

## 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-меток<sup>1</sup> 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.

---

<sup>1</sup> 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 сервисами<sup>2</sup> 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-

---

<sup>2</sup> 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.