

[www.TikZoom.com](http://www.TikZoom.com)



دانلود رایگان

تهیه شده در مجموعه



دستورالعمل و زمانبندی

ارائه ۳ دقیقه‌ای

محسن نبوی

مشاور بازاریابی و ویدئویی و برندسازی



# دستورالعمل و زمانبندی ارائه ۳ دقیقه‌ای

برای داشتن یک ارائه استاندارد و صحیح در ۳ دقیقه ما باید ساختار و اصول این نوع ارائه را بدانیم و سعی کنیم بر اساس یک زمانبندی مناسب پیام و مضمون مورد نظرمان را به مخاطب انتقال دهیم.

در یک ارائه ۳ دقیقه‌ای ما زمان زیادی برای اضافه‌گویی و پرداختن به جزئیات نداریم. در نتیجه ثانیه به ثانیه این محدودیت زمانی برای ما بسیار با اهمیت و مهم خواهد بود.

## یک ارائه سه دقیقه ای شامل سه بخش اصلی است

یک: معرفی (Introduction)



دو: توضیح (Body)



سه: نتیجه (Result)



در هر کدام از این سه مرحله ما باید به سه نکته و پرسش مهم توجه داشته باشیم. به بیان کاملتر هر کدام از این بخشها، زمان مشخص و معینی را به خود اختصاص می دهند که در ادامه به آنها اشاره خواهیم کرد

در این نوع از ارائه کوتاه، ما می بایست جواب سه پارامتر کلی **چطور؟ چه زمانی؟ و چگونه؟** را به مخاطب بدهیم تا بتوانیم در ارائه خود موثر ظاهر شویم. در حقیقت مطالب عنوان شده باید حاوی اطلاعاتی باشد که کنجکاوی این سه جای خالی را برطرف نماید. در حقیقت پاسخهای عنوان شده برای این سه بخش، اگر به درستی انجام شود باعث می گردد، مخاطب بعد از ارائه ما در صورت علاقه مندی به موضوع، پیگیر ادامه مطالب و اطلاعات تکمیلی بعدی شود.

فراموش نکنیم که مدیریت زمان و تسلط ما بخش تاثیرگذار در ارائه ما در زمان سه دقیقه است. پس تمرین و برطرف کردن اشکالات رمز موفقیت ما برای داشتن و ارائه موفق در این بازه زمانی خواهد بود.



## یک: معرفی (Introduction)

ارائه ما با اولین بخش با نام معرفی آغاز می‌شود که در مجموع سی ثانیه از ارائه ما را باید به خود اختصاص دهد. اما نکته بسیار مهم که باید در نظر داشته باشیم این است که ده ثانیه اول از این زمان برای ما بسیار تعیین کننده است. در حقیقت در ابتدای کار یعنی از ثانیه اول تا ثانیه دهم، مخاطب تصمیم می‌گیرد که آیا به صحبت شما گوش بدهد یا نه!

بله! باور کنید که شما فقط ده ثانیه فرصت دارید تا به کسانی که ارائه شما را می‌بینند و گوش می‌دهند بگویید که سرجایشان بنشینند. پس سعی کنید معرفی خود را با قدرت بینهایت انجام دهید. برای این کار باید چکار کرد؟

شاید یک از بهترین پیشنهادها برای شروع قدرتمند یک ارائه مطرح کردن سوال یا جمله ای خلاقانه و کنجکاو برانگیز باشد. به موضوعی که می‌خواهید درباره آن صحبت کنید با دقت فکر کنید و پنج سوال خلاقانه و جالب برای آن طرح کنید.

بهتر است سوالهای شما حالت تصویری داشته باشد و یا یکی از حواس پنجگانه را به چالش بکشد. مثلا اگر قرار است درباره این موضوع صحبت کنید که شجاعت داشته باشیم و ریسک کنیم. شاید بتواند ارائه خود را با این سوال یا جمله آغاز نماییم.

دوست دارید با کوسه ها شنا کنید؟

یا سوالها و جمله‌هایی که در برخورد اول مخاطب شما را بتواند میخکوب کند. بعد از این حالا بیست ثانیه فرصت دارید تا با چند جمله شروع خودتان را به مفهوم مورد نظرتان ربط دهید. این می‌تواند یک معرفی و شروع طوفانی برای یک ارائه موفق به حساب بیاید.

\* قبل از ارائه خود حتما باید از مخاطبان و ویژگی‌هایی که دارند آگاه بوده و شناخت داشته باشیم  
\* حتما باید اگر مخاطب شما را نمی‌شناسد خود را معرفی کنید و تخصص و کاری که انجام می‌دهید را بیان کنید  
\* باید مخاطب شما را به تعجب، شگفتی و کنجکاوی برساند  
\* در ده ثانیه اول ارائه ما، مخاطب تصمیم می‌گیرد که آیا به صحبت شما گوش بدهد یا نه

مواردی که باید در  
قسمت اول  
به آنها توجه  
داشته باشیم



## دو: بدنه و توضیح (Body)

در این قسمت شما باید بتوانید با نکات و مثالهایی که برای هر کدام می‌آورید موضوع خود را واضح و روشن بیان کنید. در واقع شما در این قسمت شما چگونگی امکان و راه حل موضوع و موردی را که در قسمت نخست بیان کرده‌اید را ارائه می‌کنید. برای این کار شما باید مثالها و نکاتی را در جهت تأیید و توضیح کاملتر به مخاطبانان ارائه دهید

در واقع این نکات خلاصه فوری از موضوع شما هستند که می‌توانید حداکثر در سه مثال به صورت کلی و توضیح دهید این خلاصه‌های فوری یا نکته‌ها، حالات مختلفی را در جهت تشریح موضوع می‌توانند داشته باشند. استدلالی، ترغیب‌کننده یا متقاعدکننده یا هر حالت دیگری که مضمون مورد نظر را شفافتر می‌کند. این مرحله، مرحله‌ای است که مخاطبان باید درک صحیحی از ایده و صحبت شما در ذهنشان شکل ببندد.

در این بخش ما باید بتوانیم به مخاطبان تصویری از آنچه با آن درگیر هستند را ارائه دهیم و با مثال و آوردن نمونه بیانشان کنیم. این کار که به نوعی مقدمه ای برای دعوت به عملی از سمت ما محسوب می شود بیشترین زمان را در ارائه ما به خود اختصاص خواهد داد.

\* مخاطبان انتظار دارند حداکثر در دو دقیقه اول ارائه شما موضوع دستگیرشان شود. چون بیشترین اطلاعاتی که بخاطر خواهند آورد در همین زمان است.  
\* هرگز بیشتر از سه نکته و کمتر از دو نکته را در یک ارائه سه دقیقه ای بیان نکنید .  
\* تمرکز بر روی نکات محوری و اساسی که باعث درک احساسی و منطقی موضوع برای مخاطب شود بسیار موثر است.  
\* باید مخاطب در این بخش یک دید و تصویر کلی از موضوع در ذهنش شکل بگیرد .  
\* توجه نیازها و مشکلات اصلی، انتقادات متداول و ابهامات فردی مخاطبان می تواند به ما در انتخاب نکات کمک نماید.  
\* خلاصه فوری از نکات تهیه کنید و سه مورد با اهمیت را انتخاب کنید.

مواردی که باید در  
**قسمت دوم**  
به آنها توجه  
داشته باشیم



## سه: نتیجه‌گیری و پیشنهاد (Result)

این قسمت باید به یادماندنی‌ترین قسمت ارائه شما باشد. چراکه در این بخش است که می‌توانید از تمام تلاش‌هایتان در بخش‌های قبل به هدف‌تان برسید. مخاطبان شما بعد از دو قسمت قبلی باید در این قسمت به جایی برسند که شما می‌خواهید. آنجا باشند. یعنی اشتیاق برای دانستن بیشتر در ملاقات‌های بعدی با شما.

در این بخش، فراخوان برای عملتان را دوباره مطرح کنید با این تفاوت که به صورت روشن، واضح و مستقیم از آنها با توجه به راه حلی که در بخش قبل به آن اشاره کردید، بخواهید کاری را در آن راستا انجام دهند.

- \* یادتان باشد راه‌های ارتباطی با شما باید به آنها گفته شود.
- \* کارت ویزیت، ایمیل، وب‌سایت یا هر چیز دیگری.
- \* نتیجه‌گیری شما نباید به هیچ عنوان وارد جزئیات شده باشد.
- \* در بخش هم می‌توانید با سؤال یا جمله‌ای خلاقانه و تامل برانگیز ارائه خودتان را بیاد ماندنی کنید.
- \* به مخاطب بگویید چه نفعی به آنها خواهد رسید.

مواردی که باید در  
قسمت سوم  
به آنها توجه  
داشته باشیم



# دستور العمل و زمانبندی یک ارائه سه دقیقه ای

