

プレゼンを極めよ！クライアントを魅了するプレゼンテーションの極意

プレゼンは得意ですか？ 苦手ですか？ 私は苦手と答えてしまいます。テンパってしまって、事前に考えていたことがなんだったのか頭が真っ白になります。

プレゼンってどうすれば上手くできるの？ コツってなに？ 悩むことはいっぱい・・・。

今回、株式会社デスクトップワークスの田口真行さんに「プレゼンの極意」を教えていただきました！

田口先生が普段、クライアントさんに企画を提案する時に、どこに注意してプレゼンをされているか。今日から使えるポイントやヒントが詰まった、魅了されまくり、あっというまの4時間でした！

そもそもプレゼンって？ 何のためにプレゼンするの？

立案した企画をクライアントに提案することがプレゼンです。プレゼンをしないで、企画は提案できない。

できないんです。

自分がプレゼンせずに、違う人がプレゼンする・・・これもプレゼンしていることになります。

どんなに良い企画ができて、プレゼンなしでは提案はできない。

プレゼンは、企画を提案するために必要不可欠なものです。

企画はプレゼンするだけでは、成り立ちません。

提案する企画をクライアントさんに選んでもらう必要があります。

「ウケる」ことを意識するのが重要！

いえ、私が大阪出身だから「ウケる」ことを意識すると言っているわけではありません（笑）。

ウケるというのは「受け入れられる」ということ。クライアントさんにウケるようにプレゼンをします。

プレゼンが苦手な人は、テクニックを覚えられない方がいい。

すごい数のプレゼンのテクニックが出てくるのかと思っていましたが、違いました。

「プレゼンが苦手と思っている人は、テクニックを覚えられない方がいい」

これ聞いたときはビックリ。

なんで、テクニックを覚えられない方がいいのか？

テクニックだけを身につけても本質は良くなり、胡散臭いものになるからだそうです。
だから、苦手な人は「覚えられない方がいい」んですって。

では、テクニックを覚え、クライアントさんに選んでもらえるような「良い企画（採用される企画）」を提案するにはどうすればいいか。

そのためのおさえるべき大事なポイント（心得）は3つ教えていただきました。

もっと怖い数がでてくるのかと思いましたが、これなら大丈夫そう（笑）。

プレゼンを成功に導く3つの心得

- 「思い」に勝る要素はない
- 相手の「共感」を狙え
- 提案は「根拠」で伝わる

3つの心得をおさえれば、テクニックは自然と身に付いてくる！

自然と身に付いたテクニックは胡散臭くならず、上辺ではなく、中身を磨いていけます。

必要なのは「思い」「共感」「根拠」

良いプレゼンを実施するために、クライアントさんに「届く」→「響く」→「刺さる」→「選ばれる」という流れがあります。

届けるだけでなく、クライアントさんに「それ良い！」と響いて、相手に刺さり、選んでもらう必要がある。相手のハートを動かすことが、最重要ポイントとなります。

相手のハートを動かせる企画には、「思い」が必要です。

なんの「思い」もこめられていないものでは、相手には響きませんし、刺さることもありません。

そして、「思い」をこめた企画に対して、クライアントに「共感」をもってもらわなければなりません。

どんなに良い話でも、共感がもてなかったり、興味がなかったりすると「それ良い！」「それやろう！」となりません。相手に響くためには「思い」だけでは足りないんですね・・・。

「思い」がこもっていて、クライアントさんが「共感」をもってもらっている企画でも、ダメなものがあります。**それは「根拠」がない企画。**

なぜその企画が良いのかという「根拠」も必要不可欠なのです。

どんなに良い企画で、クライアントさんもやる気になっていても、効果が出ない企画は最終的に選ばれません。

クライアントさんは、その提案を選ぶことで、どんな効果が得られるかを期待しているから。どういう効果が得られるかの「根拠」も一緒につけます。

実際にプレゼンを体験して考えたこと

百聞は一見にしかず。実際にプレゼンを体験することになりました。

「自分が買ったもの」をテーマに、チームごとにわかれてプレゼン対決。

3つの心得をおさえて、他のチームに「欲しい！！」と思わせるようなプレゼンをするために、チーム一丸となって試行錯誤。工夫をこらします。

「自分で買ったもの」は、「欲しいと思ったもの」。

1. なぜ、その商品を買ったかの「思い」
2. どういう商品なのかの「共感」させる要素
3. それを得ることで、どんな効果があるかの「根拠」

何気なく買ったものでも、3つの心得が揃っています。

例えば、友だちに自分の好きな「もの」「こと」をオススメするときは、自然と3つの心得が揃っています。でも、仕事などの現場では抜けちゃいがち。緊張する場面では、必死になりすぎて揃わないんですかね・・・。

全部のチームのプレゼンが発表されたら、次に行うのは「評価」。この「評価」は、「中身を磨く」につながります。

プレゼンして、「ここダメやったなー」「あかんなー」という反省も大切ですが、もっと大切なことは「どの部分で反応があったか」「どこがよかったか」というところ。その部分に、自分がどう返せているかを見ます。

逆に、「反応が鈍かったところはどこか」を見るものも「評価」するのに大切なポイント。そして自分のプレゼンだけを評価するのでは不十分。他のチームのも評価します。

「ここよかった」「こんな見せ方あるんや」など、なぜその部分が良かったと思ったかを考えて活かす。さらに、あまり「響かなかったなあ」と思った部分があるなら、なぜそう思ったのか、何が物足りなかったのかも考える。人からアイデアやヒントを吸収していきます。

また、真逆のことや、一見関係なさそうなことでも、置き換えたら実はドンピシャ！なアイデアになることもあるので、常にアンテナをはっておく必要があります。

意外なところにヒントがある

各チームのプレゼンを聞いて、2つの指標で評価をします。

- その商品が欲しくなった
- その商品を欲しくならなかったけど、良いプレゼンだと思った
「その商品が欲しくなった」

全7チームの内の2チームが「その商品が欲しくなった」に多く票が集まりました。どちらも「手頃に見えるもの」。手を伸びしやすいのは、選ばれやすいのですね。

でも、別のチームでも「手頃に見えるもの」をプレゼンしたのに、票が集まらなかったところもありました。

それには明確な理由がある！

プレゼンのやり方がダメとかではなくて、**プレゼンを発表する順番が影響**してるみたいです。

プレゼンは自分のところだけではなく、競合プレゼンもありますよね。

なんと、発表する順番も関係してくるとか！

それは、どんなに良いプレゼンをして、次に発表する人のプレゼンの印象が強いと塗り替えられてしまいます。もちろん、持ち上げられることもあります。

最初では、記憶に残りづらい。最後あたりがいいかもですが、一番最後だと、聞いている側（クライアント）が疲れてくるというのもあって危険です。

自分で順番を決めたらベストですよ。しかし、そうもいかず・・・。

その時は、**自分の発表がどの辺りにいるか探れるなら探って、それに対してどういう切り口でプレゼンをするかを考えないとダメ**です。

ちなみに、前の人プレゼンを聞ける場合は、前の人印象を潰しにかかるようにプレゼン内容を変えるのも対策の1つです。

事前に決めた内容だけを話すのではなく、その場の空気を読んで、発表内容を変えて行きます。

さらにプレゼンを上達させるには？

プレゼンを上達させる、4つのポイントも教えてもらいました。

- シャベリ・話し方
- 空間づくり
- コール&レスポンス
- 着地点

ここからは、この4つのポイントについて詳しくお話ししていきます。

プレゼンを上達させるポイント【1】しゃべり・話し方

- スピードとトーン
- 間

発表は、ゆっくり、大きな声です。というイメージがありますよね。

ですが、クライアントさんに選んでもらえるようなプレゼンをするには、それではダメです。

気をつけるべきところは、「スピードとトーンを使い分ける」「間を操る」こと。

高い声だったり、低い声だったり。

早めに言ったり、遅めに言ったり。

同じトーン、スピードでは聞き手は疲れてしまって、聞いてもらえなくなります。

「間」というと悪い印象が少しあるかも。話していて相手にウケず、シラ〜とした時の「間」は耐えられないほどです。

でも、話題の切り返しとかに利用できるんですって。「ピンチはチャンス！」ですね。

あえて「間」を作ることも必要です。

しゃべり・話し方と同じように、メリハリもなく話していると、聞き手は疲れたり、飽きてしまうので、「間」を入れて相手の興味をひきつけさせたりします。

田口先生のセミナー、よ〜〜く見ると「間」と手や体の動きで受講者を誘導しています。

対象である自分は誘導されている意識は全くないけど、話し手の持っていきたい方へつられています(なんてこった)。

プレゼンを上達させるポイント【2】空間づくり

- 空間を読み続ける
- ツールを使い分ける

プレゼンで気にしないといけないところは、どこでしょうか。

シナリオどおりに話すこと？いえいえ。「聞き手側の反応」です。

聞き手側が、どのように聞いているか、どんな反応してるかを常にチェックして、その場の空気を読みつづければなりません。

首を傾げていたら、その部分が分かりづらかったところになります。それを読み取り、フォローを入れることで、相手は求めている答えが降ってくるので、満足感がでます。

この部分を補っていたら、コール&レスポンスもスムーズに行えるようになります。

専門用語を使うときは、とくに注意が必要です。

「どういう意味？」と質問が飛んでくれば解決できますが、わからないまま話が進んでしまうと危険です。相手との距離感も大切。遠すぎてもダメ、近づきすぎもダメ。

専門用語が出ると、一気に距離が広がってしまいます。私も知らない方なので、出た時の「おいてけぼり感」はツライですね。しかも、何それ？って質問できない空気感だと余計にツライです。

専門用語は使わなくて良いものなら、使わないに越したことはありません。

プレゼンを進めてる時に、話に飽きてきているっぽい人っていますよね。資料を先に全部見ちゃう人とか。

その時は動きを入れるなどして、話に興味を戻させます。

先にもありますが、聞き手側を無意識に誘導させるために「間」を入れるのも有効ですが、ツールを使いこなすことでも解決できます。

配布資料中心で話していたのを、ホワイトボードを使うなどして動きを出す。

使えるもんは、使う！

ツールを使いこなして、柔軟に動きます。

プレゼンは、事前に考えたシナリオを言うだけの、発表会になるのはダメ。

聞き手がどんな情報が欲しいか、どう感じてるか。その場の空気を読み続ける必要があります。

そして、自分が一方的に話すのではなく、聞き手側も巻き込んで、コミュニケーションをとりながらキャッチボールをする。クライアントと作っていくことが大切です。

プレゼンを上達させるポイント【3】コール&レスポンス

- 一方的なのは NG
- あえてスキを用意する

プレゼンの資料はどこまで作るべきか？

必要な情報がきっちり揃った完璧なものを作ろうとしがちですね。

しかし、田口先生は「あえて」スキを用意するのが大事だといいます。

スキのある資料って、自分が対応できなかつたらどうしよう・・・と、とても不安になりますよね。

もちろん、テキトーにスキを作るではありません。「ここ、どうなん？」と聞き手側からきかれる「であろう」部分を予測して作ります。

聞き手側からの質問は、すべて答えられるように。かなりのハードルの高さですが、提案している側として、答えられない部分があるのは避けたいものです。

コール&レスポンスは、聞き手側とのキャッチボールが必要です。プレゼン時に、空間づくりができていれば、コール&レスポンスもスムーズに行えます。

相手の反応を汲み取ること。文字通り、「一方的なのはNG」です。

プレゼンを上達させるポイント【4】着地点（ゴール）

- 選択しやすく
- 次のアクションを与える

提案する企画は、クライアントに選んでもらう必要がありますよね。

プレゼンの最終の着地点（ゴール）は、提案した企画をクライアントに選んでもらうことになります。

そのためにはどうすればいいか。

どうやったら、そこにたどり着けるか。

プレゼンの発表って、どんな出だしにするかは考えますが、最後どんなふうに締めるかを決めていないがちです。

オチを着けてないというか……。プレゼンをどう終わらせるかも、考えなければいけません。

着地点（ゴール）を決めたあと、その着地点（ゴール）へクライアントさんを導くために、どんなアクションを与える必要があるかを提示する必要があります。

着地点（ゴール）に向かって進まないと、全く別の場所に行ったり、迷子になったりします。着地点（ゴール）にたどり着くために、どんなアクションを起こす必要があるかをハッキリさせます。

最大のアイデアとヒントは、日常の中にある！

もっともっともーっと、プレゼンを上達するために、参考教材はないんですか？と思っちゃいますよね（笑）

参考にすべきは、「テレビ番組」という予想外な答えをいただきました。

例えば、好きなテレビ番組。

例えば、好きなタレントさん。

例えば、周りの人で話がうまい人。

そのなかで「良い」と思った話し方、持っていき方、間の入れ方、切り返し方、声の出し方……。などなど、研究して、真似て、取り入れます。

最初はモノマネでOK！ 真似ることでもクセがわかってくるので、ひたすら真似ます。そして、最終的には真似だけでとどまらず、オリジナルにしていけます。

そして何より、今回のセミナーに、実際に参加して、リアルに体感すること。「プレゼンの極意！」テーマに、私たちの目の前でプレゼンを披露してくれています。

「わかりやすい」「ここ印象的！」という部分があったら、どうしてそう思ったのか。どの時、田口先生はどんな話し方、動きをしていたのかを考えます。

ノートを取っているだけではダメなんですね。見て、盗む！

まとめ

今回のセミナーに参加して、プレゼンに対する「食わず嫌い」感がなくなった気がします。

3つの心得は普段から持っているものなので、それらを自然とプレゼンに盛り込んでいけたらいい。このことを聞いて、「あれ？私でもプレゼンできるのでは」と思ってしまいます(笑)。

ですが、どうしても緊張してしまいます。

緊張をなくすには数こなして慣れるという手もありますが、「緊張を逆手にとる」という手もあるとのこと。やはり、使えるものは使う！ 緊張もツールの1つにしちゃうんですね。

緊張していることを、ワクワクしてるってことに置き換えるとか、楽しく取り組むこと。

あと、田口先生はよく「リアルから学べ！」と教えてくれます。参考書を読み込むのも良いと思うけど、顔を上げてまわりを見渡せばアイデアとヒントにあふれているんですね。見逃しちゃうがちだけど。

「3つの心得」「上達させるための4つのポイント」の他にも、田口先生ご自身の事例も紹介していただきました。

セミナーに参加しないと聞けないお話しもたくさん聞けました。

そんなことまでしちゃったんですか！と思ってしまうお話しも・・・。

ライブで聞くからこそその醍醐味！

田口先生、ありがとうございました！

ディレクションアカデミー Vol.5 「クライアントを魅了するプレゼンテーションの極意」

2014年10月5日(日)開催

講師：株式会社デスクトップワークス 代表取締役 田口 真行 氏

http://www.direkyo.com/direaca_5th