



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



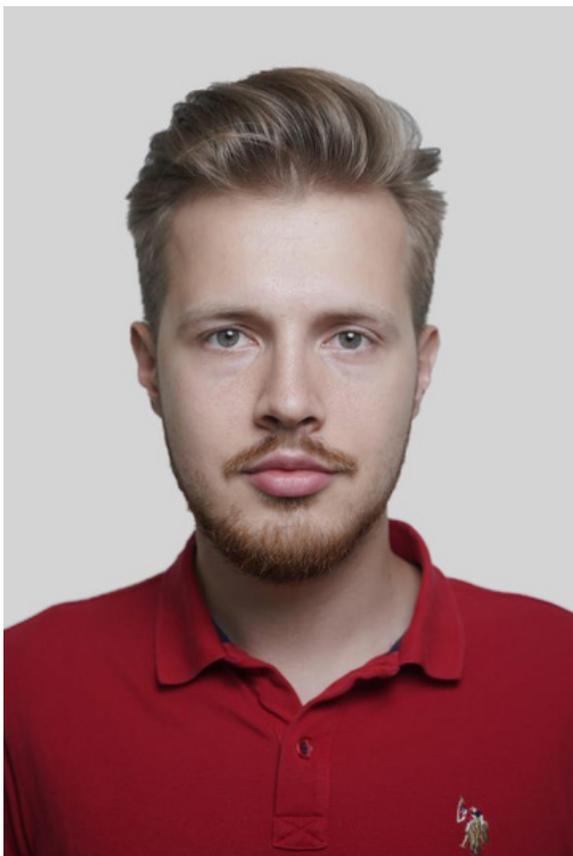
EURASIA FOUNDATION



5 lecții Vino la lumina

Curs „Comunicații utile” Gennady
Zakharov CAYLA 2020

**EFFECTIVE
COMMUNICATION COURSE
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)**



Ghenadi Zaharov

Marketing digital, training corporativ,
social media, strategie,
brand management

Sunt specialist în marketing pe internet cu 5 ani de experiență. Am construit, instruit și gestionat echipe de agenți de marketing pe internet, de la 4 la 30 de persoane.

El este Verny Capital, TERIBIL, Familia Choco, Am lucrat cu companii precum Wikimedia. Lucru la universitate si consultatii individuale Am predat marketing digital la peste 200 de persoane la cursuri online.

Curs subiect

Cursul se concentrează pe spațiul digital și offline în economia globală post-coronavirus

pentru atingerea scopurilor stabilite de lideri

sunt descrise strategii

comunicare și tehnologii

- Lectia 1. Bazele comunicării în mediul digital
- Lectia 2. Brand personal
- Lectia 3. Gândire strategică în comunicare
- Lectia 4. Depășirea obstacolelor
- Lectia 5. Deviație ușoară

5 lecții.

Deviație ușoară

1. Structura de prezentare
2. Proiecta
3. Gata pentru tot fi!
4. Pitch cu lift

Structura de prezentare

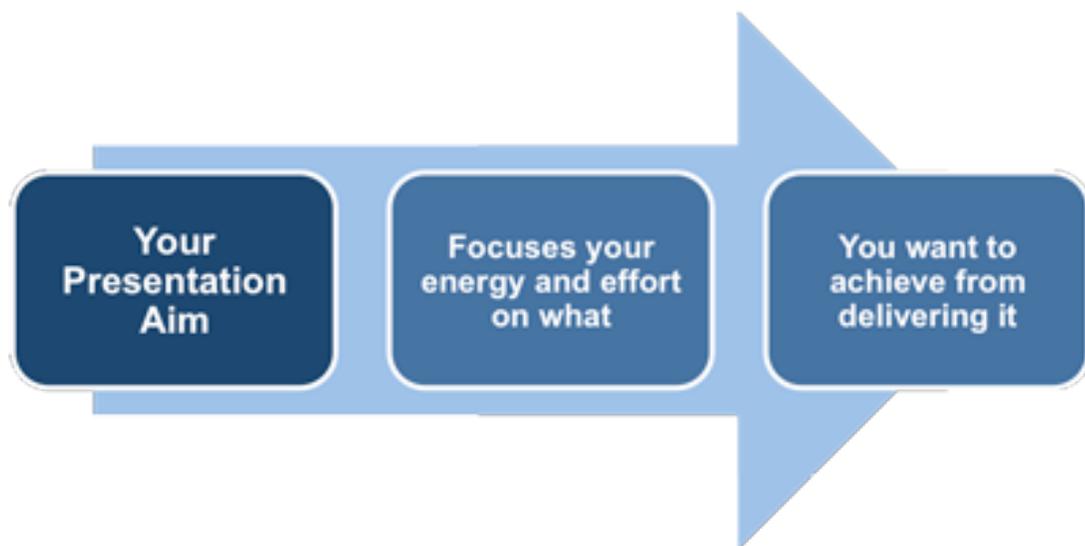
Determinăm scopul, publicul și mesajul principal al prezentării. Ne pregătim să spunem o poveste interesantă și memorabilă.

4 pași de bază



1. Prezentare principală și în completare
determina scopurile
2. Cercetează-ți publicul,
adaptează conținutul
3. Identificați punctele
principale a desena
4. Chenarul mesajului

Pasul 1 - Obligațiile prezentării



- Cel mai bun mod de a prezenta o prezentare este o narațiune. Acest Morala povestii scopul principal al prezentării este.
- Obiectivele sunt de bază și este suplimentar
- General în obiective sunt prezentări, semnează-le asigurați-vă că livrați

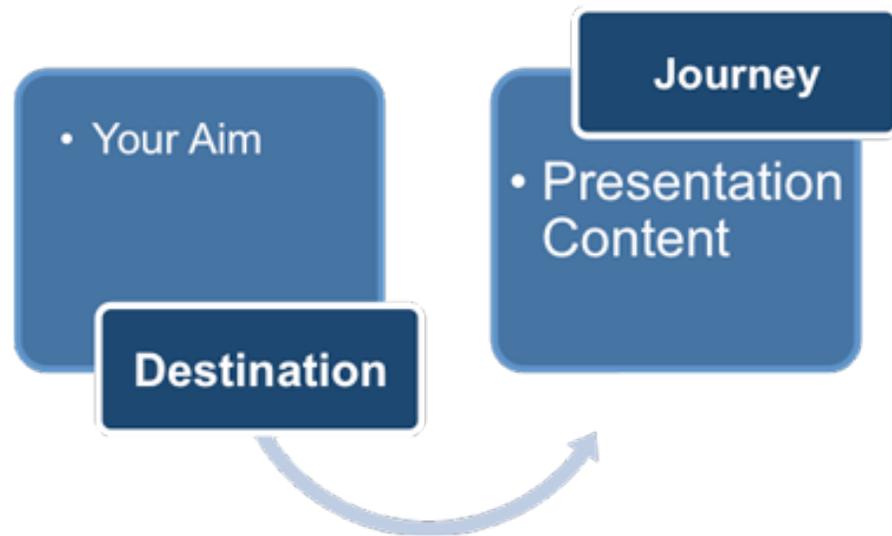
Pasul 1 - Obligațiile prezentării

Exemple de obiective ale contabilității de gestiune includ:

1. Mențineți managementul informat despre progresul proiectului

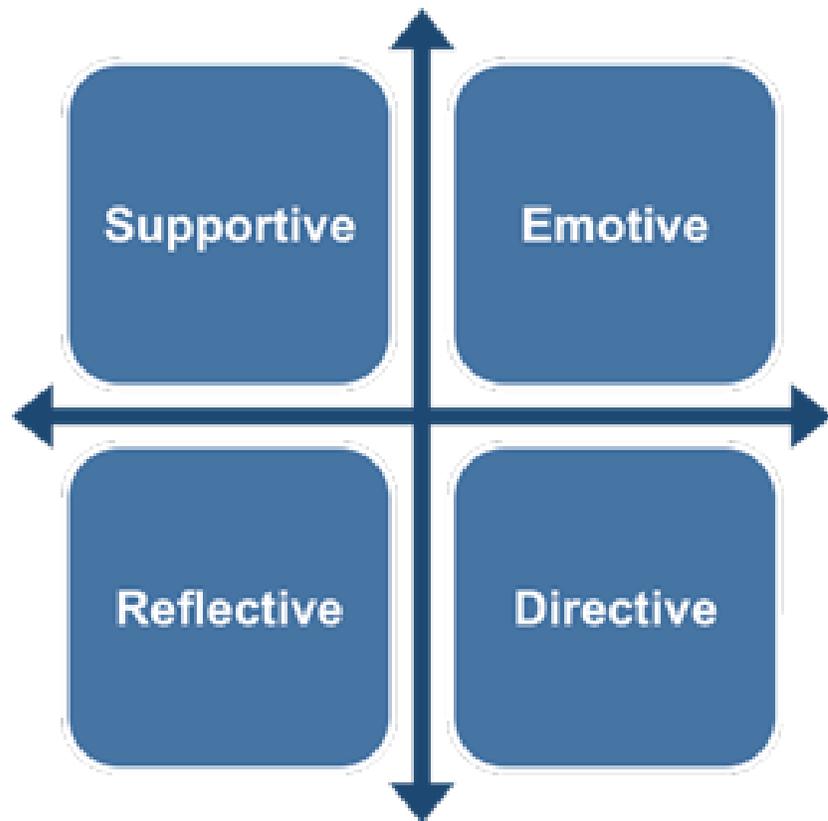
2. În cadrul proiectului inovatoare
despre experimente
gandeste-te la asta

3. În viitor
finanțare
pune bazele expansiunii



Pasul 2 - Cercetarea publicului

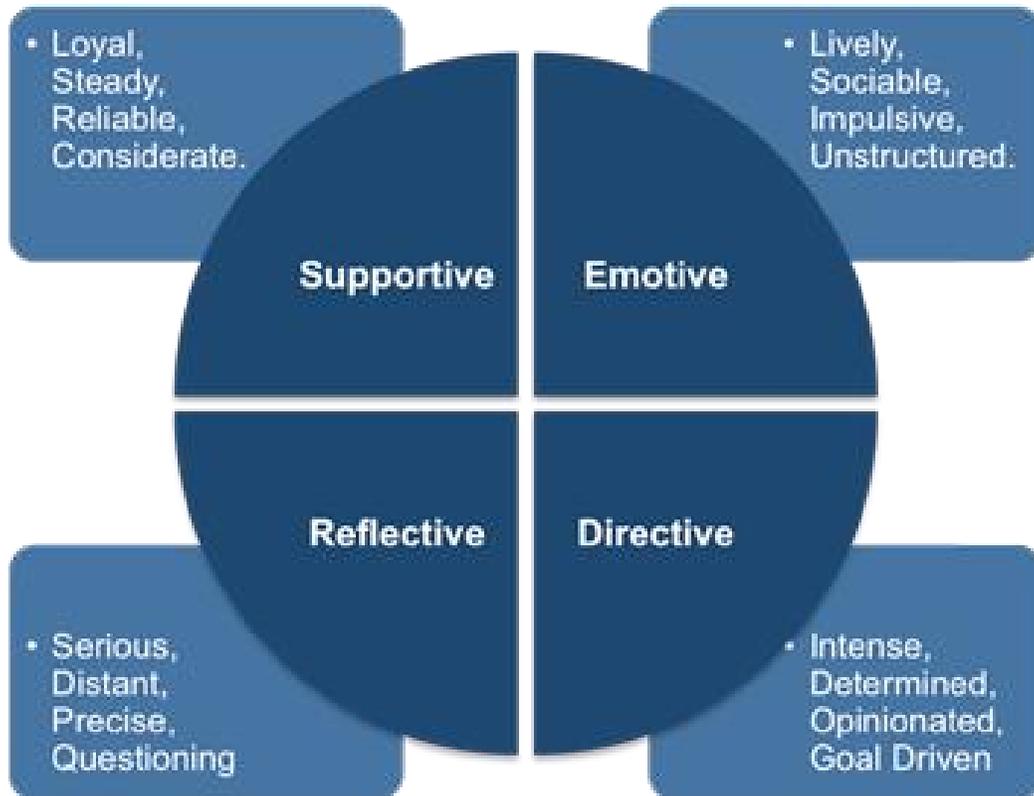
Manning și Reece Profiling



Modelul de profilare a publicului presupune că membrii publicului dvs. se încadrează într-una dintre cele patru categorii: de susținere, emoțională, directivă și reflexivă. Este ușor pentru tine ca șofer oferă patru comportamente discrete care pot fi recunoscute și prezise.

Pasul 2 - Cercetarea publicului

Manning și Reece Profiling



Pe axa orizontală este nivelul de presiune, dominația vorbitorului față de public, pe axa verticală este nivelul de comunicare.

Fiecare dintre aceste persoane din public și lor

total pe care fiecare îl oferă nu împărțiți fracția numărului.

Pasul 2 - Cercetarea publicului

Manning și Reece Profiling

Personalitățile de susținere sunt foarte pluraliste și au un nivel ridicat de dominanță și le este adesea frică de schimbare. Sunt muncitori onești, liniștiți, puternici, de încredere și buni.

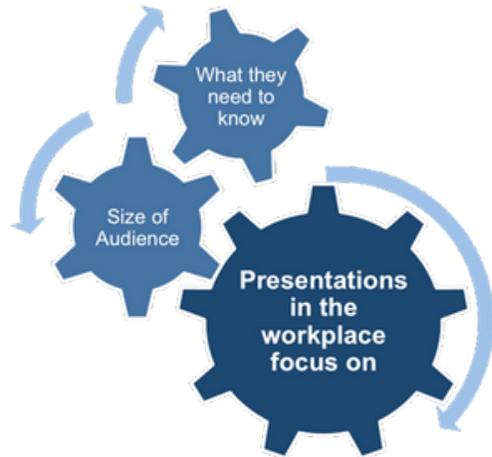
Personalitățile emoționale sunt cele care acționează privindu-i pe ceilalți, privind întreaga imagine din cele mai mici detalii. oameni care preferă. De obicei sunt deschiși, veseli, spontani, schimbare binevenită.

Personalităților directive le place să domine, dar nu să domine. Adesea par agresivi, Sunt recunoscuți ca oameni energici, pretențioși, hotărâți și automotivați, mai ales dau dovadă de perseverență față de cei care se opun obiectivelor și idealurilor lor la locul de muncă.

Persoanele reflexive sunt persoane care nu sunt vizibile din partea umilinței și din partea sociabilității. Sunt serioși, precisi și pun întrebări frecvente. Ei obțin adesea poziții precum ingineri cu investitori, pentru că sunt atenți la detaliile problemei.

Pasul 2 - Cercetarea publicului

Manning și Reece Profiling



Presentation Aim: Show benefits of the recent investment.		
Your Team	Needs to know	Impact and changes to operational processes and procedures
Senior Management		Savings & efficiencies gained
Other Group		The new benefits they will have

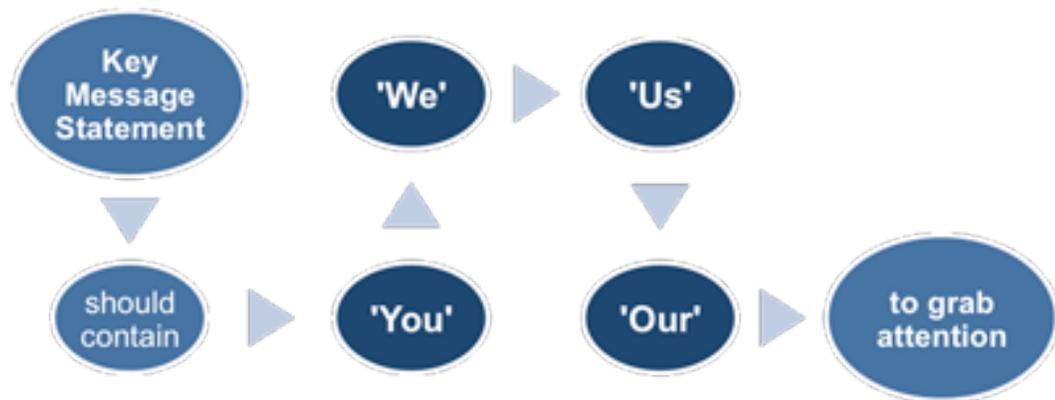
Profilarea este un instrument imperfect. Dar este probabil că tu ești publicul invitat la gândirea logică despre compoziție. Faceți un efort conștient pentru a evalua nevoile publicului dvs. Au decis că ar trebui să vorbească și să facă o prezentare. Misiunea ta este să aduci oamenii împreună subiectul, sau cel puțin tu pentru a te face să înțelegi sensul a ceea ce se spune.

Pasul 3 – Mesajul principal



- Creați-vă mesajul principal
O modalitate bună este de a explica scopul prezentării, fără probe spune ceva important pentru tine când publicul își dă seama că vine imediat interesat.
- Mesajul principal nu trebuie să fie
Cuvinte ale oamenilor mari sau mari complicat. Numai publicul nu este pregătit Ar trebui explicat în cât mai puține cuvinte că ar trebui să fie atent.

Pasul 3 – Mesajul principal



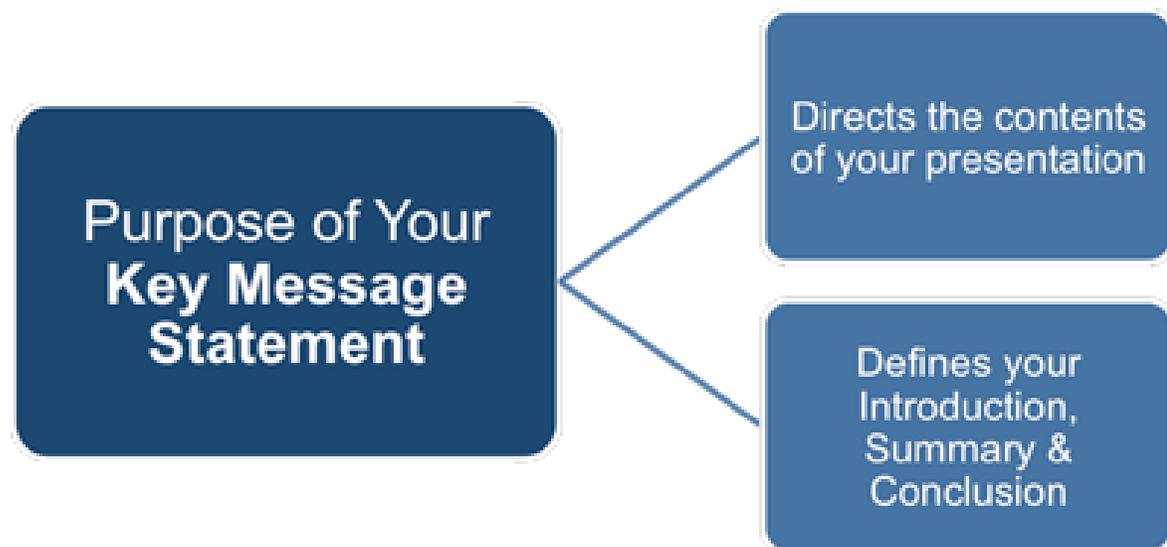
- De obicei, în prezentările de lucru publicul este politicos și adecvat.

O atenție specială pentru tine în 30 de secunde, sunt aproape stins secunde poti traduce.

- Da, majoritatea sunt prezentarea dvs. direct către ei
- Mesajul principal este dacă nu îl aveți dacă nu-și înțelege influența, se va stinge.
- Ce ai spune dacă ai avea doar zece secunde?

ai fost

Pasul 3 – Mesajul principal

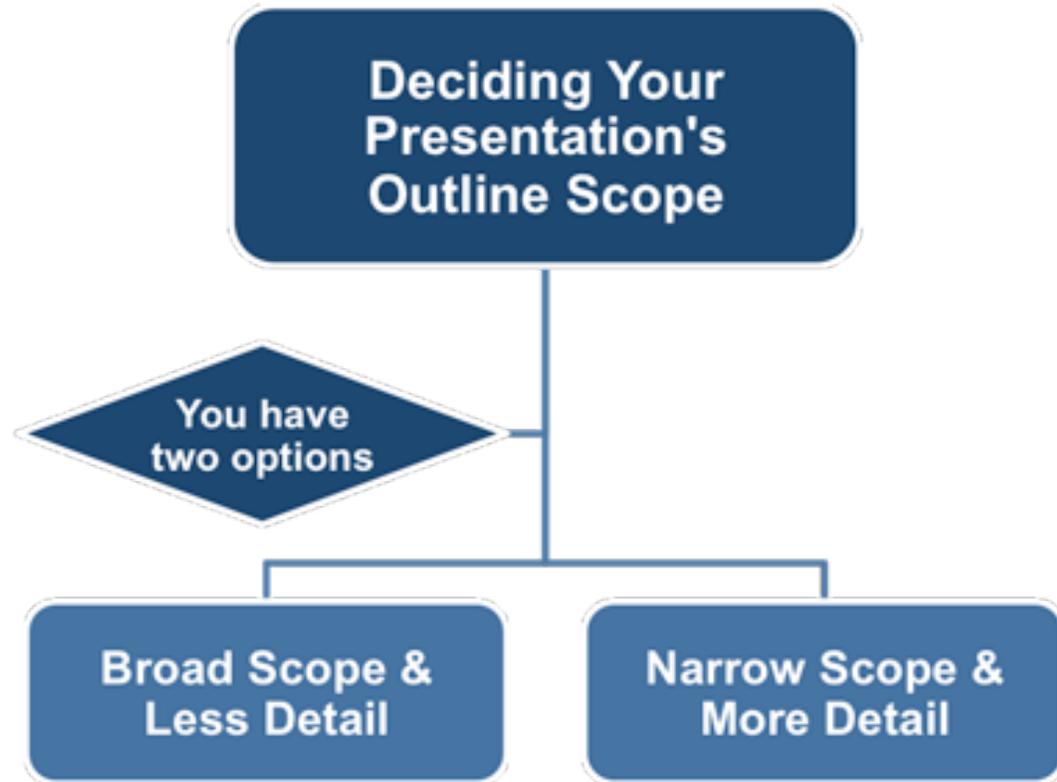


Mesajul principal ajută la două sarcini:

1. În primul rând, luați datele de prezentare este mai ușor să decideți dacă să renunțați va fi.
2. În al doilea rând, introducerea, conținutul și scrie concluzia rapid ajută.

Nu petreceți mult timp pe mesajul principal în prima etapă a creării unei prezentări, schimbările de timp. deoarece este mai mult în proces

Pasul 4 - Scala

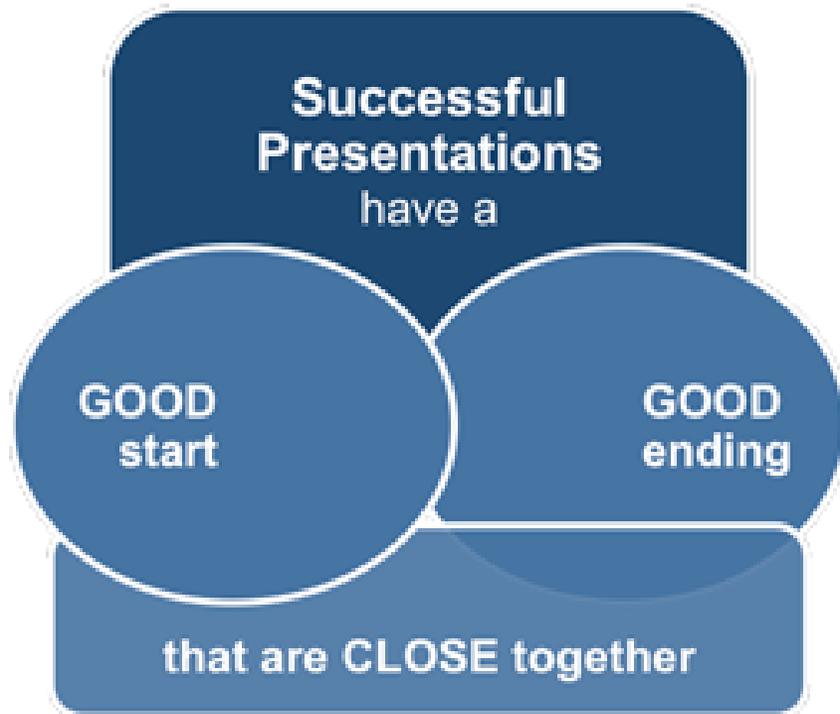


După ce ați determinat mesajul principal, trebuie să determinați domeniul de aplicare al materialului pe care intenționați să îl acoperiți.

În funcție de scopul și momentul prezentării, ar trebui să alegeți una dintre cele două opțiuni:

1. O gamă largă cu mai puține detalii sau
2. Pentru informații mai detaliate gamă.

Pasul 4 - Scala

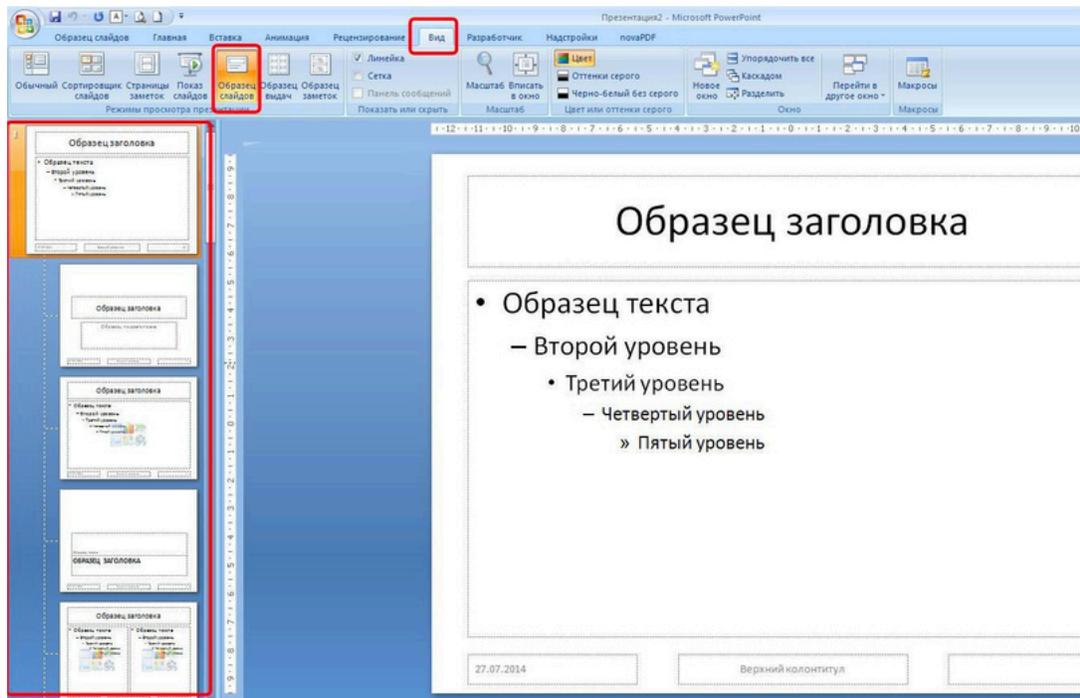


- Cu cât scara este mai largă - subiectul cu atât adâncimea de penetrare este mai mică.
- Luat în considerare în prezentare Gama de subiecte este ceva care trebuie determinat în timp ce stați pe mal.
- Majoritatea oamenilor au mai mult timp multă muncă, deci nu au timp nu vrea sa fie inainte.
- Chiar și o prezentare bine structurată și livrată, dacă publicul a durat prea mult dacă este stocat, nu va fi util.

Design de prezentare

Nu folosim prezentări PowerPoint colorate, neatractive. Vom pregăti un design de prezentare conform tendințelor din 2020-2021.

Înainte de a începe: creați un șablon

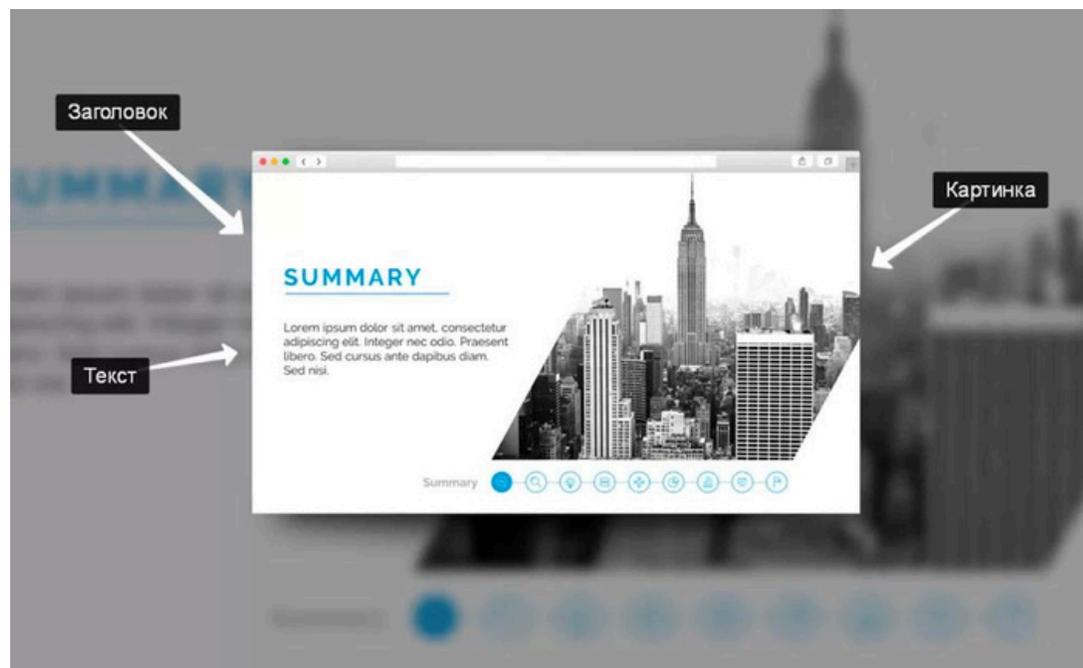


• Șablon de prezentare face dacă mai multe dacă trebuie să faci o prezentare, aici

[utilizați manualul.](#)

• Fonturi, teme, vă permite să pre-gândeți fundalurile cu culori

Utilizați 3-5 culori primare



- Mai mult de 5 când faci o prezentare nu folosi culori.
- Folosiți doar 3 culori primare incerca pentru ca restul sunt nuante de culori primare.
- Alegeți unul dintre fundaluri.
Luati o decizie acum - este deschis sau prezentare cu un fundal întunecat va fi. Dacă ești un designer avansat dacă ești, poți să faci pe rând.

Folosind schimbarea culorilor:



Урок 5
Выход в свет
Презентация проекта

Курс «Эффективные коммуникации»
Геннадий Захаров
САУЛА 2020

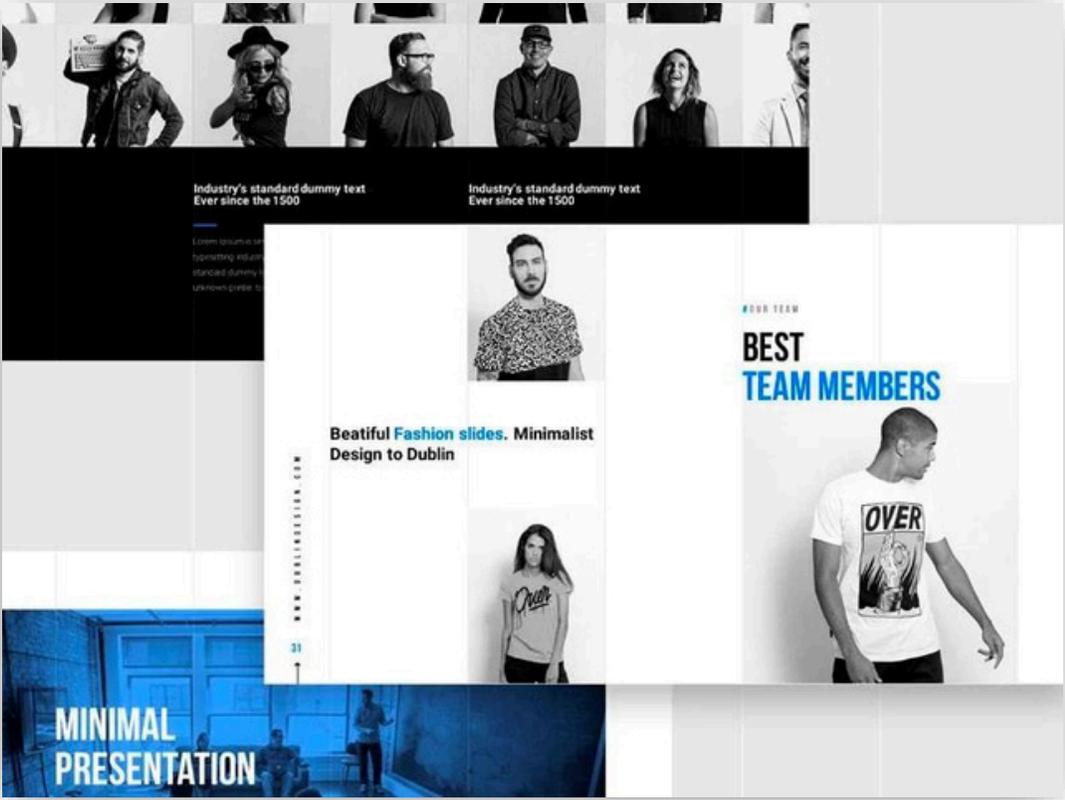
EFFECTIVE
COMMUNICATION COURSE
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)

Описание курса

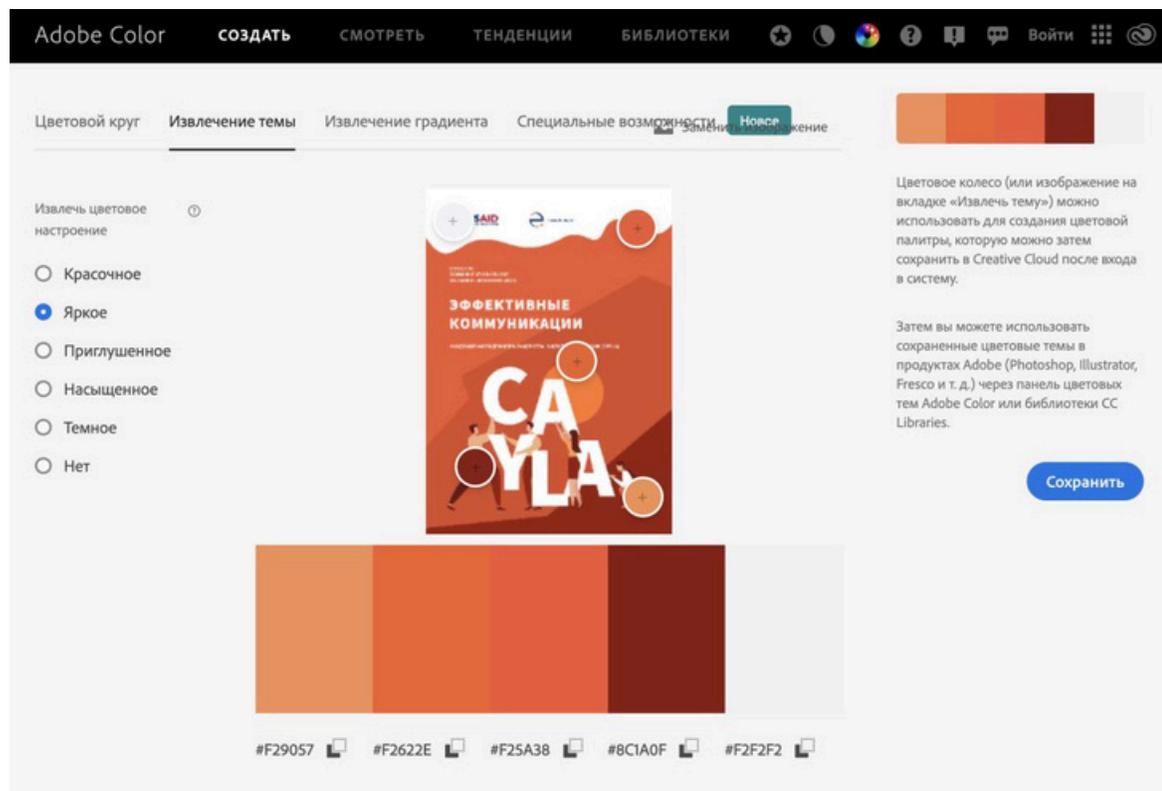
Курс описывает стратегии и технологии коммуникаций для достижения поставленных лидерами целей в цифровом и офлайн пространстве в измененных условиях глобальной пост-коронавирусной экономики

- Урок 1. Основы коммуникаций в Digital среде
- Урок 2. Личный бренд
- Урок 3. Стратегическое мышление в коммуникациях
- Урок 4. Преодолевая барьеры
- **Урок 5. Презентация своего проекта**

Exemple suplimentare:



Culori potrivite



- Dacă alegeți singur culorile Dacă nu obțineți resursa [Adobe Color](#) incercați
- Culori bazate pe imaginea de aici paletă și, de asemenea, în fila „Explorare”, altele
deciziile utilizatorilor vederi geloase, egale și puteți vedea numărul de aprecieri

Icoane și design plat



Scopul pictogramelor: obligatoriu înlocuiți non-text și
Accelerează învățarea prin partajarea informațiilor.

- [Flaticon](#) în 2020-21 ca niște icoane plate utilizați designul
- Sunteți în secțiunea „[Packs](#)”.
tema specifică a designerului
in acelasi stil
icoane

Nu uitați să indicați că ați primit pictograme de la Flaticon - aceasta este singura cerință pentru utilizare gratuită!

Nu utilizați fonturi cursive!

Есть засечки

Нет засечек

Dacă nu sunteți un designer începător și experimentați cu fonturi, vă recomand să nu utilizați fonturi în buclă.

Fonturi de prezentare

**Fonturi de
sistem:**

Arial

Arial narrow

Arial Black

(doar pentru subiecte)

Etriere

Alte fonturi:

BEBAS

(doar pentru subiecte)

Raleway

Robot

Helvetica

Circe

Open Sans

Gotham Pro

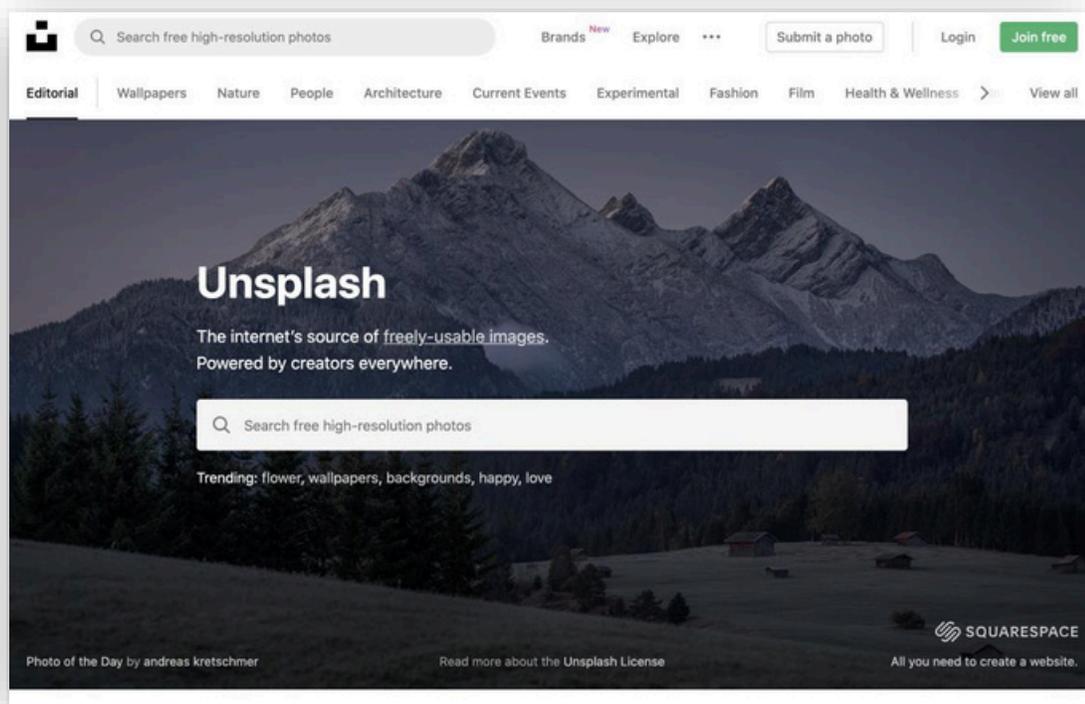
Legături cu fonturi:

-[Google Fonts](#)

-[Font](#)

[Squirrel](#)

Poze în prezentări



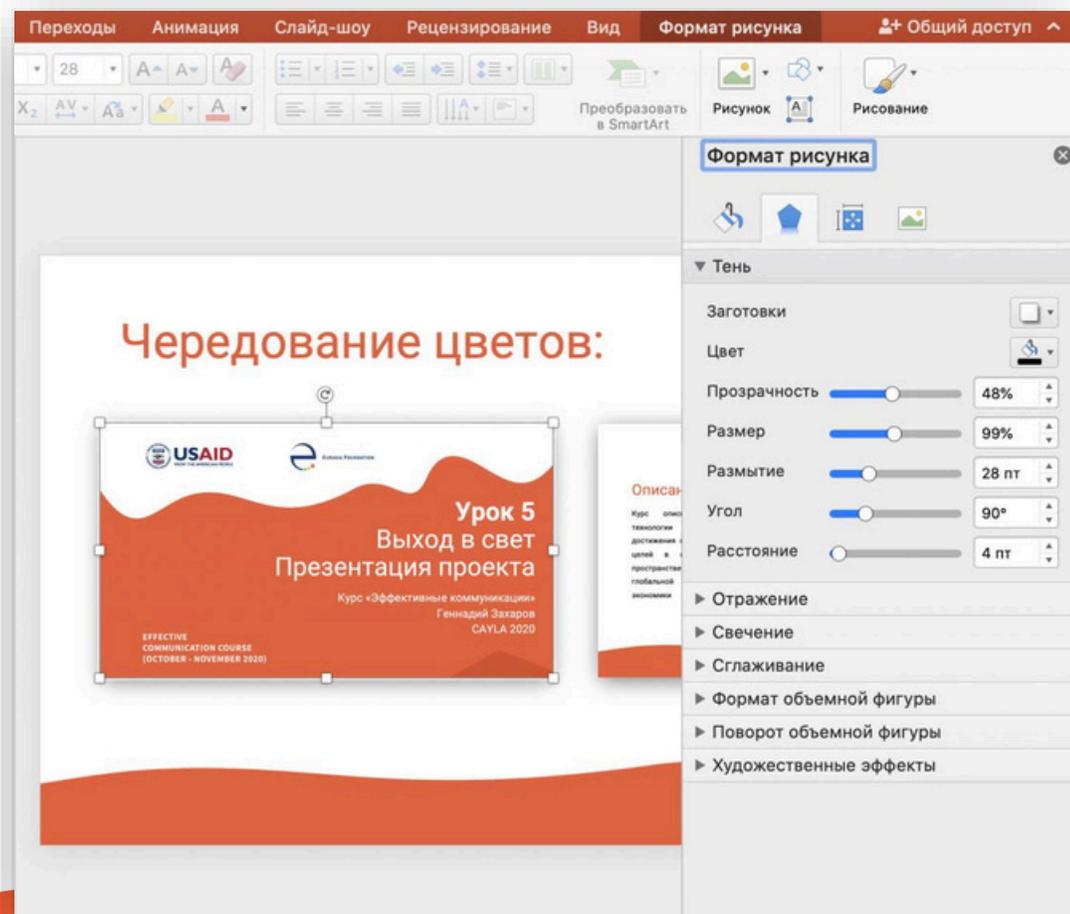
- Căutați dacă nu este necesar imagini de fundal în sisteme Nu utilizați ca imagine.
- Fotografii numai de fotografi Publicându-și în mod special lucrările descărcare de pe site-uri.
- Urmărești ca sursă poți folosi resurse: [flickr](#), [unsplash](#), [everypixel](#)

Atenție! Imagini criptografice



- Opacitatea ca fundal imagini de înaltă rezoluție folosește-l pentru mine 1000 pixeli lățime pe înălțime.
- Poze rătăcitoare, poze cu oameni amuzanți, în fundal Nu folosiți imagini. Acest pare nefiresc.

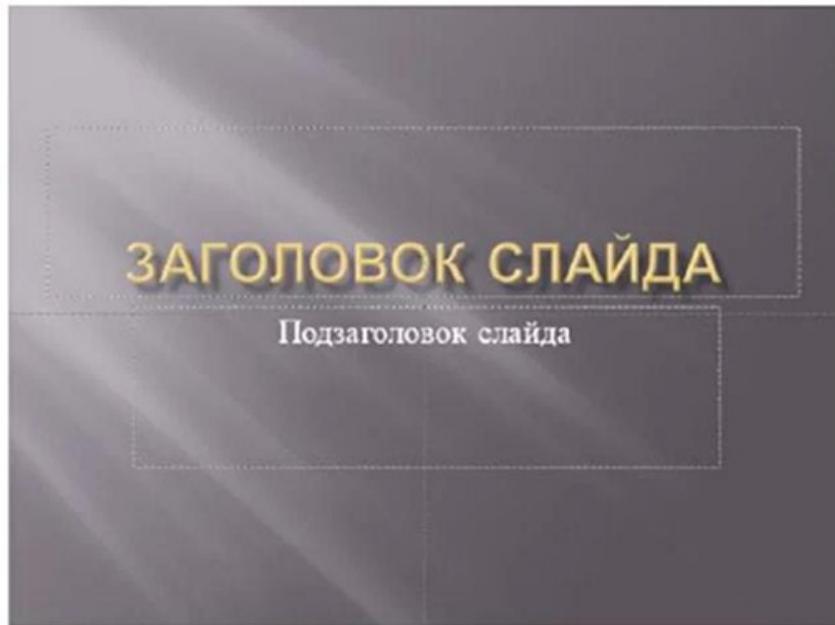
Umbra in prezentare



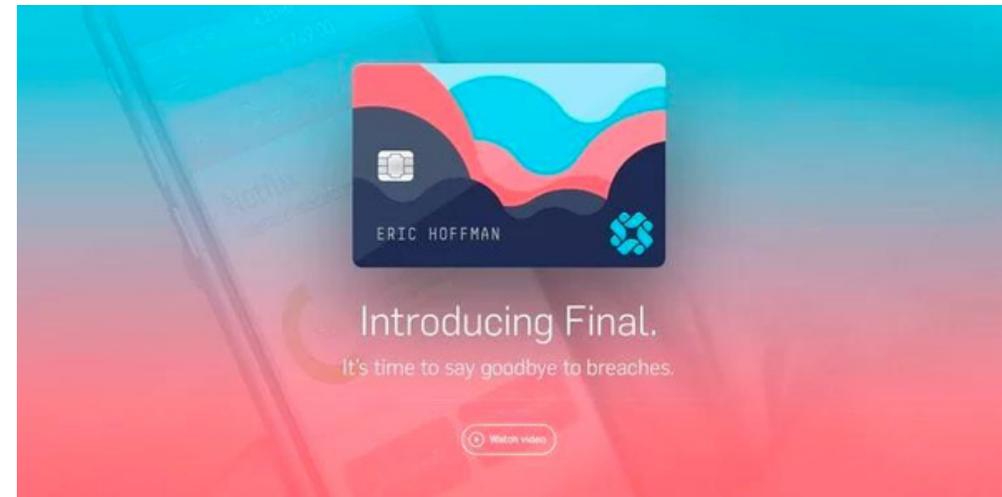
- Umbrele nu ating marginile imaginilor pe un fundal uniform devine
- Utilizați cu prudență, setările implicite de umbră nu folosiți în PowerPoint faceți clic dreapta pe imagine puteți face clic și crea umbră manual.
- Exemple La setările de umbră

Umbra in prezentare

Exemplu prost



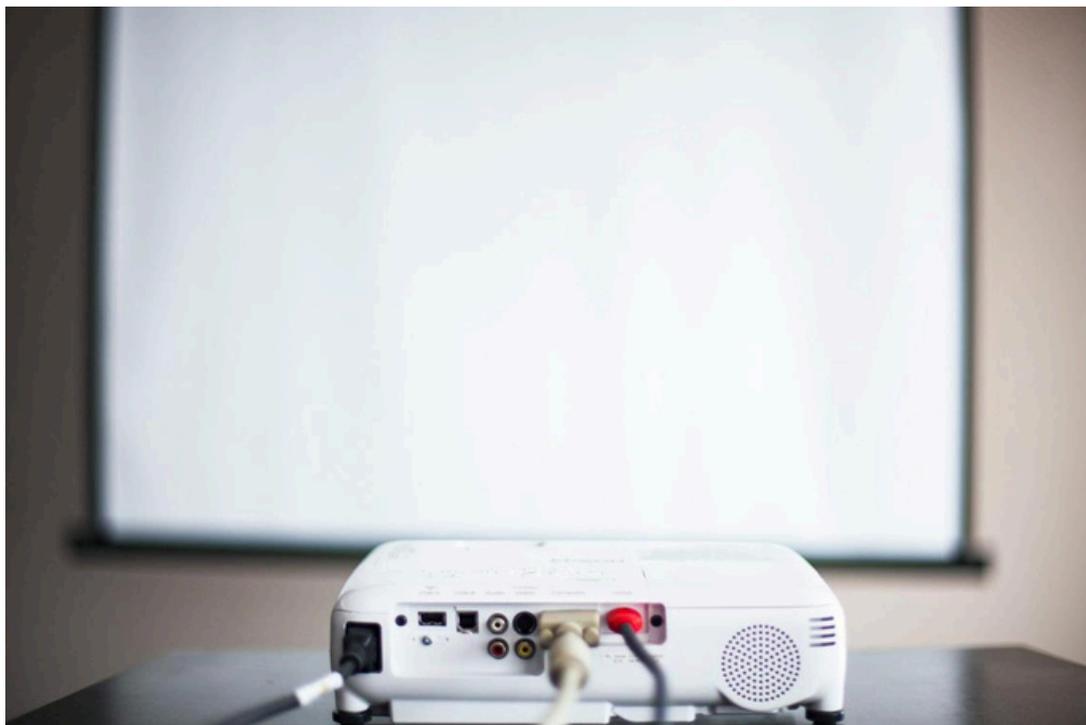
Un exemplu bun



Fii pregătit pentru tot!

Fiți pregătiți pentru orice eventualitate. Format de prezentare sigur, mediu controlat, dezavantaje

Pregătește-te în avans



- Vă prezentăm la locul de desfășurare va vom contacta noi.
- În ce echipament, ce fel software sa stii ca exista
- Dacă proiectorul este vechi, nu sunt afișate toate culorile pot fi

Amintiți-vă de reglementările tehnice

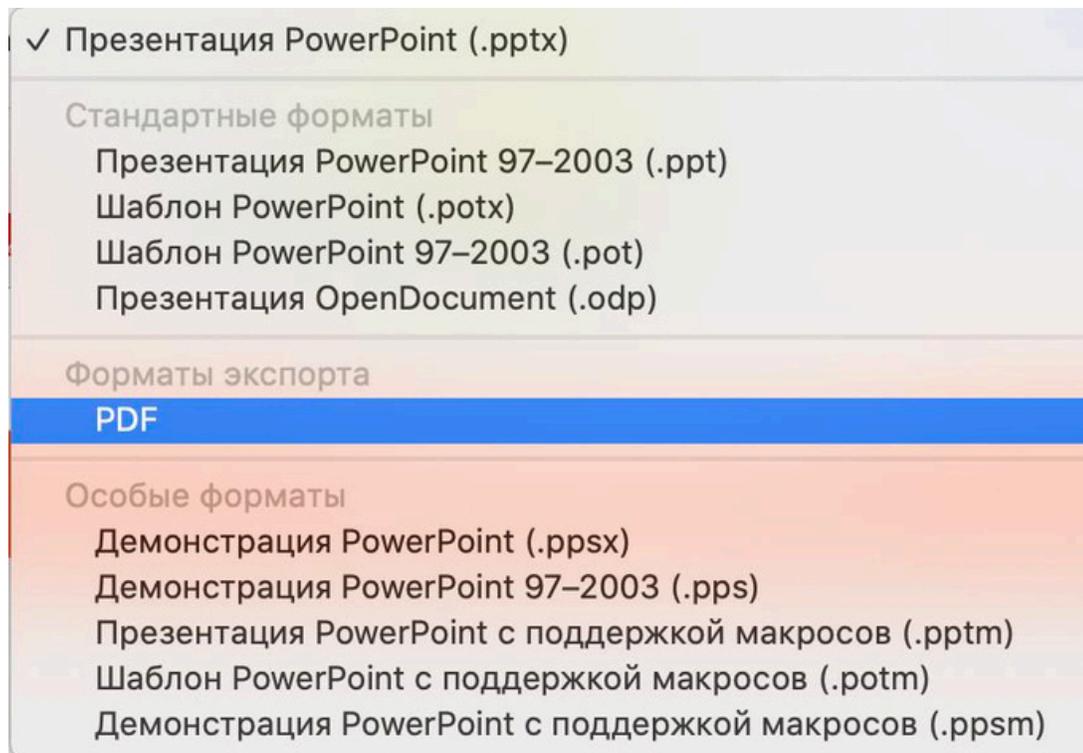
Salvați

A dezvălui cu respondentul și previzibil

Creați o prezentare într-un format care este garantat să se reproducă

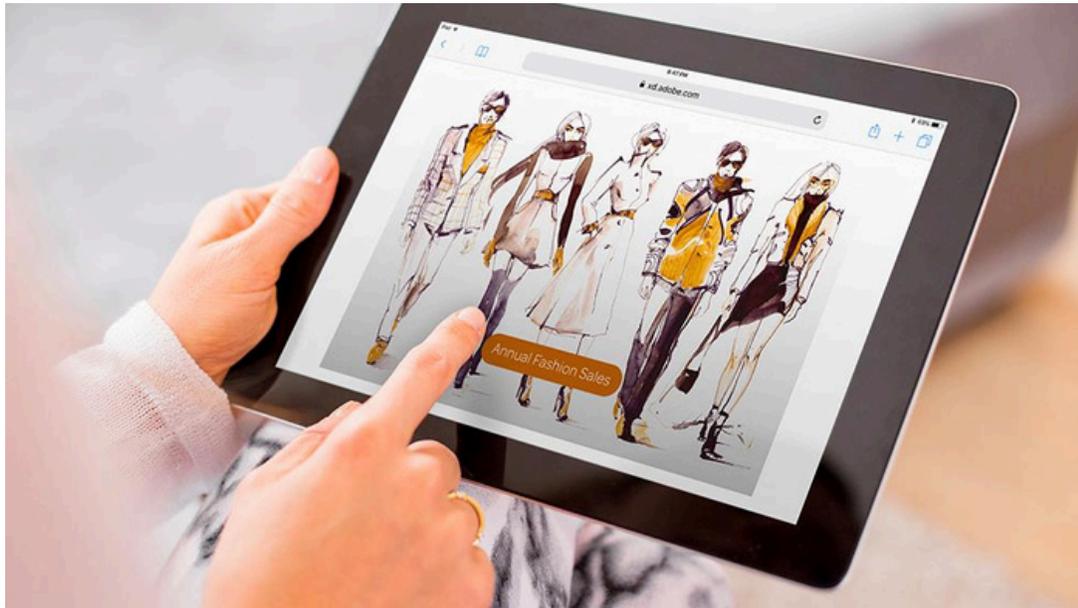
În ce format?

PE-DE-EF! Fă-o în format PDF



- Mereu a ta PDF suplimentar al prezentării dvs salvați versiunea
- Salvați ca –PDF
- Sau faceți clic pe format PDF scoate-o afara. Fișier > Imprimare. În fereastra Imprimare, selectați Adobe PDF ca imprimantă.
- Comprimați PDF-ul dacă fișierul este mai mare de 10 MB. De exemplu, [aici](#) sau [aici](#)

Elemente interactive



- Interactiv pe un laptop cu elemente prezentări sau într-un mediu online controlat spectacol
- Preapăsați fișierul PDF extras Salvați

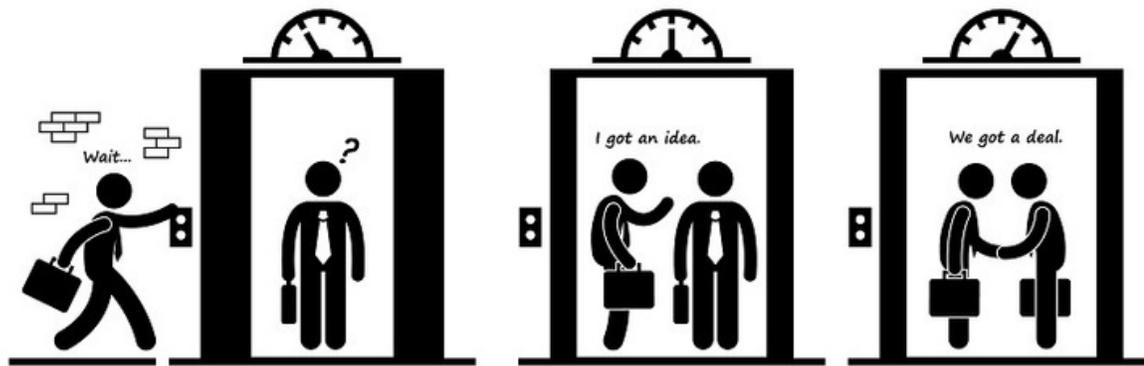


Elevator

Pitch

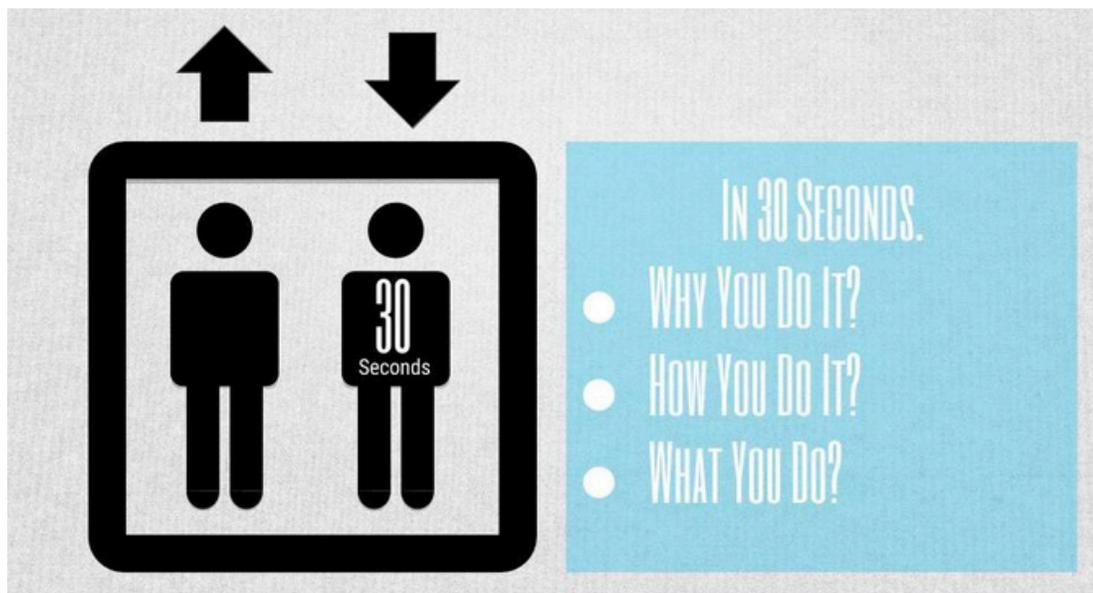
Învățăm să ne transmitem gândurile rapid și concis. Interlocutorul nostru are scurt timp, așa că trebuie să contăm pe el

Ce este un Elevator Pitch?



- Acest lucru este de interes produs sau serviciu către părți introducere rapidă.
- Rapid la produs, prototip de lucru sau idee sunet pentru atenție se cere duritate.
- Investitorii au de obicei timp și au încredere în viitor nu mult timp despre nimic și ascultând conversații lungi nu e gata.

Ce legătură are liftul cu el?



- Începând cu anii 1950, tinerii antreprenori din Statele Unite s-au întâlnit cu potențiali investitori în lifturi înalte, unde au vorbit despre conceptele lor de afaceri.
- Fondatorii „Google” Sergey Brin și Amintește-ți povestea lui Larry Page.
- Datorită liftului, au reușit să-l convingă pe Andy Bechtolsheim, care a întârziat la o întâlnire importantă, chiar în lift. 100.000 dolari investiți. pentru compania lor

Elevatorpitch spre cer depaseste?

Despre tine și proiectul tău vei avea
nuvelă în următoarele situații nevoie

de:

- networking la conferințe de înaltă specializare;
- afaceri de tâmplărie
comunicare pe forumuri;
- În timpul unui apel Skype, telefon
sine în timp ce vorbesc
introduce;
- participarea la mic dejunuri,
prânzuri și cina de afaceri;

- potențial în rețelele sociale
comunicarea cu partenerii;

- prezentarea serviciilor

dumneavoastră în comentarii și
mesaje;

- Intrări Facebook, Instagram, în
statusuri și a proiectului dvs. pe
subiecte

Descriere;

- comunicarea cu mass-media;

- întâlnirea cu un străin prezinta-te.

Elevator Pitch este mai bun ca niciodată



- Ideea este în 30 de secunde sau mai puțin compania sau produsul dvs. la momentul respectiv vorbește despre Pentru a obține finanțare sau loialitate cu încredere.
- Viteza, capacitatea sunt cele mai importante.
- De asemenea, cu misiunea de soluție supremă la îndemână misiunea și cea mai mare parte a deciziei tale este important să ai o justificare pentru a fi bun.

Un exemplu de bun pitch pentru lift



[Universitatea din Ditonpitchingzhengimpozdaribar playlisi](#)



Puncte utile

Materiale utile pe tema

Design de prezentare

- Cum să faci o prezentare grozavă dacă nu ești designer poate fi făcut
 - 10 tehnici pentru realizarea unei frumoase prezentări de afaceri
 - Instrucțiuni pentru non-designeri: cum se prezintă se poate face corect
- 

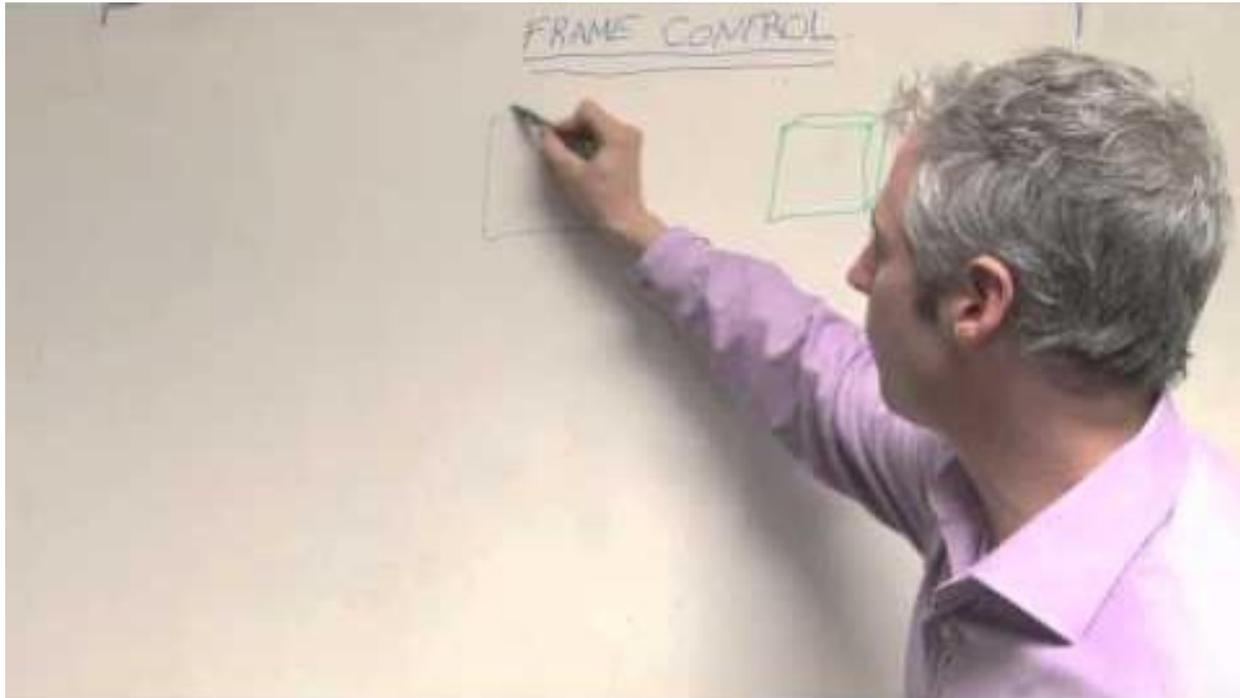
Structura de prezentare

- Four-Stage Presentation Planning Process
 - Audience Profiling
 - Outline the Scope
 - Define Your Key Message Statement
- 

Pitch cu lift

- Elevator pitch, или Покорить за 60 секунд
- Примеры Elevator Pitch
- Why startup pitches fail (and how to fix them)
- Elevator pitch: 5 примеров и типичные ошибки

Concept of Framing and Frame Control by Oren Klaff



Oren Klaff – Expert în
piețe de investiții,
consilier profesional în
comunicare la
Intersection Capital
Investment Bank



Mulumesc pentru atentie!

mamă Ghenadi

Despre marketingul digital
Zaharov.

Proiect de educație
deschisă:

<https://opensmm.asia/>

Contactați-mă:

Facebook

Instagram

Vkontakte

Telegram

Мой Email



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA
FOUNDATION

OPEN SMM
project