

# 5 KROKŮ, JAK CHYSTAT ÚSPĚŠNÉ PREZENTACE

---

E-book pro všechny, kteří prezentují  
a chtějí se naučit jak dělat prezentace,  
které prodávají (samy).



**Arnošt Štěpánek**, prezentační kouč, mentor, lektor.

# Smiřte se s tím, že VĚTŠINA PREZENTACÍ PRODÁVÁ

Že se Vám to nezdá? Ani mně se to spoustu let nezdálo. Myslel jsem si, že prezentace má pouze předat informace a prodej se děje někde jinde. Po mých prezentacích mi často lidé říkali, že to bylo super a že se jim to líbilo. Já jsem ale očekával, že když se jim to líbí, tak si objednejí mé služby. To se ale stalo jen velmi vzácně.

Časem jsem se naučil prezentovat lépe, ale teprve před pár lety, když jsem začal studovat všechno o prezentacích a koučovat klienty, mi došlo, že většina prezentací je o prodeji. Mají za úkol prodat Váš produkt, Vaši službu. Vás jako kandidáta vhodného na pracovní pozici, prodat Váš projekt vedení společnosti, sponzorům i kolegům, prodat Vaše úspěchy, prodat Vaši myšlenku, kterou chcete prosadit. Dokonce i vzdělávací prezentace nejen na školách mají za úkol prodat obor a podnítit ve studentech snahu se pro něj nadchnout a studovat ho.

Kdybych znal dříve tajemství prezentací, které prodávají, ušetřilo by mi to spoustu trápení a pochyb.

## Co je to tedy úspěšná prezentace?

Úspěšná prezentace dokáže splnit svůj cíl. Sebelepší nebo sebekrásnější prezentace, která nedosáhla svého cíle, je špatná prezentace. Naproti tomu spousta prezentací, které zvenčí vypadají šíleně, svůj cíl překvapivě plní. Zcela nejhorší jsou ovšem takové prezentace, které nejenže cíl míjí, ale ani žádný cíl nemají. Těch je bohužel naprostá většina.

Dosažení cíle je to jediné, co se počítá. Všechno ostatní jsou jen výmluvy.

Nemáte cíl? Tak prosím neprezentujte !!! Je to ztráta času pro Vás a hlavně pro Vaše posluchače.

## Já jsem spoustu let chystal prezentace jako pejsek a kočička

Jak víme, do hrnce naházeli spoustu dobrot, míchali a vařili, a pak jim bylo šíleně špatně.

Dnes se musím upřímně smát sám sobě, když si vzpomenu, jak jsem i já většinu svého profesního života dělal prezentace jako oni. Posbíral jsem všechny informace, dal jsem je do korporátní šablony, pak jsem hodiny a hodiny ladil neposlušný powerpoint, aby to vypadalo alespoň trochu k světu a mělo nějakou rozumnou strukturu. Někdy po půlnoci jsem si řekl, že takto už to musí stačit.

Neptal jsem se své audience, jak jim bylo po mých prezentacích.

## Tajemství tvorby úspěšných prezentací

Podělím se s Vámi o to, jak dnes se svými klienty chystám prezentace. Je to jednoduchých pět kroků a věřím, že když je budete dodržovat, dramaticky si zlepšíte úspěšnost Vašich prezentací. Zpočátku to může vypadat hodně nezvykle, může se Vám zdát, že takhle prezentace přece nefungují, ale věřte mi, je to prověřený koncept, který opravdu přináší nečekané výsledky.

### Pět kroků, jak vytvářet úspěšné prezentace

1. Definujte si cíl
2. Popište svoji audienci a najděte svého krále
3. Připravte dobrou strukturu sdělení
4. Natrénujte přednes prezentace
5. Vytvořte slidy, které dodají emoce

**První krok:**

# DEFINUJTE SI CÍLE

Prezentace MUSÍ mít cíl. Ještě jednou opakuji – nemáte-li cíl, neprezentujte. Je to ztráta času. Zkrátka nemáte-li co prodat (a nechcete-li nic koupit), nemá smysl chodit na trh.

## Tato část přináší odpověď na otázku CO?

Předat informace není cíl! Pokud chcete předat informace, pošlete je mailem nebo je dejte na intranet. Neznám méně efektivní způsob předávání informací než na špatných neefektivních prezentacích. Na prezentacích předávejte emoce, prezentujte to, co informace říkají, co znamenají a říkejte jak s nimi dále pracovat.

Pamatujte, že cíl musí být jednoznačný a měřitelný. Měli byste být po prezentaci schopni vždycky říct, zdali bylo cíle dosaženo nebo nikoliv.

Moji klienti mají často několik cílů, ptám se jich, kolik terčů jsou schopni zasáhnout jednou ranou? Zpravidla jeden, že?

Tak pojďme na něj! Můžeme mít samozřejmě další cíle, ale to jsou třešinky na dortu. Hlavní cíl je jen jeden.

Znovu se vrátím na úvod. Cílem může být prodat Vás jako úspěšného manažera, zaměstnance, prodat Váš projekt tak, abyste dostali budget, více lidí, podporu toho, od koho ji potřebujete, prodat Vaši myšlenku nebo službu novému klientovi, nebo třeba prodat Vaši firmu zaměstnancům, aby měli pocit, že pracují v perspektivní společnosti.

### Je užitečné dát si tři úrovně

Zlatá medaile (očekávané maximum možného), stříbrná (realistické očekávání) a bronzová (práh bolesti) – jinými slovy minimum, kdy jsme ještě spokojeni.

**Příklad:** Je-li mým cílem, aby si po mé prezentaci někteří z posluchačů vyzkoušeli můj koučink, nastavím si úrovně třeba takto: Zlatá – během dne, kdy prezentuji, se dohodnu s deseti posluchači na zkušební hodině. Stříbrná, dohodnu se se šesti, bronzová, dohodnu se se třemi posluchači.

**Druhý krok:**

# **POPIŠTE SVOJI AUDIENCI A NAJDĚTE SVÉHO KRÁLE**

Zkušený prezentér vždycky ví, kdo je jeho audience, pro koho prezentuje. Ti lidé Vám dali svůj čas, kus svého života a očekávají, že za to něco, tedy něco hodnotného dostanou. Očekávají, že jim pomůžete vyřešit nějaký problém a přinesete nějakou hodnotu. Nezapomínejte, že i oni mají svůj cíl.

Úspěšná prezentace vzniká v průsečíku Vašich cílů a cílů Vaší audience. Jinými slovy vy chcete prodat něco, co se jim bude hodit, nebo co potřebují. Nebude-li se jim to hodit, nekoupí to, nebo to koupí a budou nespokojeni, protože to nepotřebovali.

## **Není možné prezentovat pro všechny**

Zcela zásadní je soustředit se při prezentaci na toho, kdo opravdu rozhoduje. Mnoho řečníků prezentuje pro všechny. V tomto pojetí jsou posluchači prostě jen posluchači.

Často jsou ale ve skupině lidé, kteří mají zcela odlišné zájmy a profily. Tady přichází důležité rozhodnutí.

## **Najděte svého krále / královnu**

Vždy se musíte rozhodnout, pro koho z audience tu prezentaci děláte a koho upozadíte. Snaha zavadčít se při prezentaci všem, vede do hlubokých pekel. S největší pravděpodobností se nezavadčíte nikomu. Dobrý prezentér vždy ví, kdo je jeho král / královna - a tomu podřizuje vše.

Popis audience a pochopení jejích potřeb a cílů je tím nejzásadnějším, ale současně mnohdy, bohužel, nejpomíjenějším při přípravě každé prezentace.

## **Tato část přináší odpověď na otázku KDO?**

Nezajímá Vás jen, kdo to je, ale ve vazbě na Váš cíl i to, jak se rozhoduje, co má rád, jaké hodnoty ho oslovují.

**Doporučení:** Určitě Vám pomůže si svého krále či královnu nakreslit na papír a mít ho po celou dobu tvorby prezentace na očích. Napište si všechny informace, které o něm máte. Vždy se ptejte jestli to, co jste vymysleli, odpovídá tomu, jak by to Váš král chtěl slyšet.

**Příklad:** Můj bývalý kanadský kolega a přítel Michael Blauer dělil lidi na lovce a farmáře.

Neuvěřitelně jednoduché a výstižné dělení. Lovci milují nové věci, velké výzvy okázalé projekty, často jsou ochotni přijmout i velké riziko. Ráno vstanou a jdou lovit, často se i něj kolik dní chystají, mapují terén, stopují, hledají ideální místo, kde skolit svého jelena. Pak ho střelí a jdou hledat, co by ještě kde ulovili.

Farmáři milují rutinní a opakující se věci, mají rádi stereotyp, ráno vstanou, podojí krávy, nakrmí dobytek, jdou na pole, ... a tak den co den.

**TIP:** Je spousta různých metodik na typologie osobností, je jedno, jestli budete používat dělení na lovce a farmáře, nebo se rozhodnete pro typologii podle Dynamiky bohatství, jak ji u nás prezentuje Janko Polák, nebo půjdete do hloubky a nastudujete koncept MBTI.

**Třetí krok:**

# **PŘIPRAVTE DOBROU STRUKTURU SDĚLENÍ**

Sdělení je to, co musím říci nebo udělat, aby král / královna udělali to, co je mým cílem.

## **Sdělení dává audienci, královi či královně odpověď na otázku PROČ?**

Proč bych měl podpořit ten projekt, dát tomu člověku místo, pochválit ho? Tady pozor na jednu past, není říci, co chcete ,aby král udělal. Cílem je sdělit to, co chtějí a potřebují slyšet, aby udělali to, co je Vaším cílem. Není to o Vás, ale o nich.

Struktura prezentace má podobná pravidla jako dobrý film. Začne něčím, co Vás zaujme, třeba nepřehlednou střílečkou, pak běží děj, který postupně odkrývá příběh a na konci musí přijít velké finále.

### **Perfektní prezentace má jasnou strukturu:**

1. Intro: musí uvolnit led a zaujmout.
2. Mosty: musí přinést informace, položit otázky a dát odpovědi.
3. Call to Action: musí si říci o to, čeho chcete dosáhnout.

Trik výstavby dobrého sdělení je v tom, že se staví od konce.



#### Call for action

Poslední slide Vaší prezentace MUSÍ být výzva k okamžité reakci. Je to, moment, kvůli, kterému jste postavili celou show. Vaše velké finále.

Asi tak jako byste říkali: Přátelé, teď prosím kupte mne, můj projekt, moji myšlenku ... . Takové vyjádření může mít spoustu podob, dejte si práci s nalezením správné myšlenky, slov a načasováním.

Celou prezentaci podřizujete svému cíli. Call to action je tím momentem, kde se láme chléb, jestli bude prezentace úspěšná nebo ne. Tady se prodává. To před tím byla jen příprava.

Dovolím si citovat Tomáše Sedláčka: „Vaším cílem je dovést audienci k orgasmu, ale nesmíte jim ho ukrást.“

#### Úvod / zahájení

Cílem úvodu je prolomit ledy a zaujmout. Třeba příběhem, nebo jakoukoli překvapivou, provokativní či šokující informací. Když bude mít vztah k tomu,

čeho chcete dosáhnout, super. Když ne, vymyslete nějaký šikovný

mostík, jak se od úvodního prolomení ledu dostat k tomu, o čem chcete mluvit. Nebojte se začít netradičně, podívat se na věc zneobvyklého úhlu, nebo dát nějakou osobní otevřenou story. Klidně i něco, co se vám nepovedlo. Pomůže Vám to uvolnit atmosféru.

#### Mosty Vaší prezentace

Když si představíte úvod prezentace jako bod A (kde je Váš král na začátku, co ví a co si myslí o tom, co chcete prezentovat) a konec prezentace jako bod B (poslední slide, call to action, kde chcete být), tak mosty jsou tím, co tyto body spojuje.

Znáte svoji audienci a svého krále, nemělo by pro Vás být těžké zjistit / vymyslet, jaké argumenty potřebuje pro rozhodnutí a jak mu je předat tak, aby udělal, co potřebujete. To jsou mosty ve Vaší prezentaci.

Šikovně postavené mosty dostanou Vašeho krále přes bažinu mezi body A a B. Stejně jako most musí mít pevné pilíře i Vaše prezentace musí mít solidní základ - informace. Nemusíte je nutně prezentovat, ale musíte je mít připravené.



#### Elevator speech

Připravte si do zálohy to nejzásadnější, co chcete říci, a to v jedné / dvou větách. Představte si, že před Vaší prezentací potkáte svého krále ve výtahu a máte pár sekund na to mu říci, o čem bude Vaše prezentace.

Slova jsou mocná zbraň. Věnujte čas hledání správných slov pro svoji audienci. Víte, jaké mají potřeby, jaký cíl, jak mluví, co je baví, zajímá a co je pro ně důležité. Audienci a svému královi podřídte vše.

**Doporučení:** Na tvorbu sdělení používejte post-ity. Začněte tím, že nakreslíte vašeho krále/ královnu s popisem KDO to je, pak popíšete, kde jsou nyní (bod A) a stav, kde mají být (bod B - Váš cíl).

Pak si dejte dohromady všechny možné mostíky, které byste mohli vystavět, všechny možné informace a zdroje, které lze použít. Hrajte si s post-ity, přelepujte a hledejte ideální mosty, které Vašeho krále dostanou přes bažinu. Sled těchto post-itů je vaše sdělení.

**Krok čtvrtý:**

# **NATRÉNUJTE PERFEKTNĚ PŘEDNES**

Vlastní přednes prezentace je ten moment, kde se opravdu prodává. Ale když jste opravdu dobře připraveni, zvládnete to. Když víte, KDO, CO a PROČ má udělat, a budete si pamatovat, že to jediné ,proč to celé děláte, je dosáhnout cíle, tak máte ze sedmdesáti procent hotovo. Dalších dvacet procent je v tom, jak dobře budete schopni přednést úvod a závěr. To vše mezi je jen 10% úspěchu. Tam Vám projde spousta chyb.

Kouzlo dobrého přednesu je hlavně v tom ho precizně natrénovat. Snažte se do detailu promyslet a nacvičit zejména úvod a závěr.

## **Úvodní minuta a závěr jsou nejdůležitější**

Výzkumy dokonce říkají, že lidskému mozku trvá sedm sekund, aby zpracoval stovky relevantních i zcela nerelevantních proměnných k vytvoření dojmu o lidech, které potkáváme. Během sedmi sekund si utvoříte stanovisko o jiné osobě. Skvělé!

Zhruba jednu minutu trvá, než se zbavíme strachu, zklidníme tep a dech a jsme schopni vnímat, jak na nás publikum reaguje a začít si s ním hrát.

To, jak začnete a to co se stane těsně před tím, než za potlesku odejdete podia je pro úspěch Vaší prezentace nejdůležitější.

### **Co to znamená?**

#### **Za prvé:**

Že máte mnohem méně času na to zaujmout, než jste si mysleli. V rámci příprav, zejména u větších prostorů (máte-li tu možnost), si pečlivě osahaňte prostor, kde budete prezentovat. Zjistěte, odkud budete přicházet, kde bude na pódiu Váš prezentační pultík, kde kontrolní monitor, jaký budete mít mikrofon, jak budete ovládat prezentaci, jak bude plocha osvětlena.

Až tam totiž vejdete naostro, nesmí Vás nic zaskočit. Když budete zaskočení, ovlivní to Váš úvod, pravděpodobně i celou Vaši prezentaci, a to nechcete dopustit.

### Za druhé:

Že první minutu Vaší prezentace musíte mít precizně natrénovanou, proto, že budete mít strach, kterého se potřebujeme zbavit. Je to zcela normální, i herci v Národním divadle nebo světoví zpěváci Vám řeknou, že na začátku vystoupení mají vždycky strach, trému. Vy jejich rozpoložení nevnímáte, protože jsou připraveni a nedávají to znát, ale věřte, že trému mají.

### Za třetí:

Že musíte perfektně nacvičit závěr. Musíte mít jasno v tom, co mají ti lidé udělat nakonec. Jaký je Váš call to action? Jak přesně si o něj řeknete? Kde u toho budete stát? Kam se budete dívat? Pohrajte si s pomlkami a mějte tu větu přesně rozmyšlenou.

Poslední slide a Vaše poslední slova nikdy nesmí znít: Děkuji za pozornost. Je to hloupá fráze, slova bez invence, bez úcty k posluchačům. Místo nic neříkající fráze svým posluchačům nabídněte akci, co by tak ti lidé mohli hned udělat, aby zanechali nějakou stopu.

**Příklad:** Pokud je mým cílem na prezentaci získat lidi na testovací koučink, mohu nabídnout dárek: Pro účastníky této konference mám malý dárek, testovací hodinu koučinku zdarma.

Mohl bych předpokládat, že část lidí se mi ozve a s částí z nich dohodneme termín a někoho z nich se mi podaří získat jako stálého klienta.

Z většiny ale to nadšení, které jsem vyvolal na prezentaci vyprchá, a přestože chtěli koučink vyzkoušet, dokonce si třeba poznamenali do poznámek „zavolej Arnošta - testovací koučink“ neudělají to, protože na to zapomenou. Vlna nadšení prostě opadne. Na Vás je udělat to tak, aby neopadlo. Hned teď a tady udělejte akci. Vyplňte kartičku a dejte ji teď hned hostesce, vytáhněte svůj telefon a vyzvěte posluchače, aby Vám teď hned poslali sms na Vaše telefonní číslo s textem Arnošte, chci Tvůj koučink vyzkoušet a podepište se. Vnímáte ten rozdíl? Byl-li můj cíl získat deset lidí - řekněte jim to - dnes si odsud 10 lidí odnese testovací koučink zdarma. Kdo dříve napíše, vyhrává.

Jsem si jistý, že těch, které osloví tento call to action bude mnohem víc. Navíc na ně máte kontakt a můžete s nimi dále pracovat.

## Pár tipů k přednesu

### Pracujte s tichem

Největší efekt na prezentacích nemají chvíle, kdy něco říkáte, ale chvíle, kdy mlčíte. Chvíle, kdy necháváte doběhnout vlnu, kterou jste poslali do hlav audience. Když budete trénovat obsah, najděte si místa, kde je potřeba mlčet.

### Netrapte se tím, co byste neměli

Věřte, že myšlenky, s jakými jdete na pódium, zcela zásadně ovlivní výkon, jaký budete schopni podat. Zahodte všechna ta „neměl bych mít ruce v kapsách“, „neměla bych být nervózní“, „neměl bych říkat to, či ono“, „nesmím zapomenout poděkovat ...“ To Vám nepomůže. Stejně budete nervózní, je-li to Váš zážitkový zlovyk stejně budete mít ruce v kapsách a tak dál.

Myšlenky na to, co všechno byste neměli, Vás svazují a Vy přece nechcete podat svázaný výkon.

### Budte autentičtí.

Když jdete na pódium, buďte sami sebou. Nepředstírejte, že jste něco, čím nejste, stejně se to časem ukáže a jen Vám to ubere body. Přiznat, že nejsme dokonalí, má svůj velký půvab a věřte mi, že u rozumné audience Vám to nijak neublíží, naopak.

Nesnažte se na nic hrát a předstírat. Klíčovým prvkem přednesu je získat důvěru audience a krále.

Nastavte si latku přiměřeně vysoko a užívejte si svoji pozici.

### Neberte, prosím, Jobse jako měřítko svého úspěchu

Stejně tak jako nebudete přece brát Hamiltona jako měřítko svých řídičských schopností, Messiho jako měřítko svých schopností fotbalových či Pavarotiho nebo Mercuryho jako svých schopností pěveckých.

To, že neřídíte, nehrajete fotbal a nezpíváte jako oni, Vám však nebere právo řídit dobře auto, hrát dobře fotbal a zpěvem bavit své přátele.

Prostě si užívejte to, co děláte, v úrovni na jaké to děláte.

### **Abyste mohli podpálit, musíte hořet.**

To, čím se liší prezentace od zasílání podkladů mailem jste Vy, Vaše přidaná hodnota. Emoce a energie je často tím, co doopravdy prodává.

### **Mějte připraven obsah prezentace na kartičkách**

Používám kartičky z čtvrtky, většinou formátu A5, dělali a dělají to tak často ti nejlepší rozhlasoví reportéři i prezentéři. Informace píšu hodně velikým písmem a kreslím si na ně mostíky, abych věděl odkud kam se chci dostat.

### **Hlídejte si čas.**

Při tréninku vnímejte, kolik času Vám prezentace zabere a případně se zamyslete, kdybyste ji museli zkrátit, co vypustíte. Občas se stane, že budete mít méně času, než jste původně plánovali. Je dobře být na takovou situaci připraven.

Není nic horšího, když se řečník i s otázkami nevejde do vymezeného času čtyřiceti minut, a žvaní další hodinu a k otázkám se nedostal.

Na všech svých prezentacích používám aplikaci Presentation Timer. Ukazuje mi čas a nastavuji si v ní krátké cinknutí, jakési checkpointy, abych si byl jistý, že jsem v plánu a skončím včas.

### **Nebojte se**

Když máte natrénováno, nemáte se čeho bát! Pamatujte, že není nic horšího, než nepřipravený, tápající řečník. Vždy buďte připraveni !!

## Krok pátý:

# VYTVOŘTE SLIDY, KTERÉ DODAJÍ EMOCE

Prezetace neznamená powerpoint.

Měl Gandhí powerpoint? Měl ho Martin Luther King? Mají ho američtí prezidenti? Měli ho řečtí filozofové? Powerpoint je výborný sluha, ale špatný pán. Jsem přesvědčen (a není to moje původní myšlenka), že powerpoint je zabijákem většiny prezentací.

Úlohou slidů není nést informaci, ale nést emoce, které informaci, kterou říkám zvýrazní, které zaujmou a případně i pobaví.

Prosím, mějte vždy na paměti, že prezentace nejsou slidy, ale lidé. Na jedné straně ti, kteří něco povídají, či ukazují (my už víme, že prodávají) a na druhé straně ti, kteří na základě toho mají udělat to či ono.

### **Pochopte, prosím, rozdíl mezi handouty a slidy.**

Handout je to, co rozdáváte vytištěné před, přinebopop prezentaci. Obsahuje informace, tabulky, grafy. Čteme si v něm, protože jsme zvyklí číst na papíře, dělat si do něj poznámky a podobně. Slide je to, co promítáme na projekční plátno. Tam žádné informace nepatří. Má to dva důvody. První – nejsme zvyklí číst z projekčních pláten. Schválně si vyzkoušejte, jak se Vám čte třířádkový text na projekčním plátně. Mizerně. Druhý – když upoutáte pozornost lidí na projekční plochu, přestanou Vás sledovat a poslouchat. Prostě nejsme zařízeni tak, abychom vnímali současně psaný text a k tomu mluvené slovo.

### **Slidy tvořte přesně podle post-itů se sdělením.**

V kroku tři jste si sestavili story prezentace, mosty, které dovedou audienci od bodu A do bodu B. Tyto mosty jsou základem pro tvorbu slidů.

**Doporučení:** Odolejte pokušení na poslední chvíli do slidů přidat ještě další slidy a informace. Spíše tím věci pokazíte, než byste jim pomohli. Naučte se ten tlak ustát a nic na poslední chvíli neměňte. Nechcete přece dopadnout jako pejsek a kočička.

## **Pár základních pravidel pro tvorbu slidů:**

### **Slide je jako billboard.**

Dejte na něj pouze tolik textu, kolik dokážete přečíst na billboardu na dálnici, když kolem projíždíte stokilometrovou rychlostí. Málo, že?

### **Zvolte správnou velikost písmen.**

Raději větší, než menší. Vždy kontrastní, nebojte se ve větě měnit velikosti písma či barevnost

### **Používejte obrázky.**

Dodají Vaším slidům emoce, které potřebujete. Jako zdroj Vám poslouží databanky obrázků, nebo klidně Vaše vlastní fotografie, které dokážou probudit emoci, které probudit chcete. Netrapte se s ořezy, fotky nahrajte přes celý slide.

### **Zredukujte množství informací.**

Aby klíčové informace na slidu vynikly, je potřeba jejich množství zredukovat na naprosté minimum.

### **Nepoužívejte odrážky.**

Nejsou potřeba. Když je potřebujete, máte toho na slidu hodně, zredukujte to. Odrážky patří do textového dokumentu (handouty), ne na slide.

### **Nepoužívejte animace.**

Ruší pozornost. Jediná výjimka je, když máte dlouhou prezentaci a potřebujete audienci zkoncentrovat - pak Vám animace pomůže. Ale pouze jedna :-)

### **Žádné tabulky větší než 3x3 pole a minimum grafů**

pokud tak velmi dobře promyšlené a čitelné. Vyzoberte z nich 1-2 klíčové informace, souvislosti a ty dejte na slide. Tabulky a grafy patří do handoutu.



### Podřídte barevnost svému králi

To, že já mám rád pestré barvy, je fajn. Jenže pokud je pro mého krále i tmavě červená kravata velký odvaz, budu muset šlápnout na brzdu a škálu používaných barev utlumit.

**TIP:** pokud si nejste jisti laděním barev, zkuste aplikaci Adobe Color. Umožní Vám k základní barvě najít barvy a odstíny, které k ní ladí.

### Nepoužívejte logo zbytečně.

Pokud vám to interní pravidla dovolují, vyhněte se používání loga na každém slidu. Logo Vaší firmy má smysl mít v úvodu, vložit ho na vhodné místo do obsahu a znovu dát do závěru. Používání loga na každém slidu vytváří jen zbytečný šum. Byl to trend před 15 lety, dneska už je to jen archaický zlovyk.

Zvláště u interních prezentací není třeba připomínat, v jaké firmě pracujeme. To víme i bez prezentace.

# ZÁVĚR

Když budete chystat prezentace v těchto 5 krocích, stane se několik věcí:

- 1. budete dosahovat jednodušeji úspěchů.**
- 2. nebudete muset nikomu nic prodávat.**
- 3. bude to Vás i Vaši audienci více bavit.**

**Držím Vám palce**

... a až budete připravovat svoji další prezentaci, nezačínajte prosím tím, že pustíte powerpoint, vyberete nějakou šablonu a začnete do ní ládovat všechny důležité informace. :-)

ZDE JE MŮJ CALL TO ACTION

**Zaujal Vás tento e-book? Pošlete odkaz na můj web i svým kolegům a známým. Čím více lidí si ho stáhne, tím větší chuť budu mít připravit pro Vás další materiály.**

Máte pocit, že k tématu jak prezentovat máte / chcete něco říct?  
Napište mi a něco vymyslíme.

Občas se podívejte na můj newsletter, najdete v něm zajímavé odkazy.

Váš Arnošt Štěpánek

Tel. 776 809 606

e-mail: [ahoj@arnoststepanek.cz](mailto:ahoj@arnoststepanek.cz)



zná mne linkedin



facebook



zná mne youtube



google +

# ZAJÍMÁ VÁS MŮJ PŘÍBĚH ?

Jsem rozený premiant, na základce samý dvojky, na gymplu samý trojky. Ze 4 vysokých škol, co jsem začal, jsem dokončil jen dvě.

Velký talent na jazyky - na gymplu ve čtvrtáku jsem přečetl letopočet 1812 jako „*eitýn tůtýn*“ - chudák profesorka dostala záchvat smíchu a válela se na chodbě po zemi v křečích smíchu - ředitel zděšeně vyběhl z ředitelny, myslel si, že umírá.

Rozený lídr - Vždycky nejmenší ve třídě, brýle jak popelníky, do 17-18 jsem šíleně zadržával, takže jsem nebyl schopen říci v kuse jednu větu. Promluvit na veřejnosti byla noční můra - nebyl jsem schopen dostat ze sebe první slovo. Moje vrozená smělost a mimořádné komunikační schopnosti mi přidávaly hodně bodů i u děvčat :-)

Připadá Vám tohle jako profil někoho, kdo by dnes mohl učit lidi a firmy jak prezentovat? Jak se zbavit strachu, jak být autentický? Připadá Vám, že je to profil někoho kdo za svoji kariéru vydělal desítky milionů - z velké části díky tomu, že dokázal dobře prezentovat své nápady a projekty?

## **Ta dobrá zpráva je, že když jsem to dokázal já, můžete i Vy.**

Tím, že čtete tento e-book jste na dobré cestě.

Prezentacím se věnuji proto, že mám potřebu změnit způsob, jakým prezentujeme. Když se naučíme dobře prezentovat, všichni budou šťastnější. Budeme jednodušeji dosahovat svých cílů - a nebudeme obtěžovat okolí svými dlouhými prezentacemi o ničem.

Nám všem pak zbyde víc času na sebe, své rodiny, koníčky - zkrátka na šťastnější život.

a na závěr mé přání:

**NEPREZENTUJTE ZBYTEČNĚ A BLBĚ :-)**

## **Pět kroků, jak vytvářet úspěšné prezentace**

1. Definujte si cíl
2. Popište svoji audienci a najděte svého krále
3. Připravte dobrou strukturu sdělení
4. Natrénujte přednes prezentace
5. Vytvořte slidy, které dodají emoce