

Тема 5: Критерии оценки презентации

1. Оценка презентации: варианты и критерии
2. Техническое сопровождение презентации проекта

1. Оценка презентации: варианты и критерии

По завершении выступления с маркетинговой презентацией спикера всегда интересуется вопрос: как понять, достиг ли он цели своей презентацией или нет?

Можно выделить 7 вариантов оценки эффективности презентации:

1. По цели — достигнута или нет

Эффективность можно оценить, если изначально была цель. Напишите конкретно, какой результат хотите получить. Сформулируйте ее по модели SMART или в любом другом формате. Главное, чтобы было понятно, чего хотите и, в идеале, это можно было измерить.

Например: после выступления на конференции я хочу обменяться визитками с тремя закупщиками и назначить с ними время встречи. Или: я хочу, чтобы 50 участников подписались на мою страницу в социальных сетях (канал в Телеграме) и сделали посты с отметками о моем выступлении у себя на странице после моего выступления. Когда так поставлена цель, то сразу будет понятно, что нужно сделать.

Конкретизации цели будет способствовать входная информация о мероприятии: сколько будет человек, средний возраст, пол, опыт, кем и где работают, что их волнует, какие ценности.

Метрики: достигли SMART-цели или нет.

2. По переходам — поставьте специальную ссылку

Добавьте в презентацию ссылку или QR-код для перехода на целевую страницу на сайт компании. Можно использовать сервис для создания UTM-меток¹ и отслеживать, сколько людей пришло, увидев вашу презентацию.

Через QR-код участник сможет перейти по ссылке прямо во время мероприятия.

Также презентацию можно встраивать в воронку Цель-Презентация-Лендинг-Целевое действие.

Создайте отдельную страницу на сайте или лендинг и соберите там всю информацию, связанную с темой и плавно подводящую к тому, чтобы человек оставил свои контакты. Ссылку на основной сайт добавляйте, если хотите, чтобы аудитория узнала о вас еще больше, но часто это может отвлекать от целевого действия.

¹ Большой гайд по UTM-меткам: как узнать, откуда приходят пользователи// Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/click/articles/478758/>

После мероприятия оцените активность пользователей. Вместе с количеством переходов вы можете проследить, что люди делали на сайте и какими блоками информации интересовались.

Можно также узнать у организаторов, сколько участников было в зале или заранее попросить посчитать. Когда вы проанализируете, сколько переходов было на сайт, сопоставьте с общим числом присутствующих и с их поведением на странице.

Метрики:

- количество переходов
- % перешедших по ссылке от общего числа участников
- глубина просмотра
- время на сайте
- % отказов
- количество загрузок файлов
- количество подписок/покупок

3. По реакции аудитории — сделайте голосование

С помощью голосования в режиме реального времени можно узнать, как восприняла информацию аудитория во время презентации или можете попросить проголосовать людей в чате, если вы общаетесь онлайн.

Для создания опроса в режиме реального времени можно воспользоваться различными сервисами² или создать опрос в мобильном приложении для мероприятия, если организаторы его используют.

Например, вы даете описание нескольких своих продуктов и потом предлагаете небольшую игру, с помощью которой задаете тест-вопросы. В вопросах узнаете, правильно ли люди поняли характеристики продуктов и, если это не так, корректируете информацию.

Метрики:

- % вовлеченных участников от общего числа
- % ответов участников, которые совпадают с целевой информацией

4. По обратной связи — проведите опрос

Соберите обратную связь о вашей презентации.

Есть три варианта.

Удобный. Организаторы обычно рассылают участникам анкеты с вопросами о том, какой спикер понравился, что полезно, что запомнилось, что улучшить. Попросите коллег передать обратную связь о вашей презентации. Скорее всего вы не получите развернутый ответ со всеми плюсами и минусами, но и этого хватит для общего анализа.

Быстрый. Добавьте ссылку на опрос на последнюю страницу презента-

² 12 бесплатных инструментов для опросов в 2024 году // Режим доступа: <https://ahaslides.com/ru/blog/top-10-free-survey-tools/>

ции и предложите всем, кто его пройдет, какой-то бонус. Удобнее для участников получить ссылку, если у вас презентация для отправки, или QR-код, если презентация оффлайн. Создать анкету можно с помощью Гугл или Яндекса форм. Так вы сможете сразу увидеть результаты и проанализировать как средние показатели, так и отдельные ответы.

Доступный. Пообщайтесь с участниками мероприятия в перерывах. Вот несколько вопросов для оценки эффективности презентации:

- сделали/сделают участники то, на что вы надеялись?
- разделяют ваши идеи? думали об этом раньше, а может уже внедряли? если да, то какой опыт получили?
- как оценивают презентацию? легко читалась, что зацепило?

Метрики:

- % участников опроса
- статистика о качестве презентации и желании выполнить целевое действие
- качественный анализ презентации и выступления

5. По публикациями в СМИ — посчитайте упоминания

Соберите статистику в социальных сетях: сколько человек добавились в группы после презентации, какой это процент от общего числа участников мероприятия, какая активность (лайки, комментарии, репосты, сторис). Можно попросить участников отметить публикации о вас специальным #хештегом. Это работает, если вы дадите взамен полезную информацию. Например, вышлите книгу или какое-то методическое пособие.

Замерить распространение информации в социальных сетях и СМИ, упоминание вашего имени можно с помощью платных автоматизированных сервисов — «Медиалогия», «Интерфакс СКАН», Brand Analytics. Из бесплатных систем используйте Яндекс.Новости или Гугл.Новости. Количество публикаций вряд ли вам даст понимание об эффективности, а вот цитаты из презентации покажут, насколько она была полезной.

Метрики:

- охват аудитории
- прирост подписчиков в соцсетях
- количество упоминаний
- тональность упоминаний
- количество лайков, комментариев, репостов

6. По тиражированию — оцените количество скачиваний

Если в презентации есть ценная информация, к которой хочется возвращаться, то она может стать «вирусной» и работать на повышение узнаваемости вашего бренда. Включите описание процессов, модели, чек-листы и другие полезные материалы, которыми можно пользоваться много раз в работе.

Такую презентацию можно разместить на сайте и давать ссылку на встречах, конференциях и других мероприятиях. Во-первых, вы сможете видеть количество скачиваний, установив скрипт (их много в открытом доступе

по запросу). Во-вторых, в самой презентации вы можете поставить ссылки на дополнительные материалы и фиксировать активность аудитории.

Метрики:

- количество скачиваний
- переходы из презентации на целевые страницы

7. По чек-листу — самооценка.

Распечатайте чек-лист для самопроверки. Оцените, как вы подготовились, как прошла презентация и какая обратная связь. Выпишите все пункты с ответом «нет» и проработайте их в следующей презентации.

Не обязательно использовать сразу все способы оценки эффективности презентации. Возьмите те, что соответствуют вашим целям и кажутся вам наиболее информативными.

2. Техническое сопровождение презентации проекта

Техническую подготовку к презентации можно условно разделить на два этапа:

1. Сценарный этап (Вы – режиссёр);
2. Постановочный этап (Вы – сценарист).

1. Сценарный этап.

- 1) Формулировка целей – минимум и целей – максимум; конкретизация и иерархия идей.
- 2) Составление плана выступления, перечень частей, их длительность и очерёдность; возможность перестановки.
- 3) Подготовка выступления (текст, речь, стиль выступления, демонстрационные материалы).

2. Постановочный этап.

- 1) Определение списка участников презентации
- 2) Выбор и подготовка помещений и технических средств
- 3) Подготовка поощрений для слушателей – сувениры, угощение, подарки и т.д.

При выборе помещения для презентации необходимо отталкиваться в первую очередь от количества участников, их состава и целей презентации. При этом нужно учитывать следующие правила:

- расстояние между выступающим и первым рядом слушателей (при количестве не более 50 человек) составляет от 3 до 6 метров.
- форма аудитории не должна создавать мёртвых зон, куда или откуда не достаёт взгляд;
- основное место выступающего должно быть удобно расположено и оформлено;

- заполненность зала должна быть сбалансированной – не слишком тесно и не слишком просторно;
- помещение должно быть проветриваемым и достаточно освещенным;
- не должны мешать посторонние шумы с улиц и коридоров;
- проходы должны располагаться так, чтобы входящие и выходящие не отвлекали аудиторию;
- звуковые колонки не должны оглушать, а проектор загораживать экран;
- необходимо исключить ситуацию, когда кто-нибудь спотыкается о провода оборудования.

Мультимедийное оборудование — обязательный элемент оснащения презентаций. Комплект оборудования для презентаций, тренингов и мастер-классов может включать следующие приспособления:

1. Экран.

Самый удобный и популярный вариант — рулонный экран. Он легко сворачивается по завершении встречи. Его закрепляют на потолке или на треноге-триподе.

Если презентации проводятся регулярно и в одном и том же помещении, например, в конференц-зале, можно установить стационарный экран. Он крепится на потолок или стену. Для выездных презентаций идеальный вариант — складная модель на треноге, которая свободно помещается в багажник легкового автомобиля.

Размеры экрана выбирают в зависимости от помещения, где чаще всего проходят мероприятия, а также количества зрителей: как обычный домашний телевизор, 55 дюймов, или больше — 60/80/90/100 дюймов.

Современные экраны изготавливают из прочного материала ПВХ. На них наносят специальное покрытие, защищающее полотно от огня, плесени и статического электричества.

2. Проектор

Помогает вывести на экран изображение или видео с ноутбука или флешки. Для этого в корпусе прибора имеются порты HDMI, VGA, USB-A и слоты для карт памяти.

Обычно проектор устанавливается на высокой подставке на расстоянии от экрана. Стационарные модели крепятся под потолком.

3. Презентер

Компактный прибор, напоминающий пульт от телевизора. Он позволяет перелистывать слайды и управлять воспроизведением на расстоянии от ноутбука. Модели с большим количеством клавиш упрощают работу — каждая отвечает за определенное действие: переключить слайд, выйти из презентации, затемнить экран. Презентеры с двумя-тремя клавишами поддерживают различные комбинации. Удобная функция некоторых моделей — лазерная указка.

4. Интерактивная панель

Используется как большой монитор. Позволяет напрямую транслировать изображение с флешки или ноутбука. Создана по аналогии с технологией, используемой в смартфонах и планшетах. На ней можно рисовать стилусом или рукой, управлять касаниями.

5. Классика, без которой никуда

Иногда возникает необходимость записать или нарисовать схему прямо по ходу выступления. Тогда пригодятся такие простые и привычные приспособления, как маркерная доска или флипчарт. Также к ним при помощи магнитов можно прикрепить распечатанные на бумаге материалы. Есть модели в виде большого блокнота, где спикер пишет маркером.