

Pieni muutos Erkin presentaatioon tekisi terää

Heikki Luoma
Actional Oy



Pieni muutos Erkin presentaatioon tekisi terää

Joka päivä tehdään noin 40 miljoonaa presentaatiota, joista monet alkavat suunnilleen näin.

”Hyvää huomenta. Olen Erkki Savolainen ja toimin myyntijohtajana Leading Software Servicessa. Leading Software Services on perustettu vuonna 1985. Liiketoimintomme on 50 miljoonaa euroa ja meillä on toimintaa 15 maassa...”

Tässä vaiheessa Erkki on luultavasti menettänyt puolen yleisön huomion, mutta Erkin presentaatio todennäköisesti jatkuisi kuvailemalla yritystä, sen historiaa ja tuotteita ja palveluja. Esityksensä lopuksi Erkki saattaisi mainita asiakkaiden haasteista ja ongelmista.

Tuhannet esitykset alkavat kuten Erkin esitys, vaikka se on luultavasti kaikkein tehottomin mahdollinen aloitus ja erityisesti vanhat kokeneet myyjät pitävät tuollaisesta myyjäkeskeisestä aloituksesta kiinni.

Myyntipresentaatioissa yleisö todennäköisesti jo tietää yrityksestä ennakkoon ja on kiusallista kuunnella sitä minkä jo tietää. Yleisö ei oikeasti ole kiinnostunut Erkin yrityksestä, vaan itsestään. Yleisö haluaa kuulla itsestään.

Joten yleisö kuuntelee myyjäkeskeistä esitystä, mutta ei oikeasti kuule.

On toinen tapa aloittaa presentaatio.

”Huomenta! Olen Erkki Savolainen Leading Software Servicestä. Käyn läpi kolme asiakkaittemme tyypillistä haastetta ja niiden ratkaisuvaihtoehtoja ja lopuksi kerron hiukan Leading Software Servicestä.”

Pienellä ja yksinkertaisella muutoksella yleisö tietää, että heidän huolensa tulevat ensin, eikä heidän tarvitse kestää pitkäpiimäistä yritysesittelyä ensin.

Kun aloitat puhumalla yleisöstä ja sen ongelmista ja haasteista ja osut yleisön hermoon, niin yleisöä lopulta kiinnostaa tietää millainen yrityksesi on.

Peukalosäntö voi olla, että vähintään kolme neljännessä esityksestä koskee asiakkaan haasteita.

En ole nähnyt yrityksesi presentaatiota, mutta kokemukseni perusteella arvelen, että sivulla kaksi on todennäköisesti yrityksesi perustiedot ja noin toiseksi tai kolmanneksi viimeisellä sivulla on tietoa yrityksesi asiakkaista. Helppo parannus on, että vaihdat ensiksi niiden paikan.

Lisää sen jälkeen lihaa luitten päälle eli kerro pelkkien asiakasnimien sijaan tarkemmin mitä haasteita asiakkailla on ollut ja miten yrityksesi on ne ratkaissut.

Tekemällä noin, erotut paremmin muista miljoonista esityksistä ja yleisösi myös kuulee eikä vaan kuuntele.

Mitä mieltä olet tästä artikkelista? Kerro mielipiteesi, parannusehdotuksesi tai oletko jostain asiasta erimieltä. Ota yhteys puhelimella 040 5509200 tai s-postilla heikki.luoma@actional.fi. Jos tunnet omassa organisaatiossasi tai muualla henkilön, joka voi hyötyä tästä artikkelista, niin voit lähettää artikkelin hänelle.

Heikki Luoma

Actional Oy