

Уважаемые партнеры!

Выставочная компания «ЭКСПОТРОНИКА» за 15 лет наработала большой опыт организации выставок и конференций в области автоматизации. Мы ставим своей целью помочь участникам мероприятий достойно представить свои разработки, продукты и решения потенциальным клиентам. Итогом выступления на конференции ПТА должны стать результативные деловые контакты и лояльные заказчики из числа промышленных предприятий и системных интеграторов. Мы заботимся о поддержании статуса наших мероприятий как профессиональных деловых площадок, на которых специалисты по автоматизации, ведущие инженеры и руководители предприятий могут получить ответы на актуальные для них вопросы, обсудить тенденции отрасли, изучить примеры лучшей практики и наметить сотрудничество с компаниями-участниками.

Предлагаем Вам ознакомиться с рекомендациями, которые мы разработали с учетом собственной практики, отзывов посетителей мероприятий ПТА и советов опытных маркетологов.

ПАМЯТКА УЧАСТНИКА КОНФЕРЕНЦИИ ПТА

- **Посвятите выступление интересам и задачам клиентов, примерам реализованных проектов, тенденциям рынка, а не рекламе продукции**
Содержательная часть Вашего выступления должна составлять не менее 75%. Приведите конкретные примеры проектов и измеряемые данные о выгодах, которые они принесли заказчикам (снижение эксплуатационных расходов, аварийности, повышение производительности и т.д.). Опишите предложенные Вами технические решения, которые позволили добиться таких результатов.

Мнение эксперта:

«Мне кажется странным и немножко ненормальным, что у нас в презентациях до сих пор преобладают само-центричные подходы. Это когда мы сконцентрированы сами на себе, а не на аудитории, или хотя бы на конкретных целевых сегментах. Так или иначе, суть рассказа всегда сводится к тому, какие мы или наши продукты классные, эффективные, и, конечно, сколько и каких выгод может получить потребитель... Однако убеждают ли подобные презентации аудиторию в преимуществах вендоров, пробивают ли их фильтры недоверия, подталкивают ли к новым решениям и ускорению закупок? На мой взгляд - вряд ли... Время product-push давно закончилось - пора переходить к откровенному разговору о проблемах рынка и их решениях.»

Александр Юрчак, генеральный директор АППАУ

Отзывы посетителей:

«Нужно приводить больше примеров применения на практике. Привлекать докладчиков технарей, а не менеджеров по продажам»

Шаймарданов Сергей Анатольевич, инженер ЗАО «ЮНИОН-ЗСК»

«Больше технической информации, меньше рекламной и продажной»

Топилин Александр Витальевич, инженер ОАО «Уралмеханобр»

«Все, что прочитали докладчики, я мог бы прочитать на официальном сайте. Интересуют новые перспективные разработки, примеры внедрения»

Майданенко Алексей Сергеевич, инженер проектного отдела ООО "НПП-Энергия"

«Больше о реализованных проектах и опыте эксплуатации в РФ. Автоматизация и энергосбережение - опыт, итоги внедрения предложений начала 2000 г. Опыт внедрения «Газпрома» и реклама импортных производителей не актуальны»

Левченко Виктория Владимировна, Председатель Правления Жилищно-строительного кооператива №632

- **Излагайте мысли понятно и доходчиво для аудитории**

Сформулируйте основную идею презентации максимально ясно, повторите её как минимум дважды за время выступления. Исключите пустые слова, профессиональный жаргон и маркетинговые штампы.

Продумайте ключевые тезисы, касающиеся Вашего продукта, услуги, компании, проекта или инициативы. Сформулируйте их кратко и конкретно. Для каждого тезиса подготовьте риторические приемы, усиливающие воздействие. Это могут быть личные истории, факты, примеры, аналогии, метафоры, свидетельства третьих сторон. Приведите цифровые данные в поддержку тезисов выступления. Но тщательно отбирайте их, сделайте показатели конкретными, значимыми и «примеряемым» слушателями на себя, используйте аналогии. Цифр не должно быть много.

Рекомендуется следующее распределение времени презентации: 10% – вступление, рассказ о компании; 60% - описание проблемы целевой аудитории; 25% - предлагаемое решение, примеры и обоснование; 5% - заключение, выводы, призыв к действию.

Мнение эксперта:

«Цифры очень редко «резонируют» с людьми — до тех пор, пока не помещены в понятный контекст. Лучший способ помочь людям понять цифры — сделать их сопоставимыми с чем-то, что они знают...»

Профессиональный жаргон — специфический язык, характерный для какой-то отдельной отрасли, — препятствует обмену идеями. Жаргон и модные словечки, как правило, бессмысленны и пусты и гарантированно делают вашу речь менее понятной и убедительной».

Кармин Галло, «iПрезентация: уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса»

Отзывы посетителей:

«Хотелось бы видеть статистические данные по энергоэффективности внедрённых систем, возможность использования данных для энергоаудита»

Королев Павел Геннадьевич, руководитель отдела СПбГЭТУ

- **Управляйте вниманием аудитории**

Лучший способ удержать внимание людей — это рассказать им историю. Постройте Вашу презентацию в формате истории, имеющей смысловое послание, начало, середину и конец. Например, представьте аудитории образ общего врага в виде проблемы, задевающей болевые точки потребителей. Образом героя может стать Ваш продукт или решение.

Взаимодействуйте с аудиторией во время выступления. Задавайте вопросы, вовлеките слушателей в процесс Вашей презентации. Сохраняйте визуальный контакт с аудиторией, используйте открытую позу и жестикуляцию. Не читайте текст выступления по бумажке. Периодически меняйте манеру речи при помощи модуляции голоса, изменения громкости и темпа. Делайте паузы для придания значимости словам.

Текст презентации не должен дублировать Ваше выступление. Это инструмент для визуального пояснения наиболее важных деталей. Изображение на слайде должно быть подсказкой для темы, связанной с данным слайдом. Для оживления презентации используйте яркие картинки-образы, эффектные и убедительные заголовки. Избегайте «сухого текста», длинных списков с пунктами. Периодически меняйте виды представления информации, включая видеоролики и демонстрации, чтобы задействовать различные каналы восприятия.

Мнение эксперта:

«Ваша аудитория хочет, чтобы ее информировали, научили и развлекли: информировали о вашем продукте, научили с ним работать и развлекли, чтобы она не заснула, пока ее информируют и учат».

Кармин Галло, «iПрезентация: уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса»

«В хорошей презентации эмоциональный ритм похож на пульсацию сердца. Сделайте презентацию как можно больше похожей на разговор».

Алексей Каптерев, «Мастерство презентации»

- **Проверьте слайды на ошибки, опечатки и корректность форматирования**

Презентация помогает аудитории составить впечатление о Вашей компании. Неточности и опечатки не способствуют положительному имиджу, поэтому будьте внимательны даже к мелочам.

Отзывы посетителей:

«Много было опечаток и неупорядоченности в докладах спикеров»

Чистый Алексей Валерьевич, директор по развитию «Эра-Кросс»

- **Потренируйтесь в обращении с микрофоном и электронной указкой в перерыве до начала конференции**

Освоив технический инвентарь на месте, Вы будете чувствовать себя более уверенно и не позволите досадным накладкам смазать впечатление от Вашего выступления.

Отзывы посетителей:

«Не все докладчики умеют работать с микрофоном»

Хомяков Дмитрий Алексеевич, руководитель группы ООО "Сибгипрошахт"

- **Получайте удовольствие от процесса выступления**

В первую очередь, наслаждайтесь своим выступлением сами, и Ваше хорошее настроение передастся слушателям! Ваша аудитория хочет не только научиться чему-то, но и получить положительные эмоции. Заряжайте людей своим энтузиазмом!

Если что-то пошло не так, как планировалось – не паникуйте. Признайте существование проблемы, улыбнитесь и двигайтесь дальше. Впрочем, если произошедшее не было очевидно ни для кого, кроме Вас, то и не привлекайте к событию внимания.

Мнение эксперта:

«Одна из лучших научных презентаций, которые я когда-либо видел, была посвящена наночастицам. Она изобиловала ссылками на сложные теории из области химии, физики и медицины. Честно говоря, я почти ничего не понял. Но это было не важно. Ученый был настолько явно поглощен темой наночастиц, что смотреть на него было одно удовольствие»

Алексей Кантерев, «Мастерство презентации»

- **Обеспечьте возможность «обратной связи» для слушателей**

Приведите Ваши контакты на последнем слайде. При желании, подготовьте раздаточные материалы и визитки. Предложите слушателям продолжить обсуждение во время перерыва. Расскажите, чем Вы можете быть им полезны. Мотивируйте обратиться к Вам за консультацией в будущем.