

ウィークリープレゼンテーションのべからず

- **プレゼンテーションを読み上げる。**
読むよりも練習するほうが良い。話のポイントをいくつか箇条書きにしておいて、原稿を読み上げることを避ける。
- **曖昧なプレゼンテーション。**
素晴らしくあるために具体的であれ。与えられているのが30~60秒であることを考えると、ひとつの商品やサービスについて話した方がよほどパワフルで効果的。誰でも(anyone)やみんな(everyone)などの言葉は、決して使わない。
- **メインプレゼンをやる週だからといって、ウィークリープレゼンテーションの時間を割愛したり簡単にする。**
ウィークリープレゼンテーションは、メインプレゼンテーションのための効果的な導入になる。

メインプレゼンテーションのべからず

- **自分の経歴の紹介に時間を費やす。**
フォーカスすべきことは、個人的なことよりも、「なぜあなたは今の仕事をやるのか?」、「あなたを駆り立てるものは何か?」、または「どのようにクライアントを助けるのか?」。忘れてはならないのは、目的はリファーマルを見出すのを助けること。
- **感情的なつながり (Emotionally Charged Connection) を作らない。**
あなたを信頼できるかどうかわからなければリファーマルは出せない。
- **スクリーンを見過ぎない。**
スライドを読むことは、聞き手の眠気を誘う。スライドには、画像や話のポイントを載せる。
- **質疑応答をする。**
なぜならプレゼンの軸がブレてしまうことが多いから。「もし質問があれば後で私と121の日程を調整してください」あるいは「名刺の裏に書いておいて後でください」と伝える。
- **「準備の時間がなかった」と言う。**
6週間もあったのに準備する時間がなかったのなら、リファーマルを提供しても同じようなことが起こると思ってしまう。
- **やたら多くのことをメンバーに浴びせかけるようなプレゼンをする。**
あまり多くのことを伝えようとしても覚えていてもらえない。覚えておいて欲しいことを2つくらいに絞って、彼らがいざというときに思い出してリファーマルにつなげてもらえるようにする。