



理解の共有 プレゼンテーション

講師：株式会社イワサキ経営
駿河増販情報センター
マーケティングアドバイザー
宮口 巧
tkm@tax-iwasaki.com



プレゼンテーションの重要性

ビジネス・チャンスはどう活かせるかは、どれだけ効果的に自分をアピールできるかで決まってしまう。

どんなにすぐれた企画でも、会議や説明の場で上手に表現することができなければ、陽の目を見ることはない。

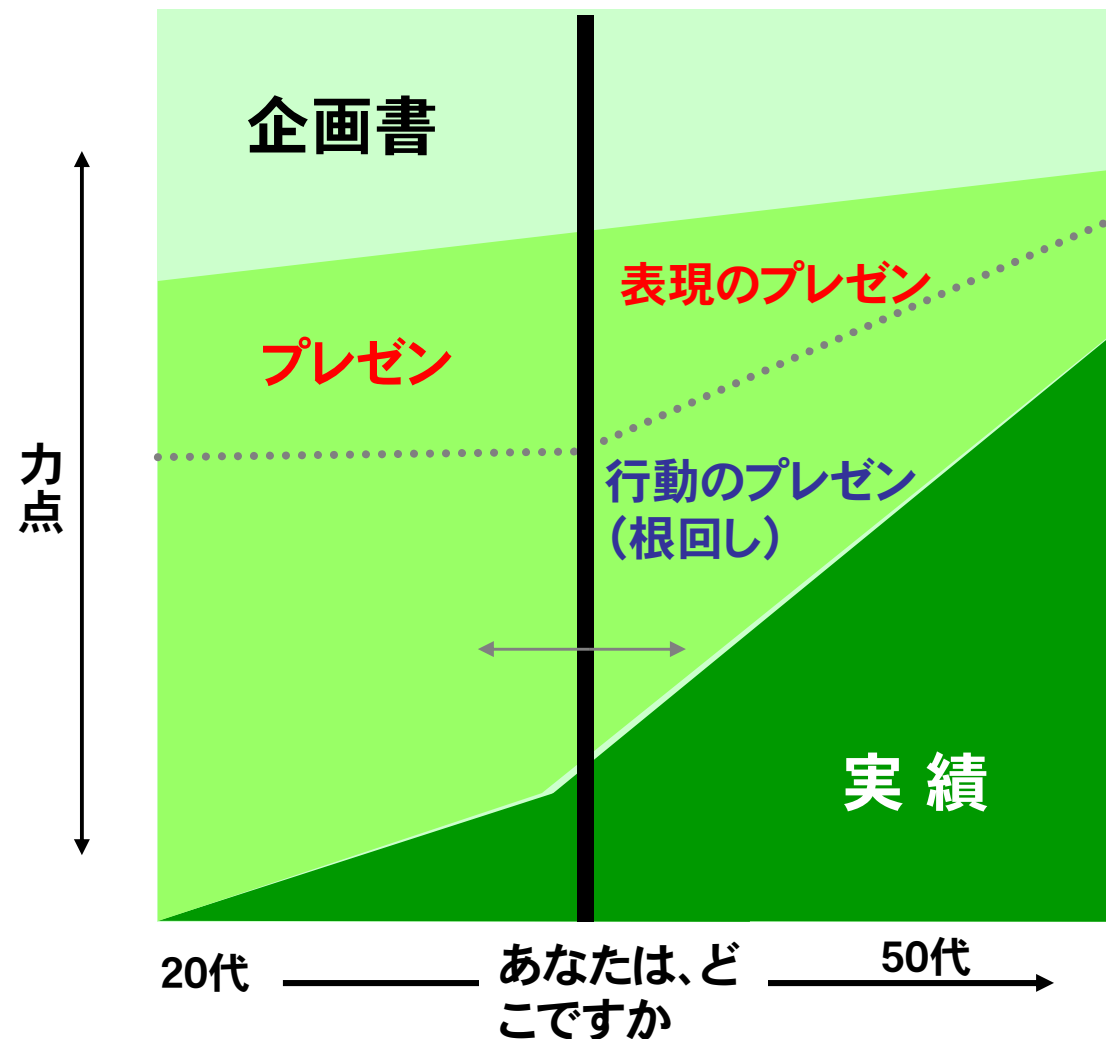
だからプレゼンテーションは、ビジネスマンの必須科目として、極めて重要なスキルなのだ。

高橋 憲行

(1993.10初版 プレゼンテーションの基本がわかる本より)



プレゼンテーションの位置づけ



企画がおとる3要素

- ・実績
- ・企画(企画書)
- ・プレゼン



プレゼンは相手に理解してもらうためのツール

まずプレゼンのCT整合が重要
企画のCTも重要だけど、プレゼンのCTも重要です。
フルパッケージのレクチャーでは...

「この企画書は誰あてなのか？」

を、明確にするように学習しましたが、

“企画書(企画)→コンセプト”
“誰あて→ターゲット”

と言う事になります。

ここが整合しないと、理解されなければならない相手に理解してもらえない、つまり**的はずれなプレゼン**になってしまいます。



ターゲットは何に興味があるのか?!

設定されたターゲットの興味がどこにあるかをハッキリさせることがポイント。
聞かされなくてもわかっている現状分析が長かったり、立場上興味のない細かな話をグドグド聴かされたらプレゼン開始から5分であなたへのベクトルは消えて無くなります。

聞き手の興味を正確に見つける



話し手の意図をしっかりと伝える



“訴求力の高いプレゼン”

「聞いている」と言う状況と「理解し共感を持っている」と言う実感では、後に大きな差が出来ます。



話し手の思いと聞き手の興味

話し手の思い

自分を(意思・意図)を伝えたい



自分を(意思・意図)を理解してほしい



共感してほしい(感情移入)



意思決定をしてほしい



よし一緒にやろって…… (一体感)

聞き手の興味

結果どうなるの? いくら儲かるの?
(いくら掛かるの?) どう変わるの?



ほんとかよー?



どんな風にやるの?



- ・事業の仕組みは?
 - ・コンセプトは? ・ターゲットは?
 - ・プロセスは? ・ツールは?
- } 戦略
} 戦術
(戦い方&武器)



面白そうだ!! ¥¥位は儲かるの
だな、もっと詳しく聞きたい!!



企画書のプレゼンに共通しているコト

プレゼンの機会は様々あるが、「企画書のプレゼンに共通しているコト」があります。それは…

聞いている人に「問題提示」していると言うコト



問題が解決していく様子が
「明確に表現」され、
「理解共有」されなければなりません。

つまり、“どうなるか?!”と言う「結論が重要」です。

そこで…



企画書プレゼンのシナリオ

帰納法と演繹法でシナリオが変わる

帰納法: 問題を先ず提起し、序々に結論へ結び付ける
起→承→転→結



演繹法: 結論から入って結論で締める
結論→内容→結論

聞き手を引きつけるには、帰納法より演繹法が有効



プレゼンの目的・目標

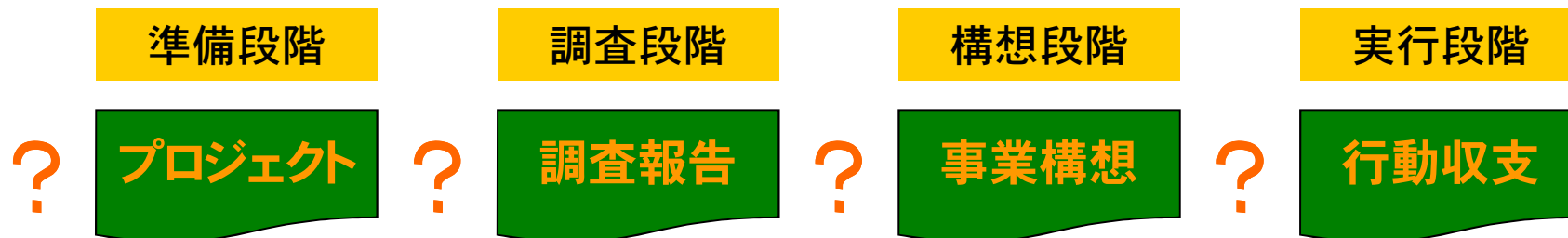
プレゼンの目的

何を、何のために...

プレゼンの目標

いつまでに、どのくらい...

企画の段階(フェーズ)



プレゼンの基本原則は...

ビジネスにかかわる人のほとんどが、何かの機会でプレゼンをします。
あなたのプレゼンが他との差をつけるのに必要なことは...

「簡潔」「わかりやすく」「印象深いこと」



**3つの基本原則をカバーする為には
人前で話す技術が必要**

「自分は話が下手だから...」「プレゼンは苦手です...」とは言っていられないとすると、どうやって“話す技術”を身につけるかというと、「ビジネスで人と話をするときには、常にプレゼンを意識する」事で、日常的なトレーニングとなります。



プレゼンの機会を作る

本格的なプレゼンへのきっかけ作りとして意識しておくことと日常のトレーニングとなりそうな機会を見つける

例としては...

社内プレゼンの場合→朝礼や上司への報告
営業プレゼンの場合→接待・カラオケ・食事...
日常の場合→名刺

普段のコミュニケーションの中に本格的なプレゼンに持ち込むための根回しを戦略的に盛り込む事も大変重要な要素です。



プレゼン前の確認事項

事前確認	
目的・目標	☐ プレゼンの目的・目標は何か？
会場	☐ プレゼンの会場はどんなところか？
対象	☐ プレゼンの対象者(ターゲット)は誰か？
対象人数	☐ プレゼンに参加する対象人数と関係性は？
段階	☐ プレゼンの段階、フェーズは？
要素・様式	☐ プレゼンの表現方法は？(パワポ・Wボード)
時間	☐ プレゼンに対する自分の持ち時間は？



プレゼンのポイント

- ・「**誰を対象**とした、プレゼンなのか」を意識 (CT整合)
- ・**持ち時間**を意識 (時間超過はマナー違反 ビジネスの場では即退場)
- ・聞き手を**仲間に引き込む** (共通の土壌をつくる) 途中で質問を投げかける
- ・自分の**味方をつくる** (うなずいてくれる人は誰か?)
- ・**尻**を見せるな! **自分に説明**するな! (プロジェクターのスクリーンを見て説明しない)
- ・何を、いつまでに**やるのか** (フェージングも明確に)
- ・**結果**がどうなるのかが、最大の関心事
- ・**要点**はいくつ? (1つ目…2つ目…3つ目…)
- ・インパクトのある**オープニング** (関連ニュース、ハッとする事実やデーター、逸話、問い掛け)
- ・メリハリ (声の大小で話を浮き立たせる)
- ・最後に帰りの**お土産メッセージ**を残す



プレゼンテーションの評価

プレゼンテーション評価軸

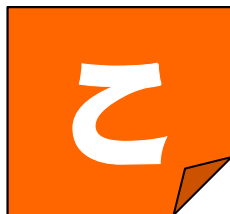
- 態度→プレゼンしている時の態度が適切で、時間を守っている。
- ポイント→プレゼンしている内容の“ポイント”が明確で、わかりやすい
- 理解度→プレゼンターが伝えようとしている内容が明確に理解できる。
- CTPT→CTPTが明確か。

プレゼンテーションの評価

プレゼンテーションは、誰かのプレゼンを「ポイントを絞って」評価する事で、自分自身のプレゼンを効果的にレベルアップさせる事が出来ます。
原稿が出来たら、4つのポイント(評価軸)を視点に、内容の確認をしましょう!

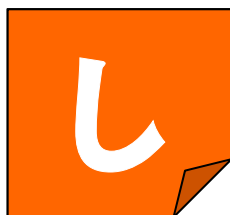


プレゼンのキーワード



• 呼 (Call)

呼びかける 例) 皆さんお分かりですか?



• 指 (Point)

指し示す・指名する。質問を投げかける



• 間 (Timing)

ひと呼吸



• 気 (Mind)

熱意を静かに会場に流す

