зустрічі. Щоб правильно одягнутися, потрібно мати чітке уявлення, де ви виступаєте і перед ким. Прагнучи привернути до себе увагу, постарайтеся не переборщити. Або прості правила ввічливості - вміння слухати і не перебивати.



Знайте ваш предмет на п'ять і будьте готові до діалогу

- Покажіть, що ви розбираєтеся в темі краще, ніж інвестор (спонсор, донор), або, хоча б, не гірше. Будьте готовим до того, що інвестор (спонсор, донор) бачив вже багато таких проектів і орієнтується в вашому ринку, особливо якщо ви прийшли до «правильного» інвестора (спонсора, донора). Якщо ви щось не знаєте, зізнайтеся в цьому чесно і пообіцяйте повернутися з інформацією після зустрічі. Гірше не може бути вигадати будь-яку відповідь на питання - адже є ризик, що інвестор (спонсор, донор) знає його, і, якщо ви збрешете, довіру назавжди втрачено.



- Не намагайтеся всю зустріч перетворити в показ ваших слайдів і монолог, дайте інвестору (спонсору, донору) можливість задати питання та поділитися своїми ідеями та досвідом. Чим більш інтерактивною вийде зустріч, тим краще для вас.

Не питайте про гроші



- Не потрібно говорити про гроші до того, як про них запитає інвестор (спонсор, донор).
- Якщо інвестор (спонсор, донор) гіпотетично прийняв для себе рішення, що проект йому цікавий, він сам поцікавиться, скільки інвестицій ви шукаєте і на що.
- Дуже важливо показати, що ви розумієте, для чого саме проекту потрібні гроші - потреба в інвестиціях повинна бути чітко обґрунтована вашим планом і бюджетом.

Домовтеся про наступні кроки

- Дуже важливо правильно закінчити зустріч.
 - Ідеально, щоб підсумком вашого спілкування була домовленість про наступну зустріч або якихось практичних кроках, які дозволять вам глибше повітати інвестора (спонсора, донора) в проект.
 - Якщо інвестор (спонсор, донор) висловив зацікавленість в проекті і потенційний намір інвестувати, добре відразу проговорити разом з ним послідовність дій, які будуть потрібні для того, щоб угода відбулася, зрозуміти, як приймається рішення про інвестування, які процедури буде необхідно пройти, який часовий горизонт.
 - Ви повинні розуміти, що однієї гарної зустрічі недостатньо, щоб отримати гроші; зазвичай потрібно чотири-п'ять зустрічей, тільки щоб інвестор прийшов до принципового вирішення про інвестування, і набагато більше часу, щоб домовитися про всі деталі і укласти угоду.
-
- Тому важливо набратися терпіння, бути готовим рухатися поступально і мати запасні варіанти



Презентація проекту бенефіціарам

МЕТА



- уточнення змісту та вимог до продукту проекту

АКЦЕНТИ

Чому цей,
а не інший?

Які потреби задовольняє?
Які можливості дає?
Які наслідки має (подальший розвиток)?
Якої участі/залучення потребує?

Скільки і
коли?

Скільки часу буде тривати?
За які кошти?
Як здійснюватиметься контроль?

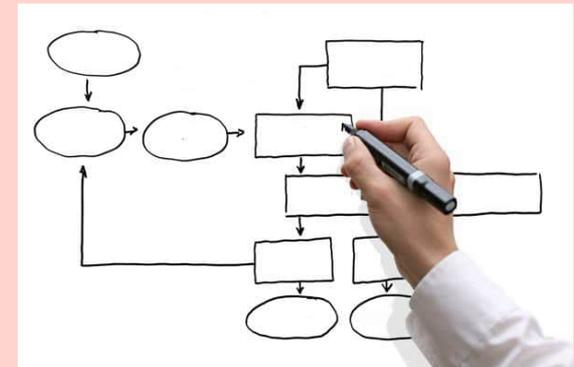
ОЧІКУВАНИЙ
РЕЗУЛЬТАТ

- уточнені вимоги до змісту та продукту проекту
- уточнення віх проекту
- вдосконалення системи моніторингу

Мистецтво презентації

Продумайте структуру

- Схеми ідеальної презентації немає. Найголовніше - емоційно розгойдати аудиторію і привести її до прийняття потрібного вам рішення»



Не тисніть на клієнтів

- Вдала презентація - завжди мікс трьох складових, трьох цілей:
 1. інформувати (підтвердити власні компетенції і досвід, розповісти про альтернативи вирішення проблеми),
 2. переконати (показати проблему, щоб потім продати її рішення)
 3. мотивувати (спонукати до здійснення наступних кроків)
- Ставка лише на одну з цілей може виявитися фатальною
- Будьте готові до того, що процес прийняття рішення може затягнутися на кілька місяців. Заздалегідь визначте, хто впливає на результат, і намагайтеся зустрітися з усіма цими особами



Робіть домашню роботу

- Не використовуйте одну і ту ж презентацію на різні аудиторії.
- Важливо заздалегідь підготувати відповіді на питання, які можуть виникнути у слухачів по ходу вашої презентації.
- Пам'ятайте, що на просте запитання треба вміти дати просту відповідь, не перевантажуючи слухача надлишковою інформацією.



Розповідайте історії

- Історії успіху - це те, що завжди цікаво аудиторії. Правильно розказана історія може стати відмінною демонстрацією сильних сторін вашого проекту
- Постарайтеся змусити інвестора побачити себе у вашій історії

Підготуйте візуальний матеріал

- Краще давати на кожному слайді мінімум тексту і максимум яскравих картинок, часто жартівливих
- Експерти радять робити презентацію навіть для одного слухача



Виділяйтеся



- Найкраще продає мова спікера і палаючі очі, презентація - лише інструмент
- Не так важливо резюме спікера і заслуги перед країною і суспільством, як його вміння говорити і відчувати аудиторію.
- Артистизм, харизма, здатність переконувати, впливати, продавати - ось правильні якості тієї особистості, яка повинна робити презентацію

Сила слів - як провести хорошу презентацію свого проекту

Завжди пам'ятайте, що саме через презентацію ви зможете донести ключові думки до аудиторії.

Гарна презентація повинна відповідати наступним ключовим характеристикам:

Чіткість: зрозуміле і логічне викладення.

Емоційність: заволодіти увагою аудиторії.

Інформативність: представити слухачам ту інформацію, якої вони раніше не знали.

Запоминаємість: люди повинні згодом згадати, хто ви і що пропонуєте.



Готуємо презентацію

- Прагніть до лаконічності й чіткості. Найпоширеніша помилка - відсунути опис того, що ви робите чи пропонуєте, в середину або навіть кінець презентації.
- Важлива частина презентації - позначити продукт і замовника.
- Ядро презентації - розповідь про проект або продукт. Слайди лише супроводжують і оживляють ваш розповідь, є ілюстрацією і підтримкою, але вони не повинні домінувати.

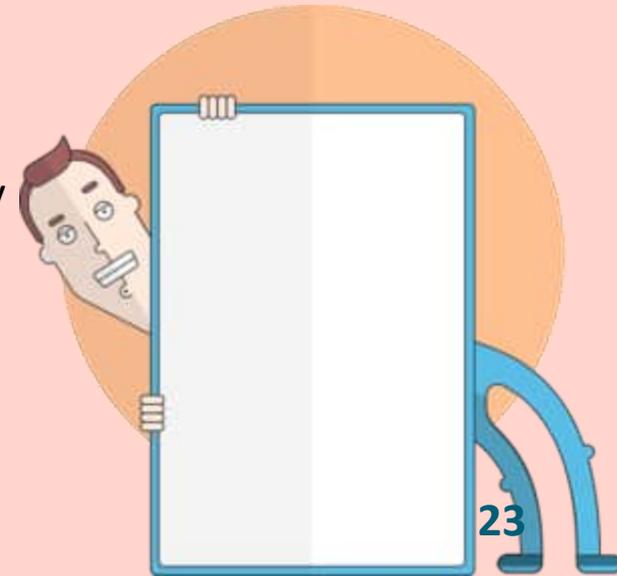
ПРЕЗЕНТАЦІЯ - це		
не текст	не графіка	формат донесення історій

ПРЕЗЕНТАЦІЯ - спосіб наочного подання інформації з використанням аудовізуальних засобів.

Презентація має сюжет, сценарій та структуру, впорядковану для зручного сприйняття інформації.

Прикметна особливість презентації - її **ІНТЕРАКТИВНІСТЬ**.

У цілому **завдання презентації** - зробити так, щоб її об'єкт зацікавив аудиторію.



Складові елементи презентації

Розробляючи презентацію, варто пам'ятати про її складові елементи.

Вступ (10% від виступу)

Основні завдання вступної частини:

Зацікавити аудиторію (гумор, цікава історія, приклад, питання, статистика);

Донести основну ідею презентації;

Окреслити зміст презентації.

Основна частина (80% від виступу)

Має включати не більше 3-4 основних ідей. Забезпечити утримання уваги аудиторії:

Узгоджуйте ідеї презентації з потребами аудиторії;

Використовуйте просту мову;

Наводьте приклади.

Висновки (10% від виступу)

Основні завдання:

Резюмують основні ідеї презентації;

Акцентують увагу на ключових аргументах;

Формують позитивний настрій аудиторії.

Пам'ятайте! Презентація - ключ до змін.
Презентуйте для змін! Виступайте для дії!

Наступний крок - планування презентації

Ефективна презентація - це результат доброї підготовки. Витоки невдалих виступів - у поганому плануванні або помилковому переконанні, що достатньо лише зімпровізувати.

На етапі планування повинні бути вирішені такі питання:

- тема презентації;
- мета презентації;
- послідовність та оцінка часу розробки презентації.



ОЦІНІТЬ ЧАС розробки презентації

Презентація — це творча робота, розробка якої **вимагає часу**. Послідовність та хронометраж розробки презентації може виглядає так:



Увага! Неодмінно сплануйте свій час так, щоб Ви мали можливість без поспіху пройти кожен етап розробки презентації.

Пам'ятайте! Для розробки презентації Вам потрібно **щонайменше 90 годин**.

Вчимося складати слайди

- Створення гарного слайд-шоу - мистецтво, яким необхідно оволодіти. Разом з тим, не забувайте, що слайди - лише ваша підтримка під час презентації, а не самоціль. При підготовці слайд-шоу постарайтеся запам'ятати такі рекомендації:
- Слайд повинен мати тільки **одну головну тему**.
- Використовуйте картинки замість слів там, де це можливо. Вони повинні бути релевантними і доповнювати вашу думку. **Не треба використовувати нейтральні** або збивають з пантелику зображення.
- Зведіть до мінімуму кількість слів. Текст повинен бути **виписаний великими літерами**. Якщо на слайді більше 7 слів - це не дуже добре.
- **Використання цитат** - хороший підхід, однак зробіть їх великими і голосно читайте своїй аудиторії, щоб підкреслити суть. Не варто думати, що аудиторія прочитає цитату самостійно, поки ви розповідаєте про щось інше.
- Якщо у вас є зображення і текст, переконайтеся, що текст **розміщений в контрастній області слайда**, що зробить його точно видимим. При необхідності використовуйте напівпрозорий фон для тексту.
- Переконайтеся, що шрифт великий і **добре читається на відстані**. Не вибирайте кольори, які погано видно і не виразні.
- Додайте **важливий текст** у верхній частині слайда. Адже люди, які сидять в кінці аудиторії, можуть не бачити нижню частину екрану.
- **Уникайте узагальнюючих діаграм**: вони завжди показують зростання - вгору і вправо - і зазвичай викликають підозру, що графік не відображає реальний стан справ.



Визначення цільової аудиторії

- **Інформація про вашу аудиторію** ще при підготовці презентації є дуже важливим кроком до успіху.
- Вам необхідно знати, хто буде **Вашим слухачем**. Тоді Ви зможете налаштуватися на аудиторію і тим самим **створити потрібну атмосферу**.
- Якщо Ви проігноруєте цей етап або неправильно вивчите цільову аудиторію, то це, швидше за все, призведе до даремно витраченого часу, незадоволення з боку аудиторії та «псування» іміджу.
- **Найкращий спосіб проаналізувати аудиторію** - особисто поговорити з групою. **Прийнятна альтернатива** - поговорити з кількома людьми, які, швидше за все, будуть присутніми на Вашій презентації.

На етапі вивчення аудиторії слід вирішити такі питання:

- інформація про аудиторію;
- дії аудиторії.

Формулювання ключового повідомлення

Важливо в процесі створення презентації сформулювати ключове повідомлення, яке аудиторія має запам'ятати після презентації.

На етапі формування ключового повідомлення повинні бути вирішені такі питання:

- Що таке ключове повідомлення;
- Як створити ключове повідомлення;
- Сильне повідомлення.

КЛЮЧОВЕ ПОВІДОМЛЕННЯ - це Ваш чіткий заклик, зорієнтований на цінності аудиторії, який має викликати загальний резонанс та позитивну реакцію й підштовхнути аудиторію до дії.

Ключове повідомлення дає відповідь на запитання:

- В чому суть проблеми?
- Чому варто цим перейматися?
- Чому і як треба діяти?

СТВОРІТЬ ключове повідомлення



Правила побудови ключового повідомлення

- найбільш переконливий аргумент необхідно розташувати на початку повідомлення
- кількість змістовних блоків інформації не повинна перевищувати дев'яти
- побудова речень повинна відрізнятися стислістю й лаконічністю
- якомога рідше треба вживати прислівники
- у повідомленні необхідно використати переконливі й безсумнівні факти
- по можливості необхідно використати діалоговий режим повідомлення («так само, як і ви, ми вважаємо, що...»)



Викладаємо стильно

- Будьте впевнені і енергійні. Покажіть ваш емоційний порив.
- Правильна техніка звернення. Це особливо важливо, якщо ви звертаєтесь до великої аудиторії, коли мова повинна бути особливо переконливою, але і зрозумілою.
- Посміхайтесь, але не дуже часто. Це не тільки покаже слухачам, що ви розслаблені і впевнені в собі, але і зробить вас самих більш розслабленими і впевненими.
- Говоріть повільно, особливо якщо в звичайному житті звикли говорити швидко. Оскільки вашим слухачам доводиться вбирати величезний обсяг інформації, то потрібен додатковий час, щоб «перетравити» все, що ви їм скажіть.
- Робіть паузи час від часу. Пауза - дійсний ораторський прийом, оскільки дозволяє утримувати увагу вашої аудиторії, змушує сповільнювати мова і дає додатковий час, щоб зібратися з думками.
- Викладайте чітко і ясно. Особливо, якщо робите презентацію на нерідній мові.
- Говоріть з інтонаціями. Після певної тренування навіть визубрений на пам'ять сценарій може стати більш реальним і цікавим. Монотонну розповідь, ніби начитаний роботом, повергнёт вашу аудиторію в сон.



- Стійте або рухайтесь натурально. Важлива частина переконливого і впевненої поведінки на сцені - це те, як ви рухаєтесь під час презентації. Бути абсолютно статичним - погана ідея. Ви повинні вести себе максимально натурально, а не стояти немов статуя. Але не варто і бігати по сцені туди-сюди: це буде дратувати аудиторію і відволікати її увагу.

Загальні помилки в ході презентацій

- плутана розповідь або відсутність опису проблеми, яку ви вирішуєте чи того, як ви її вирішуєте
- використання жаргонних виразів, надмірно складних фраз і описів, маркетингових шаблонів
- перебільшення істини. Гіперболізація, або що ще гірше, повна брехня, - це фатальна помилка виступаючого
- Ви завершили презентацію, залишивши аудиторію без чіткого розуміння того, про що вони повинні задуматися
- Ви говорите надмірно багато слів, особливо погано, якщо це складні терміни або якісь «модні слівця». У слухачів «переповнюється буфер» - і вони взагалі все забувають
- занадто швидка мова. Не забувайте, що виступ перед великою аудиторією - не те ж саме, що розмова наодинці
- техніка руху. Провести презентацію так, як це роблять відомі спікери, дуже непросто - але можна багато чому у них повчитися. Наприклад, хороший спікер рухається неквапливо, впевнено, часто робить паузу і пильно дивиться в очі слухачів, щоб акцентувати їх увагу на сказаному
- скоромовка без пауз. Дуже важливо говорити розмірено: відпочинок потрібен не тільки вам, але і вашій аудиторії. Якщо ви не робите пауз, ви втрачаєте можливість підкреслити найбільш важливі акценти
- Ваш підхід до викладу презентації багато говорить про вас самих. Якщо ви здавайтеся нудним, агресивним або поганим, ваші шанси переконати слухача практично дорівнюють нулю

