

# Sztuka perswazyjnych prezentacji - Warsztat

## Podczas warsztatów nauczysz się:

- Konstruktywnie wykorzystywać różne style komunikacji, aby zwiększyć siłę swojego przekazu
- Usuwać bariery komunikacyjne
- Przygotować się do przedstawienia tematu, biorąc pod uwagę cele mówcy i oczekiwania publiczności
- Przeprowadzać skuteczną prezentację, aby osiągnąć jasno określony cel (np. przekonanie grupy, generowanie zapytań klientów, kreowanie pożądanych postaw, budowanie wizerunku)

## Podczas warsztatów doświadczysz:

- **Przegląd różnych sposobów internalizacji informacji :**
  - Różne style komunikacji
  - Słuchanie oczami, czyli komunikacja niewerbalna
  - Dopasowanie gestykulacji i mimiki do stylu i osobowości mówcy
  - Techniki niewerbalne, które odwracają uwagę od treści prezentacji
  - Techniki niewerbalne, które podkreślają treść prezentacji
- **Przygotowanie do prezentacji:**
  - Przygotowanie sali prezentacyjnej i sprzętu audiowizualnego
  - Przygotowanie konspektu prezentacji, wybór treści
  - Anegdota, żarty i pytania retoryczne – jak wybrać je do prezentacji
  - Jak wygłosić przemówienie "z marszu", czyli przygotowanie bez przygotowania
- **Prezentacja:**
  - Zarządzanie treścią
  - Powitanie gości, rozpoczęcie prezentacji
  - Utrzymanie kontaktu emocjonalnego z odbiorcą
  - Techniki podtrzymywania uwagi
  - Radzenie sobie z trudnymi uczestnikami
  - Reagowanie na nietypowe sytuacje podczas prezentacji
  - Odpowiadanie na pytania uczestników
  - Podsumowanie
- **Opanowanie zasad wpływania na grupę:**
  - Lubienie i niechęć
  - Dlaczego ulegamy wpływom ludzi, których lubimy
  - Jak być lubianym przez innych, jak polubić uczestnika prezentacji w kilka minut
  - Zasada autorytetu – jak szybko budować autorytet i jak go wykorzystywać w wystąpieniach
  - Zasada konsekwencji i zaangażowania – jaka jest idealna droga do 100% poparcia w wyborach i dlaczego nikt z niej nie korzysta
  - Społeczny dowód słuszności, czyli dlaczego większość społeczeństwa uważa, że większość społeczeństwa ma rację i jak wykorzystuje to przekonanie ten, kto wie, że wcale tak nie jest
  - Zasada podobieństwa – czyli historia sukcesu programu Big Brother
  - Zasada kontrastu – czyli rzecz o tym, czy najpierw zaprezentować produkt drogo czy tanio
  - Zasada niedostępności – dlaczego Adam zjadł jabłko



# Kontakt

**Patryk Dynowski**

Business Development Manager

**T:** +48 577 255 112

**E:** [patryk.dynowski@testarmy.com](mailto:patryk.dynowski@testarmy.com)

