

# PŘESVĚDČIVÁ PREZENTACE

## Špičkové rady, tipy a příklady

2., aktualizované a doplněné vydání

# M



**Olga  
Medlíková**

- kompetence a image úspěšného prezentátora
- jak pracovat s atmosférou prezentace
- tipy a cvičení pro individuální trénink

## Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

*Používání elektronické verze knihy je umožněno jen osobě, která ji legálně nabyla a jen pro její osobní a vnitřní potřeby v rozsahu stanoveném autorským zákonem. Elektronická kniha je datový soubor, který lze užívat pouze v takové formě, v jaké jej lze stáhnout s portálu. Jakékoliv neoprávněné užití elektronické knihy nebo její části, spočívající např. v kopírování, úpravách, prodeji, pronajímání, půjčování, sdělování veřejnosti nebo jakémkoliv druhu obchodování nebo neobchodního šíření je zakázáno! Zejména je zakázána jakákoliv konverze datového souboru nebo extrakce části nebo celého textu, umístování textu na servery, ze kterých je možno tento soubor dále stahovat, přitom není rozhodující, kdo takovéto sdílení umožnil. Je zakázáno sdělování údajů o uživatelském účtu jiným osobám, zasahování do technických prostředků, které chrání elektronickou knihu, případně omezují rozsah jejího užití. Uživatel také není oprávněn jakkoliv testovat, zkoušet či obcházet technické zabezpečení elektronické knihy.*





Copyright © Grada Publishing, a.s.

**PaedDr. Olga Medlíková**

**Přesvědčivá prezentace  
Špičkové rady, tipy a příklady  
2., aktualizované a doplněné vydání**

Vydala Grada Publishing, a.s.  
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7  
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400  
www.grada.cz  
jako svou 4125. publikaci

Odpovědné redaktorky PhDr. Helena Krischke, Bc. Kamila Nováková  
Sazba PhDr. Helena Krischke  
Technická příprava druhého vydání Eva Hradiláková  
Počet stran 144  
Druhé vydání, Praha 2010  
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2010  
Cover Photo © fotobanka allphoto

ISBN 978-80-247-3455-2 (tištěná verze)  
ISBN 978-80-247-6846-5 (elektronická verze ve formátu PDF) © Grada Publishing, a.s. 2011

*Upozornění: Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí  
být reprodukována a používána v elektronické podobě, kopírována  
a nahrávána bez předchozího písemného souhlasu nakladatele.*

---

# Obsah

<b>O autorce</b> .....	7
<b>Předmluva</b> .....	9
<b>1. Prezentace neboli oslovení</b> .....	11
1.1 Prezentace aneb Co to je, jak se to chová a čím to krmit? .....	12
1.2 Prezentátor je osoba způsobilá aneb Umím, umíš, umíme!? .....	13
1.3 Větvě prezentačního stromu aneb Prezentace na různý způsob .....	14
1.4 Pan Příprava a Madam Improvizace aneb Jsme v tom oba společně! .....	16
1.5 Ingredience v prezentační omáčce aneb Jaké je dnešní menu? .....	19
1.6 Kdo jsi, můj posluchači, aneb Pozor, zaměřit! .....	20
1.7 Jak zajistit dobrý dojem aneb Atmosféra prezentace .....	23
<b>2. Produktová prezentace čili předkládám</b> .....	27
2.1 Filozofie nabídky aneb Chcete mě? .....	28
2.2 Fakta nebo tvrzení aneb Jak být věrohodným mluvčím .....	30
2.3 Zachovej řád aneb Profesionál hovoří strukturovaně! .....	32
2.4 Jak správně argumentovat aneb Logika a emoce ve správných dávkách! ..	36
2.5 Námitky jsou vítány aneb Působ vhodných odpovědí .....	40
<b>3. Motivační prezentace čili přesvědčuji</b> .....	45
3.1 Je libo kouzlo osobnosti aneb Chci se vám líbit! .....	46
3.2 Správně mluvit ke správnému posluchači aneb Zaujměte ucho cílového klienta! .....	50
3.3 Slovní kouzla a kouzla se slovy aneb Neotřelé jazykové prostředky! .....	56
3.4 Prezentační udičky aneb Desatero receptů pro úspěšnější prezentace! ....	60
3.5 Drobné prezentační technické figle aneb Ulehčete si život! .....	63
3.6 Občasný trapas nikoho nezabije aneb Best practice, když se dějí věci! ...	65
3.7 Sexy prezentace aneb Mobilizátory kontra Uspávadla .....	70
<b>4. Reportovací prezentace čili informuji</b> .....	75
4.1 Obtížná role informací aneb Říkejte mi jenom to podstatné! .....	76
4.2 Reporting je v módě aneb Pozor, zkracování! .....	81
4.3 Pošlu to e-mailem aneb Písemnosti nás prezentují! .....	85

---

<b>5. Netřeba se trémy bát</b> .....	<b>89</b>
5.1 Překážky jako motor vývoje aneb Jak se tu doplňuje palivo?! .....	90
5.2 Prokazatelné výhody trémy aneb Jen ho nechte, ať se bojí! .....	92
5.3 Jsem trémista, ale zvládám to aneb Manuál zásahových technik! .....	93
5.4 „Vydržím jakékoliv zacházení“ aneb Obtížní posluchači v praxi! .....	98
<b>6. Něco filozofie nejen prezentační</b> .....	<b>105</b>
6.1 Zrcadlo, řekni, jaký jsem byl, aneb Chci váš feedback! .....	106
6.2 Trojí role prezentujícího aneb Mám na vás vliv?! .....	108
6.3 Prezentace a moc aneb Dají se hodnoty trénovat? .....	109
<b>7. Vyberte si vzoreček!</b> .....	<b>113</b>
7.1 Úvod vystoupení .....	114
7.2 Závěr vystoupení .....	114
7.3 Gratulace .....	115
7.4 Poděkování .....	116
7.5 Přípitek .....	116
7.6 Otevření výstavy .....	117
7.7 Předání slova .....	118
7.8 Poděkování řečníkovi .....	118
7.9 Krátký projev – prezentace firmy .....	119
7.10 Předání ceny .....	120
7.11 Přijetí ceny .....	121
<b>8. Rady dědy Prezenta</b> .....	<b>125</b>
<b>9. Malý test společenské obratnosti</b> .....	<b>129</b>
<b>Závěr</b> .....	<b>133</b>
<b>Přílohy</b> .....	<b>134</b>
Příloha 1: Příprava prezentace .....	134
Příloha 2: Scénář prezentace .....	135
Příloha 3: Evaluační list prezentace .....	136
Příloha 4: Evaluační list diskuse .....	137
Příloha 5: Základní složky řeči a jejich trénink .....	138
Příloha 6: Rozcvičovač a jazykolamy známé i neznámé .....	140
<b>Vysvětlivky</b> .....	<b>141</b>
<b>Doporučená literatura</b> .....	<b>143</b>

# O autorce

## **PaedDr. Olga Medlíková**

Od roku 1996 pracuje jako soukromá lektorka, konzultantka a moderátorka.

Vystudovala Pedagogickou fakultu v Ústí nad Labem a absolvovala výcviky komunikace a stres managementu, kurzy dramatické výchovy, trénink školitelů, kurzy facilitace a mediace atd.

Specializuje se na trénink mluvčích, komunikaci, argumentaci, rétoriku a společenský protokol. Externě přednáší na Masarykově ústavu vyšších studií při ČVUT Praha v rámci programu MBA. Zaměřuje se na výcvik managementu, pracuje pro firmy i na projektech v oblasti neziskové sféry a státní správy.

Je autorkou knih zabývajících se komunikací a veřejným vystupováním, přispívá do řady časopisů a periodik. Bližší informace o autorce najdete na [www.satnik.net](http://www.satnik.net).







# Předmluva

**K**niha *Přesvědčivá prezentace* vznikla s cílem podívat se blíže na některé specifické aspekty umění prezentace. Zaměřila jsem se zejména na ty, které se v jiných publikacích k tomuto tématu vyskytují málo nebo zcela chybí – např. na mobilizátory pozornosti, práci se slovem nebo prezentační etiku.

V názvech kapitol a Radách dědy Prezenta používám určitou nadsázku. Snad to mé čtenáře trochu pobaví a i díky tomu ponесou tyto informace lépe v paměti.

Dobrá prezentace je dovednost. Není to nic vrozeného. Dá se učit a naučit, co a jak má člověk udělat, aby uhodil na tu správnou strunu a probudil zájem v posluchači či divákovi.

Jako prezentátoři jsme především rozdílní. Neexistuje univerzální recept na to, jak má vypadat dokonalá prezentace. Naštěstí. Přišli bychom o možnost hledat a objevovat další a další prezentační novinky a tipy, přístupy a variace, techniky a taktiky, mobilizátory a motivátory.

Aristotelés ve své *Rétorice* napsal, že mistrovský projev má na zřeteli pět důležitých prvků:

- invenci,
- organizaci,
- styl,
- zapamatování,
- přednes.

*(Aristotelés, Rétorika: Pět prvků klasické rétoriky)*

Cílem *Přesvědčivé prezentace* je rozvíjet všechny uvedené prvky a poskytnout čtenáři uživatelsky pohodlné návody, jak to co nejlépe udělat. Jak být zajímavým, strukturovaným, přitažlivým mluvčím, jehož náměty se dobře pamatují a který se výborně poslouchá.

Umět podat informace s lehkým elegantním zabarvením prozrazuje ruku mistra. A to zvláště tam, kde nejde pouze o suchý výčet faktů, ale zejména o zaujetí posluchače, upoutání jeho pozornosti, odlišení se – v tom nejlepším slova smyslu o *jinakost*.

Proto ve své publikaci věnuji značný prostor receptům, tipům, příkladům dobré praxe a jiným osvědčeným i nevšedním „odlišovačům“, aby si každý čtenář našel něco, co právě jeho osloví, co zrovna on může s úspěchem využít.

Diferenciace vzbuzuje zájem.  
Zájem zvyšuje motivaci.  
Motivace zajišťuje výkon.  
Výkon přináší výsledek.  
Neboli – chcete-li výsledek, buďte jiní. I v prezentaci.

Zákon účinku říká: „V průběhu mnoha opakování, pokusů a omylů se zvyšuje četnost těch, které mají pozitivní důsledky či účinky.“ Proto vám přeji mnoho opakování, pokusy, ale i omyly, protože bez nich by vaše cesta ztratila svou kořeněnou příchuť.

Ze všeho nejvíc vám ale přeji úspěch. Radost a potěšení z toho, že prezentujete, že smíte oslovovat druhé lidi, že umíte zažehnout ohníčky pobavení a zájmu v jejich očích.

Berte prosím tuto knihu jako svého druhu RODOKAPS – román do kapsy, pomocníka, kterého si vezmete k ruce, až se vydáte na cestu zvanou PREZENTACE.

Hodně zdaru!



# Prezentace neboli oslovení

- 
- Prezentace aneb Co to je, jak se to chová a čím to krmit?
  - Prezentátor je osoba způsobilá aneb Umím, umíš, umíme!?
  - Větve prezentačního stromu aneb Prezentace na různý způsob
  - Pan Příprava a Madam Improvizace aneb Jsme v tom oba společně!
  - Ingredience v prezentační omáčce aneb Jaké je dnešní menu?
  - Kdo jsi, můj posluchači, aneb Pozor, zaměřit!
-

## > 1.1 Prezentace aneb Co to je, jak se to chová a čím to krmit?

*„Cítíte-li, že vám mluvení nejde, můžete to změnit.  
Cítíte-li, že jste v mluvení dobří, můžete být lepší.“*

Larry King

Co znamená prezentovat? Prezentace je příležitost posluchači **předložit, ukázat, projevit** návrhy, myšlenky a stanoviska neboli prezentace = cílený a účinný přenos informací.

**Jak** prezentovat? Slovně i vizuálně, s papírem nebo s high-tech prostředky, sami nebo v tandemu, skromně nebo v dramatické show – podle diváků, záměru a cíle.

**Čím to krmit** neboli proč prezentovat? Proč se vůbec lidé scházejí, aby si poslechli informace, když ty se přece dají tak pohodlně poslat e-mailem?!

Lidé jdou za lidmi. A to je přidaná hodnota prezentace. Nejen informace, data, podklady, ale i zážitek, kontakt, střetání názorů – mezilidská komunikace. Člověk – mluvčí – dává datům lidský rozměr, dodává barvu, vůni a chuť informacím. Duch prezentace je spojen s člověkem – mluvčím a lidmi – posluchači. Toto vzájemné oslovení je smyslem prezentace.



*Zapamatujte si!*

### **Předpoklady úspěšné prezentace**

**Cíle** – prezentující je zná a naplňuje.

**Scénář** – řeší rozvržení datové části a diskusních vstupů, timing jednotlivých témat, pomůcky prezentátora, kombinaci informačních a zábavných prvků.

**Uživatelské pohodlí posluchačů** – prezentující před, při i po prezentaci sleduje, zda posluchači mají vše, co potřebují, pro práci, věcné porozumění i osobní pohodlí.

**Interaktivní prostředí** – prezentující poskytuje možnost zapojení pro účastníky prezentace, reaguje na jejich dotazy a připomínky, nechává je vstupovat do dění a zároveň je schopen bránit proces prezentace proti narušení.

**Jasně výstupy** – prezentace má srozumitelný výstup, který je k dispozici všem posluchačům.

 **Zapamatujte si!**

Nejde neprezentovat, jako nejde nekomunikovat!

## > 1.2 Prezentátor je osoba způsobilá aneb Umím, umíš, umíme!?

*„Dobré věci mají smysl, když proniknou do vůle a stanou se součástí zvyků.“*

V současné době se hodně pracuje s kompetencemi – v oblasti managementu, personalistiky, andragogiky, na úrovni různých pracovních pozic. I v prezentaci jde o kompetence. Slovo kompetence je v této knize vykládáno jako způsobilost.

Posuďte sami, do jaké míry jste způsobilí prezentátoři, kde máte silné a slabé stránky, na které kompetenci je třeba zapracovat. V dalších kapitolách budeme společně uvažovat o tom, jak které kompetence rozvíjet a posilovat. V následující tabulce si zaškrtněte, jak vysoko jsou vaše prezentační kompetence.

Kompetence	Hodnocení
Stanovení záměru a cíle prezentace	7 6 5 4 3 2 1
Definování priorit	7 6 5 4 3 2 1
Schopnost zaujmout	7 6 5 4 3 2 1
Strukturované sdělování	7 6 5 4 3 2 1
Kreativita, inovativnost	7 6 5 4 3 2 1
Adaptace na prostředí	7 6 5 4 3 2 1
Empatie	7 6 5 4 3 2 1
Odolnost proti stresu	7 6 5 4 3 2 1
Reakce na námitky	7 6 5 4 3 2 1
Improvizace	7 6 5 4 3 2 1
Otevřenost vůči novým podnětům	7 6 5 4 3 2 1
Schopnost řešit konflikty	7 6 5 4 3 2 1
Osobní rozvoj	7 6 5 4 3 2 1
Práce s otázkami	7 6 5 4 3 2 1
Schopnost evaluace	7 6 5 4 3 2 1
Respektování diverzity	7 6 5 4 3 2 1

1–3 nízká úroveň dovedností  
4–5 střední úroveň dovedností  
6–7 vysoká úroveň dovedností



## > 1.3 Větve prezentačního stromu aneb Presentace na různý způsob

Jako prezentátor i jako posluchač potkáte několik druhů prezentací. Každá má svůj smysl, cíl, záměr i výsledek a leckdy se i zajímavě prolínají. Není možné říci, že jedna z nich je lepší než jiná. Každá je vhodná k určitému účelu.

Prezentující si vybírá typ prezentace podle toho, čemu má prezentace sloužit. Jestli spíše účelům informačním nebo zda je hlavním záměrem navnadit publikum či předložit nabídku.

Následující řádky představují stručný přehled jednotlivých typů prezentací, jejich krátkou charakteristiku, zaměření a výhody i omezení. Podrobnější pohled na typy prezentací pak nabízejí následující kapitoly.

### Datová prezentace

Její prvořadým cílem je informovat, sdělit, poučit.

#### Příklad

##### Struktura datové prezentace

1. Význam tématu + zdůvodnění významu
2. Popis situace nebo procesu:   informační blok  
  informační blok  
  informační blok
3. Shrnutí hlavních výsledků
4. Závěr

**Použití:** report o stavu projektu, seznámení posluchačů s novými předpisy, zákony, normami, přednáška na dané téma.

**Výhody:** faktické, často rychlé a stručné shrnutí klíčových informací poskytne orientaci ve věci, buduje informační zázemí, ukazuje vás jako věci znalého člověka.

**Omezení:** malá motivace publika, chybí možnost diskuse, mizivá interaktivita, množství informací vede k paměťovým ztrátám, zapojení posluchačů omezené nebo žádné.

## Produktová prezentace

Jejím základním záměrem je zaujmout, navrhnout, vyřešit.

### Příklad

#### Struktura produktové prezentace

1. Téma nebo provokace (pozn.: provokace platí zejména, jde-li o prezentaci internímu publiku)
2. Užitky pro posluchače
3. Popis + argumenty
4. Příběh, zkušenost, reference...
5. Užitky + shrnutí klíčových návrhů + diskuse

**Použití:** obchodní nabídka – produktu, myšlenky, služby, návrh na změnu v rámci firmy, součást tréninkového semináře.

**Výhody:** pragmatické, řešitelské podání, vzbuzuje zájem, podporuje diskusi a zapojení účastníků.

**Omezení:** potřebuje zkušeného moderátora, který zvládne jak obsah, tak formu prezentace, umí pracovat s dynamikou skupiny, je třeba připravit bohaté materiály, protože při prezentaci řada informací není zmíněna.

## Motivační prezentace

Jejím klíčovým smyslem je nabudit, zaujmout, navrhnout, nasměrovat myšlení.

### Příklad

#### Struktura motivační prezentace

1. Provokace
2. Fakta + tvrzení
3. Příběh
4. Návrhy
5. Apel nebo poselství



**Použití:** návrh strategické změny, součást motivačního setkání managementu a zaměstnanců firmy, součást road-show nebo workshopu.

**Výhody:** motivační, otevírá kontakt, vzbuzuje zájem, podporuje nadšení, zapojení účastníků, využívá interaktivitu a kreativitu lidí, baví, je dobře zapamatovatelná.

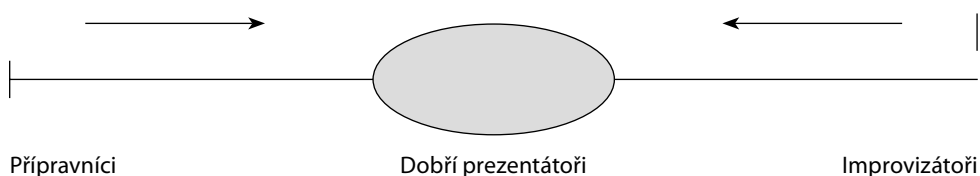
**Omezení:** slouží k výjimečným příležitostem, příliš „nevoní“ faktickým typům lidí, občas vytváří dojem malé věrohodnosti nebo přehnané show, je třeba ji doplnit informativními prvky a bohatými materiály, vyžaduje moderátora, který se nebojí dramatických situací.

## > 1.4 Pan Příprava a Madam Improvizace aneb Jsme v tom oba společně!

*„Náhoda přeje připraveným!“*

Mluvcí, prezentátoři, rétoři a vůbec lidé veřejně vystupující se mohou nalézt na této ose. Každý z nich má svůj styl, který vychází z osobnostního založení člověka. Někdo preferuje podrobnou přípravu, jiný více improvizuje a cítí se dobře, když jedná podle situace.

Opět ani zde nelze říci, že jeden styl je špatný, druhý naopak správný. Vycházejte vždy z vlastní osobnosti, z toho, co vám dovolí a kam vás pustí.



*Obr. 1.1 Prezentační pozice*

Jestliže jste typ přípravný, nenechte se rozčlít řečmi improvizátorů, že si jenom připraví několik snímků a pak už to tam (míněno před posluchači) v pohodě zvládnou.

Hodně promyšlená a dlouho připravovaná prezentace více sedí lidem spíše introvertním nebo těm, kteří si potřebují věci zažít, dostat informace „pod kůži“, aby se cítili před publikem klidněji. Důležitá je pro ně spolehlivost informací, serióznost prezentace, jistota i v detailu. Potřebují si rozmyslet formu i obsah, bedlivě hlídají strukturu, jejich prezentace bývá faktičtěji zaměřená.



Pokud jste typ spíše improvizáčnÍ, nenechte se spoutat přístupem přípravnÍků a jejich potřebou mít vše promyšlené a podchycené do detailu – vás by to naopak brzdilo, bralo by vám to energii a pro vás typickou jiskru.

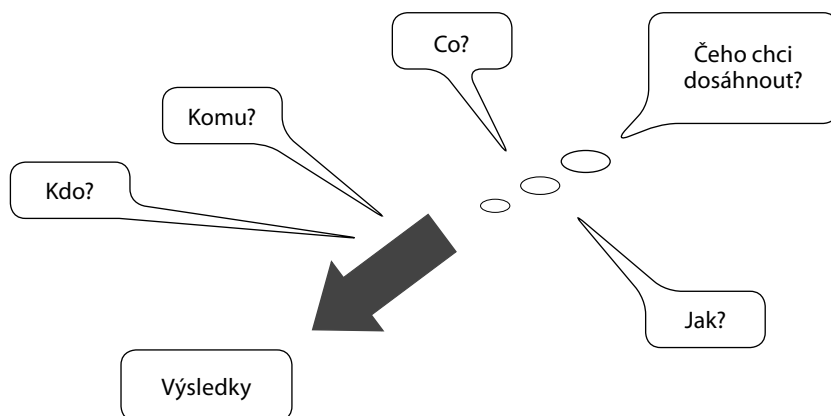
Improvizovanou prezentaci vesměš dobře zvládají extroverti – a ještě si to užijí! Sedí lidem s vysokým stupněm kreativity, pohotovým, komunikačně zdatným a s rychlým osobním tempem (pozor – nepleťte si osobní tempo se stupněm IQ, to jsou různé věci!). Pro lidi improvizace je charakteristická barvitost prezentace, nevšední podání, zajímavé nástroje a triky a vyšší emotivita v celkovém vyznění prezentace.

Co je optimální? Středová pozice, z každého kousek. V přípravné fázi prezentace vytvořit dobrý scénář, který ale ponechává místo pro otázky z publika a počítá s nečekanými zvraty. Mít k dispozici zdroje, ze kterých jste vycházeli, moci je nabídnout k porovnání.

V realizační fázi prezentace neutíkat od dotazů, používat konfrontaci názorů jako svůj tréninkový trenažer, všimát si reakcí publika a rovnou s nimi pracovat. Takže např. vedle toho, že prezentujete, sledujete, zda lidé dobře vidí na plátno, zda jim nesvítí do očí slunce, zda už nejsou unavení, zda se chtějí u něčeho zdržet déle...

V evaluační fázi prezentace vyhodnotit svou prezentaci, uvědomit si, co příště udělat jinak, ideálně zaznamenat si, na kterou prezentační chybu se zaměříte.

Dobrou pomůckou pro tvorbu prezentace představuje známé Laswellovo pravidlo řešící nutné prvky prezentace.



Obr. 1.2 Laswellovo pravidlo

V rámci přípravy by si prezentátor měl vždy položit následující otázky:

**1. Jaký je cíl, záměr celé akce?**

Informovat, prodat myšlenku, představit se, uvést nového člověka, zaujmout lidi pro změnu...

**2. Co je hlavní myšlenkou projevu, prezentace?**

Poselství, obrázek s komentářem, citát aplikovaný na firemní situaci, komentář k finančním datům, sdělení od klienta doplněné analýzou, výstup z auditu...

**3. Jaký je klíčový přínos mé prezentace pro toto konkrétní publikum?**

Zisk, vědomí dopadu změny na konkrétní pracovní pozici, varování před rizikem, otevření nových příležitostí, přístup k jedinečným informacím...

**4. Čím budu jinačí než ostatní mluvčí?**

Oblečením a celkovým image, dramatickými prvky ve vystoupení, netypickým prostředím, které zvolím, hlubokou zkušeností danou dvacetiletou praxí...

**5. S čím chci, aby lidé odcházeli?**

S náměty k zamyšlení, s podepsanou objednávkou, s úkoly pro další setkání, s otevřenými náměty, které budou v týmu dopracovávat...

Mimochodem – v rámci přípravy také zvažte, jaké pomůcky budete potřebovat a co pomůže vám, abyste působili fundovaně. Těmito pomocníky mohou být jak prvky materiální povahy, tak vaši kolegové a partneři:

- podkladový materiál, manuály, složky,
- volné pracovní listy, testy, papírová data,
- moderační kartičky pro mluvčího,
- čtecí zařízení,
- běžná technika (dataprojektor, video...), spontánní média (flipchart, bílá tabule...), multimédia,
- ukázky produktů, prací, software...,
- literatura, noviny, časopisy, články...,
- servisní předměty (fixy, lepenka, post-it, kazety, ukazovátka...),
- speciálně upravený prostor,
- lidské zdroje (herecký soubor, zpěvák, spolumoderátoři, host programu...).