



هنر پرزنتیشن

اصول سخنرانی حرفه‌ای

با کمال افتخار، از طرف تیم ما در شرکت اکسون فارمد ایرانیان، خوشحالم که این کتاب دیجیتال را به شما تقدیم می‌کنم. هدف ما همیشه ارائه بهترین محصولات بوده است و این بار، تصمیم گرفتیم که علاوه بر مکمل‌های با کیفیت، یک هدیه ویژه و ارزشمند نیز برایتان فراهم کنیم.

مهارت پرزنتیشن یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین مهارت‌هایی است که هر فرد در زندگی حرفه‌ای خود به آن نیاز دارد. این مهارت نه تنها به شما کمک می‌کند تا ایده‌ها و نظرات خود را به بهترین شکل ممکن ارائه دهید، بلکه اعتماد به نفس و توانمندی‌های شخصی شما را نیز تقویت می‌کند.

در این کتاب، سعی کرده‌ایم تا نکات کلیدی و روش‌های مؤثر برای بهبود مهارت‌های پرزنتیشن را به صورت ساده و کاربردی در اختیار شما قرار دهیم. امیدواریم که با مطالعه این کتاب و به کارگیری توصیه‌های آن، بتوانید در مسیر موفقیت حرفه‌ای خود گام‌های بلندی بردارید.

با آرزوی موفقیت روزافزون برای شما

دکتر محمدرضا جعفرزاده

مدیر عامل





در دنیای امروز، توانایی ارائه ایده‌ها و افکار به‌طور مؤثر یکی از مهارت‌های اساسی برای موفقیت در هر زمینه‌ای است. از جلسات کاری و سخنرانی‌های علمی گرفته تا ارائه‌های دانشجویی و مصاحبه‌های شغلی، همه و همه نیازمند مهارتی است که بتواند توجه مخاطبان را جلب کرده و پیام شما را به بهترین نحو ممکن منتقل کند.

همه ما در زندگی در شرایطی قرار می‌گیریم که باید برای جمعی از افراد صحبت کنیم، ممکن است لازم باشد از عقایدمان دفاع کنیم یا شخصی را متقاعد کنیم.

تصور کنید در مقابل جمعی از افراد ایستاده‌اید، همه چشمان به شما دوخته شده‌اند و منتظرند تا شما سخن بگویید.

اگر به درستی آماده نشده باشید، سخنرانی می‌تواند پر از استرس و اضطراب باشد. اما اگر به تکنیک‌ها و ابزارهای لازم مسلط باشید، این لحظه تبدیل به فرصتی طلایی برای تأثیرگذاری و انتقال مؤثر پیام شما خواهد شد.

توانایی سخنرانی در جمع، یکی از مهارت‌های ارتباطی است که باید برای پیشرفت کسب کنیم. نفوذ کلام و توانایی متقاعد کردن دیگران با هر موقعیت اجتماعی که داشته باشید می‌تواند در کار و زندگی شما و یا حتی در دنیا تغییرات بزرگی ایجاد کند.

مخاطب خود را بشناسید



هرچه بهتر اهداف و نگرانی‌های مخاطبان خود را درک کنید، احتمال دستیابی به هدف و نتیجه مورد نظرتان بیشتر خواهد بود. همچنین، بهتر قادر به اندازه‌گیری این موفقیت‌ها خواهید بود. برای درک بهتر مخاطبان خود، به این سوالات پاسخ دهید:

اندازه گروه چقدر خواهد بود؟

انتظار دارید چند نفر حضور داشته باشند؟ تعداد مخاطبان، نوع ارائه و منابع مورد نیاز را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مخاطبان شما چه نقشی در سازمان خود یا شما ایفا می‌کنند؟

آنها به چه کسی پاسخگو هستند؟ داشتن درک اولیه از مسئولیت‌های آنها به شما کمک می‌کند تا بتوانید با آنها تعامل داشته باشید. در نظر بگیرید که چرا پیام شما برای آنها مهم است و چگونه می‌توانید کار یا زندگی آنها را آسان‌تر کنید. این نکات را در ارائه خود برجسته کنید.

مخاطبان چه اطلاعاتی را از قبل می‌دانند؟ به چه اطلاعاتی نیاز دارند؟

بديهيات را بيان نکنید، اما به آنها اطلاعات کافی بدهید تا بتوانند آنچه را که می‌گویید و چگونگی تأثیر آن را درک کنند.



مخاطبان چه تصویری دارند؟ کدام یک از این تصورات درست و کدام نادرست است؟

پیش‌بینی تصورات مخاطبان به شما کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری درباره نحوه ارائه محتوای خود بگیرید.

آیا اهداف برخی از شرکت‌کنندگان با دیگران در تضاد است؟

اگر چنین است، آن را از ابتدا به رسمیت بشناسید و توضیح دهید که آنچه ارائه می‌دهید چگونه می‌تواند به آنها کمک کند.

مخاطبان چقدر با شما آشنایی دارند؟

اگر قبلاً رابطه قوی با افراد حاضر در اتاق ندارید، باید از همان ابتدا با آنها ارتباط برقرار کنید. مثلاً می‌توانید با یک حکایت طنز برای راه‌حل‌های جایگزین مشکلات، صحبت خود را شروع کنید. نشان دهید که شما نیز با مشکلات افراد گروه در شرایط فعلی شریک هستید.



مخاطبان شما به چه نوع ارائه‌هایی عادت دارند؟

فکر کنید که چه چیزی می‌تواند توجه آنها را جلب کند، (داده‌ها، تصاویر و گرافیک‌ها، داستان‌های شخصی). ارائه خود را با یک داستان مرتبط شروع کنید تا معنای شخصی بیشتری به آن بدهید، اما اطمینان حاصل کنید که مخاطبان بتوانند با آن داستان ارتباط برقرار کنند.

آیا شما یا شخص دیگری مخاطبان را ملزم به حضور کرده است؟

این موضوع بر میزان پذیرش پیام شما تأثیر می‌گذارد. ممکن است نیاز باشد با بی‌تفاوتی یا حتی خصومت مقابله کنید.

آیا در طول ارائه یا بعد از آن از طرف شما یا شخص دیگری مسئولیتی متوجه مخاطبان می‌شود؟

با مدیران شرکت‌کنندگان مشورت کنید تا از بازخورد یا خروجی مورد انتظارتان اطمینان حاصل کنید و مطمئن شوید که اهداف شما با اهداف آنها هماهنگ است.

پیش‌بینی نیازها و نگرانی‌های مخاطبان به شما در آماده‌سازی و اجرای ارائه کمک می‌کند. ضرب‌المثل قدیمی درباره قرار دادن پای خود در کفش‌های دیگران را به سطح بعدی ببرید. در ذهن‌تان، خود را پشت چشمان مخاطبان تصور کنید. فکر کنید که آنجا نشسته‌اید و شاهد آنچه می‌گویید هستید.

اگر به این سوال‌ها پاسخ دادید و این کارها را انجام دادید، اکنون آماده‌اید تا پیام خود را شکل دهید.

پیام خود را تنظیم کنید

بسیاری از ارائه‌دهندگان به اشتباه فرض می‌کنند که یک ایده بزرگ به خودی خود می‌درخشد. بدون شک ایده خوب مهم است، اما مخاطبان به چیزهای بیشتری نیاز دارند.

بدون اینکه آن‌ها را با جزئیات نامربوط گیج کنید، آن‌ها را از طریق منطق، حقایق و مثال‌های خود هدایت کنید. با پیروی از سه مرحله اساسی، می‌توانید مسیری روشن برای آن‌ها ترسیم کنید.



پیام اصلی خود را تعریف کنید

نکته اصلی که می‌خواهید مخاطبان بعد از خارج شدن از ارائه شما به خاطر بسپارند چیست؟ "این پیام اصلی شماست".



پیام اصلی، عبارتی است که هدف شما را از ارائه بیان می‌کند، و باید کوتاه و شیرین باشد. فرضیات خود را بررسی کنید. آیا واقعاً مهم‌ترین پیام را انتخاب کرده‌اید؟ آیا با هدف و نتایج مورد نظر شما سازگار است؟ به "تعریف هدف خود" قبل از شروع ارائه مراجعه کنید. پاسخ شما به هر دو سوال باید یک "بله" قاطع باشد. هر بخش از ارائه شما باید با پیام انتخابی شما پیش برود. این به این معنی نیست که باید آن را مدام تکرار کنید، اما توجه کنید که هر چیزی که می‌گویید یا نشان می‌دهید باید با پیام اصلی شما هماهنگ و منطبق باشد، در غیر این صورت می‌تواند ارائه شما را تضعیف کرده و اهداف شما را زیر سوال ببرد.

استدلال‌ها و داده‌های مرتبط داشته باشید

از ادعاهای خود با حقایق و داده‌های انتخاب شده به خوبی پشتیبانی کنید. اظهارات بدون شواهد، تنها نظر هستند و نظرات به تنهایی، نمی‌توانند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهند. به مخاطبان خود دلایلی بدهید تا دیدگاه‌های شما را به اشتراک بگذارند یا مسیر عملی که پیشنهاد می‌دهید را دنبال کنند. تنها حقایق و داده‌هایی را بیان کنید که مخاطب را قانع می‌کند. جزئیات اضافی حواس شنوندگان را از آنچه می‌خواهید بشنوند، پردازش کنند و به خاطر بسپارند، پرت می‌کند. اگر در مورد ارزش یک نکته مطمئن نیستید، آن را حذف کنید. حذف جزئیات اضافی به معنی این نیست که فقط بر داده‌های سخت و سرد تمرکز کنید. همچنین مهم است که از لحاظ عاطفی با آنها ارتباط برقرار کنید. صراحتاً ارزش پیام خود را به مخاطبان نشان دهید و بیان کنید که چرا باید به پیام شما اهمیت دهند.

سازماندهی محتوا

یک ارائه خوب سازماندهی شده، گوش دادن مخاطب به شما را آسان‌تر کرده و کمک می‌کند تا به اهداف خود برسید. استدلال خود را به ترتیب منطقی قرار دهید تا مخاطبان بتوانند آن را از یک نقطه به نقطه بعدی دنبال کنند. بیایید به مثال قبلی بازگردیم، اگر شما یک سیستم جدید را پیشنهاد می‌دهید، ابتدا به اختصار توضیح دهید که چرا سیستم قدیمی باید کنار گذاشته شود و سیستم جدید چگونه این مشکلات را حل می‌کند. سپس توضیح دهید که سیستم جدید چگونه کار می‌کند و مخاطبان چگونه می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند شوند. در بیشتر موارد، یک ارائه باید شامل چهار بخش باشد: مقدمه، توصیف نیاز یا مشکلی که به آن می‌پردازید، راه‌حل پیشنهادی شما و درخواست برای اقدام.

مقدمه ارائه

در ابتدای سخنرانی، از یک نظر، یک داستان مرتبط و یا یک مثال برای جلب توجه مخاطبان استفاده کنید. به دنبال راه‌هایی برای جذب شرکت‌کنندگان از همان ابتدا باشید. مثلاً می‌توانید از آنها درخواست کنید که در پاسخ به یک سوال جالب که موضوع شما را مطرح می‌کند، دست‌هایشان را بلند کنند. یک مقدمه قوی، علاوه بر برقراری ارتباط می‌تواند در این موارد به شما کمک کند:

- هدف ارائه شما را تعریف می‌کند.
- نکات مهمی را برای مخاطبان برجسته می‌کند.
- اعتبار شما را تأیید می‌کند.
- نکات اصلی را به اختصار پیش‌نمایش می‌کند.

توصیف نیاز یا مشکل

این بخش از ارائه خود را مختصر و متمرکز نگه دارید تا زمان کافی برای پیشنهاد راه‌حل خود داشته باشید. یک بیان مؤثر از نیاز یا مشکل:

- چالش اصلی را که می‌خواهید با کمک مخاطبان برطرف کنید، توضیح می‌دهد.
- نشان می‌دهد چگونه این مسئله مستقیماً بر مخاطبان تأثیر می‌گذارد.
- بازتاب ورودی‌های متفکرانه از دیگران است.
- استدلال‌های مرتبط و مثال‌هایی است که توجه مخاطبین را بدون اینکه از نکته اصلی منحرف شوند، حفظ می‌کنند.

راه حل

حالا زمان آن رسیده که بگویید چگونه مشکل باید حل یا نیاز برآورده شود. شما باید:

- راه حل خود را به زبان نیازهای آن‌ها بیان کنید.
- به مخاطبان کمک کنید تا مزایای راه حل شما را تجسم کنند.
- در صورت امکان، از یک داستان برای توضیح راه حل استفاده کنید.
- مخاطبان را در توسعه یک مسیر پیشرو دخیل کنید.
- مطمئن شوید که قدرت راه حل شما با چالش پیش روی آنها مطابقت دارد.

درخواست همراهی از مخاطبان

پیشاپیش تعیین کنید که در طول ارائه‌تان، چه زمانی از مخاطبان درخواست همراهی خواهید کرد. مثلاً می‌توانید برای اطمینان از اینکه آن‌ها با شما همراه هستند در حین مطرح نمودن استدلال خود، از دانش آن‌ها برای حمایت از پیام‌تان استفاده کنید. سوالات بی‌محتوا و کلی که به همه برمی‌گردد مانند "آیا همه متوجه شدند؟" موثر نیستند. زیرا بیشتر افراد فقط مودبانه سر تکان می‌دهند. در عوض، مستقیماً افراد را خطاب قرار دهید. پرسیدن از مخاطبان درباره اینکه چه فکری می‌کنند، راهی عالی برای رعایت اصل احساس خوشایندی است. وقتی افراد احساس کنند که صدای آن‌ها و ایده‌هایشان شنیده می‌شود، خوشحال‌تر می‌شوند و احتمال بیشتری دارد که ذهن خود را به روی آنچه از شما می‌شنوند باز کنند.

فراخوان برای اقدام

شناسایی منابع

دقیقاً بدانید که در روز ارائه چه منابعی در دسترس شما خواهد بود تا بتوانید برای استفاده به بهترین نحو برنامه‌ریزی کنید. این منابع شامل فضای فیزیکی، میزان زمان در اختیار و تجهیزات داخل سالن می‌باشد.

مکان ارائه چگونه خواهد بود؟

در صورت امکان، قبل از ارائه از مکان مورد نظر بازدید کنید و هرگونه محدودیت را بررسی کنید. به جایی که در آنجا خواهید ایستاد، توجه کنید. فاصله دورترین شرکت کننده از شما چقدر خواهد بود؟ آیا به میکروفون نیاز دارید تا صدای شما به گوش همه برسد؟ وضعیت نشستن شرکت کنندگان چگونه است؟

یک پایان‌بندی خوب دارای یک فراخوان قوی برای اقدام است. این عناصر برای جمع بندی نهایی یک ارائه موثر، کلیدی هستند:

- چالش و راه‌حل خود را تکرار کنید.
- اقدام خاصی را توصیه کنید.
- از مخاطبان برای اقدام، تعهد یا تایید بگیریید.
- در صورت لزوم، درباره وظایف افراد توافق کنید.
- توضیح دهید که پس از ارائه چه کاری می‌توان انجام داد.

چقدر زمان در اختیار دارید؟

زمان خود را طوری تنظیم کنید که بتوانید استدلال خود را طی زمان سخنرانی، ارائه دهید. بازخورد و مشارکت مخاطبان را در زمان در اختیار خود لحاظ کنید. همچنین زمانی که پس از ارائه، برای گفتگوهای غیررسمی، نظرسنجی‌های بازخورد، جمع‌آوری نظرات و غیره صرف خواهد شد را در نظر بگیرید. راهنمایی‌های زیر برای مدیریت زمان ارائه مفید هستند:

- به اندازه‌ای صحبت کنید که پیام کلیدی خود را به وضوح و به طور کامل منتقل کنید.
- بهتر است نکات کمتری مطرح کنید ولی آن‌ها را به خوبی بیان کنید.
- اگر وقت ندارید تا نکته‌ای را برای مخاطبان خود قابل قبول و واضح بیان کنید، آن را حذف کنید یا برای ارائه دیگری نگه دارید.
- تمام کردن زودتر بهتر از ناتمام ماندن صحبت یا با عجله به اتمام رساندن در پایان ارائه است.
- طوری برنامه‌ریزی کنید که اگر زمان شما کوتاه شد، بدانید چه چیزهایی را می‌توانید حذف کنید.

از چه تجهیزاتی استفاده خواهید کرد؟

اگر از یک ابزار خاص می‌خواهید استفاده کنید، مطمئن شوید که می‌توانید به خوبی از آن استفاده کنید. تأخیرهایی که به دلیل ناتوانی در کار با تجهیزات رخ می‌دهد، موجب آزرده‌گی خاطر مخاطبان می‌گردد و ممکن است شما را از مسیر خود خارج کند.

برنامه‌ریزی برای تصاویر

تصاویر معمولاً چیزهایی هستند که پس از پایان یک ارائه در ذهن مخاطب باقی می‌مانند. به این یافته‌های تحقیقاتی توجه کنید:

- مردم ۷۵٪ از آنچه را که می‌دانند به صورت بصری و ۲۵٪ از طریق شنیدن می‌آموزند.
- یک تصویر، در انتقال اطلاعات سه برابر مؤثرتر از کلمات تنها عمل می‌کند.
- استفاده همزمان از کلمات و تصاویر، شش برابر مؤثرتر از کلمات تنها است.

انتخاب رسانه مناسب

شما گزینه‌های متعددی از جمله پاورپوینت، ویدئو و جزوه‌های چاپی برای به اشتراک گذاشتن تصاویر خود دارید. هنگام انتخاب رسانه به انعطاف‌پذیری، هزینه، مناسب بودن برای ارائه شما و میزان راحتی خود با آن قالب یا فناوری توجه کنید. اگر از جزوه‌های چاپی استفاده می‌کنید، از توزیع آنها در طول ارائه خودداری کنید؛ این کار ممکن است تمرکز مخاطبان بر روی صحبت‌های شما را کاهش دهد.

از کمک‌های بصری استفاده کنید تا به مخاطبان در به خاطر سپردن حقایق و درک ایده‌ها، روابط یا چیدمان‌های فیزیکی کمک کنید. همچنین می‌توانید از تصاویر به عنوان نشانه‌ای برای انتقال به موضوع جدید بهره ببرید.

با این حال، به یاد داشته باشید که وقتی مخاطبان به یک تصویر نگاه می‌کنند، توجه‌شان از شما منحرف می‌شود. به همین دلیل، مهم است که تصاویری انتخاب کنید که مخاطبان بتوانند به سرعت آن‌ها را پردازش کنند.

استفاده از تصاویر مؤثر

استفاده از تصاویر زیاد موجب بهتر شدن یک ارائه نمی‌شوند. با آماده کردن تعداد زیادی اسلاید کسل‌کننده، تجربه "مرگ با پاورپوینت" را برای مخاطبان خود ایجاد خواهید کرد، مساله ای که احتمالاً خودتان هم به عنوان یک مخاطب تجربه کرده‌اید. برای جلوگیری از این مشکلات و حفظ توجه مخاطبان، از افتادن در دام‌های زیر خودداری کنید:

- داشتن اسلایدهای زیاد
- استفاده از تصاویر پیچیده و گیج‌کننده، مانند نمودارهای جریانی و پیکان‌ها و متن زیاد.
- پر کردن اسلایدها با تصاویر و متون فشرده یا تعداد زیادی تصویر.
- با دقت و اعتدال از تصاویر استفاده کنید تا پیام شما به طور مؤثر منتقل شود و مخاطبان بتوانند به راحتی مطالب شما را دنبال کنند.

برای اینکه تصاویر شما جذاب‌تر باشند، آنها را ساده نگه دارید. از این موارد استفاده کنید:

- گرافیک‌ها، آیکون‌ها و نمادها برای تقویت مفاهیم
- استفاده از کلمات کلیدی به جای جملات کامل
- استفاده از فقط یک مفهوم در هر اسلاید یا صفحه
- استفاده از حداکثر شش خط متن در هر اسلاید یا صفحه
- به کار بردن تنها سه تا شش ایده در هر فلیپ‌چارت یا نمایش وایت‌برد.
- استفاده از رنگ در صورت امکان، اما نه به صورت افراطی
- استفاده از تصاویر در صورت امکان

- اگر از پاورپوینت برای ارائه خود استفاده می‌کنید، باید به نکات مهمی توجه کنید تا اسلایدهای شما موثر، جذاب و قابل فهم باشند. برخی از مهم‌ترین نکات به این شرح می‌باشند:
- اصل سادگی و وضوح را رعایت کنید. هر اسلاید باید یک پیام یا نکته اصلی را منتقل کند. از پر کردن اسلاید با اطلاعات زیاد خودداری کنید.
- از متن‌های کوتاه و خلاصه شامل جملات کوتاه و کلیدواژه‌ها به جای پاراگراف‌های طولانی استفاده کنید.
- استفاده از تصاویر، نمودارها و گرافیک‌ها می‌تواند اطلاعات را بهتر و سریع‌تر از متن منتقل کنند. از تصاویر با کیفیت بالا و مناسب استفاده کنید.
- نمودارها و گرافیک‌ها باید ساده و قابل فهم باشند. از نمودارهای پیچیده و شلوغ خودداری کنید.
- از فونت‌های خوانا و اندازه مناسب استفاده کنید. متن باید از فاصله دور نیز قابل خواندن باشد.
- برای افزایش خوانایی، از حروف بزرگ و کوچک به صورت ترکیبی استفاده کنید. از به کار بردن تمام حروف به صورت بزرگ، خودداری کنید.
- برای موارد غیرترتیبی به جای اعداد از بولت‌ها استفاده کنید.
- از حروف تمام بزرگ فقط برای عناوین یا اختصارات استفاده کنید.
- برای خوانایی بیشتر، از رنگ‌های متضاد برای حفظ کنتراست در متن و پس‌زمینه استفاده کنید.
- از استفاده از رنگ‌های زیاد و ترکیب‌های نامناسب اجتناب کنید. ترجیحاً از یک پالت رنگی ساده و هماهنگ استفاده کنید.
- برای سازماندهی محتوا، هر اسلاید باید به طور منطقی به اسلاید قبلی و بعدی مرتبط باشد. یک جریان منطقی و پیوسته بین اسلایدها ایجاد کنید.
- از عناوین واضح و مشخص برای هر اسلاید استفاده کنید.
- از انیمیشن‌های ساده و انتقال‌های ملایم استفاده کنید. انیمیشن‌های پیچیده و زیاد می‌تواند حواس مخاطبان را پرت کند.
- از انیمیشن‌ها برای تأکید بر نکات مهم استفاده کنید، نه برای تزئین.

- به منظور زمان‌بندی درست، پرزنتیشن خود را چندین بار تمرین کنید تا زمان‌بندی مناسبی برای هر اسلاید داشته باشید.
- مطمئن شوید که محتوای هر اسلاید در زمان معین به خوبی توضیح داده می‌شود.
- از فضاهای خالی به درستی استفاده کنید تا اسلایدها از نظر بصری خسته‌کننده نشوند، فضاهای خالی به مخاطبان کمک می‌کنند تا بهتر بر روی محتوا تمرکز کنند.
- اسلایدهای خود را بر اساس نیازها و سطح دانش مخاطبان طراحی کنید. از اصطلاحات تخصصی یا مفاهیم پیچیده در صورت لزوم با توضیحات کافی استفاده کنید.
- پیش از ارائه نهایی، اسلایدها را چندین بار بازبینی و ویرایش کنید تا از لحاظ املایی، نگارشی و محتوایی هیچ مشکلی نداشته باشند.



ارائه خود را تمرین کنید

احساس رضایت‌مندی فوق‌العاده‌ای است که کار آماده کردن یک ارائه را به پایان برسانید. اما برای آماده‌سازی کامل باید آنچه را که می‌خواهید بگویید تمرین کنید و از نظر ذهنی نیز آماده شوید تا هم متمرکز باشید و هم آرامش داشته باشید.

توجه کنید که تنها با مرور یادداشت‌ها و اسلایدهای خود نمی‌توانید تمامی نقاط ضعف، موارد خسته‌کننده و یا جزئیات بیش از حد ارائه را شناسایی کنید. باید بتوانید ارزیابی کنید ارائه شما به نظر دیگران چگونه خواهد رسید و چقدر تأثیرگذار خواهد بود.

بهترین راه برای انجام این کار، تمرین در مقابل یک گروه آزمایشی است. اگر می‌توانید ارائه خود را در مقابل گروهی از همکاران یا دوستان تمرین کنید. سعی کنید افرادی را انتخاب کنید که از نظر نقش‌ها، فرضیات، دیدگاه‌ها و تخصص، مشابه مخاطبان واقعی شما باشند. با گروه آزمایشی همانند مخاطبان واقعی خود تعامل داشته باشید.

اگر محدودیت‌های زمانی و دیگر مسائل ممکن است اجازه نمی‌دهد که با یک گروه زنده تمرین کنید. در این صورت ضبط صوتی یا ویدئویی از خودتان آماده کنید. با این کار نواقصی را پیدا خواهید کرد که در غیر این صورت متوجه آن‌ها نمی‌شدید.



حتی تمرین با صدای بلند در مقابل آینه به شما فرصت می‌دهد تا صدای خود را بشنوید و ببینید چگونه به نظر می‌رسید. اگرچه انجام ارائه و ارزیابی خود به طور همزمان سخت است و جایگزین بازخورد زنده یا ضبط نیست.

نکات دیگری که در هنگام تمرین باید به یاد داشته باشید:

- با تجهیزاتی که قصد استفاده از آن‌ها را دارید تمرین کنید.
- از کمک‌های بصری برای تقویت پیام خود استفاده کنید.
- به محتوای ارائه خود به خوبی مسلط باشید تا نیازی به نگاه کردن مداوم به یادداشت‌هایتان نداشته باشید، اما متن خود را کلمه به کلمه حفظ نکنید، این باعث می‌شود که ارائه‌تان حفظی به نظر برسد.
- ارائه را به صورت کامل تمرین کنید تا ببینید چگونه همه چیز در محتوا به هم متصل می‌شود.
- بر روی لحن خود تمرکز کنید.
- از اصطلاحات تخصصی و دیگر عباراتی که ممکن است مخاطبان‌تان آنها را درک نکنند، استفاده نکنید.
- پاسخ‌های خود را به سوالاتی که احتمالاً از شما پرسیده می‌شود آماده کنید.
- از خود پرسید، "بدترین چیزی که می‌تواند در طول ارائه اتفاق بیفتد چیست؟" برای آن احتمال آماده شوید و راه حلی برای رفع آن داشته باشید.
- در صورت امکان، در همان اتاقی که قرار است ارائه دهید، تمرین کنید.

آماده‌سازی ذهنی

هر چند تمرین صحبت کردن بسیار مهم است؛ اما کافی نیست و لازم است قبل از آغاز ارائه نیز خود را در حالت ذهنی مناسب قرار دهید. برای موفقیت در بازی ذهنی، درست قبل از ارائه، این تکنیک‌ها را امتحان کنید:

- خود را در حال انجام یک ارائه موفقیت‌آمیز تصور کنید.
- به خودتان جملات مثبت بگویید، مانند "من آرام و آماده هستم."
- برای کاهش استرس از تمرین‌های تنفس عمیق و کاهش تنش استفاده کنید.
- لباس‌هایی بپوشید که به شما احساس راحتی، اعتماد به نفس و حرفه‌ای بودن بدهد.
- بپذیرید که عصبی بودن امری طبیعی است. سعی نکنید آن را با غذا، کافئین، دارو یا الکل کنترل کنید.
- هنگام ورود به اتاق یا سالن ارائه، با مخاطبان تعامل داشته باشید.

اجرای ارائه

وقتی در اتاق با مخاطبان خود هستید، بر جلب توجه و جذب افراد و نمایش اعتماد به نفس، تمرکز کنید. در اینجا چند پیشنهاد که در این زمینه به شما کمک می‌کند آمده است:

- لحن بیان و مکالمه‌ای که در تمرین خود استفاده کرده‌اید را حفظ کنید.
- با سرعت متعادل صحبت کنید. اگر خیلی سریع صحبت کنید، عصبی به نظر می‌رسید؛ اگر خیلی کند صحبت کنید، مخاطبان را خسته می‌کنید.



- مطمئن شوید همه می‌توانند صدای شما را بشنوند. اگر میکروفون و سیستم صوتی دارید قبل از شروع، اثربخشی آن را آزمایش کنید.
- با به کار بردن عباراتی مانند "به نوعی" و "یک جورایی" ارزش گفته‌های خود را کم نکنید.
- با مخاطبان خود تماس چشمی برقرار کنید.
- به نشانه‌های غیرکلامی مخاطبان توجه کنید و از حالات چهره خود برای نشان دادن علاقه به واکنش‌های آن‌ها استفاده کنید.
- هر از گاهی نفس بکشید. این به شما کمک می‌کند آرامش داشته باشید و از کلمات پرکننده مانند "ام" و "ار" کمتر استفاده کنید.

حفظ تعامل با مخاطبان

ممکن است در بین مخاطبان خود با یک یا چند فرد دشوار مانند افرادی که بی‌توجه هستند، یا بیش از حد بار اطلاعاتی دارند، و یا صرفاً بد اخلاق هستند روبرو شوید. افراد بی‌توجه اغلب پاهای خود را روی هم می‌گذارند، در صندلی‌های خود وول می‌خورند یا بیشتر از حد معمول به اطراف نگاه می‌کنند. در اینجا چند تکنیک اثبات‌شده برای جلب توجه آن‌ها آمده است:

- کاری که انجام می‌دهید را تغییر دهید، برای مثال گاهی مکث کنید یا لحن صدای خود را تغییر دهید.
- از مخاطبان سوال پرسید.
- در صورت مناسب بودن فضا، به ارائه خود طنز اضافه کنید. اعضای مخاطبان از یک استراحت طنزآمیز استقبال می‌کنند.
- از تشبیه‌ها و مثال‌های زنده استفاده کنید.
- داستان‌های شخصی تعریف کنید
- مدام به این موضوع برگردید که پیام شما چگونه بر مخاطبان تأثیر می‌گذارد: "این نکته آخر چه معنایی برای شما و تیم شما دارد."



انعطاف‌پذیر بودن

حتی بهترین ارائه‌های برنامه‌ریزی‌شده و دقیقاً تمرین‌شده یک رویداد پویا هستند. به ندرت همه چیز دقیقاً طبق پیش‌بینی شما پیش می‌رود. ممکن است مشکلات فنی به وجود بیاید، یا شرایطی که محتوای ارائه شما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یا واکنش‌های مخاطبان که ممکن است به طور غیرمنتظره‌ای تغییر کند. شما می‌توانید برخی از این وضعیت‌ها را پیش‌بینی کنید، اما باید آماده رویارویی با تحولات غیرمنتظره باشید و در مقابل آن‌ها انعطاف‌پذیر باشید. تحولات غیرمنتظره را به عنوان فرصت‌ها و نه تهدیدها، ببینید.

اجازه ندهید آن‌ها شما را از پیام اصلی‌تان منحرف کنند، اما بدون پرداختن به آن‌ها و یا برطرف کردن مسائل، نیز جلو نروید. این به ویژه زمانی مهم است که یکی از اعضای مخاطبان سوال یا نظری غیرمنتظره مطرح کند. اگر کسی درخواست شواهد بیشتر در مورد یک نکته جانبی داشته باشد، این را به عنوان فرصتی برای تقویت بیشتر موضع خود ببینید.

اگر داده‌های بیشتری در اختیار دارید، آنچه دارید را به اشتراک بگذارید، یا اینکه پیشنهاد دهید تحقیقات بیشتری انجام می‌دهید و پس از ارائه به آنها برمی‌گردید. وقتی مشکلات فنی یا لجستیکی به وجود می‌آیند، با خوش‌خلقی از کنار آن‌ها بگذرید. یک شوخی در مواجهه با یک مشکل، گواهی بر اعتماد به نفس و سطح آمادگی شماست و نشان می‌دهد که پیام شما مهم‌تر از رسانه است.



مدیریت پرسش و پاسخ

برخی افراد معتقدند که ارائه‌ای که هیچ سوالی ایجاد نکند موفقیت‌آمیز است. اما اگر مخاطبان شما درگیر شده باشند، به احتمال زیاد سوالاتی خواهند داشت. پذیرش این سوالات به شما اجازه می‌دهد تا جزئیات بیشتری را در زمینه‌هایی که برای مخاطبان مهم است ارائه دهید. بسیاری از سخنرانان سوالات را بعد از ارائه خود می‌پذیرند. این کار به آن‌ها اجازه می‌دهد تا صحبت خود را در زمان مشخصی به پایان برسانند و مطمئن شوند که مخاطبان تصویر کلی را دریافت کرده‌اند. اگر این رویکرد را انتخاب می‌کنید:

- انتقال به جلسه پرسش و پاسخ را به وضوح انجام دهید.
 - به مخاطبان بگویید چقدر زمان برای پرسش و پاسخ باقی مانده است.
 - جلسه پرسش و پاسخ را با تکرار هر سوال و دادن پاسخ به کل گروه، و نه فقط به شخص سوال‌کننده، کنترل کنید.
- ممکن است تصمیم بگیری در طول ارائه سوالات را بپذیرید یا در طول مسیر ارائه، نظرات و ایده‌ها را بخواهید تا مخاطبان درگیر بمانند. در یادداشت‌های خود جایی را که می‌خواهید بازخورد مخاطبان را بپرسید، مشخص کنید تا آنها را فراموش نکنید. به طور صریح به مخاطبان بگویید چرا مکث می‌کنید. این به آن‌ها کمک می‌کند تا سوالات و نظرات خود را متمرکز کنند. سوالات و پاسخ‌های خود را مختصر نگه دارید تا در طول ارائه در مسیر خود بمانید.
- سوالات سخت را پیش‌بینی کنید. قبل از ارائه، هر گونه اعتراضی که ممکن است مطرح شود را یادداشت کنید و در مورد نحوه پاسخ دادن فکر کنید. پاسخ‌های خود را با یک همکار معتمد بررسی کنید تا مطمئن شوید که به درستی پاسخ می‌دهید.
- با روی گشاده، و نه دفاعی با پرسش‌ها برخورد کنید. کنجکاو و شور و شوق خود را در لحن و محتوای پاسخ‌های خود نشان دهید. پاسخ‌هایی مانند "این سوال عالی است و این دلیل آن است..." نشان می‌دهد که شما قبلاً به این مسائل از دیدگاه مخاطبان فکر کرده‌اید. آماده باشید تا گزینه‌هایی که قبلاً در نظر نگرفته‌اید را بررسی کنید و افرادی که این گزینه‌ها را مطرح کرده‌اند نیز بیشتر مایل به شنیدن شما خواهند بود.



سعی نکنید همه چیز برای همه باشید. اگر شرکت کنندگان سولاتی مطرح کنند که فراتر از دامنه ارائه شما است، از گفتن این موضوع خودداری نکنید. آن‌ها درک خواهند کرد که شما باید جایی مرز بگذارید.

به سولات صادقانه پاسخ دهید. وقتی جواب را می‌دانید، آن را به وضوح و مختصر بیان کنید. وقتی جواب را نمی‌دانید، می‌توانید سوال‌کننده را به منبع دیگری ارجاع دهید یا پیشنهاد دهید که خودتان تحقیق بیشتری انجام خواهید داد. سولاتی که نمی‌توانید در همان لحظه پاسخ دهید را یادداشت کنید تا تعهد خود را به پاسخگویی نشان دهید.

در پایان نشان دهید که حمایت شما پس از ارائه نیز ادامه خواهد داشت. برای مثال مشخص کنید که مخاطبان چگونه و به چه کسی باید بازخورد خود را درباره ارائه بدهند و بر علاقه واقعی خود به ادامه مکالمه در صورت نیاز به بحث بیشتر، تأکید کنید.

هنگامی که اطلاعات تماس خود را به اشتراک می‌گذارید، مطمئن شوید که توانایی پاسخگویی دارید و قول دهید که این کار را انجام دهید.

اگر ممکن است، با شرکت‌کنندگان هنگام خروج از اتاق صحبت کنید، اما اجازه ندهید یک یا دو نفر تمام وقت شما را اشغال کنند به طوری که دیگران احساس کنند نادیده گرفته شده‌اند.

ارائه خود را نقد کنید

مهم نیست که ارائه خود را چقدر خوب برنامه‌ریزی کرده باشید، عمل ارائه معمولاً نقص‌ها، شکاف‌ها یا سایر کاستی‌ها را آشکار می‌کند، حتی اگر یک ارائه‌دهنده ماهر باشید ممکن است با مشکلات کوچکی مانند ناخوانا بودن اسلایدها برای افرادی که انتهای سالن سخنرانی نشسته‌اند، یا مشکلات بزرگ‌تر مانند یک مرحله از دست رفته در فرآیندی که توضیح داده‌اید، مواجه شوید.

فهرستی از این نقص‌ها را در اسرع وقت، نهایتاً یک یا دو ساعت پس از پایان ارائه تهیه کنید. تغییرات را در اسلایدها و سایر فایل‌های اصلی خود در چند روز آینده وارد کنید. تلاش برای بازسازی و اصلاح مشکلات طی هفته‌ها یا ماه‌ها بعد، معمولاً نتایج موثری به همراه ندارد، حتی بعید است به یاد بیاورید که این اشتباهات را اصلاح کنید.

عملکرد خود را تحلیل کنید

مشکلات در ارائه می‌توانند طیف وسیعی داشته باشند. شما به راحتی می‌توانید مشکلات کوچک مانند جملات ضعیف آغازین و تلاش‌های نادرست برای شوخی را در لحظه‌ای که اتفاق می‌افتند شناسایی کنید. فقط به واکنش مخاطبان نگاه کنید. آیا مردم سر تکان می‌دهند؟ یا همه بی‌حرکت نشسته‌اند؟ تماشای ضبط ویدئویی از رویداد نیز به شما کمک می‌کند نقاط مشکل‌دار را ببینید. برای دفعه بعد به اصلاحات مشخص فکر کنید و آن‌ها را یادداشت کنید. اگر با مشکلات فنی مواجه شدید، این مشکلات نسبتاً ساده و قابل رفع هستند. شاید واقعاً نمی‌دانستید چگونه از پروژکتور استفاده کنید و این باعث کندی شما یا سردرگمی‌تان شده باشد. برای دفعه بعد یاد بگیرید چگونه از آن استفاده کنید. در صورت لزوم، یک دستیار استخدام کنید.

مسائلی مانند سطح راحتی کلی و مهارت شما در ارائه، نیاز به کار و تمرین بیشتری دارند. اگر در تمام مدت احساس استرس یا عصبی بودن داشتید یا متوجه شدید که به یادداشت‌ها تکیه کرده‌اید و یا با وجود تمرین‌های فراوان هنوز تپق می‌زنید، ممکن است به یک مربی نیاز داشته باشید.

از همکاران درخواست بازخورد کنید



یادگیری مهارت‌های ارائه یک فرآیند مستمر است که نیاز به تمرین و بازخورد دارد. با استفاده از بازخوردهای سازنده همکارانتان، می‌توانید ارائه‌های خود را بهبود بخشیده و به یک ارائه‌دهنده مؤثرتر تبدیل شوید. به خاطر داشته باشید که هر بازخورد یک فرصت برای رشد و یادگیری است.

اگر همکاران معتمدی در میان مخاطبان دارید، از آن‌ها برای بهبود ارائه خود و تبدیل شدن به یک ارائه‌دهنده بهتر مشورت بخواهید. جلسات یک‌به‌یک و رو در رو برای دریافت بازخورد تنظیم کنید. یک سوال سریع "چطور بودم؟" در راهرو احتمالاً یک پاسخ مودبانه و شاید کمتر از صادقانه ایجاد می‌کند، به ویژه اگر افراد دیگری در نزدیکی آن فرد باشند.

تشویق همکاران به ارائه بازخورد مستمر می‌تواند به بهبود مداوم شما کمک کند. یادگیری مهارت‌های ارائه زمان زیادی می‌برد. اما اگر به طور مداوم برای بهبود این مهارت کار کنید، ارائه‌های شما مؤثرتر خواهند شد و موقعیت شما در بین مخاطبان ارتقا خواهد یافت.

جلسات شما با همکارانتان باید کوتاه و غیررسمی باشد، اما از پرسیدن واکنش‌های صادقانه آن‌ها به محتوای ارائه و نحوه ارائه خود نترسید.

سخن پایانی

در پایان امیدوارم که مطالب این کتاب برای شما مفید و الهام‌بخش بوده باشد. یادگیری مهارت‌های ارائه، همانند هر مهارت دیگری، نیاز به تمرین و پشتکار دارد. هر نکته و تکنیکی که در این کتاب به آن اشاره شد، می‌تواند قدمی در جهت بهبود توانایی‌های شما باشد و به شما کمک کند تا ارتباطات خود را با دیگران به بهترین شکل ممکن برقرار کنید.

پرزنتیشن، هنری است که با تمرین و تجربه بهتر می‌شود. هر بار که روی صحنه می‌روید، فرصتی برای یادگیری و رشد دارید. مهم نیست که در چه مرحله‌ای از حرفه خود هستید، همیشه می‌توانید بهتر شوید و تأثیر بیشتری بر مخاطبان خود بگذارید.

به یاد داشته باشید که ارائه خوب، به معنای داشتن قدرت تغییر جهان است. با هر پرزنتیشنی که انجام می‌دهید، فرصتی برای الهام بخشیدن به دیگران، ایجاد تغییرات مثبت و برقراری ارتباطات عمیق‌تر خواهید داشت.

مولف: دکتر بهاره پورزادی





مكملاتك لصحتك
Supplement Your Health



www.suprabion.ir



این کتاب با هدف کمک به شما در کسب مهارت ارزشمند سخنرانی تهیه شده است. در این کتاب، به تکنیک‌های اساسی و کاربردی در زمینه سخنرانی و پرزنتیشن پرداخته شده و نکاتی ارائه می‌شود که با به‌کارگیری آنها می‌توانید اعتماد به نفس بیشتری پیدا کنید و سخنرانی‌های خود را به یک تجربه لذت‌بخش و موفق تبدیل کنید.

با مطالعه این کتاب، خواهید آموخت که چگونه با بهره‌گیری از اصول و فنون حرفه‌ای، تأثیرگذاری بیشتری در ارائه‌های خود داشته باشید و مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار دهید. از آماده‌سازی محتوا تا اجرای نهایی، هر مرحله به دقت بررسی شده تا شما بتوانید بهترین نسخه از خود را در هر سخنرانی به نمایش بگذارید.

اگر می‌خواهید مهارت‌های سخنرانی خود را به سطحی بالاتر برسانید و با اطمینان بیشتری روی صحنه بروید، این کتاب دقیقاً همان چیزی است که نیاز دارید.