

Раздел 1

ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Тема 1. ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ОСОБЕННОСТИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Основные понятия. Сложности в продвижении инновационного проекта: публичное выступление, презентация и ее отличия от других форм публичного выступления; презентация инновационного проекта и ее особенности; главный закон презентации; эффективность презентации; участники инновационного процесса, проблемы коммерциализации технологий и способы решения проблем; сопротивление изменениям.

Профессиональные компетенции ведущего презентацию: особенности восприятия устной информации; критерии оценки компетенции и личные характеристики докладчика; характеристики, которые важны для презентации инновационных проектов; алгоритм подготовки профессиональных действий для достижения успеха.

Основные шаги к успеху и правила постановки целей: правило «четырёх П» и действия на этапе планирования; законы подготовки презентации; планирование содержания, действий и ключевых слов; анализ ситуации при подготовке к презентации; критерии постановки цели SMARTER; основные задачи бизнес-презентации инновационных проектов.

Изучение аудитории для выбора формы и составления плана презентации: анализ интересов аудитории; формы и стили проведения публичного выступления в зависимости от количества слушателей; структура основной части презентации; планы презентаций инновационных проектов.

Профессиональная презентация инновационного проекта — это основа его финансового благополучия и состоятельности. Существенными моментами планирования презентации являются анализ ситуации и правильная постановка цели. Знания проблем

коммерциализации технологий, учет интересов участников инновационного бизнеса и понимание причин сопротивления инновациям — это обязательные отправные точки планирования презентации. Важнейшими профессиональными навыками менеджера, занимающегося презентацией инновационного проекта, являются разъяснение основных идей проекта, успешное взаимодействие со слушателями и побуждение их к нужным действиям. Определенная последовательность развития компетенций даст устойчивый положительный результат в развитии навыков презентации.

1.1. Основные понятия. Сложности в продвижении инновационного проекта

«Я стыжусь своего пустозвучия», — сказало Слово Делу.
«Я сознаю свою бедность, взирая на тебя», — ответило Дело.

Р. Тагор

Инновационная политика заявлена Президентом как один из самых приоритетных национальных проектов для современной России.

Сегодня особенно актуально продвижение инновационных технологий на рынок венчурного проектного финансирования. Однако в компаниях, занимающихся коммерциализацией технологий, недостаточно специалистов по проведению бизнес-презентаций инновационных проектов.

Бизнес-предложения и проекты, оформленные и структурированные в соответствии с современными требованиями, встречают большее понимание и одобрение. Это неудивительно: на инвестиционном рынке действует, по сути, тот же принцип, что и на товарном: гораздо лучше расходуется продукция, поданная в красивой упаковке. Некоторые методы презентации способствуют тому, что человек становится более восприимчивым, более готовым к принятию того, что ему предлагают. Данный курс призван помочь выбирать правильную форму выступления, эффективно доносить до слушателей основные идеи выступления, лучше взаимодействовать и убеждать слушателей, тем самым создавая благоприятный профессиональный имидж проекта.

Инновационные проекты, в отличие от других, связаны с научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, результаты которых опираются на передовую науку, и обещают

большие прибыли при высоких финансовых рисках. Презентация таких проектов требует определенных навыков: инвесторы, как правило, не имеют достаточных знаний о новых технологиях и не подготовлены к восприятию данной информации.

Цель курса — формирование навыков мастерства проведения презентаций; такие навыки составляют наиболее важные компетенции менеджера.

Для достижения этой цели дается информация об особенностях презентации инновационных проектов, выборе формы презентации, методов психологического воздействия и способов использования визуальных средств.

Определим основные термины.

Публичное выступление — это любая форма представления информации на публике: лекция, доклад, сообщение, поздравление, отчет и т.п.

Презентация — это активная форма публичного выступления; «презентовать — официально представить, предъявить для ознакомления»¹.

По утверждению С.Б. Ребрика, ваши слова — «пропуск в ваше финансовое, карьерное и социальное благополучие. Нужные слова в нужной форме и в нужное время могут открывать нужные двери и заставлять других совершать нужные вам действия. Почему это возможно? Потому что это кому-то выгодно»².

Презентация — это возможность, собрав нужных вам людей, побудить их к нужным для вас действиям. При этом надо учитывать, что визуальное воздействие ускоряет усвоение информации. Для продвижения идей, проектов, товаров, для создания общественного мнения необходимо шоу, которое помогает формировать мнение людей и находить сторонников. Вам это важно?

Отличия презентации от других форм публичного выступления:

- интересна для аудитории и носит конкретный характер;
- представлена на языке слушателей;
- проводится в активной форме взаимодействия со слушателями;
- побуждает к действиям.

¹ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — М.: РАН, 1999.

² Ребрик С.Б. Бизнес-презентация: подготовка и проведение. 150 рекомендаций. — 2-е изд., доп. — М.: ЭКСМО, 2007.

Презентация инновационных проектов — это представление проектов потенциальным инвесторам с целью оказать на них убеждающее воздействие, пробудить их интерес и желание финансировать проект.

Особенностью такой презентации является селективная акцентированная подача информации. Ваша задача — не просто рассказать, а изменить поведение слушателей (инвесторов) в нужном для вас направлении. Под воздействием вашего выступления люди должны совершить нужное вам действие, изменить свои финансовые планы так, чтобы в них нашлось место и для вашего проекта.

Самое главное, над чем следует поработать, — это формулировка цели презентации и выгод для слушателей. Поэтому темой презентации должны быть **выгоды и интересы** слушателей. Главное, чтобы ваше предложение воспринималось слушателями как поддержка их интересов, а не угроза им!

Сформулируйте, что вы хотите сказать на презентации и какой цели хотите достичь (к каким действиям хотите побудить слушателей); подумайте, как совместить цели аудитории с вашими собственными. Не говорите о себе, не занимайтесь самовыражением — включите в свое выступление информацию об интересах и выгодах слушателей.

ГЛАВНЫЙ ЗАКОН ПРЕЗЕНТАЦИИ

Говорите **все про них**
и помогите им принять правильное решение!
Пусть они его **примут сами**
и **будут уверены**, что это единственно верное
и выгодное решение!

Основу большинства моделей убеждения составляет эмоциональная выгода. Используемые в презентациях схемы убеждения чаще всего зывают к личным и корпоративным выгодам слушателей и к их комфорту. Если выгода для них расплывчата или предлагаемые действия сложны и неопределенны, вероятность провала резко возрастает. Действия должны быть простыми, а выгода — очевидной.

Эффективность презентации (с точки зрения экономики) — это получение желаемого результата с наименьшими затратами. Желаемый результат является целью презентации.

Презентационные затраты — это время на подготовку и проведение презентации, использование технических средств, стоимость усилий специалистов, которые готовят и проводят презентацию, материальные затраты на визуальное сопровождение презентации.

При подготовке к выступлению обязательно нужно знать **профиль аудитории** — объединившую людей причину стать вашими слушателями. Без такого знания сложно провести презентацию на высоком профессиональном уровне. Ключом к успеху презентации является понимание слушателями, что презентации подготовлена специально для них.

В связи с этим перед началом подготовки к презентации вы должны четко представлять себе специфику выступления конкретно перед этой аудиторией, ответив себе на следующие основные вопросы:

1) какова формулировка темы выступления? Учитывает ли тема интересы инвесторов?

2) каков состав слушателей — руководители или исполнители? (должностное положение обуславливает потребность в информации);

3) есть ли среди слушателей лицо, которое будет принимать решение?

4) есть ли люди, с которыми этот важный для вас слушатель будет советоваться?

5) каковы требования к регламенту и форме презентации?

Знание профиля аудитории и ее интересов (выгод) позволит создать основу для внимательного отношения к вашему выступлению.

Особенно важна привязка к аудитории для презентаций, проводимых неоднократно. В этом случае всегда есть соблазн воспользоваться для очередного выступления предыдущим материалом без всяких изменений. Используйте терминологию, понятную конкретным слушателям, подберите правильные ассоциации — внимание ваших слушателей будет обеспечено.

Эффективная презентация (с точки зрения коммуникаций) — это всего лишь способ передачи вашего видения другим людям. При чем способ, побуждающий к действию, необходимому для вас.

Чтобы понять, почему слушатели будут готовы действовать, важно определить, интересы кого из участников инновационного процесса они представляют и какие трудности вам предстоят.

Участники инновационного процесса

Чтобы инновация могла материализоваться, о ней профессионально надо сообщить.

Н.М. Фонштейн

Все большее число людей приходит к пониманию истины, что основу процветания бизнеса составляет внедрение инноваций. Успехи наукоемкого предпринимательства, коммерциализации технологических идей, развитие фирм, использующих инновации, становятся все более важными факторами обеспечения конкурентоспособности продукции, восстановления промышленного потенциала и экономики.

Инновационный бизнес опирается на инициативу и творчество смелых, предприимчивых людей. Именно здесь рождаются многие изобретения и технологические новинки, вносящие изменения во все сферы общественной жизни.

Вознаграждением участникам инновационного процесса за вложенные деньги, время, усилия являются открытие новых возможностей, прибыль, удовлетворение, получаемые в результате использования интеллектуальной собственности.

Основной трудностью продвижения инновационных проектов являются совмещение финансов, идей и управленческих навыков, так как этими необходимыми компонентами коммерциализации владеют зачастую разные юридические и физические лица.

Назовем условно участников инновационного процесса:

- **автор** — создатель (или создатели-соавторы) новой технологии (инновационного проекта), заинтересованный в ее продвижении и реализации;
- **директор** — предприниматель, заинтересованный в развитии своего производства (бизнеса) на основе внедрения новых технологий;
- **инвестор** — лицо, заинтересованное в получении доходов от внедрения новых технологий в хозяйственный оборот.

Интересы участников инновационного процесса приведены в табл. 1.1.

В целях объединения участников инновационного процесса при внедрении проектов могут быть созданы фонды внедрения инноваций или другие структуры, выполняющие функции посредников в поиске и привлечении инвесторов.