



Ghidul FireFly Presentations

O abordare minimalista pentru crearea de continut, dezvoltarea aspectului vizual si livrarea discursului in prezentarile de Business



Licenta Creative Commons, Atribuire 4.0 Internațional (CC BY 4.0)

Autor: Marian Stirbescu

Revizuit de: Roxana Grigoras, Mihai Constantinescu, Cristian Stirbescu, Adrian Badea, Ana Mereuta, Mihai Mlesnita

Ultima versiune: 1.3

Ultima actualizare: 12.02.2020

Cuprins

Introducere	3
Ce este FireFly Presentations?	3
Pentru cine?	3
Cand folosim FireFly Presentations?	3
Dificultati/Provocari?	3
Specificul prezentarilor profesionale.....	4
5 principii pentru succesul prezentarii	4
Avantajele utilizarii FireFly Presentations	4
Proiectul de dezvoltare si livrare FireFly Presentations	5
Presentation Cocktail.....	5
Structura de activitati	5
1. Plan – Definirea planului.....	5
1.1 Clarificarea scopului	5
1.2 Analiza audientei	6
1.3 Viziunea de lucru	6
2. Design – Proiectarea si realizarea continutului.....	7
2.1 Creare structura	7
2.2 Creare de continut.....	8
Asamblarea continutului	9
Validarea continutului in functie de audienta.....	9
Vehicule de discurs.....	9
Maximizarea credibilitatii.....	10
Tehnici de tranzitie	10
Tehnici de creare a relevantei	10
2.3 Elemente vizuale	10
3. Livrare – livrarea prezentarii catre audienta.....	11
3.1 Pregatirea pentru prezentare	11
Tehnici de repetitie	11
3.2 Sustinerea prezentarii	12
Deschiderea.....	12
Livrarea continutului	12
Incheierea.....	13
3.3 Activitati post livrare	13
Detalii licentiere Creative Commons atribuire 4.0.....	13

Ghidul FireFly Presentations

Introducere

Ce este FireFly Presentations?

Este o metoda simpla si practica de construire colaborativa si livrare a prezentarilor profesionale. Metoda a fost utilizata cu succes pentru prezentari in mediul de afaceri inca din 2012.

Ghidul FireFly Presentations este un exemplu succint de definire, planificare si gestionare a activitatilor necesare pentru construirea si livrarea prezentarilor de impact si include:

- Definirea activitatilor cheie
- Principiile de lucru
- Sabloane si documente de lucru pentru realizarea prezentarilor

Pentru cine?

FireFly Presentations este destinata celor care au nevoie sa urmeze o reteta de lucru, cu ajutorul careia sa realizeze, posibil, cele mai bune prezentari intr-un context dat:

- Nivelul de cunoastere al nevoilor audientei
- Nivelul de accesibilitate al audientei
- Experienta si pregatirea celor care dezvoltaza prezentarea
- Posibilitatile de colaborare ale acestora
- Cultura, obiceiurile si preferintele organizatiei unde va fi livrata prezentarea
- Informatiile disponibile
- Obiectivele si motivele pentru care se realizeaza prezentarea

Fara a ne limita la o pozitie anume din organizatie, intre utilizatorii metodei putem enumera: manageri, project manageri, oameni de vanzari, specialisti din marketing si comunicare, oameni tehnici, angajati din departamentele financiar-contabilitate, productie, dar si studenti, profesori, angajati din organizatii non-profit.

Cand folosim FireFly Presentations?

Oricand avem nevoie sa dezvoltam, singuri sau in echipe, prezentari de calitate a caror livrare dorim sa se bucure de succes.

Realitatea ne arata ca abilitatea de a face prezentari de calitate devine esentiala pentru anumite pozitii din ierarhia organizatiei sau de specialisti.

Dificultati/Provocari?

Statisticile arata ca in jur de 75% din populatie este afectata de teama de a vorbi in public. Desi nu sunt unice, printre dificultatile cu care se confrunta cei care creeaza si livreaza prezentari, putem recunoaste:

- **Rezultate:** Cum sa-mi ating obiectivele?
- **Atentie:** Cum sa captez si sa mentin atentia?

- **Imagine, impresie:** Cum sa "dau" bine in ochii celorlalti? Cum sa creez o impresie buna?
- **Timp:** Cum sa ma incadrez in timp?
- **Acceptare:** Cum sa fac astfel incat mesajul meu sa fie acceptat?
- **Autocontrol:** Cum sa imi stapanesc emotiile?
- **Emotie:** Cum sa creezi o stare emotionala anume pentru audienta?

Specificul prezentarilor profesionale

Ce este special la prezentarile create si livrate in mediul de afaceri?

- Mediul este cunoscut/familiar (colegi, parteneri, clienti, superiori, management)
- Frecvent durata prezentarii poate varia intre 15 min – 2 ore
- Audienta accesibila pentru identificare de nevoi si asteptari
- Termenele limita de realizare pot fi stranse
- Materialul de prezentare este necesar sa fie clar si detaliat, pentru a fi inteles si de cei care nu participa la livrarea prezentarii si iau contact doar cu materialele pregatite
- Uneori, prezentarea poate fi sustinuta de catre o alta persoana care nu a participat la crearea acesteia
- Foarte des, accentul este pus pe informare si influentare in defavoarea "distrarii" audientei
- Exista o miza reala legata de succesul prezentarii

5 principii pentru succesul prezentarii

In crearea prezentarilor cu metoda FireFly, vom tine cont de urmatoarele principii:

1. Succesul prezentarii = (implinirea nevoilor si asteptarilor audientei) + (atingerea obiectivelor proprii)
2. Succesul prezentarii poate fi influentat dupa cum urmeaza: 85% de continutul transmis, 10% maniera de livrare, 5% de talente personale. Aceasta este mai degraba frecventa sau preferinta de consum a audientei.
3. Pregatirea asigura incadrarea in timp si creste gradul de stapanire a emotiilor
4. Colaborarea cu alti colegi maximizeaza calitatea produsului final
5. Prezentarea va fi dezvoltata sub forma unui "mini-proiect"

Avantajele utilizarii FireFly Presentations

Transparenta: practicand pasii metodei, castigati control asupra continutului si aspectului prezentarii. Desi inspiratia si talentul sunt ingrediente importante, practicantii metodei inteleg ca prezentarea de succes se realizeaza printr-un efort constient, prin colaborare, urmand o structura de activitati si folosind un set „standard” de tehnici pentru crearea si livrarea prezentarilor.

Predictibilitate: formuland un plan de lucru, utilizatorii metodei pot crea estimate credibile legate de timpul de dezvoltare si durata de livrare a prezentarii.

Oportunitati de delegare: utilizand o schema de continut armonizata cu nevoile si asteptarile audientei, apare oportunitatea de a delega bucati de prezentare catre alti colegi,

scazand efortul individual. In situatiile in care anumite parti din prezentare sunt delegate spre realizare catre alti colegi, se obtine vizibilitate asupra progresului in dezvoltarea materialelor.

Impact si calitate crescuta: utilizarea unui proces iterativ de dezvoltare creste nivelul de calitate al prezentarii prin cresterea gradului de multumire si satisfactie a audientei.

Durata scazuta de dezvoltare a prezentarilor: prin practicarea constanta a metodei, prezentatorii isi dezvolta mai rapid abilitatile de creare si livrare de continut, cu efect in scaderea timpului de realizare a prezentarilor.

Controlul emotiilor: prin utilizarea unei structuri si prin repetitie, prezentatorii isi cresc siguranta in livrare si isi dezvolta capacitatea de a-si controla emotiile in mod pozitiv.

Proiectul de dezvoltare si livrare FireFly Presentations

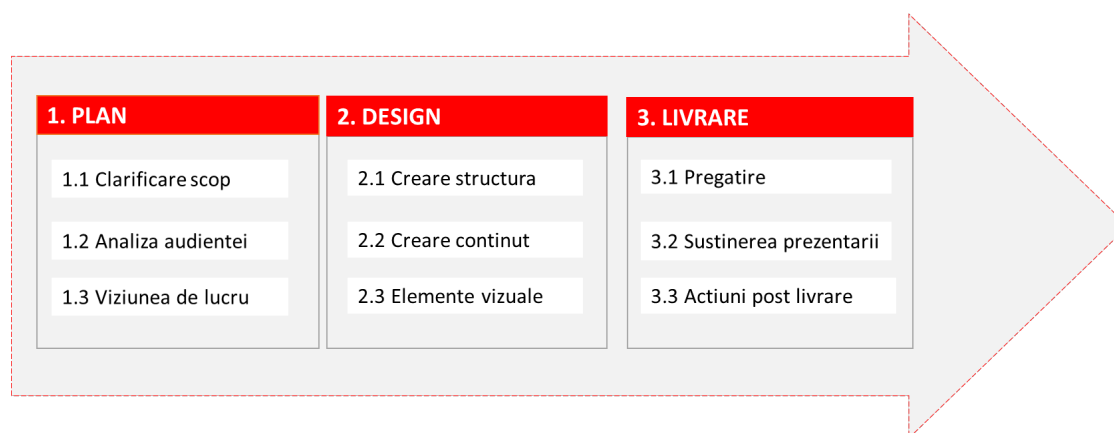
Presentation Cocktail

Elementele constructive ale unei prezentari pot fi structurate in:

- Continut (scris, vorbit)
- Suport vizual
- Informatii de suport
- Discurs

Structura de activitati

Proiectul FireFly Presentations poate fi descris prin 3 faze a cate 3 activitati cheie:



FireFly Presentations – Structura de activitati a metodei

1. Plan – Definirea planului

1.1 Clarificarea scopului

Desi fiecare prezentare poate avea un scop particular, foarte des scopul acesteia se poate incadra in una din urmatoarele categorii:

- Informare
- Instruire
- Convingere / obtinerea acordului
- Motivare

- Implicare
- Mobilizare la actiune

In aceasta activitate este necesara formularea scopului tinand cont de una din categoriile de mai sus, sau creand o noua categorie daca este cazul.

1.2 Analiza audientei

Deoarece succesul prezentarii depinde de identificarea audientei, intelegerea nevoilor acesteia si construirea unui continut adecvat pentru adresarea acestor nevoi, cei care construiesc prezentari pot sa izoleze segmentele audientei utilizand cateva criterii:

- Departamente / Divizii / echipe
- Intern / Extern
- Nivelul de cunoastere si intelegere a subiectului
- Stilul de invatare
- Profilul de personalitate
- Prezenta la momentul livrarii: Da / Nu
- Nivelul de implicare
- Nivele ierarhice
- ... lista ramane deschisa in functie de situatie

Metodele de identificare a nevoilor si asteptarilor includ:

- **Abordare directa:** discutie 1 la 1, discutie telefonica, intrebari pe email
- **Abordare indirecta:** afli raspunsurile adresand intrebari colegilor sau apropiatilor
- **Presupuneri:** presupuneri pe baza istoricului si experientei personale
- **Intuitie:** uneori ceea ce simti se poate fi mai valoros decat informatiile pe care le ai la dispozitie

Acestea ar putea fi identificate si notate intr-o structura similara cu cea din tabelul de mai jos:

Profil	Nevoi/Asteptari

FireFly Presentations – Profilarea audientei

1.3 Viziunea de lucru

Abordarea fiecarui proiect de prezentare poate fi diferita de la caz la caz. Pentru clarificarea modului de lucru, sunt necesare cateva decizii sau obtinerea de informatii, cum ar fi:

- Care sunt obiectivele mele personale?
- Cu cine ar fi necesar sa colaborez?

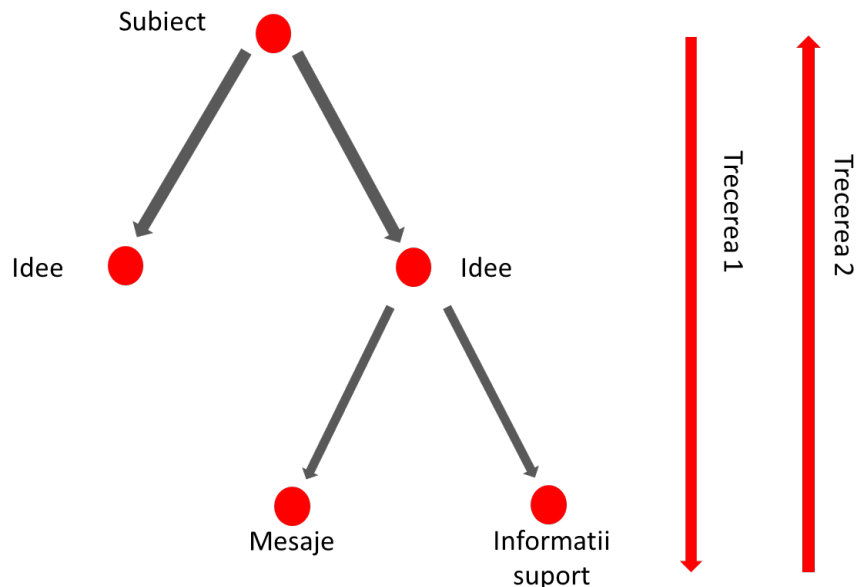
- Voi folosi sau nu videoproiector?
- Voi trimite in avans prezentarea pe email?
- Vom organiza sesiune de intrebari si raspunsuri?
- In ce format vom oferi informatiile de suport?
- Planul de actiuni pentru realizarea prezentarii si estimarea unei durate de realizare
- ... lista ramane deschisa in functie de context

2. Design – Proiectarea si realizarea continutului

2.1 Creare structura

Componentele de structura ale prezentarii sunt:

- Subiecte
- Continut
- Informatii suport



FireFly Presentations – Structura de continut

Ce sunt subiectele?: punctele cheie din agenda prezentarii

Ce sunt ideile?: notiuni, concepte, principii, valori care vor fi transmise utilizand mesaje

Ce sunt mesajele?: informatii, semnificatii, sensuri, intelesuri, care vor fi construite si comunicate pentru sustinerea unei idei

Ce sunt informatiile de suport?: date concrete care ofera credibilitate si detaliu continutului:

- Extrase din baze de date interne
- Indicatori de performanta; date financiare
- Extrase din baze de date comerciale si statistici oficiale
- Studii de marketing
- Standarde de comparatie-benchmarking
- Informatii din presa
- Feedback de la clienti

Tinand cont de nevoile si asteptarile audientei, precum si de obiectivele proprii, in aceasta etapa se defineste structura ierarhica de continut, prin identificarea **S**ubiectelor, **I**deilor, **M**esajelor si informatiilor de **S**uport (S.I.M.S)

Rezultatul obtinut poate fi reprezentat printr-o schema de continut ca in tabelul de mai jos:

Subiecte	Idei	Mesaje	Informatii suport
Subiectul 1	Idea A	Mesajul A1	Informatia A2
		Mesajul A2	
	Idea B	Mesajul B1	
		Mesajul B2	
		Mesajul B3	
Subiectul 2	Idea C	Mesajul C1	Informatia C1
		Mesajul C2	
...			

FireFly Presentations – Schema de continut

2.2 Creare de continut

Aceasta activitate consta in formularea textelor pentru subiecte, idei, mesaje si informatii de suport, precum si asamblarea continutului in forma unui scenariu (script, poveste).

In cazul utilizarii unui software dedicat pentru prezentari, de exemplu Microsoft PowerPoint, este necesara o separare a continutului scris care va fi prezent in plansele de prezentare si a celui care va fi livrat pe cale verbala. O metoda de separare a acestor informatii se poate face utilizand fisa de prezentare.

Plansa	Idee/Mesaj	Continut scris	Prezentare orala	Informatii de suport
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
...				

FireFly Presentations – Fisa de prezentare

Asamblarea continutului

Continutul de valoare este continutul care se poate impartasi usor, atat de catre prezentator cat si de catre audienta, dupa finalizarea prezentarii.

Asamblarea continutului consta in punerea impreuna a elementelor de continut, urmarind un fir logic cu ajutorul unei povesti.

Utilizand POVESTEA obtinem:

- Curgere
- Fluenta
- Consistenta
- Usurinta in reproducere de catre audienta
- Logica

Validarea continutului in functie de audienta

Pentru a ne asigura ca nevoile si asteptarile audientei sunt implinite prin mesajele specifice, putem valida continutul, utilizand o matrice de validare.

	Profil A	Profil B	Profil C	Profil D	Profil E	Profil F
Mesaj 1	✓		✓			
Mesaj 2				✓	✓	
Mesaj 3		✓				✓
Mesaj 4	✓					
Mesaj 5		✓			✓	✓

FireFly Presentations – Matricea de validare a continutului pe audienta

Vehicule de discurs

Pentru asamblarea discursului pot fi utilizate cateva vehicule de discurs:

- Intrebari retorice
- Explicatii
- Tranzitii
- Introducere subiect
- Concluzii
- Incurajari
- Analiza de perceptie
- Plan de actiuni
- Solicitarea ajutorului
- Exemple
- Glume
- Pozitionare
- Sondarea starii
- Povestea

Maximizarea credibilitatii

Continutul poate castiga credibilitate prin utilizarea urmatoarelor tehnici:

- Folosirea de citate
- Utilizarea de super-cuvinte (hyper words)
- Impartasirea de experiente profesionale si personale
- Utilizarea de exemple concrete
- Mentionarea referintelor, recomandarilor din partea clientilor sau utilizatorilor

Tehnici de tranzitie

Trecerea de la o idee la alta, de la o plansa la alta, sau de la un mesaj la altul, se poate face mai usor utilizand una din tehnicile de tranzitie

- **Spune direct:** mentioneaza urmatorul subiect, idee, mesaj, plansa
- **Povestea:** spune o poveste care are legatura cu ce urmeaza sa prezinti
- **Parerea audientei:** solicita parerea audientei asupra subiectului ("Ce parere aveti despre...?")
- **Relevanta:** introdu subiectul prin una din tehnicile de creare a relevantei

Tehnici de creare a relevantei

- **Beneficiu:** Oferirea unui beneficiu
- **Experienta similara:** Mentionarea experientei similare a altora
- **Frecventa:** Recunoasterea faptului ca este o situatie care apare frecvent
- **Impact:** Evaluarea si prezentarea impactului legat de situatia respectiva
- **Povesti de succes:** Mentioneaza o situatie care este recunoscuta ca o poveste de succes
- **Opinia personala:** foarte des, cea mai „slaba” tehnica de creare a relevantei. Functioneaza foarte bine doar atunci cand prezentatorul este recunoscut ca o autoritate in domeniu

2.3 Elemente vizuale

Modul de aranjare vizuala a elementelor de continut conteaza. Cateva din motivele pentru care utilizam elementele vizuale in prezentari sunt:

- Maximizarea impactului anumitor mesaje
- Usurarea intelegerii
- Mentinerea nivelului atentiei participantilor
- Crearea unei impresii placute asupra audientei
- Scaderea presiunii pe prezentator (imaginea vorbeste de la sine)
- Inducerea unei stari emotionale

Elementele prin care se controleaza aspectul vizual al prezentarii sunt:

- Fundalul (background)
- Litera (font)
- Culorile
- Imaginile
- Asezarea in pagina (layout)
- Enumerarea (bullet points)
- Tabelele, graficele, diagramele
- Animatia

3. Livrare – livrarea prezentarii catre audienta

3.1 Pregatirea pentru prezentare

Pregatirea ofera siguranta prezentatorului si scade aparitia emotiilor neproductive. Iata cateva motive pentru care merita sa alocam timp de pregatire:

- **Memorare:** prin repetitie se asigura trecerea in memoria de lunga durata a elementelor de continut si a vehiculelor de discurs din prezentare
- **Prezentare vs. citire:** cei care se pregatesc au mai rar tendinta de a citi de pe ecran/planse, pastrand astfel un contact mai bun cu audienta
- **Minimizare de riscuri:** atunci cand te pregatesti si iei in considerare posibilele probleme care pot aparea pe durata prezentarii, vei dezvolta si solutii, astfel incat nu vei fi luat prin surprindere la momentul livrarii
- **Castigi siguranta:** prin repetitie se diminueaza componenta de improvizatie, astfel incat prezentatorul va reproduce continutul cu un grad crescut de siguranta
- **Incadrarea in timp:** prin iteratii succesive de repetitie a livrarii, prezentatorul constientizeaza duratele de livrare a continutului si este capabil sa livreze prezentarea in timpul alocat. Mai mult, in cazul aparitiei unor constrangeri de timp, va putea sa decida in mod constient care parti din prezentare pot fi "sacrificate", astfel incat obiectivele prezentarii sa poata fi atinse in ciuda constrangerilor
- **Rafinarea continutului:** in sesiunile de pregatire se identifica modalitati de simplificare a manierei de livrare a continutului, implicit, restructurarea, reordonarea si reformularea componentelor de continut scris si discurs
- **Evitarea/diminuarea riscurilor:** nefunctionarea corecta a echipamentelor tehnice de prezentare, incompatibilitatea formatelor de lucru, necunoasterea salii pot conduce la esecul prezentarii
- **Depasirea reactiilor negative:** Livrarea prezentarii ca maniera de pregatire poate scoate la suprafata posibile reactii de nemulțumire legate de continutul si maniera de prezentare, pregatirea anterioara permitand identificarea de strategii de evitare sau repliere, in cazul aparitiei acestor reactii

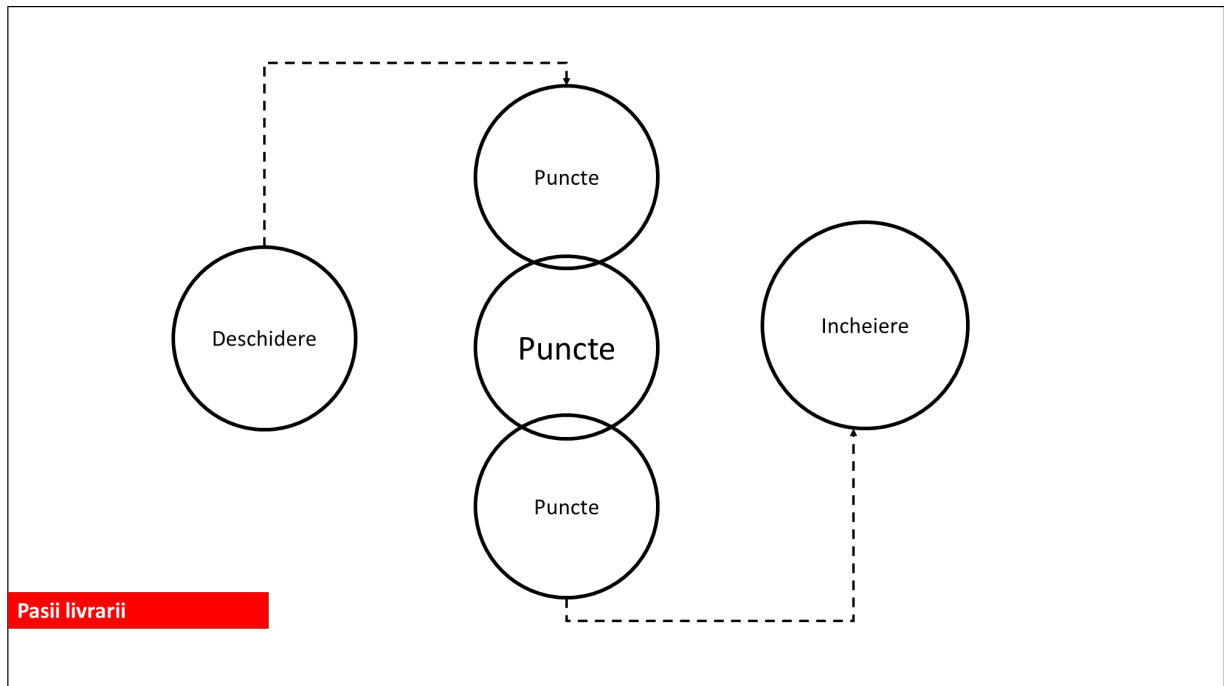
Tehnici de repetitie

- Exerseaza prezentarea in cuvinte simple, utilizand fisa de prezentare
- Cronometreaza cat dureaza sa vorbești pe fiecare plansa si noteaza in fisa
- Inregistreaza-te (audio/video)

- Simuleaza prezentarea in fata unor cunoscuti
- Identifica elementele care “nu se leaga” si rafineaza continutul

3.2 Sustinerea prezentarii

Sustinerea prezentarii consta in: deschiderea, livrarea continutului pentru punctele din agenda si incheierea prezentarii



FireFly Presentations – Pasii de sustinere a prezentarii

Deschiderea

Deși nu este obligatorie includerea tuturor punctelor de mai jos, este necesar ca prezentatorul să decidă în avans cum va structura deschiderea:

- Prezentarea ta, prezentarea audienței, de ce suntem acolo?
- Prezentarea obiectivelor cheie pentru audiență
- Comunicarea duratei estimate
- Comunicarea / stabilirea unui mod de lucru
- Prezentarea agendei
- Verificare dacă agenda este clară și conform așteptărilor
- Cerere acord pentru startul prezentării

Livrarea continutului

Continutul va fi livrat conform fișei de prezentare.

În afara de livrarea conținutului, prezentatorul poate folosi câteva tehnici de captare și menținere a atenției:

- Autoritatea prezentatorului
- Tonul potrivit
- Surpriza, misterul, suspansul, utilizarea ritmului potrivit
- Sa te adresezi participantilor folosind prenumele
- Sa folosesti vocabularul specific
- Sumarizarea
- Pozitionarea subiectelor/ideilor
- Parabolele, povestile, comparatiile
- Intrebarile, solicitarea punctului de vedere/analiza de perceptii

Incheierea

Deși nu este obligatorie sau oportuna includerea tuturor punctelor de mai jos, este necesar ca prezentatorul să decida, în avans, cum va structura încheierea prezentării:

- Sumarizare și concluzii
- Analiza de percepție
- Identificarea pașilor următori / Plan de acțiune
- Solicitare feedback

3.3 Activități post livrare

În baza analizei de percepție și a feedback-ului obținut, prezentatorul/prezentatorii își pot propune dezvoltarea de cunoștințe și abilități noi, care să ajute la îmbunătățirea creării și livrării prezentărilor în viitor.

O modalitate practică de definire și execuție a acestor activități:

- **Reflectie:** creează un inventar al lecțiilor învățate în urma prezentării
- **Definire:** definește o listă de acțiuni concrete prin care poți să îți crești nivelul de cunoștințe, să îți dezvolti abilități noi sau să le consolidezi pe cele existente, identifică persoane cu care ai putea să colaborezi pentru a te dezvolta ca practicant FireFly Presentations
- **Implementare:** implementează planul de acțiuni

Detalii licențiere Creative Commons atribuire 4.0

Ghidul metodei FireFly Presentations este oferit în mod gratuit de către Marian Stirbescu sub licența Creative Commons, Atribuire 4.0 Internațional (CC BY 4.0)



În termenii acestei licențe sunteți liberi să:

- **Distribuiți:** Copiați și redistribuiți materialul în orice mediu și în orice format
- **Adaptati:** Remixați, transformați și construiți lucrări derivate în baza acestui material, pentru orice scop, inclusiv comercial.

Licențiatorul nu poate revoca aceste drepturi atât timp cât respectați termenii licenței.

Sub următorii termeni:

- **Atribuirea:** Trebuie sa oferiti recunoastere (credit) autorului, sa oferiti un link catre textul licentei, si sa indicati schimbarile facute. Poti sa faci asta prin orice modalitate rezonabila, dar nu prin una care sugereaza ca partea care ofera licenta te sustine pe tine sau utilizarea de catre tine a respectivului material.
- **Fara alte restrictii** – Nu vei impune alte conditii juridice sau tehnologice care sa restrictioneze din punct de vedere legal alti utilizatori de a face orice le permite licenta

Pentru detaliile licentei in limba romana vizitati:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ro>