



odprezentuj

Průvodce přípravou prezentace

Marek Hrkal

Odprezentuj

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.bizbooks.cz
www.albatrosmedia.cz

Bizbooks®

Marek Hrkal
Odprezentuj – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2018

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.

ALBATROS  **MEDIA**

*Tato kniha by nevznikla bez podpory mých spolupracovníků.
Lucie, díky za všechny zasvěcené připomínky a skvělé nápady k prvním
verzím mých textů. Marku, díky za propracované prezentační vizuály.
Děkuji za nadstandardní trpělivost oběma Martinám z vydavatelství Albatros
Media i všem přátelům a blízkým, kteří mi na cestě za skvělými prezentacemi
už osm let drží palce.*

— Autor



Obsah

9 Předmluva

12 Nejdůležitější kapitola této knihy

- 12 Kde se vzaly prezentace, jak je známe dnes
- 13 Proč máme prezentací občas plné zuby
- 14 Jaké limity mají prezentace
- 14 V čem naopak spočívají přednosti prezentací
- 15 ZAJÍMAVOST: Co způsobilo havárii raketoplánu?
- 17 Je načase prezentace rehabilitovat!
- 18 ZAJÍMAVOST: Pozornost k detailu
- 20 Cesta ke skvělé prezentaci

23 Plán

- 24 Jakou prezentaci vlastně chystáte
- 24 *Prezentace na konferenci*
- 25 *Prezentace pro management a menší skupiny*
- 25 *Slajdumenty: prezentace, které nejsou prezentacemi*
- 27 *Předpřipravené prezentace*
- 28 Komu se chystáte prezentovat
- 28 *Primární zájem*
- 29 *PŘÍPADOVÁ STUDIE: Prezentování dat představenstvu společnosti*
- 29 *Racionální a emocionální argumentace*
- 30 *Postoj*
- 32 *Ostatní faktory analýzy publika*
- 35 Prezenční trojnožka: hlavní sdělení – call-to-action – titulěk
- 39 Jak publikum přesvědčit
- 40 *Centrální a periferní přesvědčování*
- 41 *TIP: Cialdiniho Zbraně vlivu*
- 42 *Použití argumentů protistrany*
- 43 *Přesvědčování hrozbou negativních důsledků*
- 43 *Přesvědčování opakováním*

43	<i>Přesvědčování osobní zkušeností</i>
45	PŘÍPADOVÁ STUDIE: Detektivka skrytá za analýzou dat
46	PŘÍPADOVÁ STUDIE: Presentace digitální kanceláře
49	Obsah
50	Kde brát dobré nápady
53	Obohaťte svou prezentaci o příběhy
55	PŘÍPADOVÁ STUDIE: Silný rodinný příběh majitele Kofoly
58	Vyprávějte příběhy správně
62	TIP: Když příběh nestačí aneb jak prezentovat start-up investorovi
64	Kolik materiálu musíte shromáždit na jednu prezentaci
67	Dobře strukturovaná prezentace má jasnou linku
73	Zvolíte tradiční, nebo netradiční strukturu prezentace?
75	Jak prezentaci zahájit
77	Jak prezentaci zakončit
77	Jak začít tvořit obsah prezentace prakticky
78	TIP: Inspirujte se Johnem Oliverem
80	Kolik času věnovat přípravě prezentace
83	Vizualizace
85	Jak se liší efektivita textů a vizuálů
88	Vizuálním doprovodem nemusejí být jen slajdy
89	S volbou formátu neotálejte
91	Mám použít šablonu, nebo ne?
92	Jak vypadá dobrá firemní šablona
92	Staňte se designérem a tvořte vlastní layouty
95	Základním přikázáním vizualizace je jednoduchost
96	PŘÍPADOVÁ STUDIE: Pokud chcete jednoduchý vizuál, vyberte to podstatné
97	Odhalte tajemství zlatého řezu a pravidla třetin
99	Mřížka pomáhá uspořádat obsah
100	Barvy volte s ohledem na projekci

2

3

4

103	Cvičení: Vyzkoušejte si vizualizovat myšlenky!
106	Základy typografie se hodí i pro tvorbu prezentací
106	Volba písma ovlivňuje prezentaci víc, než si myslíte
111	Správně velké písmo umožní publiku cítit se dobře
114	Jak korektně zvýrazňovat v textu
115	Typografické konvence nejsou přežitek knihtisku
115	<i>Datum</i>
116	<i>Procenta</i>
116	<i>Čísla</i>
117	<i>Spojovník a pomlčka</i>
119	<i>Uvozovky</i>
120	Fotografie a ilustrace ožíví strnulé slajdy
123	PŘÍPADOVÁ STUDIE: I technologické firmy potřebují kvalitní fotografie
126	TIP: Jaké rozlišení obrázků je dostatečné
127	Schémata vizuálně zvýrazní souvislosti
129	Animace vede pozornost publika
131	Videa působí jako rozptýlení
131	Principy vizualizace v praxi
136	ZAJÍMAVOST: Na skok do historie prezentací
139	Data
140	Kdy prezentovat data
142	Jak prezentovat data
143	Čísla
147	Tabulky
152	<i>Když je to zapotřebí, zaměňte řádky za sloupce</i>
153	<i>Obohaťte tabulku o vizuální element</i>
153	<i>Kde je to možné, nahraďte tabulku grafem</i>
155	Grafy
156	<i>Zkontrolujte vizuální vyznění výsledného grafu</i>
157	<i>Rozhodněte se, co chcete grafem ukázat</i>
158	<i>Zvýrazněte to důležité</i>
159	<i>Legendu využijte až jako poslední možnost</i>
160	<i>Buď použijte popisky dat, nebo hodnoty vyneste na svislé ose</i>
161	<i>Měřítka svislé osy nastavte svědomitě</i>
162	<i>Zbavte grafy nepotřebného vizuálního balastu</i>

163	<i>Na 3D efekty chodte do kina</i>
164	<i>Koláčové grafy využívejte střídě</i>
167	<i>Trendy nejlépe zachytí spojnicové grafy</i>
167	<i>Složité grafy zpřehledněte postupnou animací</i>
168	ZAJÍMAVOST: Animované grafy Hanse Roslinga
170	Jak proměnit graf ve čtyřech krocích
175	Infografiky
178	SHRNUTÍ: Sedm příkázání vizualizace dat

181 **Prezentování**

182	Bez zkoušky nanečisto to nepůjde
187	Zkroťte svou trému
189	Vytvořte si rituály pro přípravu před prezentací
190	<i>Hlasová příprava</i>
191	<i>Prověření techniky</i>
194	Zanechte dobrý první dojem
196	Jak zvládnout kritické situace
196	<i>Výpadek paměti neboli okno</i>
197	<i>Unavené publikum</i>
197	<i>Nepozorné publikum</i>
198	<i>Vyrušující publikum</i>
199	<i>Nepřátelské publikum</i>
199	<i>Vedení diskuze</i>
200	<i>Selhání techniky</i>
201	Co říkáte, když nic neříkáte
202	<i>Při prezentaci se pohybujte</i>
203	<i>Preferujte otevřená gesta a sebevědomé postoje</i>
203	<i>Odhalte včas stereotypy a tiky</i>
204	<i>Oční kontakt navažte s dobře naladěnými diváky</i>
204	Co necháte publiku, až skončíte
206	Buďte sami sebou
207	Tečka.

210 **Slovníček**

216 **Literatura, zdroje**

223 **O autorovi**

5



Zdroj: Barry Higgel's Coffeehouse

Předmluva

Prezentace je jako cappuccino. Můžete ji připravit rychle, anebo správně.

Zajděte do prodejny elektrospotřebičů a najdete tam spoustu přístrojů, jejichž výrobci vám slibují, že stačí zmáčknout jedno tlačítko a kávovar vmžiku vykouzlí „lahodné cappuccino se sametovou pěnou“. Pořídíte si takový zázrak domů, plní očekávání ochutnáte a po prvním doušku si uvědomíte, že jste naletěli. Nápoj vypadá skoro jako pravý, ale ve skutečnosti je to jeden velký podfuk. Pěna víc než samet připomíná polystyren, káva je podivně vodová nebo nahořklá a o latte artu z reklamy s tím hollywoodským fešákem si můžete nechat jenom zdát. A taková je i většina dnešních prezentací. Spousta slajdů naplněných pestrobarevnými grafy, hezkými obrázky a líbivými slovíčky jako synergie, optimalizace a efektivita. To vše zasazeno do úhledných firemních šablon. Po odprezentování z nich ovšem zbývá jen podivná pachut'. Jakou myšlenku chtěl vlastně prezentující předat? Proč to říkal zrovna mně? Dávalo to nějaký smysl? Marně přemýšlíte, z jakého důvodu jste jeho prezentaci věnovali dvacet minut svého života.

Musí být prezentace nutně synonymem pro vyumělkované slajdy, nesrozumitelné blábolení a mrhání časem?

Nemusí. A je to podobné jako s cappuccinem. Stačí se nespokojit s nápojem z automatu hotovým vcukuletu, ale chtít něco pořádného. Tak jako poctivé cappuccino dokáže potěšit oko, zalahodit na jazyku a povzbudit mysl, skvělá prezentace dokáže vizuálně pohlédit, zalahodit uším a nadchnout posluchače pro představovanou myšlenku. Cesta k ní je ale zdlouhavější, inspirovat nás mohou prvotřídní baristé chystající nefalšované cappuccino. Oblečte se a vyrazíme spolu do kavárny.

Pozorujte někdy dobrého baristu při přípravě šálku. Přestože se budete dívat pečlivě, dost možná vám unikne, že příprava vašeho cappuccina začala dávno předtím, než jste do kavárny vstoupili. Barista si ve volných chvílích lámal hlavu nad tím, jakou kávu objedná. Zkusil zrnka z tuctu pražíren a pak se rozhodl pro tu nejlepší. Jestli jsou dobře pražená kávová zrnka základní surovinou cappuccina, pak hlavní surovinou

vaší prezentace jsou myšlenky a příběhy. I vy jich při přípravě prezentace potřebujete nejprve shromáždit spoustu, abyste měli z čeho vybírat.

Poté, co barista ráno dorazil do práce, seřídil mlýnek a dal nahřát přístroj i šálky. Než začal připravovat váš nápoj, zkontroloval, že je vše dokonale čisté. A vy už teď můžete sledovat jeho perfektně nacvičenou choreografii, která se zdá být tak přirozená a prostá a končí vykouzlením rafinovaného latte artu. V rukou profesionála hračka. Ve skutečnosti jsou za ní hodiny tréninku, porce znalostí, zkušeností a citu pro věc.

Také za profesionální prezentací stojí hodiny pečlivé přípravy a zkoušení, nezanedbatelné množství znalostí a zkušeností. Prezentování se neobejde bez špetky citu pro publikum a talentu pro veřejné vystupování. Příprava prezentací (stejně jako příprava cappuccina) vyžaduje dodržování prověřených postupů. Pokud některý z kroků vynecháte, na výsledku se to projeví. Třeba když si hned sednete k PowerPointu a začnete tvořit slajdy, jste jako barista, který se snaží vytvořit latte art litím napěněného mléka do prázdného šálku.

Hned na úvod mám pro vás dobrou zprávu: Příprava prezentace není raketovou vědou a dá se naučit. Úspěšné zvládnutí této dovednosti jen vyžaduje trochu pokory, pochopení zákonitostí lidského vnímání a respektování ověřených postupů. Tedy alespoň v případě, že hodláte dosáhnout prvotřídního výsledku. Neuděláte chybu, když se budete inspirovat nejlepšími prezentátory, část tajemství skvělých prezentací však zůstává skryta v zákulisí.

Tato kniha vás nechá do zákulisí nahlédnout. V odprezentuj.cz se přípravou prezentací zabýváme už od roku 2010. Rukama nám prošla víc než tisícovka prezentací s různým obsahem, pro různé řečníky, odlišná publika i příležitosti. Sledujeme také špičkové české a zahraniční spíčky, prezentacemi žijeme. Zkušenosti, které jsme nasbírali, vám nyní nabízím v kondenzované podobě.

Proč jsem se rozhodl otevřít tuto knihu přirovnáním prezentací zrovna ke cappuccinu? Zlé jazyky by mohly tvrdit, že je to důsledek nadměrné konzumace zmíněného nápoje při psaní knihy, a nebyly by daleko od pravdy. Skutečný důvod spočívá v něčem jiném. Chtěl jsem vám ukázat, že k výsledku v jakémkoli oboru můžete dospět různými cestami. Buď vyžadujete věci snadno a rychle, anebo dáváte přednost poctivým a vyzkoušeným postupům. Ke kýženému výsledku vede jen druhá z cest. Neslibuji

vám proto zázračnou zkratku, díky které docílíte prvotřídní prezentace lusknutím prstu. Nabízím vám, že se po přečtení této knihy vyhnete slepým uličkám a zbytečným odbočkám, které by vás při přípravě vaší příští prezentace zdržely.

Vítejte na cestě k poutavým prezentacím. Kdykoli budete mít nutkání něco uspěchat nebo ošidit, vzpomeňte si na cappuccino.



Nejdůležitější kapitola této knihy

Kapitolu nazvanou *Úvod* v knize, kterou právě držíte v ruce, nenajdete. Její místo totiž zaujala *Nejdůležitější kapitola této knihy*. Proč ji pokládám za nejdůležitější? Zasazuje prezentace do kontextu současného světa, a díky tomu vám umožní lepší pochopení praktických tipů a doporučení obsažených v dalších kapitolách.

Kde se vzaly prezentace, jak je známe dnes

Budete asi překvapeni, ale jeden z důvodů, proč držíte v ruce právě tuto knihu, se datuje až do léta roku 1984. Právě v srpnu 1984 se v hlavě viceprezidenta pro vývoj produktů ve společnosti Forethought Roberta Gaskinse zrodila myšlenka na software pro tvorbu prezentační grafiky. Trvalo ještě bezmála další tři roky, než v dubnu 1987 spatřil světlo světa první PowerPoint. Základy prezentací, jak je známe dnes, tím byly položeny.

Tato kniha vám bude užitečná bez ohledu na software, který pro tvorbu slajdů používáte. Byl to ale právě PowerPoint, který během tří dekad dramaticky změnil způsob našeho uvažování o prezentacích.

Přestože první PowerPoint byl určen pro Macintosh, potenciál programu si záhy uvědomili v Microsoftu a ještě v roce 1987 koupili společnost Forethought i s PowerPointem za tehdy astronomických 14 milionů dolarů.¹ Někteří experti už tenkrát předpovídali počítačově vytvářeným prezentacím zářnou budoucnost, což se s tehdejším hardwarem zdálo jako dost troufalé tvrzení. Sázka na PowerPoint se však Microsoftu vyplatila.

Úspěch se dostavil s PowerPointem 3.0, který přidal možnost prezentovat slajdy živě přes monitor nebo projektor, což byla v té době revoluční funkce. Nabídla dosud netušenou flexibilitu a volnost při přípravě prezentací. Nejenže se každý mohl stát designérem svých vlastních slajdů, ale změny v prezentaci bylo možné provádět doslova do posledního okamžiku. S rostoucí dostupností dataprojektorů a notebooků se PowerPoint prosadil jako prezentační standard a brzy opanoval prezentace v komerční i akademické sféře.

Věděli jste, že...

Už deset let po svém uvedení na trh vydělal PowerPoint Microsoftu první miliardu dolarů. Celosvětové prodeje překročily 20 milionů kopií.²

Největší přednosti PowerPointu se záhy staly jeho největší slabinou. Každý mohl vytvářet slajdy a přípravu odložit až na poslední chvíli. A podle toho prezentace vypadaly. Okouzlení z nového nástroje brzy vystřídalo zděšení ze slajdů přeplněných texty – nejčastěji v podobě dlouhých seznamů s odrážkami. Nedostatek nápadů a nepromyšlenou strukturu prezentací nedokázaly zakrýt ani rozverně animace a kliparty.

Brzy do běžné mluvy proniklo spojení *zabito PowerPointem* (v anglickém originále *dead by PowerPoint*). Viník byl nalezen a řešení se nabízelo: Vymyslíme jiný software, který nás zbaví problému bezobsažných prezentací. Apple představil Keynote a spousta nadějí byla spojována zejména s příchodem Prezi v roce 2009. Nebudu vás napínat a rovnou prozradím, že nové programy očekávaný výsledek nepřinesly. Záhy se totiž ukázalo, že problém nespočívá v softwaru, ale v uživatelích a jejich návycích.

Proč máme prezentací občas plné zuby

Prezentace jsou doslova všudypřítomné. Prezentujeme obchodní výsledky, strategie, semestrální práce, přednášky, obchodní nabídky. Ve školách, na konferencích, v zasedáčkách, na jednáních s obchodními partnery.

Problém spočívá v tom, že se prezentuje i to, co by se prezentovat nemělo. Lidé přestali rozlišovat mezi prezentacemi a dokumenty. Obojí dnes tvoří v prezentačním softwaru a bez rozmyslu své slajdy prezentují. Hranice mezi prezentacemi a dokumenty se rozostříla, přestože mezi nimi existuje podstatný rozdíl.

Zatímco dokument – ať už ho vytvoříte ve Wordu, PowerPointu nebo jakémkoli jiném softwaru – má být srozumitelný a plně pochopitelný i bez řečníka, prezentace musí být bez řečníka neúplná. Prezentátor je tím, kdo slajdům dává smysl, kdo je propojuje do smysluplného celku. Prezentace, která říká všechno, odsuzuje řečníka do role komparzisty. A taková prezentace bývá nudná. Lidé si nepřicházejí prohlédnout vaše slajdy, přicházejí si poslechnout vás. Vy hrajete při prezentaci první housle.

Denně se na světě odprezentují miliony prezentací. Jen zlomek z nich představují skutečné prezentace a ještě méně z nich je opravdu dobrých. Tato nelichotivá statistika dělá z PowerPointu přední příčinu neefektivní komunikace v celosvětovém měřítku. Narazil jsem dokonce na pokusy⁴ tuto neefektivitu vyčíslit. I konzervativní odhady přitom hovoří o promarněných stamilionech dolarů denně. Svět pravděpodobně

Věděli jste, že...

Americký generál H. R. McMaster zakázal používání PowerPointu, když velel operacím v Iráku. Některé problémy světa podle něj nejde vyjádřit pomocí odrážek.³

**Prezentace musí být
bez řečníka neúplná.**

¹ NYT, 1987

² Microsoft, 1997

³ Bumiller, 2010

⁴ Paradi

Věděli jste, že...

Už v roce 2001 *The New Yorker* napsal, že podle odhadů Microsoftu denně spatří světlo světa 30 milionů prezentací.⁶

promrhá každé dva týdny víc peněz za neefektivní prezentace, než kolik všechny státy světa dají ročně na boj s malárií.⁵ Se špetkou ironie by se chtělo dodat, že právě spavá nemoc patří k nejhorším následkům fádních prezentací.

Špatné prezentace nejsou jen černou dírou na peníze. Nepromyšlené prezentace současně vedou ve firmách k menší motivovanosti zaměstnanců, špatnému řízení, podceňování rizik, a především k tomu, že i skvělé nebo důležité myšlenky mohou zapadnout. Špatná prezentace dokáže pohřbít i tu nejnadějnější myšlenku. Můžete přijít na převratný vynález, zlepšovák nebo jen prostě máte dobrý nápad – pokud ho nedokážete odprezentovat ostatním, dost možná z něj nic nevzejde. Nekvalitně zpracované prezentace mohou být dokonce životu nebezpečné, jak naznačuje příběh na protější straně.

Jaké limity mají prezentace

Ani profesionálně koncipované prezentace neunesou detaily a komplexnost, které bez potíží unese souvislý text dokumentu. Prezentace obvykle nepostihnou každou eventualitu, možnost a výjimku – v prezentacích musíte složité problémy zjednodušovat. Je to dáno jak časovým limitem prezentace, tak i způsobem fungování lidského vnímání a zejména omezenou schopností posluchačů soustředit se.

Problém spousty špatných a matoucích prezentací spočívá v tom, že jejich autoři uvedená omezení nerespektují. Snaží se příliš komplexní a košaté myšlenky protlačit komunikačním kanálem, který k tomu není vhodný. Je to stejně pošetilé jako snažit se napsat disertační práci formou SMS zpráv nebo vydat román formou kouřových signálů. Pokud chcete své myšlenky úspěšně předat publiku, přizpůsobte obsah a strukturu prezentace vlastnostem prezentačního formátu.

V čem naopak spočívají přednosti prezentací

Množství nepodařených prezentací všude kolem nás je hrozbou i příležitostí zároveň. V záplavě prezentační šedi můžete snadno vyniknout. Stačí si dát záležet a kvalitní

Co způsobilo havárii raketoplánu?

1. února 2003 havaroval při návratu do atmosféry raketoplán Columbia, všech sedm členů posádky zahynulo. Později se zjistilo, že příčinou havárie byl kousek hmoty, který se odtrhl od palivové nádrže a poškodil křídlo raketoplánu. To při návratu stroje do atmosféry nevydrželo žár a zpečetilo tragický konec letu.

Pozoruhodné na tomto příběhu je, že inženýři NASA o utrženém kousku izolační pěny věděli. Nevěděli pouze, jestli by mohl křídlo raketoplánu poškodit. Pro posouzení tohoto rizika ovšem nevznikl sofistikovaný dokument plný tabulek, složitých textů a solidních důkazů, který byste asi očekávali, ale tři powerpointové prezentace o celkem 28 slajdech. Profesor Edward Tufte z Yaleovy univerzity tyto prezentace analyzoval⁷ a došel k alarmujícímu závěru. Informace v těchto třech reportech byly strukturovány do seznamů odrážek ve 4–6 úrovních hierarchie. Informace v jednotlivých úrovních si nezdídky vzájemně protiřečily. Titulky obsahovaly spíš uklidňující závěry, zatímco rizika byla pohřbena v odrážkách nižší úrovně.



Nemůžeme s jistotou tvrdit, že by jiný způsob prezentace informací posádku Columbie v roce 2003 zachránil. Tufte nicméně svou analýzu uzavírá s tím, že závažné problémy vyžadují seriózní nástroje – psané reporty. Pro komunikaci složitých problémů v inženýrských a vědeckých oborech by se spíš než prezentace měly využívat dokumenty a místo útržků informací v odrážkách smysluplné souvislé texty.

Raketoplán Columbia možná havaroval i vinou nekvalitní prezentace.

Zdroj: NASA

⁵ WHO, 2017

⁶ Parker, 2001

⁷ Tufte, 2006, s. 162

Kvalitní prezentace jsou
jako megafon pro vaše
myšlenky.

Zvažte, zda vašemu obsahu
a komunikačnímu záměru
lépe prospěje formát
prezentace, či dokumentu.

prezentace vám poslouží jako megafon. S její pomocí dokážete efektivně šířit své myšlenky potenciálním klientům, kolegům z oboru nebo nadřízeným. Existují pochopitelně i další způsoby, jak dát světu vědět o vašich geniálních nápadech. Můžete napsat poutavý dokument či knihu, zaplatit si služby PR specialisty, který vás a vaše myšlenky dostane do médií. Můžete psát blog nebo využít sociálních sítí.

To, co žádná z uvedených forem komunikace nenahradí, je osobní kontakt vznikající při prezentaci. Během osobního setkání totiž vaše publikum neovlivňují pouze slova, ale celá vaše osobnost. Způsob, jakým vystupujete, jak hovoříte a jak při tom vypadáte. Do hry vstupují emoce. Toto specifikum prezentací je dvojsečné. Na jedné straně dodává myšlenkám předávaným osobně na přesvědčivosti, na druhé straně s kvalitou prezentace roste a padá i vaše osobní reputace.

Prezentování je s nadsázkou řečeno takovou osobní formou masové komunikace. Poskytuje vzácnou příležitost, kdy vašim myšlenkám najednou a osobně naslouchají desítky či stovky lidí. Tuto osobní sílu prezentací nenahradí sebelepší dokument, tweet nebo článek v médiích. Politici objíždějí před volbami své voliče a dělají tzv. kontaktní kampaň. Prezentování je kontaktní kampaní pro vaše myšlenky.



Je načas prezentace rehabilitovat!

Cesta prezentací za posledních třicet let připomíná horskou dráhu. Počáteční nadšení z PowerPointu vystřídalo zděšení ze slajdů zaplněných odshora dolů odrážkami a kliparty. V jednu chvíli se dokonce zdálo, že klasické slajdy budou nahrazeny něčím lepším.

Ve skutečnosti se dnes slajdy používají častěji než kdykoli předtím. Prezentace se staly synonymem komunikace v korporátním i akademickém světě. Patří k nejčastěji užívaným nástrojům pro předávání a šíření informací. Svou uživatelskou přívětivostí dokonce převzaly některé funkce dříve vyhrazené dokumentům.

Nadužívání a nesprávné používání prezentací bohužel vede k problémům, které jsem se pokusil shrnout v předchozích odstavcích. Řešením není prezentace zavrhnout, ale naučit se správně využívat jejich potenciálu.

Kvalitně zpracované slajdy poskytují řečníkovi vizuální doprovod, o němž si naši předci s tabulí a křídou v ruce mohli nechat leda zdát. Profesionální prezentace dokáže publikum přesvědčit, nadchnout, pobavit či motivovat. Vaše myšlenky mohou díky slajdům doslova ožít před očima. Prezentace sice nejsou všelékem na veškeré problémy světa kolem nás a od světového míru nás bohužel nedělí pár dobře střižených powerpointových slajdů. Když se ale naučíte tvořit smysluplné prezentace, zlepšíte tím život sobě i lidem ve svém okolí.



Pozornost k detailu



Méně je více. Tato slova pronesl pionýr moderní architektury Ludwig Mies van der Rohe. Když zmiňuji jeho jméno, možná si vybavíte brněnskou vilu Tugendhat. Na protější straně se ale můžete zadívat na německý pavilon z Expo 1929 v Barceloně. Jednoduchost, střídmost a krása. Těžko byste našli něco, co tam přebývá. A přesně takové by měly být i vaše prezentace.

Jednoduchost, která je pro mnohé tvůrce prezentací sama o sobě obrovskou výzvou, s sebou přináší ještě jiné úskalí. Je zapotřebí věnovat mimořádnou pozornost detailům. Čím jednodušší slajd navrhnete, tím víc každá drobnost vynikne. Když postavíte tak minimalistickou stavbu, jakou je barcelonský pavilon, žádný detail nesmí být ponechán náhodě. Ludwig Mies van der Rohe si to dobře uvědomoval. *Bůh podle něj spočívá v detailu.* Tato okřídlená slova mohou sloužit jako maják pro všechny, kdo se snaží dosáhnout perfektního výsledku – tvůrce prezentací nevyjímaje.

Některé detaily se vám mohou zdát podružné, přesto se nevyplácí je podcenit. Ve vašem publiku se téměř s jistotou najde někdo, kdo si jich všimne. Může to být typografické pochybení, nekонтрастní kombinace barev, zdeformovaná fotografie nebo špatně naformátovaný graf. Ano, přiznávám se bez mučení, pokud se ocitnu ve vašem publiku, budu tím hnidopichem pravděpodobně já. Ale nenechte se ukolíbat mou nepřítomností. V publiku čítajícím desítky či stovky lidí se nepochybně najde pár podobných exotů. Někteří naši klienti se mi dokonce svěřili, že mě v publiku ani fyzicky nepotřebují, používají totiž už při přípravě prezentace jednoduchý test: „Prošel by tento slajd u Marka?“ A nejsou hotovi, dokud si položenou otázku nezodpoví kladně.

Vím, co chcete namítnout: Z detailů se přece v normálním životě nestřílí, důležité je celkové vyznění. A já s vámi v podstatě souhlasím. Pro tvůrce prezentací je minimálně stejně důležitý pohled z ptačí perspektivy, angličtina používá trefný výraz *big picture*. Poodstoupit, podívat se na prezentaci z nadhledu, z větší perspektivy – i to je při vytváření prezentace nezastupitelné.

Dobří tvůrci prezentací umějí oba aspekty skloubit. Nejsou vůči detailům ani přezíraví, ani se v nich neutápějí. Před očima mají totiž stále záměr své prezentace a ten cílevědomě naplňují. V průběhu tvorby prezentace proto budeme i my přepínat mezi detailním pohledem na různé aspekty vaší prezentace a pohledem z ptačí perspektivy.

Na protější straně:

Německý pavilon byl rok po světové výstavě zbořen. Na snímku je jeho věrná kopie dokončená v roce 1986.

Cesta ke skvělé prezentaci

Následujících pět kapitol chronologicky popisuje postup přípravy prezentace. Každé políčko vás posune o krok blíží k prvotřídní prezentaci. Projdete všemi bez zaváhání?



Start

1

PLÁN

Co byste měli vědět, než začnete prezentaci tvořit

Účel
prezentace

s. 24

s. 28

Analýza
publika

Prezentační
trojnožka

s. 35

s. 39

Přesvědčování

2

OBSAH

Z čeho prezentaci poskládáte

s. 50

Generování
nápadů

s. 53

Druhy
příběhů

Zahájení

s. 75

s. 67

Struktura

Počet
slajdů

s. 64

s. 58

Storytelling

Zakončení

s. 77

Příprava prakticky

s. 77

Časová náročnost

s. 80

3

VIZUALIZACE

Jak vytvoříte profesionální slajdy

Výhody
vizualizace

s. 84

Nástroje
pro vizualizaci

s. 88

s. 89

Volba
formátu

Šablony
prezentací

s. 91

Jednoduchost
je klíč

s. 92

Vlastní
layouty

s. 95



DATA

*Jak přehledně
znázorníte data*

4

s. 140

Čísla

s. 143

Grafy

s. 155

s. 175

7 příkázání
vizualizace dat

s. 178

Infografiky

s. 147

Tabulky

Kdy a jak
prezentovat data

Videa

s. 131

Animace

s. 129

Schémata

s. 127

Fotografie
a ilustrace

s. 120

s. 115

s. 111

Velikost písma

Typografické
konvence

s. 106

Volba písma

s. 106

Typografie

Použití
mřížky

s. 99

Barvy

s. 100

s. 103

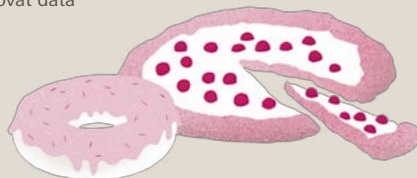
Cvičení
vizualizace myšlenek

s. 97

Zlatý řez

s. 97

Pravidlo třetin



PREZENTOVÁNÍ

*Jak přesvědčivě
odprezentujete*

5

s. 182

Zkoušení

s. 187

Práce s trémou

s. 189

Rituály před prezentací

s. 194

První dojem

s. 196

Kritické situace

s. 201

Nonverbální komunikace

s. 204

Materiály pro posluchače

s. 206

Autenticita

s. 207

Tečka

Cíl

SKVĚLÁ
PREZENTACE



1

Plán

*Co byste měli vědět,
než začnete prezentaci tvořit*

