

執筆者 住中 光夫
システムリサーチ&
コンサルト株式会社
代表取締役



マイクロソフト社のセミナーでは、多数の講師陣の中から3回連続で受講者より1の評価を受けている。企業研修、書籍の執筆など、Officeソフトにかかわる多方面で活躍中。www.suminaka.comも要チェック!

特別連載

知って納得! 第11回

Office活用セミナー

マイクロソフト社セミナーで大人気! Office指南のカリスマ・住中先生が、パソコンをビジネスに活かすための心構えをわかりやすく解説する!!

不況の時代だからこそ プレゼン力を強化する

プレゼンとは 感動を伝えるもの

不況が長引く現在、ビジネス環境は非常に厳しいものがあります。しかし、お客様は本当に資金がなくてビジネスの取り引きを控えているのでしょうか。また社内での役員会などでの新規購買や新規企画の裏議が否決されることも多く、裏議した人はみな、不況を理由に仕方がないと嘆きます。

しかし多くの場合、不況でより厳しく吟味をした結果の「金を出すだけの価値がない」というお客様や役員会の認識がその真の理由であることが多いのです。つまり本当の必要性や提案した「価値」が伝わっていないからなのです。

ではどうすればお客様や役員会などに、うまく必要性や価値を伝えられるのでしょうか。

その答えのひとつが、プレゼンテーション(以下プレゼン)です。プレゼンの目的とはただひ

とつ、相手に「感動」を与えることです。そのためにプレゼンでは二つのことを行ないます。ひとつは、相手にその人自身が「得」になることを伝える。「説得」を行なうこと。もうひとつは、「欲しい」という欲求・欲望を起こさせることです。

説得とは、漢文読みをすれば「得を説く」と読め、相手に得になることを説明することです。つまりプレゼンする相手の得になることが、まず内容としてなければなりません。

「感動したことは始められる」という言葉があります。感動には、二つの感動があり、ひとつは「なるほど」という左脳の感動で、そのあとに「要望・要求」という言葉になります。それに対して右脳の感動は「面白い・楽しい」であり、その次に出てくる言葉は「欲しい・欲求・欲望」です。

この後者こそ、今の不況の時代に必要なのです。人は「欲し

い・欲求・欲望」があれば、何とか金を工面したり予算を増やしたりします。この「欲望」を喚起するのが、右脳に訴求するマルチメディアを利用したビジュアルなプレゼンです。

人は物事がよくわかればわかるほど、理解を示し、それが手に取るようにわかれば欲しくなります。そのために、ビジュアルな電子的プレゼンを行ない、必要性や価値を伝えて、相手に「欲求・欲望」を起こさせることが、この不況時のビジネス活動といえます。

Power Pointで
感動を伝える
電子的なプレゼンのほとんど

どはPower Pointで行なわれています。

しかし、文字の羅列のプレゼンでは、聞く人の感動は得られません。「Power Pointはマルチメディアシートである」という一言が、Power Pointを感動を与える武器にしました。

映像や写真、音声などを利用したプレゼンは、見る人を引きつけ、注意力を強くし、そして内容をよく伝えます。マルチメディア情報を駆使したPower Pointのプレゼンこそ、不況に立ち向かえるビジネス活動なのです。

【プレゼンの目的と効果】

全自動から、知恵と手を加える活用と加工へ

