

## PORADNIK tworzenia prezentacji

### 1. Jak wybrać temat swojej prezentacji?

#### 1. Musi być konkret!

Tytuł powinien być na tyle konkretny, aby odbiorca mógł po jego przeczytaniu mieć świadomość o czym będzie prezentacja i czy będzie dla niego. Wskazane jest zawężenie swojego tematu do konkretnej branży.

**Przykład:** Jak rozwinąć biznes w branży motoryzacyjnej?

#### 2. Nie za długi

Pamiętaj, że tytuł powinien być dosyć prosty. Unikaj zdań wielokrotnie złożonych. Optymalną liczbą znaków to 64 (ze spacjami).

#### 3. Dodaj liczbę!

Badania potwierdzają, że tytuł/hasło/slogan z liczbą dużo bardziej przyciąga uwagę niż to samo zdanie bez liczb.

**Przykład:** Jak odnieść sukces w branży motoryzacyjnej w 2 lata?

#### 4. Podkreśl korzyść dla odbiorców!

W Twoim tytule powinna być przemyczona korzyść dla uczestników prezentacji.

**Przykład:** Jak stać się mistrzem i wiedzieć wszystko o podatkach w firmie?

#### 5. Zaczynij od „Jak?”

Najlepiej, jeśli Twój tytuł będzie w formie pytania. W ten sposób zadajesz otwarte pytanie i przyciągasz uwagę odbiorców.

**Przykład:** Jak opanować pozycjonowanie stron internetowych w 2 dni?

#### 6. „Najlepsze” na początku

Możesz też nie używać formy pytającej. Wtedy na początku dodajesz słowo „Najlepszy”, po którym dodajesz sposób/praktyka/rada/inne. Tutaj aż się prosi o dodanie jakiejś cyfry!

**Przykład:** 5 najlepszych praktyk w promowaniu wydarzeń na Facebooku

#### 7. Pokombinuj z podtytułem!

Dobrą praktyką jest też korzystanie z podtytułu prezentacji. Najpierw możesz dodać 2 do 5 słów, które mocno przykuwają uwagę, ale niczego zbytnio nie mówią. Następnie po myślniku dodajesz cały tytuł, biorąc pod uwagę wszystkie poprzednie punkty poradnika.

**Przykład:** Ugryź się w język! – Jak dbać o tajemnice firmowe?

## 2. Jak stworzyć 25-minutową prezentację?

Prezentacja może przebiegać w różnej formie. Ważne, aby język, którym będziesz się posługiwać się prelegent był jasny, zrozumiały i niebranżowy. Celem jest m.in. to, aby każdy słuchacz po wysłuchaniu prezentacji nie miał wątpliwości w jakich sytuacjach może Cię polecać. Na bazie doświadczenia TB, najciekawsze prelekcje, to te, które były:

- **w formie opowiedzianej historii**, która autentycznie się wydarzyła. W tą opowieść wplecione są wątki współpracy z klientami, zaprezentowana oferta i mocne strony (może to być np. Twoja historia – przedsiębiorcy, który zaczynał od zera, borykał się z problemami, sięgnął dna, zadłużył się, później wyszedł na prostą, spotkał niesamowitego człowieka na swojej drodze, który mu pomógł, później odniósł sukces...)
- **w formie prezentacji eksperta ze swojej branży**, który dzieli się wiedzą, która może być bardzo przydatna dla słuchaczy (może to być np. wiedza z branży, która przydaje się w codziennym życiu przedsiębiorców, daje realne zyski lub oszczędności, pozwala uniknąć błędów lub pokazuje realne możliwości)
- **w formie standardowej**, prelegent opowiada jak zaczynał biznes, jak rozwijała się jego firma, opowiada o błędach i porażkach z przeszłości, o tym na jakim etapie jest teraz firma, jaka jest oferta oraz jakie ma plany i wyzwania na przyszłość.

Dodaj do swojej prezentacji slajd z informacją, gdzie Cię znaleźć w mediach społecznościowych? Dodaj nazwy swoich profili, linki oraz hashtagi, pod którymi można znaleźć Ciebie oraz Twoją firmę.

Warto jest posługiwać się w czasie prezentacji takimi elementami jak:

- anegdoty, ciekawe historie z klientami
- statystyki, infografiki
- ciekawostki z branży

Wielu specjalistów od storytellingu powtarza, że najlepiej jeśli komunikacja firmy z otoczeniem zaczyna się od odpowiedzi na pytanie: dlaczego to robimy?, później: jak to robimy?, a na końcu: co robimy? Inspiracją może być ten filmik: <https://youtu.be/Xigql2q3T6g>

W prezentacji można także odpowiedzieć na kilka pytań, które przygotowane są specjalnie na spotkania 1 na 1 między Członkami TB:

1. Czym się zajmujesz? (branża)
2. Co sprzedajesz?
3. Kim są Twoi klienci?
4. Po co Twoi klienci przychodzą do Ciebie?
5. Czemu służy Twój produkt albo usługa? Jakie potrzeby zaspokaja?
6. Jakbyś go opisał? Jakie są jego kształt, wielkość, funkcje, główne cechy, podstawowe działania, zalety?
7. W jaki sposób Twój produkt lub usługa dostarczane są klientowi?
8. Ile to kosztuje i pod jakimi warunkami odbywa się realizacja usługi (położenie geograficzne, złożoność prac, potrzebne narzędzia itd.?)
9. Jaka jest Twoja prawdziwa specjalność? Jaki jest Twój obszar specjalizacji?
10. Jakie korzyści oferujesz klientom?
11. Który segment Twojego biznesu sprawia Ci najwięcej radości i przynosi najwięcej zysków?
12. Jaka jest Twoja misja biznesowa?
13. Co Cię wyróżnia spośród konkurencji? (jakie posiadasz doświadczenie w branży)
14. Co robisz lepiej niż Twoja konkurencja?
15. Czy masz oferty specjalne?
16. Czy przyjmujesz ekspresowe zamówienia?
17. Czy masz zniżkę dla Członków TB?
18. Czy klienci mogą uzgodnić sposób rozliczania się z Twoją firmą?
19. Czy klienci mogą składać zamówienia przez Internet?
20. Czy mógłbyś dać kilka rad ze swojej branży, o których nie wie przeciętny „Kowalski”?
21. Jakie było Twoje najtrudniejsze zlecenie?
22. Wybierz jakąś cechę Twojego produktu lub usługi i stwórz listę 5-10 rzeczy, które ludzie powinni o nich wiedzieć. Np. jeśli jesteś księgowym, stwórz listę 5 najczęstszych błędów podatkowych i jak ich unikać. Jeśli jesteś pośrednikiem w obrocie nieruchomości, udziel odpowiedzi na Pytania, które każdy kupujący mieszkanie powinien zadać, zanim powie: „Tak”.
23. Jakie jest Twoje największe osiągnięcie?
24. Jaka jest Twoja „najlepsza porażka” (porażka, która nauczyła Cię najwięcej)
25. Jeśli dostrzegłeś nowy trend związany ze swoją branżą, Członkowie TB będą prawdopodobnie chcieli o nim usłyszeć. Pomyśl o swoich obecnych klientach. Jakie podobieństwa dostrzegasz w ich pochodzeniu i nawykach zakupowych? Opowiedz o ostatnich zmianach w swojej branży.
26. Jakie są Twoje zainteresowania (hobby)?

27. Jak mogę Ci pomóc? Jakich kontaktów/rekomendacji potrzebujesz? (w jakich branżach poszukujesz kontaktów)

