

## **Тема 1: Презентация как эффективный способ подачи информации в маркетинговой деятельности**

- 1. Особенности презентаций в маркетинге, рекламе и связях с общественностью**
- 2. Типы презентаций**
- 3. Способы коммуникации с аудиторией**

### **1. Особенности презентаций в маркетинге, рекламе и связях с общественностью**

В условиях современной конкуренции в бизнесе презентации играют неоценимую роль в демонстрации продуктов, услуг и общей ценности бренда. Презентация необходима как наглядное сопровождение обращения к потенциальным клиентам, инвесторам или внутренним командам. Впечатляющие презентации определяют, как воспринимается и чем запоминается компания.

Использование презентаций в маркетинговой и коммерческой деятельности позволяет:

#### **1. Привлечь внимание**

Презентация, наполненная ярким визуальным содержанием и хорошо структурированной информацией, сразу же привлекает внимание целевой аудитории. Использование графики, анимации и видео помогает быстро заинтересовать зрителей и удержать их фокус на ключевых посланиях компании.

#### **2. Эффективно донести ключевые идеи**

Грамотно составленная презентация помогает выделить наиболее значимые преимущества и особенности продуктов или услуг. Она позволяет структурировать информацию таким образом, чтобы основные идеи были восприняты быстро и ясно. Это особенно важно на переговорах или выставках, где время общения с потенциальными клиентами ограничено.

#### **3. Усилить доверие к бренду**

Профессионально созданная презентация демонстрирует серьезный подход компании к бизнесу. Качественные визуальные элементы, подкрепленные актуальными данными и фактами, усиливают доверие к бренду, показывая его надежность и авторитетность.

#### **4. Персонализировать сообщение**

Презентации можно адаптировать под разные сегменты аудитории, предлагая именно ту информацию, которая соответствует потребностям конкретных клиентов. Персонализация помогает наладить более тесный контакт с аудиторией и увеличить конверсию.

#### **5. Транслировать новое знание**

Компании могут использовать презентации как внутренний инструмент для обучения сотрудников и партнеров. Они помогают быстро и эффективно передать знания о новых продуктах и услугах, их особенностях и конкурентных преимуществах.

#### **6. Поддержать продажи**

Презентации становятся опорой для продавцов в процессе общения с клиентами. Они обеспечивают структурированный сценарий разговора, позволяя продавцу уверенно продвигать продукты и услуги, отвечать на вопросы и обрабатывать возражения.

#### **7. Способствовать долговременному эффекту**

Электронные презентации легко распространяются через цифровые каналы и остаются доступными для клиентов после мероприятия. Это означает, что потенциальные покупатели могут возвращаться к информации, делиться ею с коллегами и использовать ее в процессе принятия решений.

**При создании маркетинговой, рекламной или PR-презентации, необходимо учитывать несколько ключевых факторов.**

Первый и самый важный – это понимание целевой аудитории. Одним из ключевых моментов выступает четкое понимание того, кто будет смотреть вашу презентацию, какие могут быть интересы и потребности данной аудитории.

Также важно учитывать контекст создания презентации. Это может быть рекламная кампания, новый продукт, улучшение существующих продуктов или услуг, и т.д. Помимо этого, необходимо учитывать конкурентную обстановку на рынке, чтобы подчеркнуть преимущества и особенности продукта или услуг.

Необходимо изучить тематические тренды в маркетинге, чтобы создать презентацию, которая будет соответствовать актуальным тенденциям. Успех маркетинговой кампании или рекламной стратегии зависит от того, насколько хорошо получится угадать вкусы и предпочтения вашей целевой аудитории.

**Презентации в маркетинге, рекламе и связях с общественностью характеризуют следующие особенности:**

## 1. Запоминающийся дизайн

Хороший дизайн – один из ключевых элементов успешной презентации. Используйте адекватные сочетания цвета, качественные изображения и лаконичные, но информативные графики. Помните, что презентация должна быть привлекательной и приятной с точки зрения визуала.

## 2. Четкое выражение целей

Презентация должна четко демонстрировать цели маркетинговых и рекламных инициатив. Разбейте свою презентацию на части, чтобы показать, какой результат нужно получить в итоге.

## 3. Аудитория в центре внимания

Все, что демонстрируется в презентации, должно быть призвано удовлетворить интересы и потребности вашей целевой аудитории, должна быть ей понятна и интересна.

## 4. История и эмоции

Лучшая презентация та, которая вызывает эмоциональные реакции у аудитории. Используйте рассказы и истории, которые поддерживают транслируемые маркетинговые сообщения и вызывают отклик.

## 5. Краткость и четкость

Информация должна доноситься до аудитории максимально быстро и четко. Используйте понятный язык и избегайте излишней детализации.

## 6. Ярко выраженные преимущества

Обязательно подчеркните в презентации уникальные преимущества продукта или услуги.

## 7. Интерактивность

Интерактивные элементы помогут привлечь внимание аудитории и поспособствуют взаимодействию с ней (опросы, вопросы и ответы).

## 7. Призыв к действию

В конце презентации необходимо обязательно дать возможность аудитории взаимодействовать с докладчиком (вопросы, предложения покупки, регистрации и т.п.)

Таким образом, создание презентации в маркетинге и коммерции безусловно требует внимания к деталям и умения эффективно коммуницировать, чтобы достигнуть поставленных целей. Залогом успешной презентации выступает творческий подход к созданию презентаций, учет возможных нюансов аудитории и качественная проработка транслируемого контента.

## 2. Типы презентаций

В маркетинге презентации можно классифицировать по нескольким критериям:

### I. По цели:

- 1. Презентация продукта:** Представление нового продукта, его ключевых особенностей, преимуществ и ценности для потребителя.
- 2. Презентация бренда:** Формирование позитивного образа бренда, его ценностей, миссии и отличительных черт.
- 3. Презентация маркетинговой стратегии:** Представление комплексного плана маркетинговых действий, направленного на достижение определенных целей.
- 4. Презентация аналитических данных:** Демонстрация результатов маркетинговых исследований, анализа рынка и тенденций.
- 5. Презентация кейса:** Показ успешных примеров реализации маркетинговых проектов, демонстрация эффективности и результативности.

### II. По формату:

- 1. Очные презентации:** Традиционный формат, включающий живое выступление перед аудиторией с использованием слайдов, видео и других материалов.
- 2. Онлайн-презентации:** Презентации, проводимые в режиме реального времени через интернет, с использованием платформ для онлайн-конференций.
- 3. Видеопрезентации:** Записанное выступление с использованием видеоматериалов, доступное для просмотра в любое время.

### III. По целевой аудитории:

- 1. Презентации для инвесторов:** Демонстрация потенциала бизнеса и перспектив инвестирования.
- 2. Презентации для клиентов:** Представление продуктов, услуг, акций и специальных предложений.
- 3. Презентации для сотрудников:** Обучение, мотивация и информирование сотрудников о важных изменениях в компании.

### 4. По структуре:

- 1. Классическая структура:** Введение, основная часть, заключение.

2. **Проблемно-ориентированная структура:** Описание проблемы, ее анализ, предложение решения.
3. **История успеха:** Описание пути от проблемы к решению, демонстрация достижений.
4. **Сравнительная структура:** Сравнение двух или более вариантов, выбор оптимального.

### 3. Способы коммуникации с аудиторией

Коммуникация с аудиторией является ключевым аспектом презентации. Именно взаимодействие с аудиторией определяет эффективность вашего выступления и возможность достижения поставленных целей. Среди способов коммуникации особо следует выделить:

**1. Голос и интонация:** Один из самых важных способов коммуникации - это голос. Голос докладчика должен быть уверенным, громким и понятным. Ключевую роль играет интонация, которая позволяет создавать ощущение убедительности, акцентировать внимание на ключевых моментах и удерживать внимание аудитории.

**2. Постановка рук и тела:** Поза докладчика может дополнительно подчеркивать слова и создавать дополнительную эмоциональную составляющую. Не стоит забывать использовать жесты, чтобы подчеркнуть важность того, что вы говорите и увести внимание аудитории.

**3. Взгляд и улыбка:** Главным инструментом взаимодействия с аудиторией является взгляд. Постарайтесь установить контакт глазами со зрителями и улыбнуться. Задействуйте взгляд и улыбку, чтобы проявить свою заинтересованность в аудитории и создать доверительную атмосферу.

**4. Вопросы и ответы:** Вопросы и ответы являются отличным способом коммуникации с аудиторией, поскольку обеспечивают двустороннюю коммуникацию и создают более глубокую связь с аудиторией. Слушайте вопросы, отвечайте на них четко и точно, используйте этот способ взаимодействия, чтобы показать, что вы готовы слушать и понимать свою аудиторию.

**5. Личный опыт.** Аудитории интересен личный опыт. Расскажите, какое событие привлекло ваше внимание к выбранной теме, какие приемы и общение с какими людьми помогло лучше вникнуть, разобраться в теме и сделать это мероприятие. Способы привлечения внимания аудитории могут быть разными, но личный опыт может стать отличным фундаментом для создания вовлекающего выступления.

**6. Простота речи.** Ключевая мысль выступающего всегда должна быть доступна, иначе внимание аудитории может быть потеряно.

**7. Хронология и логика.** Информация на слайдах должна быть расположена в правильной последовательности. Речь докладчика не должна перескакивать с мысли на мысль, с даты на дату, повествование должно быть логически выстроенным.

**8. Привлечение внимания.** Чтобы во время выступления внимание аудитории было сфокусировано на докладчике можно воспользоваться следующими приемами:

- вопрос – пауза – ответ... «Что делает нас счастливыми?» ... «Что самое важное при активизации покупателей?»

- а знаете ли вы, что .... «сколько звезд во Вселенной», «кто самый популярный поп-исполнитель в 2024 году»

- цифры, статистика, проценты... «Вы даже не представляете, какой процент стартапов закрывается в первый год!!! 80%!»

- интригующее заявление .. «то, что я сейчас скажу, полностью изменит вашу жизнь!», «мне нельзя этого говорить, но...»

- когда я... «когда я сегодня ехал к вам...», «когда мне сделали предложение попробовать себя в продаже недвижимости...»

- притчи, крылатые фразы, афоризмы, определения... «Бернард Шоу когда-то сказал...»

- юмор ... шутка должна быть естественной, непринужденной и легкой.