

McKinsey
& Company

Тренинг по презентациям от McKinsey

Февраль, 2021

CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY
Any use of this material without specific permission of McKinsey & Company
is strictly prohibited



Создание презентации – многостадийный процесс

Стадия	Результат стадии
1 Определение идеи и основной мысли	Главная мысль презентации понятна ее создателям, релевантна для целевой аудитории и четко сформулирована
	
2 Создание структуры повествования	Выбран способ повествования ("сверху-вниз"/"снизу-вверх") Выстроена аргументация, подкрепляющая главную мысль Определен порядок слайдов и заголовков каждого из них Заголовки слайдов читаются как единая логичная история
	
3 Выбор макета слайда	Для каждого слайда определен наилучший способ визуализации его основной мысли
	
4 Создание слайда	Все элементы гармонично распределены по пространству Слайд максимально прост и не содержит "шума" Используется минимально возможное количество цветов

1: Каждая презентация должна создаваться с четким пониманием ее цели, аудитории и основного сообщения

	Описание	
Цель презентации	<p>Более сильные презентации получаются, когда цель</p> <ul style="list-style-type: none">УбедитьПринять решение <hr/> <p>Более слабые презентации получаются, когда цель</p> <ul style="list-style-type: none">ПроинформироватьПоказать альтернативы	<p>Цель должна быть скоммуницирована аудитории в начале встречи</p> 
Аудитория	<p>Следует принимать во внимание</p> <ul style="list-style-type: none">Размер аудиторииИерархию аудиторииФункциональный состав <p>Будет ли презентация презентоваться устно или останется на бумаге</p>	
Основное сообщение	<p>Основное сообщение должно проистекать из цели презентации и аудитории, должно быть кратким, четким и аргументированным</p>	

2: Как бы выглядел документ?

Повторение пройденного



Каждая из коробок может стать отдельным слайдом в документе

2: Заголовки, призывающие к действию (Action titles)¹

Правила Action titles

Описание

**Заголовок –
не описание слайда,
а вывод**

Из одних и тех же данные даже в одном и том же представлении могут быть сделаны разные выводы

Слайд легче воспринимается, если аудитория заранее понимает, на что обращать внимание

Аудитория с дефицитом времени сможет не смотреть на слайды, а лишь прочитает заголовки

**Заголовки, читаемые подряд,
должны складываться
в историю**

Если этого не происходит, значит презентация плохо структурирована и скорее всего не будет восприниматься

Краткость

Краткость облегчает восприятие и дисциплинирует изложение

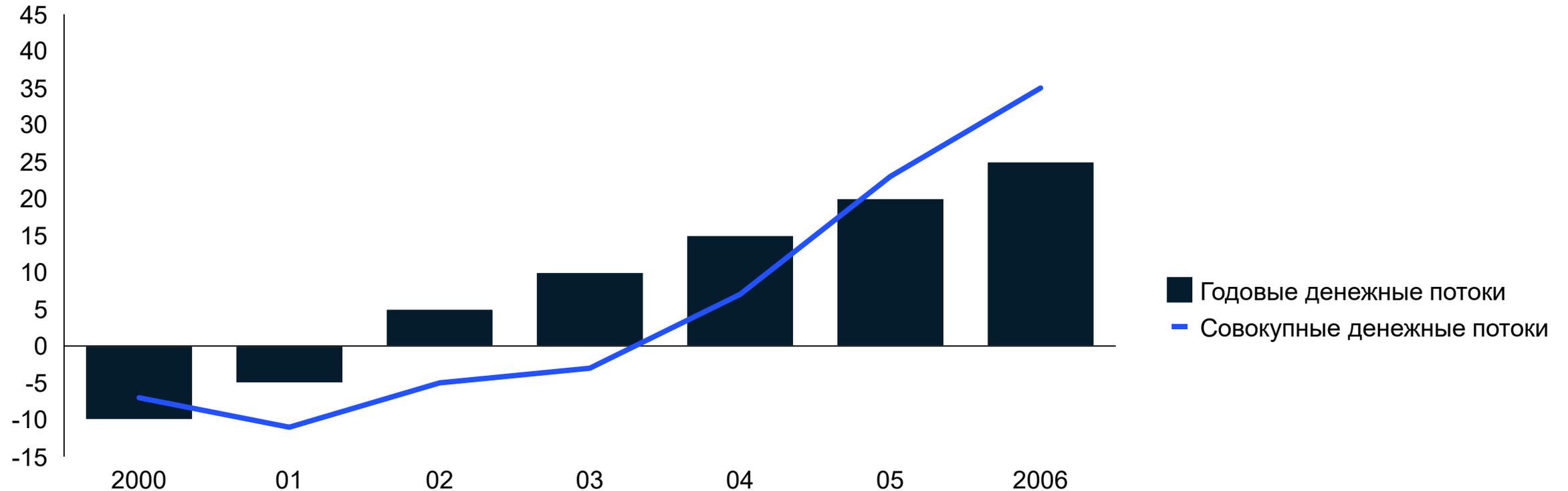
1. Этот заголовок не является Action title

2: Заголовок-описание vs. Action title

Денежные потоки компании станут положительными к 2003 г.

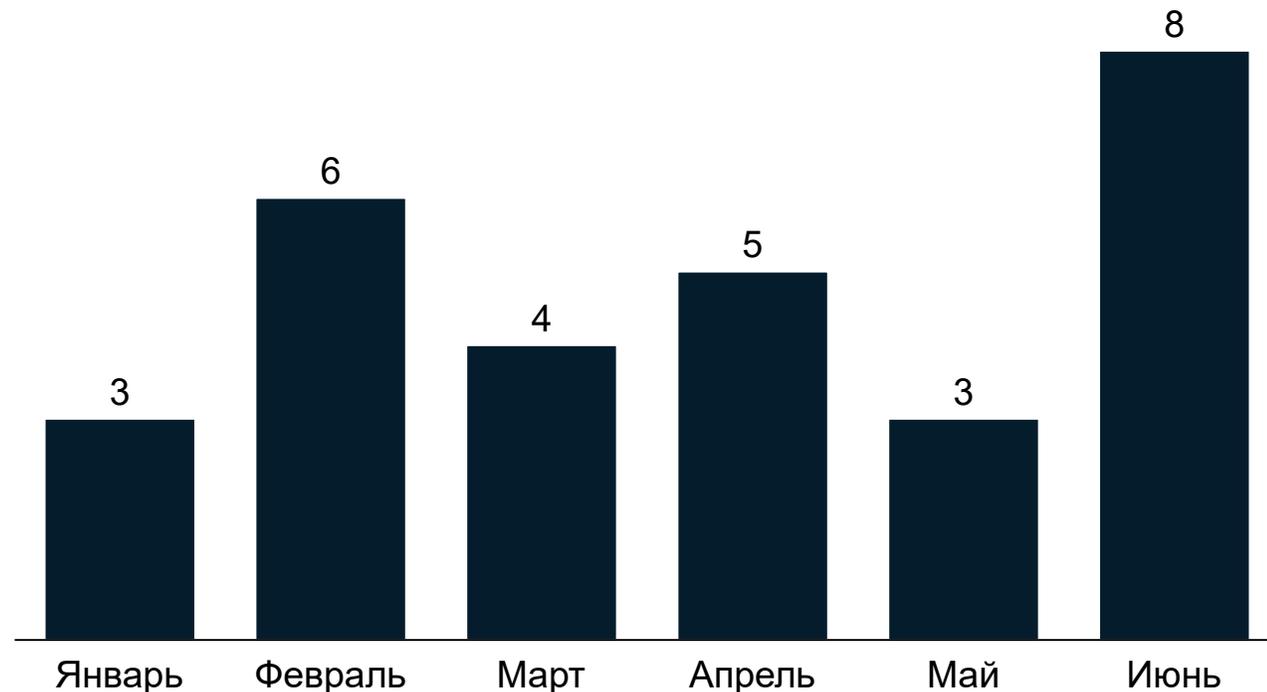
~~Денежные потоки новой компании: 2000-06 гг.~~

Млн долл. США



Упражнение: придумайте варианты Action title

Количество заявок на изменения в 1 полугодии 2017 г., шт.



Возможные варианты

"Количество заявок выросло"

"Количество заявок сильно колебалось"

"В июне количество заявок достигло максимума"

"В мае число заявок было минимальным"

"В двух из 6 месяцев количество заявок снижалось"

"В месяц приходило не менее трех заявок"

Простейший слайд может иметь несколько интерпретаций, поэтому хороший заголовок критически важен

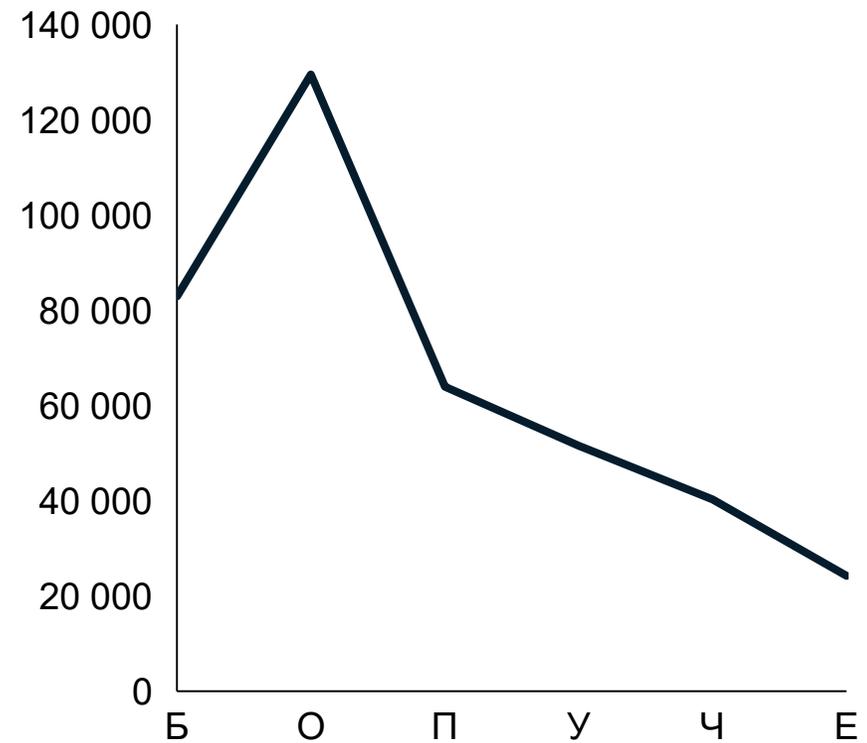
3: Как выглядит хороший слайд?

Ключевые характеристики

- 1** Одна идея на один слайд
- 2** Соответствие заголовка содержанию
- 3** 2-3 уровня информации
- 4** Простой и четкий формат
- 5** Минимальное количество данных, необходимых для поддержания вывода в заголовке

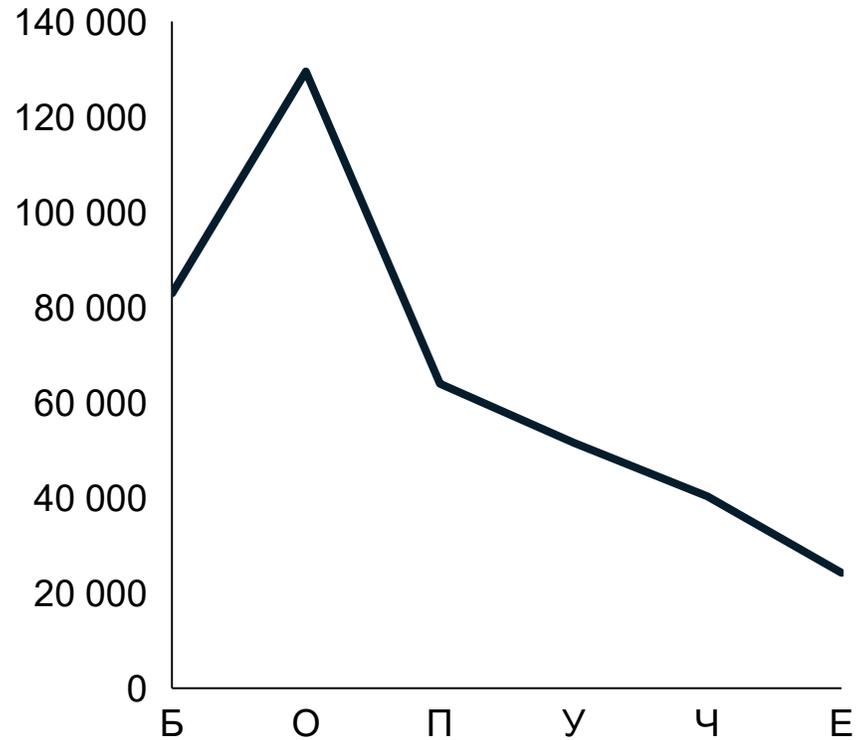
Упражнение: что не так со слайдом?

Бюджеты региональных отделений

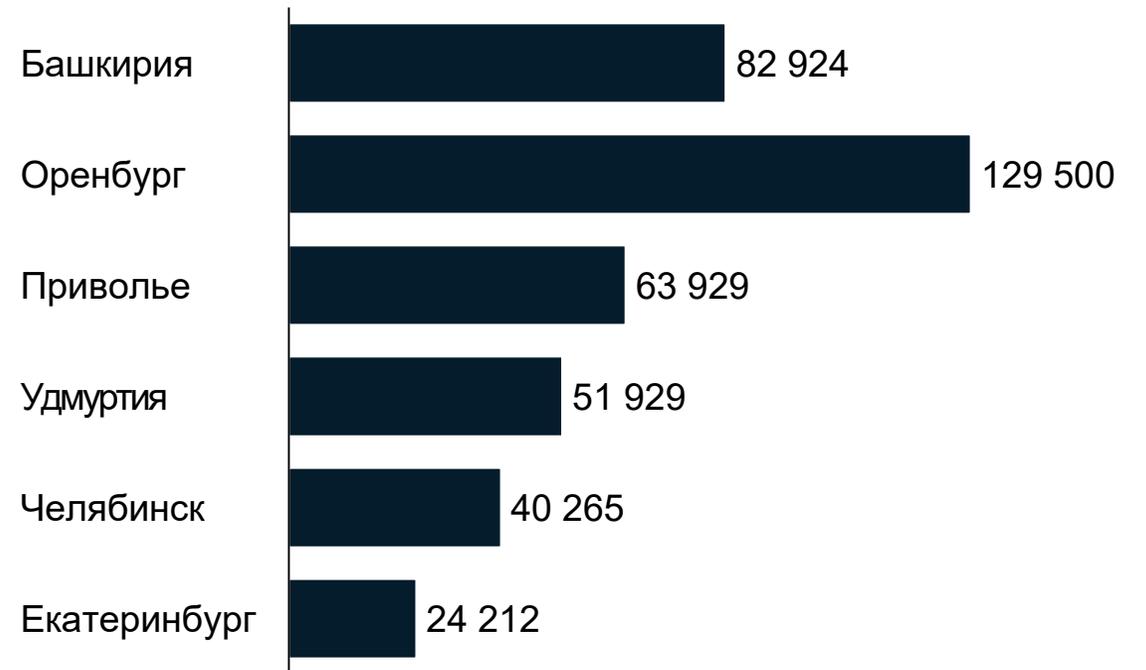


Упражнение: что не так со слайдом?

Бюджеты региональных отделений



Бюджеты региональных отделений

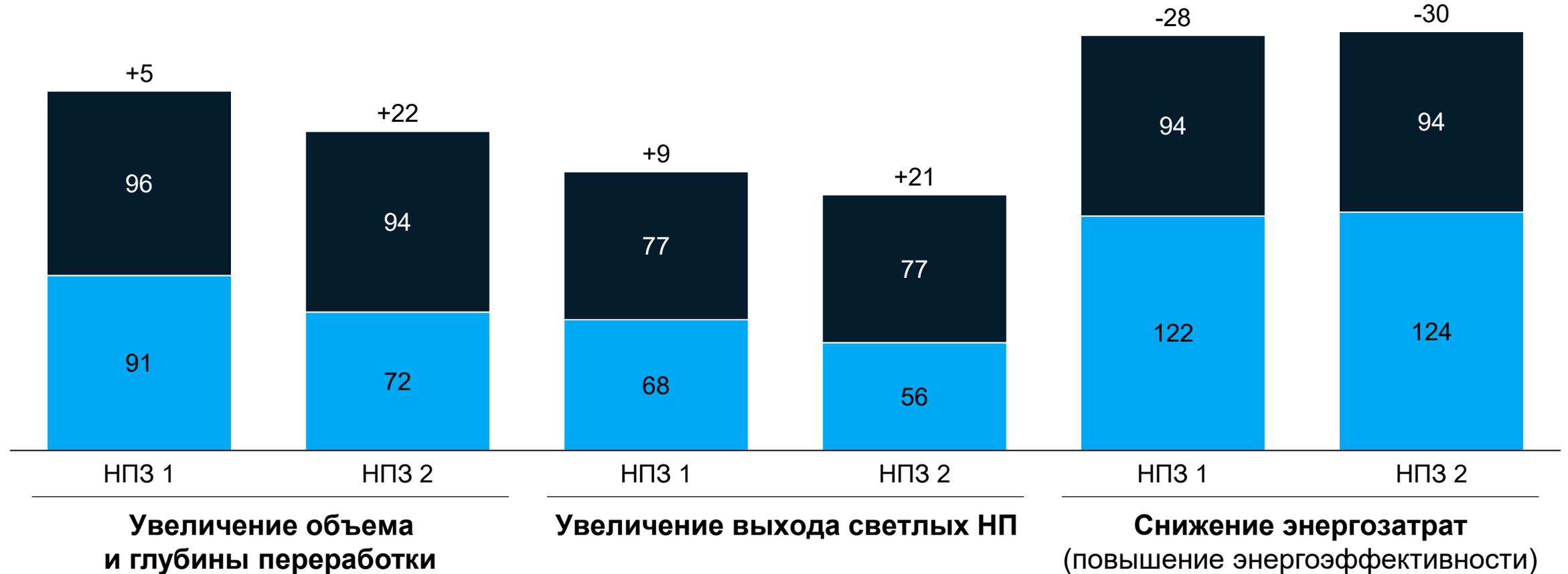


Линия обычно ассоциируется с временным рядом, ее нельзя использовать для сравнения элементов

Упражнение: что не так со слайдом?

■ 2025 г. ■ 2013 г.

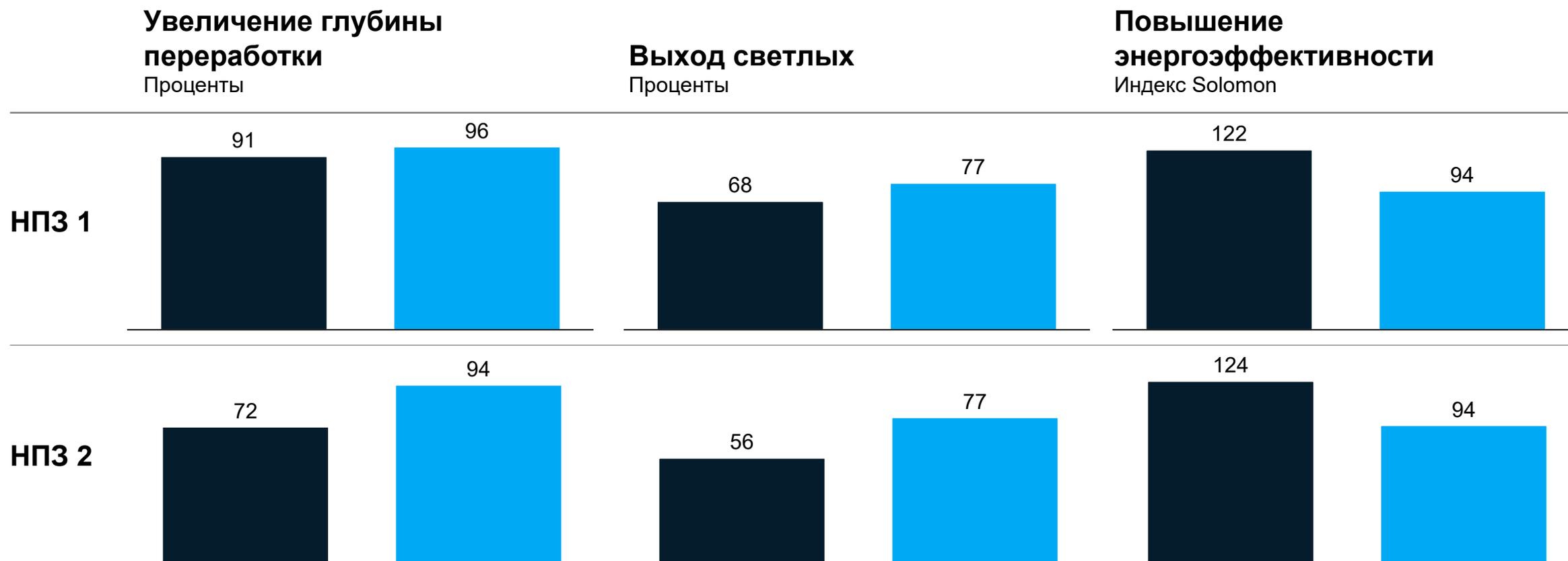
Целевые показатели Стратегии развития Компании до 2025 г., проценты



Упражнение: что не так со слайдом?

■ 2013 г. ■ 2025 г.

Целевые показатели Стратегии развития Компании до 2025 г.



Групповое упражнение: нарисуйте различные виды диаграмм по данным

Доля продаж компаний в январе, проценты

Компания А

Компания Б

Москва

13

39

Петербург

35

6

Самара

27

27

Новосибирск

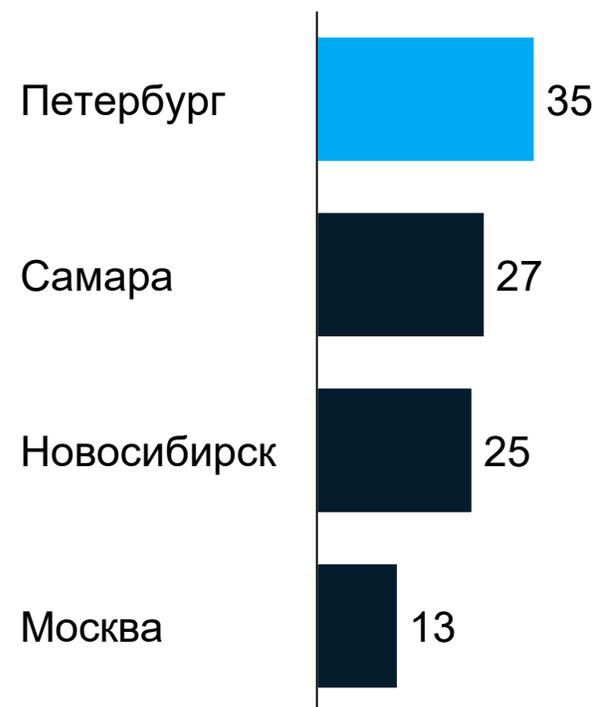
25

28

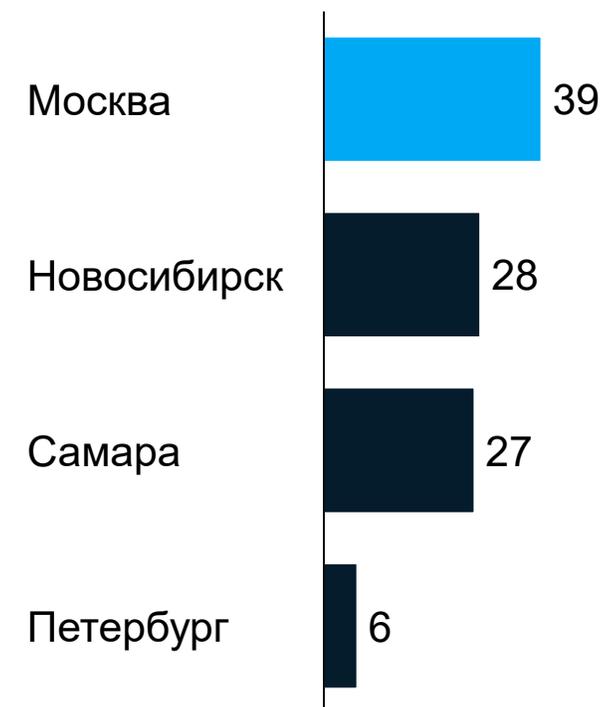
**Пример:
"Наибольшая доля
продаж компании А
приходится
на Петербург,
у компании Б –
на Москву"**

Доля продаж компаний в январе, проценты

Компания А



Компания Б



**Пример:
"Компания
лидируют там,
где позиции
конкурента слабы"**

Доля продаж компаний в январе, проценты

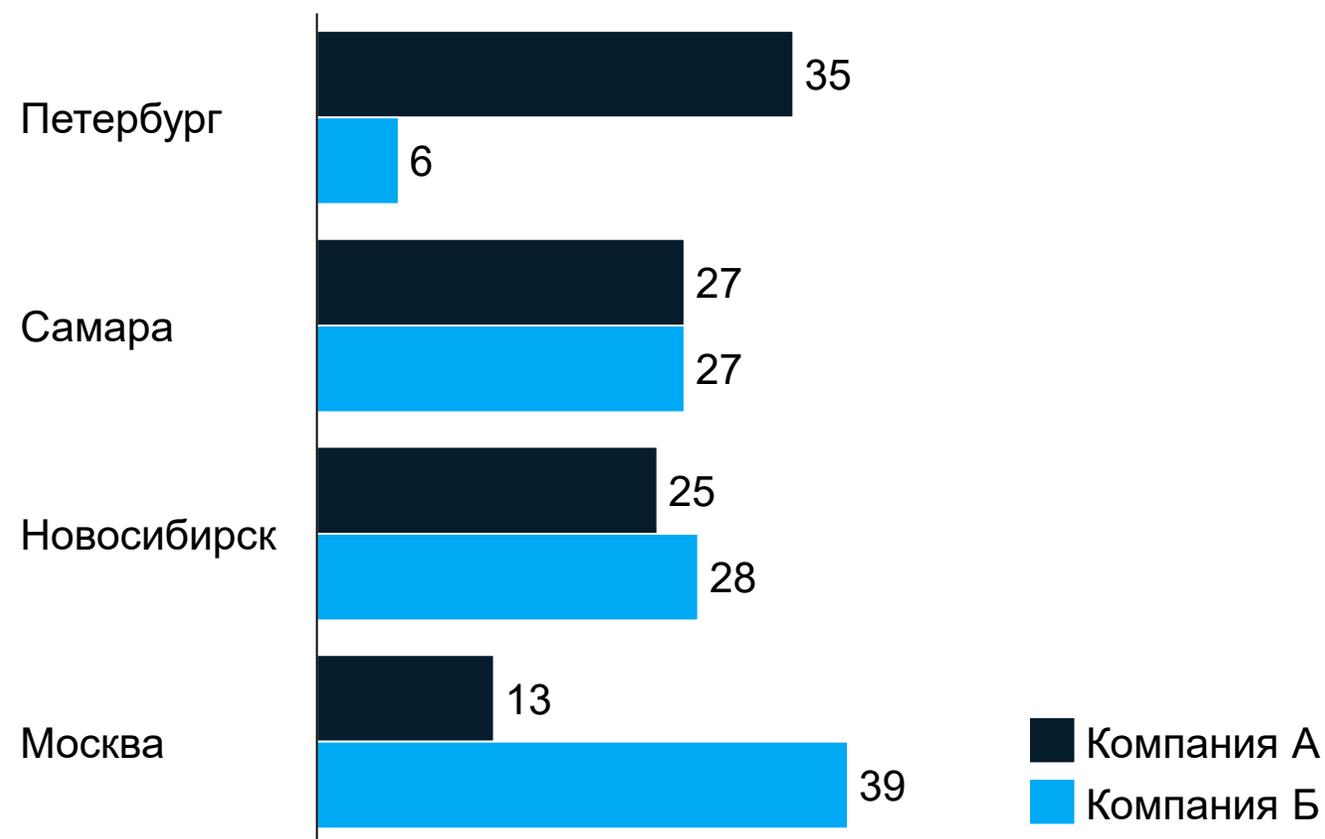
Компания А

Компания Б



**Пример:
"Компания А
с большим отрывом
лидирует в Петербурге
и с большим отрывом
проигрывает
в Москве"**

Доля продаж компаний в январе, проценты

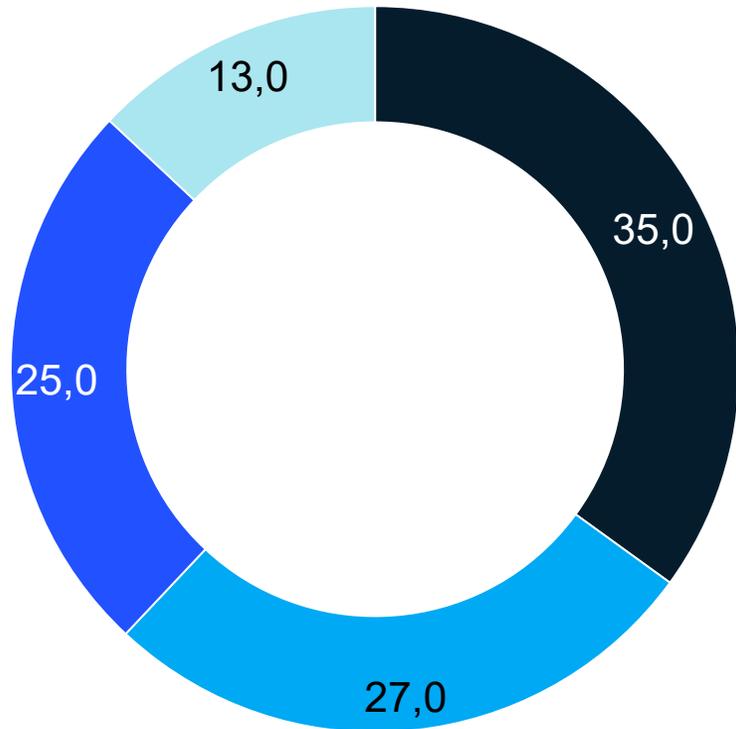


Пример: "Структура продаж у компаний А и Б отличается"

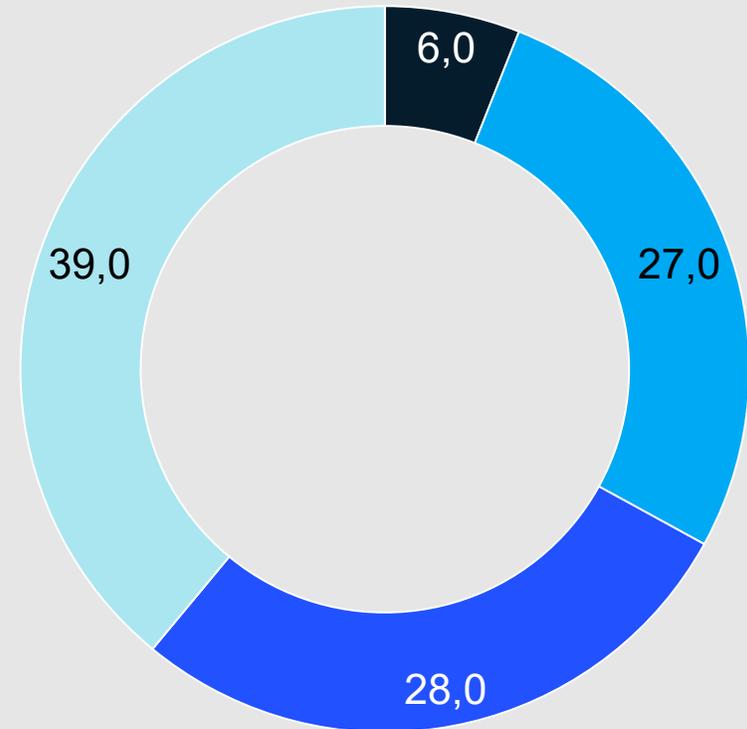
Доля продаж компаний в январе, проценты

■ Петербург ■ Самара ■ Новосибирск ■ Москва

Компания А



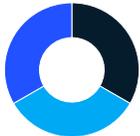
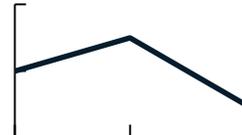
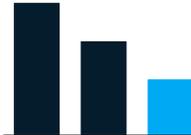
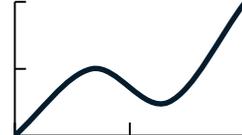
Компания Б



3: Визуализация: выбор типа диаграммы

6 видов диаграмм

5 видов сравнений

	Pie-chart	Bar-chart	Waterfall	Column-chart	Graph	Scatter
По элементам						
По объектам						
Во времени						
Распределение						
Корреляция						

Визуализация данных

Pie-chart vs Column-chart

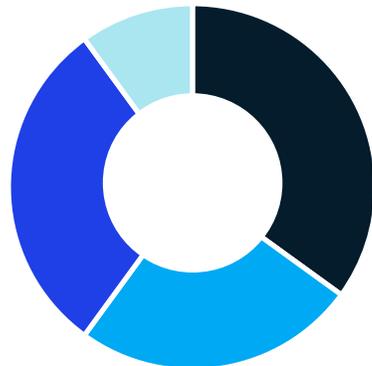
Pie-chart

Доли рынка

В 2015 г.



В 2016 г.

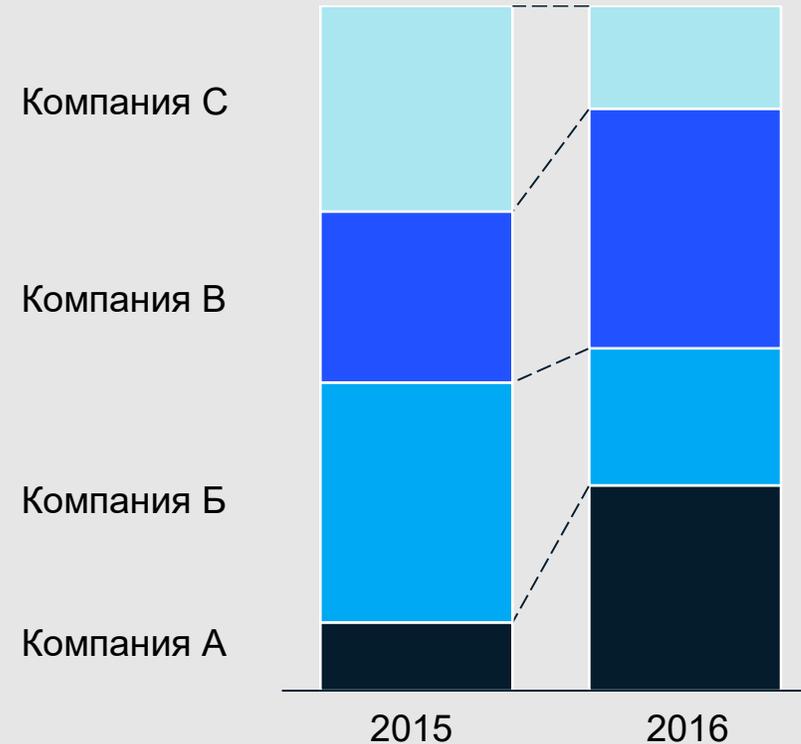


■ Компания А ■ Компания Б ■ Компания С ■ Компания Д

Сравнение через круговые диаграммы обычно менее прозрачно, чем через гистограммы

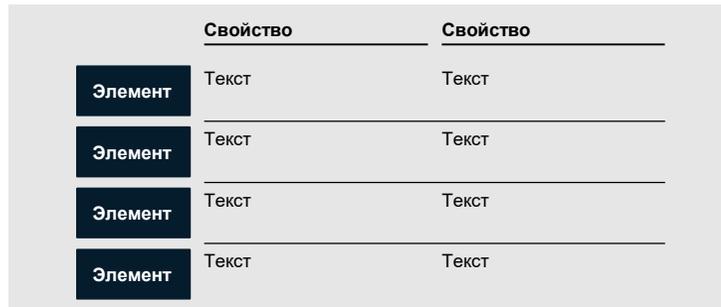
Column-chart

Доли рынка



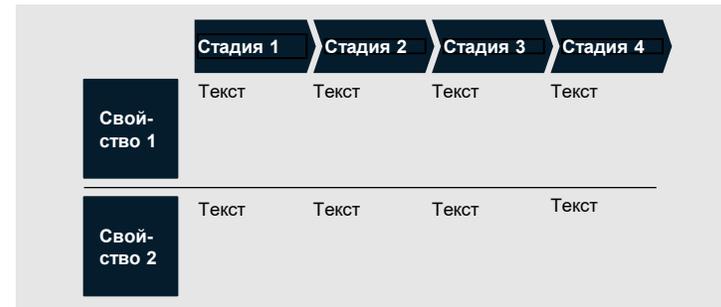
3: Шаблоны для концептуальных слайдов

Боксы



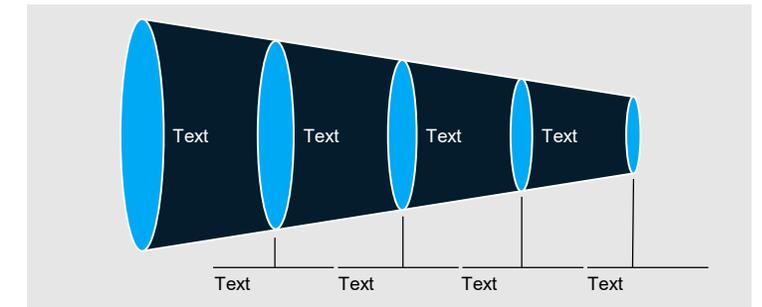
Направления работ, описание и ответственные

Флоу



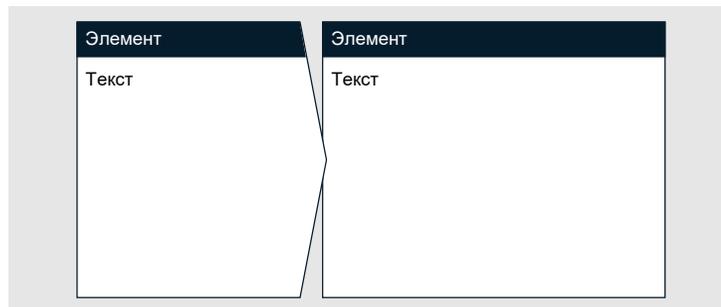
Процесс достижения целей на год

Фаннел



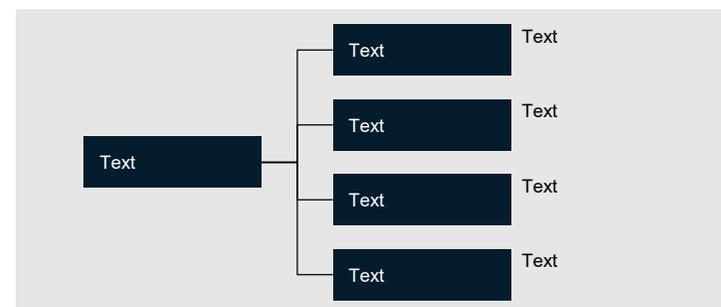
Конверсия из кандидатов в сотрудники

Причина-следствие



Обоснование темпа роста продаж

Дерево решений



Декомпозиция цели или проблемы

Горизонты



Описание этапов внедрения проекта

4: Дизайн слайда должен быть простым и аккуратным

Описание



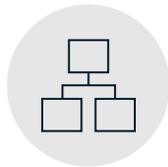
Минимизируйте визуальный шум

- Старайтесь не использовать более 4 цветов на одном слайде
- Используйте один тип и размер шрифта на одном слайде
- Используйте обычный и жирный шрифт, не используйте курсив и подчеркивание
- Не используйте КАПИТАЛИЗАЦИЮ
- Минимизируйте подписи значений в диаграммах



Включите обязательные элементы

- Номер страницы
- Источник
- Единицы измерения для всех цифр и диаграмм



Расположите элементы гармонично

- Отступы и расстояние между элементами должны быть равными
- Элементы не должны "скакать" по странице
- Все абзацы должны быть выровнены по левому краю