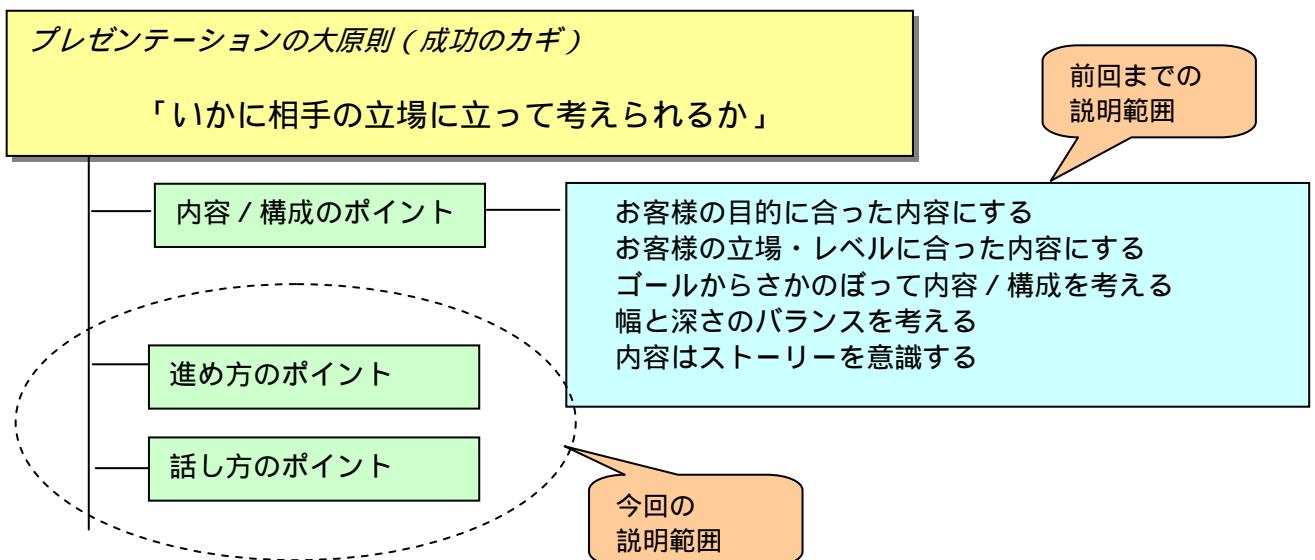


特集

プレゼンテーションのポイント(その3)

前回、前々回のTHANKSでは、「プレゼンテーションのポイント」について説明しました。今回も前回の続きです。プレゼンテーションの「進め方」や「話し方」の留意点を確認して行きましょう。



2. プレゼンテーションの「進め方」のポイント

「内容 / 構成」は、プレゼンテーションの「中身」であり、結果の良し悪しに大きな影響（私が思うに50%くらい）を与えます。

しかし、いくら中身が良くても、それをうまく伝えることができなければ、やはり全体としての評価は下がってしまいます。

まずは、プレゼンテーションの「進め方」について確認して行きましょう。

最初にプレゼンテーションの「狙い」を話すこと

私は自分が講師になって研修を行う時は、プログラムの初めに必ず研修の「狙い」や「目的」を話すことにしています。

「なぜ、この研修が必要なのか？」

「研修が終わった時に、受講生にどのようなことを期待するのか？」

こうしたことをしっかり説明し、自分と受講生の目的意識、すなわちベクトルを合わせるのです。

「そんなことは、参加する前にわかっているはず...」

皆さんはそう思うかも知れませんね。

しかし、この「はず」が曲者なのです。

確かに研修目的等については、事前に紙やメールで連絡されていることでしょう。

しかし、読んだけれども頭に入っていなかったり、上司から「とにかく行ってこい！」なんて言われて来たり...

私の経験では、研修の受講生の80%以上の人は、上司からの「とにかく行ってこい！」で来ています。

セミナーのようなプレゼンテーションでも同じです。

「今日は、省エネについてのヒントをお話しします。少しでも、皆さんの業務改善のお役に立てれば幸いです。」

「今日は、新しいビジネスチャンスについてお話しします。皆さんの明日からの営業活動の一助になれば幸いです。」

このように、初めの段階で、セミナーの「狙い」をきちんと伝えていれば、相手の「気構え」が違います。

「それだったら、しっかり聞いておこう」

そんな気持ちになるのです。

プレゼンテーション全体の構成（目次）を話すこと

で、「まずは、プレゼンテーションの『狙い』を話すこと」と書きました。

「狙い」は、いわばゴールです。

「一緒にゴールに向かって走りましょう！」とベクトルを合わせるのです。

しかし、一体、どうやってゴールに到達しようとしているのか？

皆さんだったら、ちょっと不安に思いませんか？

そこで、次に、「何を」「どういう順番で話をするのか」という全体の構成を話すのです。

そうすることにより、聞き手はゴールに到達するまでの「道筋」が理解できます。

本をイメージしてください。

「狙い」を話すということは、本の「前書き」のようなものです。

本では前書きの後に何が書かれていますか？

「目次」ですよ。

目次とは、まさに、その本の「道筋」です。

プレゼンテーションも本も「相手に何かを伝える」という点では同じことなのです。

私は、よく「顧客志向の基本的考え方と実践方法」というテーマで約1時間の講演をします。

この講演の冒頭で、私は必ず以下のような話をします。

「今日、皆さんにお話することは、3つあります」

「最近、『顧客志向』という言葉が雑誌や新聞によく書かれていますが、まずは、『顧客志向』の意味についてお話しします。」

「そして、次は、『なぜ、今の時代に顧客志向が重要なのか？』ということについて確認して行きます。」

「そして最後に、皆さんがお仕事の中で『顧客志向』を実践して行くためのポイントについてお話しします。」

常に全体構成の中の「どこにいるか」を理解させること

では、「走り出す前に道筋を示すことが大事」と書きました。

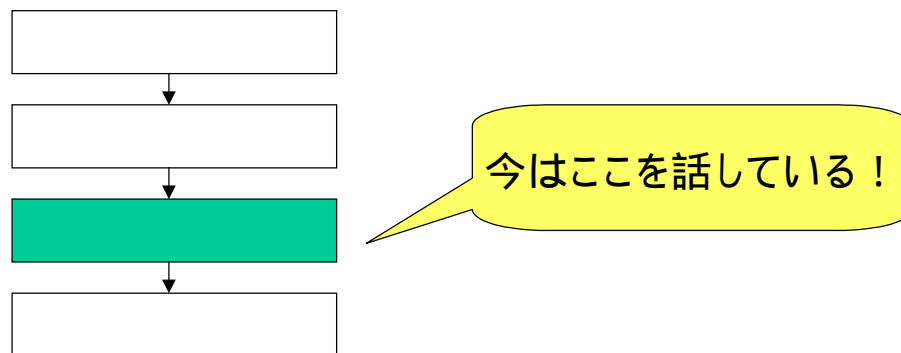
では、走り出した後はどうしたら良いのでしょうか？

「バスは今、関越自動車道に入りました。この後、長野自動車道を経て目的地の軽井沢に向かいます...」

バス旅行の中で、よくガイドさんが話していますが、このように、「今、我々はどこにいて、この先、どこに向かおうとしているのか」を確認することは、プレゼンテーションの中でも非常に大事なことです。

プレゼンテーションで最も多い失敗は、聞いている人が話に「ついてこれなくなる」ことです。「いったい、この人は今、何でこんな話をしているのか??？」自分たちが「どこにいるのか」が分からなくなってしまうと、内容の理解度は一気に低下してしまいます。そうならないためには、常に、全体構成（目次）に戻りながら、「今は、ここを話している」ということを示すことです。

ちなみに、このTHANKSでは、今、「プレゼンテーションのポイントを理解する!」というゴールに向かっていきます。最初に「プレゼンの原則」から入って、次に「内容/構成」のポイントについて説明しました。そして、今、説明しているのは「進め方」のポイント。もう少ししたら、今度は、「話し方」のポイントに移って行きます。



話のポイントを復習すること

エビングハウスというドイツの心理学者が人間の記憶力について実験しました。意味を持たない文字や記号を記憶してもらい、時間の経過につれて、「どのくらい忘れるか」を調べたのです。

その結果は、以下の通り。

- 20分後に42%の忘却（憶えているのが58%）
- 1時間後で56%の忘却
- 9時間後で64%の忘却
- 6日後で76%の忘却

この実験の結果、「人間は非常に忘れっぽい生き物である」ということが証明されました。しかし、この実験では、実は、もうひとつ重要なことが明らかになったのです。それは、「復習が非常に大事」ということ。一旦、忘れても復習するとすぐに思い出し、そして、2度目で憶えたことは、なかなか忘れないのです。

この「人間の特性」をプレゼンテーションに当てはめたらどうでしょう？
大事なことは繰り返して説明する
話の区切りでポイントを復習する
こうしたことが、なぜ重要なのかは容易に理解できるでしょう。

では、「プレゼンテーションは本と同じ」と書きましたが、本の中にも、各章の終わりに「第×章のポイント」というように、「まとめ」が書いてあるものがあります。読み手の理解度を深める上で、有効な手法だと思います。

私は講義を行う場合、研修の最後に全体のプログラムを振り返り、重要なポイントを説明するようにしています。

「私はここでは、『××が重要』と説明しました。そして、ここでは…」

5～10分くらいのサラッとした説明ですが、これは、絶対に欠かせないことです。

3. プレゼンテーションの「話し方」のポイント

「話し方」は、プレゼンテーションの評価に大きな影響を与えます。

留意すべき基本的ポイントについて確認して行きましょう。

難しい言葉は使わないこと

クドイですが、プレゼンテーションの大原則は「相手の立場に立つ」ことです。

当然、相手が理解できないような言葉は使ってはダメです。

自分が言いたいことが伝わらないだけでなく、相手に「何だか、馬鹿にされているみたい…」という気持ちを抱かすこともあります。

まず、注意しなければならないのは、「専門用語」です。

会社の中で日常的に使っている言葉でも、お客様としては「何だそりゃ？」というものも多いのです。

また、「略語」にも気をつけましょう。

例えば「ロープレ」とか「プレゼン」という言葉。

私もよく使ってしまうのですが、このように略してしまうと、やはり、聞き手としては理解し難いものです。

きちんと「ロールプレイング」「プレゼンテーション」と話せば分かってもらえるところを、敢えて略語にしてしまう。

もったいないことです。

「カタカナ言葉」や「ローマ字言葉(ERP等)」は、話し手自身が「よく理解していないのに使ってしまう」ケースが多いです。

例えば、「IT」という言葉。

もし、相手から「ITってどういうことですか？」と聞かれたら、きちんと答えることができますか？

「いや…、ちょっと…」なんてことになったら、面目丸つぶれです。

よく、「IT技術を活用して…」という言葉を使いますが、これも本当はおかしな使い方です。

なぜなら、ITは「Infomation Technology」の略であり、日本語に直すと「情報技術」です。

だから、「IT技術」は「情報技術の技術」という意味。

変ですよ。

コンサルタントは「カッコつけ」が多いです。

「自分はこれだけの知識がある！」なんてことを示すために、敢えて難しい言葉を使いたがる。

私も昔そうでした。

しかし、そういう姿勢は大間違い。

全くの「自己満足」に過ぎません。

相手にとってわかり難い言葉は、必ず後でやさしい言葉に言い換えて説明することが大事です。

また、あるプレゼンテーションでは、その冒頭で、資料に出てくる言葉について「用語解説」をしていましたが、それも良い方法でしょう。

具体的に話すこと

- 「こうすれば、かなりの省エネ効果が期待できます。」
- 「最近、大手企業でも導入するケースが増えています。」
- 「お客様側でも、独自にいろいろな改善をしています。」

もし、皆さんがこういう言葉を聞いたら、どのように感じますか？

きっと、以下のような疑問を持つことでしょう。

- ・「かなりの省エネ」って具体的にはどれくらい？
- ・「大手企業」って具体的にどういう会社？
- ・「いろいろな改善」って具体的にどういう改善？

何かを説明する時には、「具体的」に話をするのが大切です。
相手が話を「頭の中でしっかりイメージできるかどうか」を、常に意識すべきです。

- 具体的に話すこととは、「数字」「固有名詞」「事例」を含めて話をする事です。
- 「こうすれば、約30%の省エネ効果が期待できます」
 - 「最近、大手企業でも導入するケースが増えています。例えば、××業界をリードするA社でも...」
 - 「お客様側でも、独自にいろいろな改善をしています。例えば、ある会社では...」
- このように話をすれば、聞いている側の理解度は全く変わってきます。

それから、プレゼンテーションの中で最も聞き手をひきつけるのは、話し手自身の体験談です。
他の人から聞いた話や、本や雑誌で読んだ話とは、迫力が違います。
ちょっとした体験でも構いません。
話の中に、どんどん入れて行きましょう。

効果的に比喩を使うこと

自分の話を相手に「イメージ」してもらうために比喩は有効です。
ある機械メーカーのプレゼンテーションで、ゴミが堆積した配管を障害物競走に例えていました。
「ゴミが堆積した配管の中を流れる空気は、障害物競走を走っているランナーのようなもの。
ゴミを避けて流れなければならないので、きれいな配管の中を流れる場合と比べれば、大きなエネルギーを必要とします。だから、配管の中をきれいにして、気持ちよく空気が『走れる』ようにしてあげましょう。そうすればエネルギー、すなわち電気代が安くなります。」

研修や講演では、「難しいことを、難しく説明するのは普通の講師。
レベルの高い講師は難しいことをやさしく説明できる人」と言われます。
相手の立場に立って、「やさしい説明」を心がけましょう。

< 次回に続く >