

# VEŠTINE PREZENTACIJE

## chapter

A new communication  
chapter 4 our clients



# Reč, dve o prezentacijama

# Veštine prezentacije

---

- **Šta je cilj prezentacije?**

- Da pridobijemo (dobijemo simpatije) nekoga, obavestimo ili edukujemo, zabavimo, pokrenemo ili privolimo na neku ideju.
- Prenos informacija, znanja i iskustva, sa željom da budu prihvaćene.

- **Šta podrazumevaju dobre veštine prezentacije:**

- Komunikaciju
- Znanje centralne teme i šireg konteksta
- Retoriku i verbalne signale
- Govor tela i neverbalne signale upućene slušaocima
- Strateško razmišljanje, oblikovanje ključnih poruka
- Poznavanje informacione tehnologije i AV opreme
- itd.



# Vrste prezentacija

---

- Po stepenu zvaničnosti: **(1)** formalne (poslovni sastanci i razgovori, prodaja ideja i projekata, zvanične molbe, itd.) i **(2)** neformalne (svakodnevna komunikacija sa bliskim ljudima, porodicom, prijateljima, saradnicima, itd.)
- Po formatu: usmene, pismene, u formi tekstualnog dokumenta ili PowerPoint prezentacije, video – pokazna, i sl.

## Zajednički faktori:

- 1. Komunikator (osoba) - *ko* ?**
- 2. Sadržaj - *šta* ?**
- 3. Forma – *kako*?**

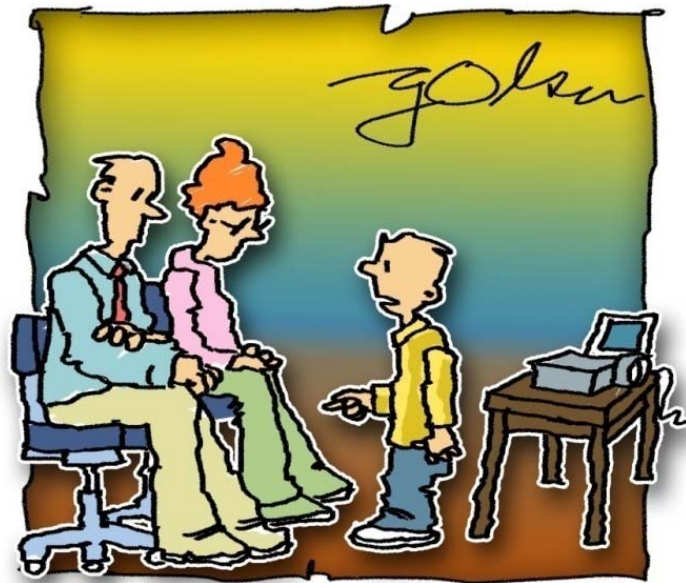
# Kome su potrebne veštine prezentacije ?

---

- Političari
- Poslovni ljudi, menadžeri, pravnici (advokati)
- Prodavci, pregovarači
- Javne ličnosti
- Spikeri, voditelji, novinari, portparoli
- Učenici, studenti
- Svako ko želi da unapredi kvalitet života
- Svi koji komuniciraju.

**SVIMA.**

# Primeri iz života



"Mom and Dad, thanks for making this meeting. This PowerPoint presentation will attempt to illustrate the woeful inadequacies of my so-called allowance."



# Osnovni problemi u pripremi i izvođenju prezentacije

---

- **Struktura i postavka**
- **Šta reći**
  - Sadržaj prezentacije
  - Nedostatak informacija, podataka i činjenica ili praktičnih primera
  - Definisane ključnih poruka
- **Trema, strah od javnog nastupa**
- **Dizajn**

**Dobra vest: svi su rešivi!**

# 1. SADRŽAJ



# Prvi koraci

---

- **Jasno definisati**

- temu, cilj
- potrebe i interesovanja publike, kao i očekivanu reakciju
- trajanje prezentacije, vreme na raspolaganju
- Koncept (Ppt i dr.).

- **3 osnovna dela svake prezentacije**

- **Uvod:** upoznati publiku sa temom prezentacije, razlogom odabira konkretne teme, njenim značajem, da zainteresuje i privuče pažnju.
- **Razrada:** centralni argumenti u korist teme koju zastupamo.
- **Zaključak:** dodatna ilustracija i jak završetak koji potkrepljuje argumentaciju i ostaje u pamćenju slušalaca.

# A šta reći?

---

- Kako doći do savršenih ključnih poruka?
  1. Istraživanje, prikupljanje podataka
  2. Definisanje onoga što želimo da kažemo i šta želimo da postignemo
  3. Priprema strukture
  4. Razrada i ilustracije
  5. *Proba i vežba*
  6. *Proba i vežba*
  7. *Proba i vežba.*
  
- I zapamtite:
  - Ništa se ne podrazumeva.
  - Stavite se u ulogu publike, šta oni žele da čuju, šta im je potrebno i prem tome oblikujte svoje ciljane poruke.
  - Od izuzetnog značaja su (1) znanje i (2) organizacija misli, argumenata, primera...

# Kako privući pažnju slušalaca?

---

- Komunikacijska AIDA formula
  - A - attention
  - I - interest
  - D – desire
  - A – action
  
- AIDA u oglašavanju, komunikaciji, životu, prezentacijama...
  
- WHAT'S IN IT FOR ME? / Šta ja imam od toga?
  - Prednosti za slušaoca, publiku.
  - Korist, nešto novo (učenje), uteha, motivacija.

# Primeri...

**Every other inkjet paper belongs here.**

Your ideas deserve the best paper they can get.

We recommend NovaJet digital print papers. Because whatever you create, we have the range to express it best. From matte to photo to canvas to textured to tactile and more. Compatible with all desktop and large format inkjet and laser printers.

NovaJet. Anything else would be a waste.

**NovaJet™**  
DIGITAL PRINT MEDIA

THE MEDIUM IS THE MESSAGE

NovaJet is a registered trademark of Hewlett-Packard Development Company, L.P. © 2008 HP. All rights reserved. HP, the HP logo, and the HP logo are trademarks of Hewlett-Packard Development Company, L.P.

*Earn Your Wings*  
DON'T WEAR FUR

FAKE, FOR ANIMALS' SAKE

Imogen Bailey FOR [PCTA AsiaPacific.org](http://PCTA AsiaPacific.org)

EVERY YEAR, MILLIONS OF ANIMALS ARE GASSSED, ELECTROCUTED, TRAPPED, DROWNED, CLUBBED, AND SKINNED ALIVE FOR THEIR FUR. THESE KINDS OF ACTS SHOULD BE FORBIDDEN, RIGHT? WE THINK SO.

*Christina Dashi*  
AKA "FORBIDDEN,"  
FOR [peta2](http://peta2)

*Fur on Your Collar*  
IS **BLOOD**  
ON YOUR HANDS

FOR MORE INFORMATION, FREE STICKERS, AND DVDS, PLEASE VISIT [PETA2.COM](http://PETA2.COM).

[www.amberblackphotography.ca](http://www.amberblackphotography.ca)

*Amber Black*  
Creative Photography

STELLA  
*Specialty Handblown Coffee*

THE SITE OF COFFEE.

**YOUR AD  
HERE**

# Obezbedite efektan uvod i efektan završetak

---

## ▪ **Zadobiti simpatije:**

- retoričkom skromnošću, pohvalom publike, humorom (oprez!), pričanjem priče, ličnog doživljaja, pitanjem, različita mišljenja, itd.

## ▪ **Uvod (reci šta ćeš reći)**

- Prvi utisak – važnost, osetljivost, priprema i vežba
- Upoznavanje publike ili slušaoca sa temom prezentacije, na način koji će da zainteresuje i privuče pažnju – značaj teme iz njihovog ugla (ključna uloga ključnih poruka).

## ▪ **Razarada (reci to)**

## ▪ **Završetak (reci šta si rekao)**

- Siže argumenata (podsećanje), poziv na aktivnost (konkretni koraci).

# 2. FORMA

# Power Point

---

- Upotreba PowerPoint **dizajna** (template), doslednost i jednostavnost u funkciji sadržaja.
- **Boje**, uočljivo ali oprezno.
- Tip **slova** (1-2 vrste, ujednačena veličina 22-28, izbegavati sva velika slova, pisana slova ili italics za citate ili naglašavanje reči).
- **Pasusi** (bullets) – po 1-2 reda najviše, nikako previše teksta; poželjno: 3-6 pasusa na slajdu.



chapter 

Veličina 22 do **28**

*Italics*

Old English

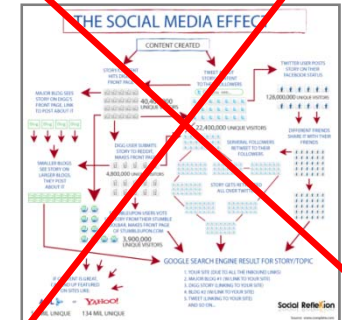
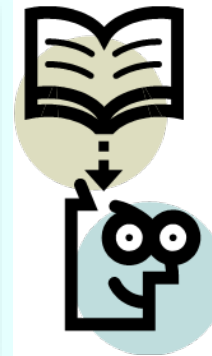
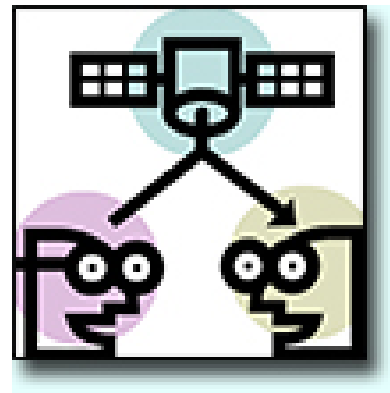
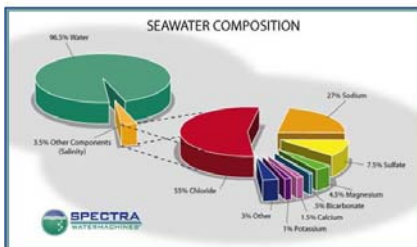
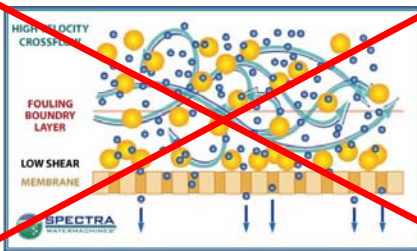
CAP

**Bold**

CAP

# Ilustracije

- **Ilustracije** bi trebalo da budu u vezi sa porukom i da naglašavaju poentu.
- Jednostavni **dijagrami** odlično prenose poruku.
- **Jednostavnost i svrshodnost** kao glavni postulat.
- **Prostor za kreativnost:** sopstvene fotografije i crteži.



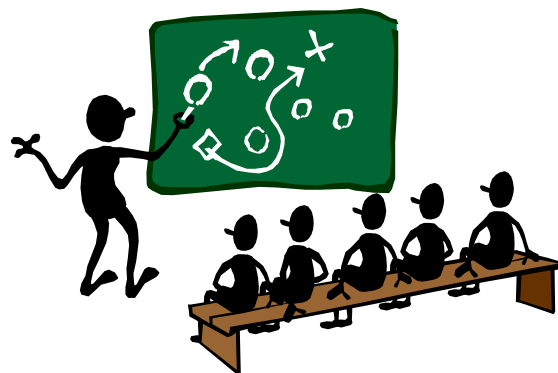


# *Attention Grabber*

Ukoliko je potrebno da **istaknete** neki slajd, promenite mu pozadinu i tip slova.

# Jednostavnost i svrshodnost u ilustracijama

---



# 3. KLJUČNE PORUKE i publika

# Jednostavnost u izražavanju

- Primeren rečnik, jednostavnost izražavanja.

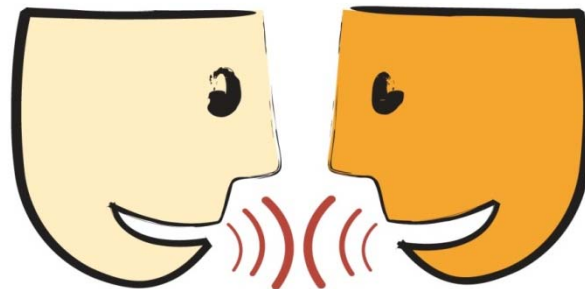
**Moje ime je jednostavnost.  
Kod mene je sve razumljivo.**

**Upotrebljavam kratke rečenice i  
poznate reči da izrazim svoje ideje i  
predloge.**

**Govorim slikovito i jasno, tako da  
svako može da me razume...**

**Moje ime, kao kontradiktorna suprotnost  
upravo predstavljenom drugom stilističko-  
mentalnom sklopu,**

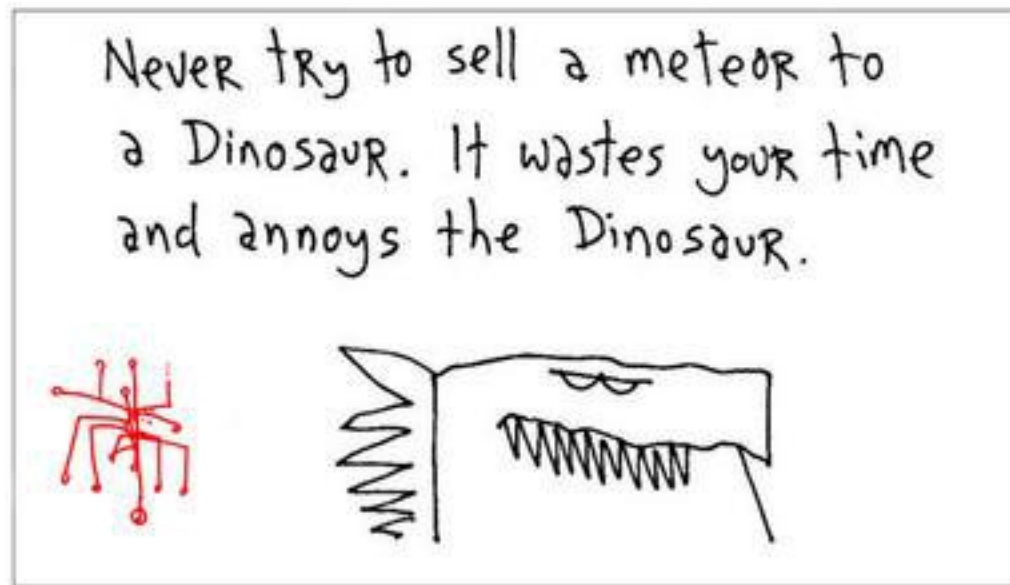
**sublimira sve one karakteristike koje  
sprečavaju recepciju na nivou reči ili  
rečenice,  
pri čemu repeticija stranih i stručnih reči  
ukazuje na visoko elaboriranu jezičnu šemu i  
doprinosi visokom apstrakcijskom nivou  
jezičkog izraza...**



# Upoznajte svoju publiku

---

- Prilagodite se publici -->
  - razumevanje njihovih potreba, interesovanja, tendencija, reakcija... ali i
  - Vaša očekivanja od publike, želje, ciljevi koje imate sa njima u vezi.



# Ključne poruke

---

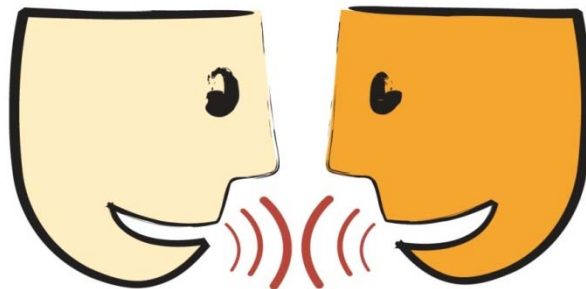
- Uspeh ne zavisi od same ideje koliko od načina na koji je izneta i prezentovana.

Koga biste Vi anagažovali?

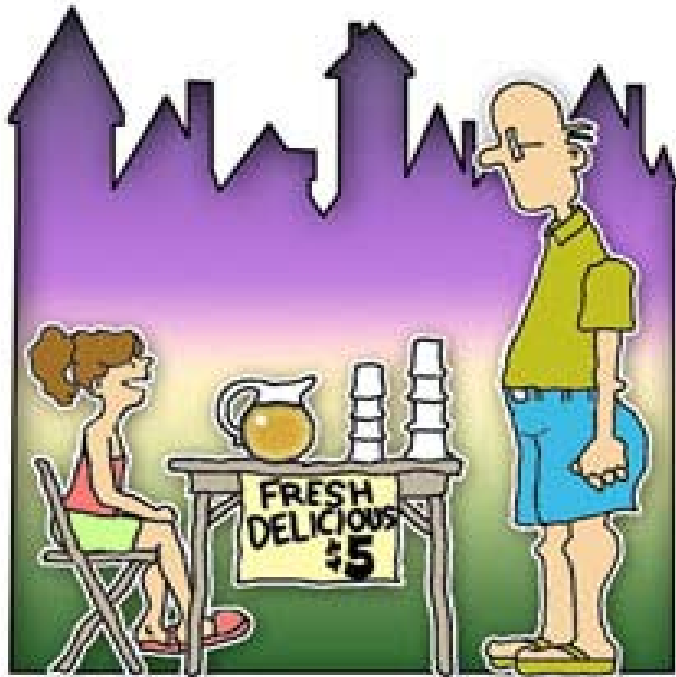
**Radim kao PR u jednoj firmi.**

≠

**Bavim se komunikacijom, pomažem klijentim da budu na pravi način i u pravo vreme informisani o novostima koje imamo i koja im štede vreme, smanjuju investicije i olakšavaju svakodnevni posao.**



# Ili ovako...



"This is no ordinary lemonade. It's a tart blend of fruit and green tea that is not only refreshing but sufficiently high in antioxidants. Plus it grows hair."



# 4. Javni nastup



# Samouverenost i verodostojnost

---

- **Samouverenost, entuzijizam i govor tela**

Misli kao general  
Osećaj se kao general  
Oblači se kao general  
Postupaj kao general  
i bićeš general  
*(kineska poslovice)*



- **Glas i dikcija**

- **Pravilan izbor reči, naglasaka i pauze**

P: "Zaista ne znate gde je Mladić?"

O 1: Ne znam. O2: Ne, znam.

- **Spremnost, uvežbanost.**

# Koncentracija slušalaca

---

## Šta pomaže koncentraciji

- Dinamičnost
- Iskrenost
- Samouverenost u vladanju materijom
- Entuzijizam, strastvenost, energičnost
- Dobar izgovor, dikcija
- Individualnost u prezentovanju

## Šta ometa koncentraciju

- Prevelika količina informacija, previše poruka
- Mnogo činjenica i brojeva (van međusobnog odnosa)
- Nedostatak ilustracija - slika, creža, grafikona
- Jednolična intonacija, monoton glas bez varijacija ili zanemarivanje reakcije publike
- Nedostatak neverbalne komunikacije.

# Uvežbanost

---

- **Priprema, proba i vežba**
  - vežba prezentacije, poruka, argumenata...
  - snimanje i evaluacija
  - priprema odgovora na potencijalna pitanja
  - priprema za najgori mogući scenario i
  - plan B za slučaj tehničkih problema.
  
- Proba, min. 4x
  
- Poza, položaj tela - stajanje ili kretanje.



# Još par saveta

---

- 1. Upotrebite vizuelnu i tehničku pomoć** (laserski pokazivač, mikrofon, slike, linkove, kratke filmove, dozirano multimedijalni sadržaji... sve u prilog argumenata i pospeđivanja koncentracija slušalaca).
- 2. Kratko i jasno** (25') i pravilo trojke (tri ključne poruke).
- 3. Začin za pamćenje** (npr. na sledećem slajdu, pričanje priče i praktični primeri ostaju u pamćenju slušalaca).
- 4. Interakcija** (iskoristite tišinu, ohrabrite učešće i diskusiju, učinite temu dodatno relevantnom za vaše slušaoce i njihove potrebe).
- 5. Plan B** (pripremite se za neočekivano, vama daje dodatnu sigurnost).

A SADA vi...

# Zadatak

---

Molim Vas da pripremite koncept prezentacije za jednu od tema:

- 1. Molba da profesor prihvati novu temu za seminarski, koju sam nije naveo na listi ponuđenih tema** – prezentacija čiji je cilj da otvori put ka novoj ideji.
- 2. Produženje roka za seminarski kod profesora** – prezentacija koja za cilj ima promenu.
- 3. Predstavljanje sebe u motivacionom pismu za prijavu na plaćenu praksu internacionalne kompanije** – promocija osobina i kvaliteta.

# Online podrška

---

[www.retorika.net](http://www.retorika.net)

[www.ciceron.hr](http://www.ciceron.hr)

[www.making-presentations.com](http://www.making-presentations.com)

[www.presentationmagazine.com](http://www.presentationmagazine.com)

[www.microsoft.com/atwork/skills/presentations.aspx](http://www.microsoft.com/atwork/skills/presentations.aspx)

[www.effectivelyspeaking.com/tag/wikipedia](http://www.effectivelyspeaking.com/tag/wikipedia)

[www.speaking-tips.com](http://www.speaking-tips.com)

.... i brojni drugi izvori dostupni putem interneta.

# Hvala na pažnji!

---

**Chapter 4 Communications Consulting**  
**Burson-Marsteller Affiliate**  
**Beogradska 54/V sprat**  
**11000 Beograd, Srbija**

**Tamara Bekčić**  
**Direktor**  
**Tel: +381 (0) 11 3862 560**  
**Cell: +381 (0) 63 39 45 39**  
**[t.milenkovic@chapter4.at](mailto:t.milenkovic@chapter4.at)**