

Игорь  
Манн

Игорь  
Нисенбойм

Катя  
Нисенбойм



# СЛАЙДХАКИ

**84 рабочих приема для лучших презентаций**

По сути, в ораторском искусстве мало что изменилось за тысячу лет. Но визуальная часть презентаций динамично развивается вместе с растущими техническими возможностями. «Слайдхаки» о том, как использовать возможности максимально эффективно.

Радислав Гандопас, президент Ассоциации спикеров СНГ

Игорь Манн

**Слайдхаки. 84 рабочих приема  
для лучших презентаций**

«PushBooks»

2021

УДК 316.16  
ББК 88.53

**Манн И. Б.**

Слайдхаки. 84 рабочих приема для лучших презентаций /  
И. Б. Манн — «PushBooks», 2021

ISBN 978-5-906084-48-4

Современные деловые люди получают по несколько презентаций в день и лишь бегло их пролистывают. Качество презентации зачастую служит первым критерием отбора: «Сначала пришлите презентацию, а потом поговорим о встрече». Внимание — ресурс ограниченный, и борьба за него становится все жестче. Выехать на харизме, набросав простенькие слайды, и обаять собеседника на встрече уже не получится – пандемия уравнила выступающих, и вместо яркого спикера мы видим только маленькую говорящую голову в окошке Zoom. Теперь вся надежда — на слайды. Хорошие новости: чтобы делать классные презентации, необязательно быть дизайнером. В этой книге — простой набор проверенных слайдхаков, которые привлекают внимание слушателей и рассказывают просто о сложном. Читайте, смотрите видеоуроки в конце глав и выигрывайте битву за внимание! В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 316.16  
ББК 88.53

ISBN 978-5-906084-48-4

© Манн И. Б., 2021  
© PushBooks, 2021

# Содержание

Предисловие Кати и Игоря Нисенбойм	6
Предисловие Игоря Манна	7
10 причин прочесть «Слайдхаки»	8
Для кого эта книга	9
1	10
1. Целевое действие	11
2. Чек-лист «до начала слайдинга»	13
3. Сделайте им «вау!»	17
4. Успеть	19
5. «Пришлите, мы посмотрим. Потом поговорим»	22
Конец ознакомительного фрагмента.	23

**Игорь Манн, Игорь  
Нисенбойм, Катя Нисенбойм**  
**Слайдхаки**

**84 рабочих приема для лучших презентаций**

© Манн И.Б., Нисенбойм И.А., Нисенбойм Е.И., 2021

© Оформление. ООО «СилаУма-Публишер», 2021

## **Предисловие Кати и Игоря Нисенбойм**

Эта книга – о войне за внимание. Маркетологи и продавцы, спикеры и преподаватели борются за внимание аудитории, стараясь его привлечь и удержать. И слайды – мощное оружие для решения этих задач.

Внимание – ресурс ограниченный, и борьба становится все жестче. Деловые люди получают по несколько презентаций в день и лишь бегло их пролистывают. Качество презентации стало критерием отбора: «Сначала пришлите презентацию, а потом поговорим о встрече».

Некоторые обходятся простенькими слайдами и «выезжают на харизме». Это уже не работает. Обаять собеседника на встрече не получится, эпидемия уравнила выступающих. Вместо яркого спикера мы видим только маленькую говорящую голову в окошке Zoom. Теперь вся надежда – на слайды.

«Ну конечно... У них есть дизайнер, который рисует красиво. А я делаю слайды сам». Это не лучший способ оправдать плохую презентацию. Для того чтобы делать классные презентации, необязательно быть дизайнером. Мы не оканчивали художественную академию, оба работали в инвестиционных банках в Лондоне: Катя – в Citi, Игорь – в BNP Paribas. За время работы в банках мы выработали простой набор слайдхаков, которые привлекают внимание слушателей и рассказывают просто о сложном.

Борьба за внимание идет всюду. Ее нельзя проиграть. Читайте эту книгу, смотрите видеоуроки в конце глав, не бойтесь привлекать консультантов по слайдингу.

Так победим.

## Предисловие Игоря Манна

Когда я начал работать региональным директором по маркетингу в компании Avaya в Австрии, отвечая за 60+ стран мира в регионе ЕМЕА (Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка), мой босс произнес мудрые слова, смысл которых до меня дошел не сразу: «Тебя теперь будут оценивать не по работе, а по твоим слайдам». Менеджеру любого уровня нужно понять простую вещь: без хороших слайдов не сделать хорошей карьеры. Неважно, для кого ты их делаешь – для себя или босса, для клиентов или коллег, для выступления перед двумя или десятью тысячами людей. Как получится выступить, так получится и продвинуться, в карьере и (или) в продажах.

Парефразируя Стивенсона, автора «Острова сокровищ» и «Черной стрелы», который написал: «Всяк живет, что-то продавая», – можно с уверенностью сказать: «Всяк живет, делая слайды». На эту тему (как делать слайды) написаны десятки классных книг, но такой, как у нас, нет.

Формула хорошей презентации для меня: контент + спикер + слайды. Сфокусируемся в этой книге на слайдах.

Слайдхаки – это простые и короткие практические советы, чек-листы, рекомендации, приемы и подходы, которые сделают ваши презентации лучше. Применяйте их – и получите нужный вам результат: прекрасные оценки, аплодисменты аудитории, заказы клиентов.

## 10 причин прочесть «Слайдхаки»

● **Без воды.** В этой книге нет рассуждений о важности презентации и советов из серии «Выступайте как Стив Джобс – и будет вам счастье». Мы включили только те хаки, которые опробовали на своих презентациях. Их можно освоить и применить, даже если у вас нет опыта создания слайдов.

● **Максимум пользы.** Выходите на другой уровень, ускорьте карьеру, увеличивайте доходы. Внедряйте слайдхаки, производите впечатление и убеждайте клиентов, руководителей и слушателей.

● **Видеоуроки.** Изучите короткие видеоуроки по работе в PowerPoint и Keynote. Вы удивитесь, как эти программы облегчат вашу работу.

● **QR-коды.** Сканируйте код смартфоном и сразу переходите к видеоурокам и полезным ресурсам.

● **Тройной взгляд.** Эту книгу написали профессиональные спикер, копирайтер и дизайнер. Каждый слайдхак прошел тройную проверку с разных точек зрения.

● **50+ лет опыта.** У авторов более 50 лет суммарного опыта в слайдинге.

● **С любого места.** Каждый слайдхак – это самостоятельная глава. Выбирайте нужные, читайте и сразу применяйте.

● **Скорая помощь.** Спасите презентацию, если счет идет на минуты. Даже ужасные слайды можно реанимировать очень быстро.

● **Технологии.** Учитесь работать в более высоком темпе. Используйте горячие клавиши, функционал программы, полезные ресурсы и девайсы, чтобы делать презентации быстрее.

● **Чек-листы.** Используйте наши оригинальные чек-листы, чтобы проверить название презентации, оформление слайдов и готовность перед началом выступления.

## Для кого эта книга

Не побоимся этих слов: «Эта книга – для широкой читательской аудитории». Мы не просто пытаемся продать ее большому количеству людей. Мы хотим помочь всем, кто использует слайды в работе, научиться получать нужный результат. Это:

- преподаватели, выступающие перед студентами и школьниками;
- специалисты, выступающие перед коллегами;
- владельцы и топы, которые сами никогда не будут делать презентации, но которые хотят научиться оценивать слайды сотрудников и давать неожиданно ценные советы;
- менеджеры, готовящие презентации для своих руководителей;
- спикеры, которым надо доказать свой профессионализм и экспертность;
- руководители и менеджеры, которые выступают перед клиентами.

Понятно, что мы назвали не всех. Например, вы когда-нибудь встречали человека, который выступал со слайдами на свадьбе? Мы – да! Слайды все больше и больше проникают в жизнь. Люди понимают, что отстоять свою точку зрения, продать идею гораздо проще с их помощью.

Поэтому, если вам приходится делать слайды, эта книга – для вас.

Мы предполагаем, что нашим читателям приходится иметь дело со слайдами в пяти случаях:

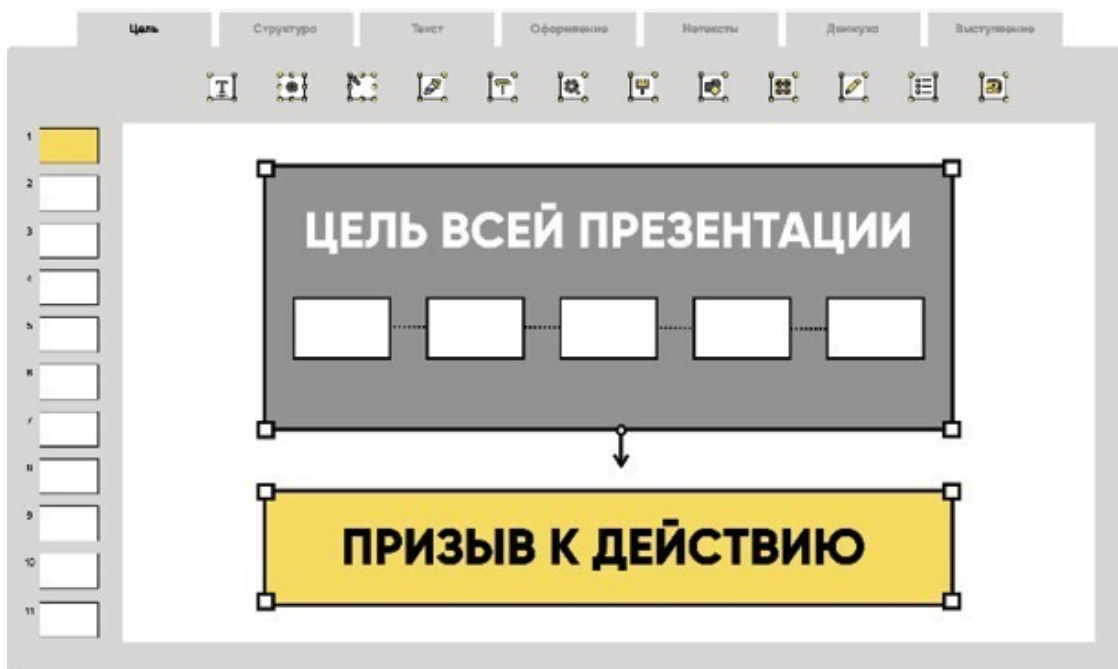
1. Вы выступаете публично (экспертная презентация: семинар, форум, конгресс, конференция...).
2. Вы выступаете перед потенциальными покупателями (продающие презентации).
3. Вы выступаете перед коллегами или руководителями (отчеты, внутренние презентации).
4. Вы обучаете других, делитесь опытом (обучающие презентации; их проводят преподаватели, учителя, корпоративные тренеры, эйчары).
5. Вы отправляете презентацию по электронной почте потенциальному клиенту (но не выступаете).

Получается, что презентации типов с первого по четвертый – **публичные**. Пятый тип мы называем **почтовой презентацией**. В нашей книге мы в основном говорим про специфику публичных выступлений. Когда потребуется рассказать об особенностях презентаций почтовых, мы сделаем это отдельно.

# 1 Цель



## 1. Целевое действие



Если мы выступаем, то чего-то хотим от этого выступления. Поэтому начинайте работу над любой презентацией с вопроса «Какое действие должен совершить мой слушатель сразу после презентации?».

Без призыва к выполнению целевого действия презентация превращается в пустой разговор.

К сожалению, большинство презентаций обрывается дежурными фразами:

- «Благодарим за внимание!»
- «Надеемся на взаимовыгодное сотрудничество».
- «Спасибо за ваше время».
- «Наши контакты...».
- Повторение слогана.



**ИГОРЬ  
И КАТЯ**

*Последний прием – самый бестолковый. Нам вспоминается заключительный слайд презентации, при помощи которой продавали ортопедические матрасы. Презентация заканчивалась слоганом «Прикоснись к сердцу здорового сна!». Как это сделать и каким местом надо касаться, осталось за кадром.*

Хороший призыв к действию – это глагол в повелительном наклонении. Назовите конкретный шаг, который должен совершить получатель.

**Быстрая продажа:**

- «Закажите на сайте...»
- «Приходите в магазин»
- «Позвоните и проконсультируйтесь со специалистом»
- «Скачайте демоверсию»

- «А теперь давайте подпишем контракт»

**Долгий цикл продажи:**

- «Назначьте время следующей встречи»
- «Пришлите техническое задание»
- «Запросите смету»
- «Сообщите, куда выслать образцы»
- «Давайте поговорим про первый шаг»

**Представление проекта:**

- «Дайте обратную связь»
- «Разрешите приступить»
- «Выделите бюджет/сотрудников/ресурсы»

**Отчет:**

- «Утвердите результаты»
- «Одобрите план действий»
- «Дайте премию команде»
- «Не увольняйте, дайте еще шанс 🙄»

Начинать работу над презентацией с определения целевого действия выгодно вдвойне. Вам будет легче сформулировать структуру выступления и проще убирать лишнюю информацию. А читателям/слушателям – проще дать ответ или принять решение, когда они понимают (видят), чего вы от них хотите.

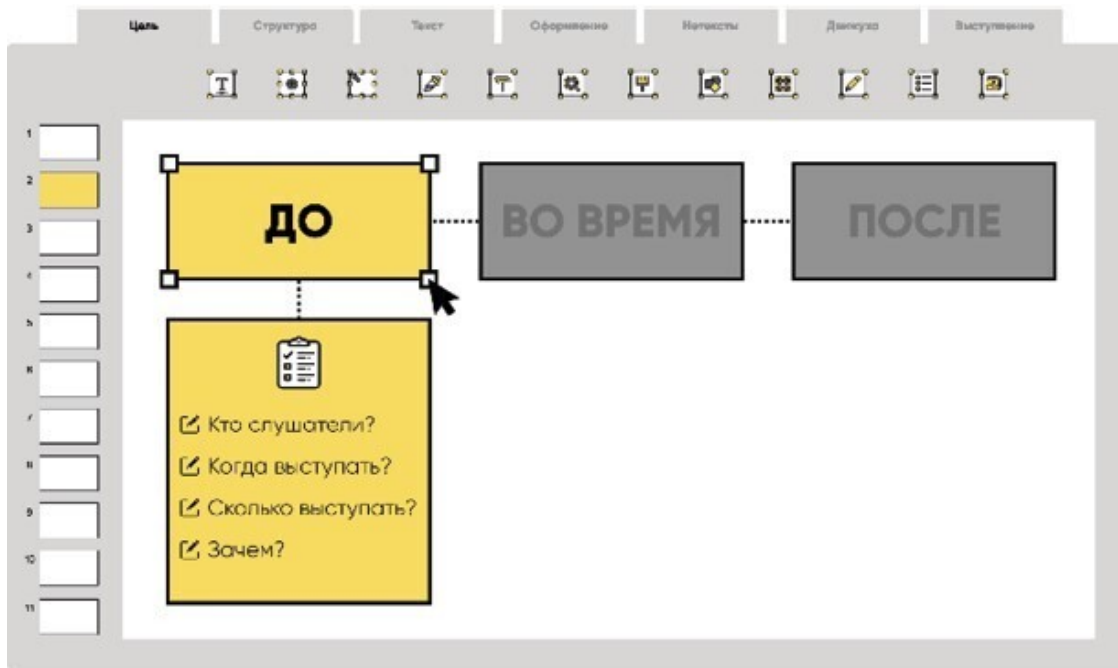
Вспомните Штирлица: «Запоминается последняя фраза». Если ваша последняя фраза будет четким призывом к действию, ее не только запомнят. Ей и последуют.

Это нам и надо.



**Начинайте работу над презентацией с формулирования целевого действия.**

## 2. Чек-лист «до начала слайдинга»



До того как начать делать слайды (мы называем этот процесс «слайдинг»), вам лучше бы знать ответы на следующие вопросы:

- Выступаете с презентацией лично или отправляете по почте?
- Когда выступаете (дата, время\*)?



**ИГОРЬ  
И КАТЯ**

*«Зачем это?» – спросите вы. Все имеет значение.*

*Например, в понедельник и в пятницу опытный спикер будет выступать по-разному. До ланча и после ланча мы бы тоже рекомендовали разные стили выступлений.*

*А как не обыграть в слайдах дату выступления 02.02.2022?*

*Кстати, внимательным выступающим шанс поиграть с датами и временем выпадает часто – надо уметь ловить момент.*

*Опять же, если кому-то выступать завтра, а кому-то – через месяц, у них явно разные стартовые условия.*

- Сколько выступать (и сколько из этого времени уйдет на вопросы-ответы, дискуссию)?
- Зачем выступать? Что должно произойти после выступления?
- Где выступать (адрес, как доехать, припарковаться, сколько идти до места)?
- Локация (офис, конференц-зал, переговорная комната).



**ИГОРЬ  
МАНН**

*Однажды я не уточнил этот момент. И сюрприз: выступать пришлось под тентом на крыше 16-этажного здания при внешней температуре +35 градусов.*

*Никогда я не забуду этого выступления. Никогда.*

*Если выступаете в переговорной – спросите, какой она площади и сколько в ней будет участников.*

*Совет от души: если переговорных в офисе несколько или вы выступаете на площадке, где несколько залов, лучше поинтересоваться, кто соседи.*

*Как-то мне пришлось заканчивать выступление параллельно со свадьбой, которая стартовала (ой, хорошо стартовала!) в соседнем зале.*

*И еще был случай. Выступал у клиента, а в соседней с нами переговорной неожиданно начал заседать председатель правления компании. Проектор был один на три переговорные.*

*Угадайте, кому он достался?*

*Зашел айтишник, без слов забрал у нас проектор и ушел с ним. А персональный помощник председателя правления еще и зашла к нам в переговорную и попросила нас говорить тихо, «чтобы главному не мешать».*

*Я докладчик опытный. Говорил тихо, слайды тихонечко показывал со своего ноутбука (всегда приходите с полностью заряженной батареей) – продал 🎮.*

- Размер экрана/монитора(-ов)?
- Проектор: подключение через провода или вай-фай, яркость, разрешение?



*Проектор с вай-фай – штука удобная, но коварная. Вам не нужны провода и переходники, но помните про риски:*

*– нестабильный вай-фай – накладки с сетью бывают даже в серьезных конференц-центрах;*

*– нет программы для Mac – для подключения к такому проектору вам понадобится установить приложение на компьютер. Некоторые бренды проекторов не имеют версии программы для маков.*

*– Подключить макбук к такому устройству вы не сможете. Провода не спасут: кабеля нужной длины не окажется под рукой либо проектор будет висеть под потолком в самом центре зала;*

*– нельзя установить на ПК – многие выступают с рабочими компьютерами. Вероятно, для установки нужного софта вам понадобится админ-пароль, которого вы не знаете.*

- Можно ли подключить свой компьютер?
- Можно ли прийти пораньше и все проверить? За сколько?
- С кем решать организационные и технические вопросы?
- Есть ли нужные переходники, адаптеры, кликер, микрофон?
- Есть ли айтишник/технарь?



## **ИГОРЬ И КАТЯ**

*Познакомьтесь с ним. Узнайте, как его зовут. Запомните.*

*Поблагодарите за помощь. Сделайте комплимент. Уходя, скажите: «Павел, спасибо вам большое за вашу IT-поддержку».*

*Если вы еще раз вернетесь на это место выступления – он вас не забудет.*

- Кто вас подключит? Сможете ли вы это сделать сами?
- Где вход в аудиторию (сзади – идеально, сбоку – терпимо, за спиной спикера – ужасно)?
- Есть ли флипчарт или доска для записей, фломастеры, мелки, стиралка?
- Звук в аудитории. Где слепые зоны? Будут ли вопросы от аудитории? Как задавать вопросы с места, если аудитория большая?
- Освещение и кондиционеры?
- Кофе-брейки, перекусы, ланчи: как, где и когда?
- Как и на чем будут сидеть слушатели?



## **ИГОРЬ И КАТЯ**

*Выходит крайне непрофессионально, когда спикер предлагает слушателям разбиться на пары/небольшие группы для практического упражнения в аудитории, где стулья не двигаются. Например, в кинотеатре или конференц-зале, в котором в самом центре стоит огромный стол для переговоров.*

- Кто эти слушатели?
- Их мотивация (они здесь по работе; заплатили за то, чтобы принять участие, или их заставили сюда прийти насильно)?
- Сколько их будет?
- Формальная или неформальная будет обстановка (переводим: могут ли участники слушать вас и при этом говорить по телефону, пить кофе, есть плюшки и перебивать вас)?
- Кто главный, и какая у него власть?
- Кто выступает перед вами?
- Кто выступает после вас?

Список этих вопросов, конечно, намного больше. Но мы приводим тот минимум, без которого хорошие слайды не сделать никак.

Многие вопросы из этого чек-листа станут слайдхаками и вашими помощниками.

Итак, самые главные вопросы «до»:

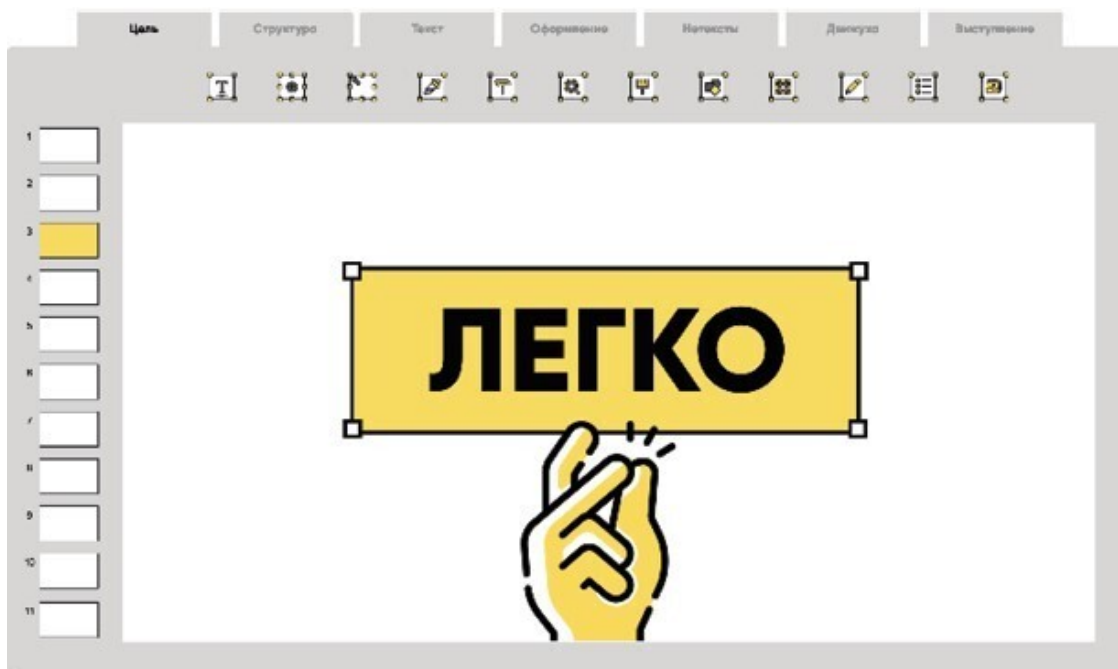
1. Кто слушатели → уровень подачи информации.
2. Когда выступать → сколько времени на подготовку слайдов.
3. Сколько выступать → сколько делать слайдов.
4. Зачем выступать → целевое действие.

Как говорит китайская пословица, делать слайды без этих вопросов – все равно что стрелять из лука в цель с завязанными глазами.



**Чем больше моментов вы продумаете, тем лучше вы выступите.**

### 3. Сделайте им «вау!»



Если вам нужно сделать презентацию «вау!» – затмить всех и вся, произвести неизгладимое впечатление, добиться нужного результата... – рекомендуем использовать технологии «дорожка шагов» и ментальные карты. Так вы сможете описать бизнес-процесс презентации от а до я, ничего не забыть и уже потом подумать над факторами «вау!» на каждом ее этапе.

Вот, например, дорожка шагов выступления перед важным клиентом в его офисе (мы называем этапы выборочно):

- входим в переговорную;
- представляемся;
- занимаем места;
- подключаемся к проектору;
- мощное начало;
- эффектное выступление;
- шикарная концовка;
- вопросы и ответы.

В ментальной карте (например, xMind, MindJet MindManager или Coggle.it) затем будет удобно записать идеи, привязанные к каждому шагу и позволяющие сделать «вау!».

Берем самое простое: подключение к компьютеру. Что тут может быть «вау!», спросите вы. Вот несколько идей.

Вы приходите с портативным проектором, быстро подсоединяетесь с ним по вай-фай к своему мобильному роутеру и сразу начинаете выступать. Это явно «вау!».

Или, заполняя паузу, связанную с подключением, вы рассказываете историю о том, например, как вы «бесшовно» соединяете что-то с чем-то для своих клиентов. Можно начать со слов «Обычно на подключение к компьютеру никто не обращает внимания ровно до тех пор, пока вы не осознаете, что шнур от проектора не подходит к компьютеру и ваша презентация под угрозой срыва. Прямо как в вашем бизнесе/ситуации...».

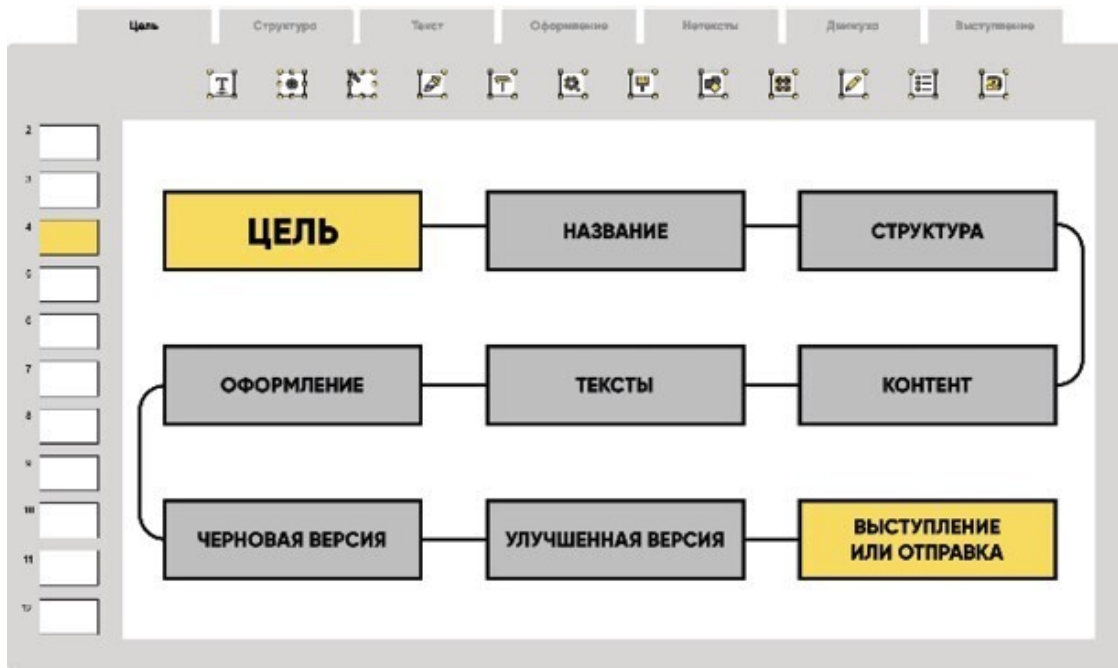


**Поверьте, для «вау!» есть место на любом этапе  
вашей презентации. Надо только хорошо подумать.**

**P. S.** Исключения – ситуации, где «вау!» неуместны:

- тендерные комитеты;
- выступления перед чиновниками;
- защита диссертации;
- выступления перед инвесторами.

## 4. Успеть



Мало сделать хорошую презентацию – ее нужно сделать вовремя. Нет пользы от прекрасно оформленных слайдов, если вы не успели их сделать к тому моменту, когда вам или вашему боссу нужно выступить (или к тому часу, когда он их затребовал).

Чтобы презентация удалась, ее стоит делать не спеша и закончить к нужному моменту. Чтобы это получилось, рекомендуем следующий чек-лист:

- дата/время;
- без дедлайнов;
- последовательность.

Чуть подробнее о каждом пункте.

### ДАТА/ВРЕМЯ

Убедитесь, что вы точно знаете, когда потребуется предварительная или финальная версия слайдов и сколько выступление будет длиться.



*Когда принимаю задачу выступить, всегда уточняю дату: «Давайте еще раз. 22 мая. С 14:00 до 14:40. Выступление 30 минут и 10–15 минут на вопросы, если будут».*

*Опасные месяцы – июнь и июль: их легко перепутать. Я путал, организаторы путали, и не раз. Слышу их – перепроверю дважды и в переписке пишу так: 12 июНЯ или 13 июЛЯ.*

*Опасно принимать задачу по подготовке презентации в пятницу. Босс: «Жду к понедельнику». Вопрос – к какому? К ближайшему (через уикенд)*

*или у вас будет полная рабочая неделя на подготовку? Я пару раз на это попался.*

## БЕЗ ДЕДЛАЙНОВ

Не откладывайте слайдинг на последний момент. То, что до выступления/презентации неделя или месяц, не должно вас расслаблять – надо все спланировать и браться сразу.



*Исключение, если приближающиеся дедлайны вас мотивируют, если вы сможете собраться в последний момент и все классно сделать с нуля, собрать нужные слайды из уже имеющихся презентаций. Но таких людей, мотивируемых надвигающимся дедлайном, немного. Лучшие не рисковать.*

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

Работайте в последовательности, которую мы рекомендуем ниже, и не смешивайте этапы работ. Дорожка шагов здесь простая, как на картинке выше: цель → название → содержание/структура → тексты/контент → визуал → оформление → черновая версия → улучшения → финал/отправка/выступление.

Мы еще много будем говорить о важных моментах слайдинга, а сейчас общая картина и самые важные моменты (если мы еще раз их повторяем, то это говорит об их важности).

**1. Цель презентации.** Мы уже говорили о том, как важно понимать цель презентации и во время слайдинга постоянно держать ее в голове. Можете даже напечатать ее на первом слайде. Только не забудьте потом убрать. Хотя... можно иногда и оставить. Представьте себе, вы начинаете встречу с клиентами у них в офисе, и ваш первый слайд выводится на экран: «Цель презентации – не уйти без контракта». Как говорится, открыли карты, зашли с козырей.

**2. Название.** Теперь придумайте название. Пусть оно пока будет черновым, «рабочим», версией 1.0 – но важно, чтобы оно появилось («как яхту назовете, так она и поплывет»).

Пример. Название «22 главных итога 2022 года» сделает работу над слайдами гораздо осмысленнее, чем если бы презентация называлась просто «Итоги года». Сразу появляется идея, как работать над слайдами.

Название презентации «Коммерческое предложение – лучшее по всем пунктам» сильно лучше, чем «Наше коммерческое предложение». В первом случае нужно просто уточнить, о каких пунктах речь, – и вуаля!

Название «Слайдхакинг. Не слайдфакинг» уже задает и тон, и идею подачи материала – и отлично продает содержание.

**3. Содержание/структура.** Широкими мазками пропишите основные моменты выступления. Хорошо, если это будет уже понятная слушателям логика (все, что нам уже знакомо, мы принимаем легче и быстрее).

Например, анализ – выводы – рекомендации.

Или: продукт – цена – каналы продаж – ценообразование – команда (модель 5р).

Или: аудит – планирование – исполнение – контроль.

4. **Тексты/контент.** Открываем слайд за слайдом и добавляем в них смысловую нагрузку – иногда достаточно заголовка, ключевого слова/фразы/числа или изображения, чтобы было понятно, что будет на этом слайде.

Например: заголовок «3 главных вывода». Или фото кол-центра на весь слайд. Или в центре слайда фраза «ROI 148 %!». Вы уже поймете, что нужно будет добавить/дописать, чтобы завершить его.

Потом, итерация за итерацией, улучшаем содержание каждого слайда.

5. **Визуал.** Смотрим, как сделать так, чтобы не только контекст, но и визуал был классным. Цвета, шрифты, фотографии, иконки... Обо всем этом мы еще поговорим, и не раз.

6. **Оформление.** Делаем на этом этапе красиво и логично: нумерация, анимация, выравнивание, исправляем ошибки.

7. **Черновая версия.** Даем ей отлежаться – и со свежей головой сами или с помощью других улучшаем ее.

8. **Финальная версия.** Ее можно отправлять или выступать с ней.

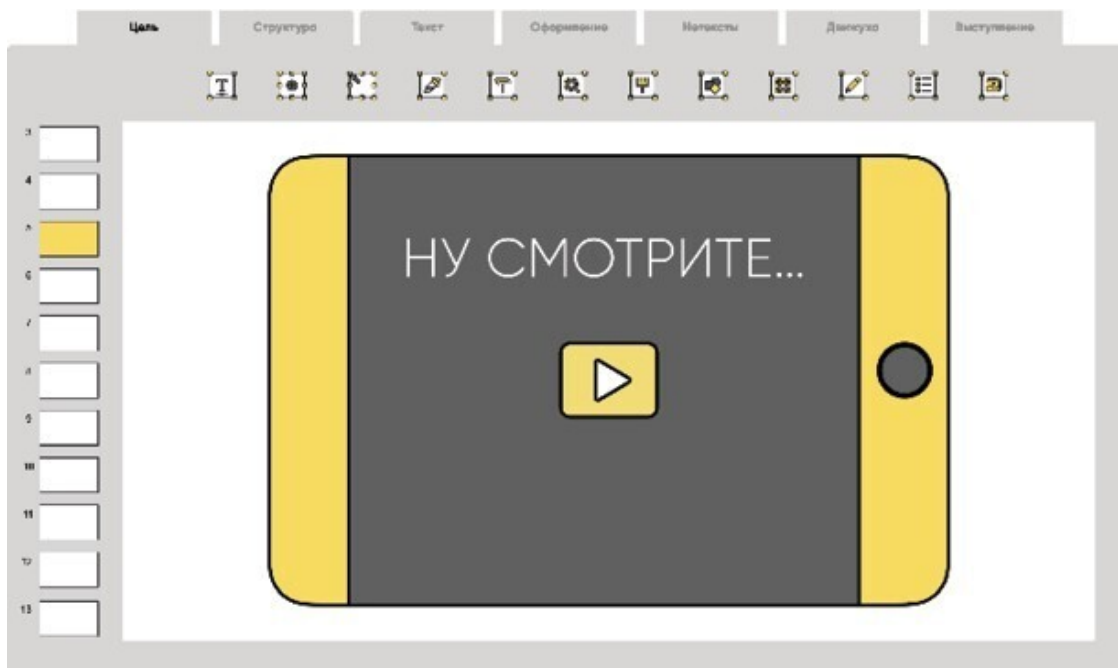
И мы все успели.

Сколько времени уйдет на каждый этап? Сказать сложно, все очень индивидуально. Но примите еще один совет: лучше заложить резерв времени.



**Хорошие презентации делаются не в спешке – и к нужному времени. Успевайте.**

## 5. «Пришлите, мы посмотрим. Потом поговорим»



Заполучить живую встречу с нужным человеком (менеджером, руководителем, собственником) сегодня ой как непросто. Даже если вам удалось поговорить с ним по телефону, то, скорее всего, вас попросят прислать презентацию. А уже посмотрев ее, решат, нужна ли будет встреча.

Предлагаем алгоритм создания слайдов для таких ситуаций – мы называем их «слайды с озвучкой». Это слайды, которые вы комментируете сами или просите это сделать коллегу с самым приятным голосом в компании. Вот как они делаются.

### ШАГ 1. СДЕЛАЙТЕ СЛАЙДЫ

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.