

ETKİLİ SUNUM TEKNİKLERİ

YUSUF GÜNAYDIN

**İNSANIN ÖĞRENECEĞİ İLK DİL
TATLI DİLDİR.**

Sunumlar Hakkında Her Şey



SUNUM, vermek istediğiniz mesajı karşınızdaki gruba iletmenin ve iki taraflı bir diyaloga girmenin gúçlü bir yolu olabilir. Yöneticiler sunumları şu amaçlarla kullanır:

- Dinleyicileri belli bir eylem hattını izlemeye ikna etmek
- Enformasyon aktarmak
- Tartışma için bir forum sunmak
- İnsanların bir durum ya da fikre nasıl tepki verdiğini öğrenmek
- İnsanları kendi tarafına kazanmak
- İnsanların sorunun çözümine katkıda bulunmasını sağlamak

Sunum türleri

Her biri belli gereksinimlere cevap veren çok sayıda sunum türü vardır. Aşağıda birkaç örnek sunuyoruz:

- **Satış:** Bir ürün ya da hizmetin fayda ve özelliklerini ana hatlarıyla tanıtır; dinleyicilere satın almak için geçerli nedenler sunar.
- **Ürün tanıtımı:** Bir şeyin nasıl çalıştığını gösterir.
- **İkna etme:** Belli bir fikri neden desteklemeniz gerektiğini açıklar.
- **Durum raporu:** Bir proje, görev ekibi ya da teşvik programının gelişim sürecine ilişkin ayrıntıları sunar.
- **İş planı ya da stratejisi:** Bir kuruluşun tasarladığı hamleleri açıklar ya da bir şirketin hedeflerini tanıtır.

Ancak, maksadınız ne olursa olsun, sunumu dinleyicilerin üstüne bol miktarda ayrıntılı enformasyon boca etmek için kullanmayın. Sunumla aktarılan ayrıntıların çok azı dinleyicilerin aklında kalır. Dinleyicilerinize önemli bir değişim ya da girişim üstüne bilgi vermek için sunum yapabilirsiniz, ama ayrıntıları aktarırken yazılı iletişim yöntemlerinden faydalanın. Demek ki, sunumunuzun türünü, maksadı belirler. Sunumunuza biçim verirken hesaba katmanız gereken diğer unsurlar şunlardır:

- Dinleyici sayısı
- Durumun resmiyeti
- Konuşmaların hangi sıklıkta yapıldığı (bir kerelik, arada sırada, sıklıkla)
- Günün vakti gibi, ortamı etkileyen diğer ayrıntılar

ÇOĞU UĞRAŞTA OLDUĞU GİBİ sunum yaparken de, istediğiniz verimi almak için işe konuya odaklanarak başlamalısınız. Bu noktayı, bir sonraki adım olan hazırlanma aşamasıyla karıştırmamak gerekir. Başlangıç aşamasında yapmanız gereken, sunumunuzun hedefi, dinleyicilerinizin kimler olduğu ve sunumun bağlamı üstüne kafa yormaktır.

Hedefinizi tanımlayın

Sunumunuzun hedefi, ulaşmak istediğiniz sonuç—dinleyicileri ikna etmek istediğiniz konu, girmek istediğiniz tartışma, amaçladığınız ortaklık, gereksinim duyduğunuz geribildirim ya da yapmak istediğiniz satış—olacaktır. İşe, kendinize şu soruları sorarak başlayın: “Bu sunumun maksadı ne?” “Bu sunumun sonucunda dinleyicilerimin ne yapmasını istiyorum?” Daha da ayrıntıya girerek, kendinize şu soruları sorun:

- Hedefim bilgi vermek mi, ikna etmek mi, satış yapmak mı?
- Dinleyicilerden bir şeyleri kavramalarını mı, öğrenmelerini mi, yoksa harekete geçmelerini mi bekliyorum? Örneğin, bir bütçenin dinleyicilere içeriğini anlamaları için sunulmasıyla, oylamaları için sunulması arasında fark vardır.
- Dinleyicileri kendi tarafıma kazanmak mı istiyorum?

Daha sonra, hedefinize ulaşmanıza yardımcı olacak örnekler, görsel malzeme ve ayrıntılar üstüne düşünmeye başlayabilirsiniz. Önemli olan; konu dışı, dikkat dağıtıcı ya da kafa karıştırıcı şeyleri sunumun dışında tutmaktır.

Şu sorulara cevap ararken de hedefiniz size yol gösterir:

- Sunum yapmak yerine, örneğin, karar alma açısından kilit konumlarda bulunan kişilerle öğle yemeğine çıkmak gibi, daha etkin başka iletişim yolları olabilir mi?
- Sunumunuzu bu somut koşullarda, bu somut dinleyici kitlesine mi yapmalısınız?
- Ne söyleyeceksiniz ve bunları nasıl söyleyeceksiniz?
- Sunum sonrası izleme çalışmaları neler olabilir?
- Olası itirazlar.

Dinleyicilerinizi tanıyın

Sunum yapmak, dinleyicilerinizle etkileşimli bir diyaloga girmek demektir. Dinleyicilerinizi ne kadar iyi anlarsanız, sunumunuzu da o kadar onların gereksinimlerine uydurursunuz. Bunun için şu soruların cevabını bilmeniz şarttır:

- Bu konu, bu dinleyiciler için tartışmalı, tanıdık ya da yeni mi (ya da bunların bir bileşimi)?
- Dinleyicileriniz kimler ve konunuzla ilişkileri ne?
- Dinleyiciler konu hakkında ne kadar bilgili? Bilmeleri gereken ne?
- Sunumunuzdan ne bekliyorlar?
- Alışık oldukları belli bir sunum türü var mı?
- Dinleyiciler sizin hakkınızda ne biliyor? Bilmeleri gereken başka neler olabilir? Size karşı hisleri ne?
- Sunumunuza neden geldiler? Gelmeleri kendi tercihleri mi, yoksa mecburen mi geliyorlar?
- Tavırları ne olacak: Coşkulu, kibar, ilgisiz, düşmanca?
- Hesaba katmanız gereken başka engeller, geçmiş olaylar ve beklentiler var mı?

Sunumun bağlamını kavrayın

Hiçbir sunum boşlukta yapılmaz. Sunumunuzun bağlamı, söylediklerinizin nasıl anlaşılacağını büyük ölçüde belirler. Bu nedenle aşağıdaki konularda bilgi toplayın:

- Sunum resmi bir ortamda mı yapılacak?
- Siz sunumunuzu yaparken, dinleyiciler henüz yemekten, içmekten ya da işten gelmiş, veya mola yapıyor ya da aktif bir şey yapıyor mu olacaklar? Yorgun mu, uyanık mı olacaklar?
- Sizden önce kim konuşacak? Sizden sonra kim gelecek? Bu sıralanma dinleyici tepkilerini nasıl etkileyebilir?
- Programdaki ilk ya da son konuşmacı siz misiniz? Çarşamba gün, o sabah veya akşamüstü konuşacak ilk ya da son konuşmacı siz misiniz?
- Sizden soruları cevaplamanız ya da sunumunuzun kopyalarını dağıtmanız bekleniyor mu?
- Sunum için size ayrılan süre ne kadar? Mesajınızı bu süre içinde aktarabilecek misiniz?
- Konuşmanızı sunumun yapılacağı ortamın nesnel koşullarına uyarlamanız gerekiyor mu?
- Sunumun fiziksel çevresi üzerinde bir kontrolünüz olacak mı?

Dinleyicilerin Özellikleri

Sunumunuzu hazırlarken, bu formdan faydalanın.

Soru	Notlar
1. Dinleyicileriniz kimler ve konuyla ilişkileri ne?	
2. Dinleyiciler konu hakkında ne kadar bilgili?	
3. Bilmeleri gereken ne?	
4. Daha geniş olaydan beklentileri ne? Sunumunuzdan ne bekliyorlar?	
5. Dinleyiciler sizin hakkınızda ne biliyor? Bilmeleri gereken başka neler olabilir?	
6. Siz ya da temsil ettiğiniz kuruluş hakkında görüşleri ne?	
7. Sunumunuza gelmeleri kendi tercihleri mi, yoksa mecburen mi geliyorlar?	
8. Söylediklerinize açık olacaklar mı? Tavrıları ne olacak: Coşkulu, kibar, düşmanca, ilgisiz?	
9. Hesaba katmanız gereken başka engeller, beklentiler ya da geçmiş olaylar var mı?	
10. Dinleyicilerinizin dikkatini uyanık tutmak ve mesajınızı en etkin şekilde iletmek için hangi sunum tekniklerinden faydalanabilirsiniz (örn. gösterimler, kişisel öyküler, multimedya)?	

ETKİN SUNUMLAR

Lojistik

Herhangi bir lojistik ayrıntıyı atlamadığınızdan emin olmak için, sunumunuza hazırlanırken bu formu doldurun:

Sunumun konusu:

Tarihi:

Konuşmacı(lar):

Yapılacağı yer:

**Toplantı koordinatörü ve
telefon numarası:**

**Mekân görevlisi ve
telefon numarası:**

Katılımcı sayısı:

Dağıtılacak kopyalar:

Mekânın özellikleri

- | | | |
|---|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oditoryum | <input type="checkbox"/> U şeklinde | <input type="checkbox"/> Kürsü |
| <input type="checkbox"/> Sınıf | <input type="checkbox"/> Aralarla bölünen oturumlar | <input type="checkbox"/> Sahne |
| <input type="checkbox"/> Konferans salonu | <input type="checkbox"/> Masalar: Önde, yanlarda ya da arkada | |
| <input type="checkbox"/> Diğer: | | |

Teknik donanım ve eklentiler

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bilgisayar(lar) | <input type="checkbox"/> Uzatma kablosu | <input type="checkbox"/> Video donanımı/DVD
oyuncu ve ekranlar |
| <input type="checkbox"/> Tepegöz/yedek ampul | <input type="checkbox"/> Kâğıt tahtası/bant/keçeli kalem | <input type="checkbox"/> Telefon bağlantısı |
| <input type="checkbox"/> Projeksiyon masası | <input type="checkbox"/> LCD projektörü | <input type="checkbox"/> Mikrofon |
| <input type="checkbox"/> Diğer: | | |

Sunumun Bağlamı

Sunumunuzun bağlamını daha iyi kavramak için, bu formdan faydalanın.

Soru	Notlar
1. Sunum resmi bir ortamda mı yapılacak?	
2. Siz sunumunuzu yaparken, dinleyiciler henüz yemekten, içmekten ya da işten gelmiş, veya mola yapıyor ya da aktif bir şey yapıyor mu olacaklar?	
3. Sizden önce kim konuşacak? Sizden sonra kim gelecek? Sizden önce ve sonraki konuşmacılar ne söylemeyi planlıyor?	
4. Programdaki ilk ya da son konuşmacı siz misiniz? O gün, o sabah veya akşamüstü konuşacak ilk ya da son konuşmacı siz misiniz?	
5. Soruları cevaplamanız ya da sunumunuzun kopyalarını dağıtmanız bekleniyor mu?	
6. Sunum için size ayrılan süre ne kadar? Mesajınızı bu süre içinde aktarabilecek misiniz? Olmayacaksa, konuşmanızı etkinliğini yitirmeden kısaltmanız mümkün olabilir mi?	
7. Konuşmanızı sunumun yapılacağı ortamın nesnel koşullarına uyarlamanız gerekiyor mu?	

SUNUMLA NE HEDEFLEDİĞİNİZİ bir kere aklınızdan geçirdikten sonra, dinleyicilere ne söylemek istediğinize karar vermelisiniz. Bu, görüldüğü kadar kolay değildir. Hedefinizi bilmenize rağmen (örneğin, patronunuza yeni ürün planınızı kabul ettirmek), ona fikir, veri ve örneklerin nasıl bir bileşimiyle ulaşacağınızı bilemediğiniz hiç oldu mu? Cevabınız evetse, emin olun aynı deneyimi çok insanla paylaşıyorsunuz.

Üç aşama

“Ne söylemeliyim?” engelini aşmanın en kolay yolu genellikle bu görevi üç aşamaya bölmektir.

1. Aşama: Kilit mesajınızı belirleyin: İnsanların hatırlamasını istediğiniz şey ne, onları ne gibi bir eyleme yönlendirmek istiyorsunuz? Bu mesaj doğrudan hedefinizden çıkacaktır. Bir dizi destekleyici savınız, fikriniz ve veriniz olabilir, ama kilit mesajınız tektir.

2. Aşama: Mesajınızı destekleyecek savları belirleyin.

Aşırı ayrıntıya kaçmaktan kaçının, ama *sadece* verilerden daha fazlasını dile getirmeye özen gösterin. Mesajınızın duygusal uzantılarını belirlemek ve vurgulamak önemlidir. Dinleyiciler mesajınızı nicin umursavacaklar?

3. Aşama: Nerelerde dinleyicilerin katılımını, tepkisini ya da onayını almanın önemli olduğunu saptayın.

NOT: Bir fikri ya da kanıtı desteklemeye yararı olmayan sözler sadece görüşlerdir ve görüşlerin dinleyiciler üzerinde fazla etkisi yoktur. Sizin bakış açınızı paylaşmaları ya da belli bir eylem hattını benimsemeleri için dinleyicilerinize nedenler verin.

Fikirlerinizi gözden geçirin ve geliştirin

Söylemek istediğiniz ilk fikirleri ürettikten sonra, bunları gözden geçirip geliştirebilirsiniz. Şu noktalara dikkat edin:

- Seçtiğiniz kilit mesaj gerçekten en kritik olan mı? Mesajınız sunumun hedeflerine hizmet ediyor mu?
- Sıraladığınız fikirler farklı düzeylerden dinleyicilerin tümü açısından anlaşılır mı?
- İçeriğiniz dinleyicileri sizi onaylamaya ikna edecek mi?
- Kurduğunuz mantık bağlantıları açık mı?
- Hangi fikirlerin biraz daha geliştirilmesi gerekir?
- Hangi karşı fikirleri etkisizleştirmeniz gerekecek?

Amacınız ikna etmekse, dinleyicilerin ikna olmasını sağlayacak başka neler yapabileceğinizi ya da söyleyebileceğinizi düşünün. İnsanları ikna etmeyi iyi bilen ustalar, mantıkla duyguyu birleştiren savlar öne sürer. İkna gücünüz büyük ölçüde coşkunuzun, güvenilirliğinizin ve konuya ilişkin kişisel inancınızın bir ürünüdür.

Sunuma sadece ikna edici ayrıntıları katmaya dikkat edin. Konu dışı ayrıntılar dinleyiciyi kulak vermesini, kafa yormasını ve hatırlamasını istediğiniz noktalardan uzaklaştırır. Nasıl bir etki bırakacağından emin olmadığınız konuları sunumun dışında bırakın.

SUNUMUNUZDAKİ BOŞLUKLARI, sıkıcı ve gereksiz ayrıntılarla dolu kısımları hangi aşamada fark etmeyi tercih edersiniz? Sunumu yapmadan mı, yoksa yaptıktan sonra mı? Bu tür sorunları bulmak ve düzeltmek istiyorsanız, prova yapın.

Etkin prova

Provadan en çok yararı elde edebilmek için sunumunuzu bir test grubunun önünde deneyin ve geribildirim alın. Dinleyicilerinizin profiline benzer kişileri bir araya getirin. Örneğin, belli bir konunun uzmanlarına sunum yapacaksanız, provadaki dinleyicilerin arasında bir uzman olmasına çalışın ve bu kişinin görüşünü alın. Şu ipuçları da aklınızda bulunsun:

Etkin prova

Provadadan en çok yararı elde edebilmek için sunumunuzu bir test grubunun önünde deneyin ve geribildirim alın. Dinleyicilerinizin profiline benzer kişileri bir araya getirin. Örneğin, belli bir konunun uzmanlarına sunum yapacaksanız, provadaki dinleyicilerin arasında bir uzman olmasına çalışın ve bu kişinin görüşünü alın. Şu ipuçları da aklınızda bulunsun:

- Sunumda kullanacağınız donanım ve görsellerle prova yapın.
- Her seferinde baştan sonra bütün sunumu prova edin.

- Yüksek sesle ve mümkünse, bir dostunuzun ya da meslektaşınızın önünde prova yapın. Ya da, bir ses kayıt cihazı veya video kamerasıyla sunumunuzu kaydedin.
- Sunum kulağa ezberden okunuyormuş gibi gelmeye kadar provaya devam edin.
- Notlarınıza değil, konuya ve iletişim arzunıza odaklanın.

Bir adım daha atın

Bu sunum sizin için önemli mi? Öyleyse, bütün olanaklarınızı seferber edin. Mümkünse, sunumun olacağı salon ya da mekânda prova yapın. Böylece o yer, giriş ve çıkış yolunuz ve sesinizi en arka sıraya kadar duyurabilmek için ne kadar yüksek sesle konuşmanız gerektiği hakkında bir fikir edinirsiniz.

Bu provadan en fazla faydayı sağlamak için, nesnel değerlendirme yapabilecek birkaç meslektaşınızı da yanınızda götürün. Bir kısmını öne, bir kısmını ortaya, diğerlerini de arka sıralara oturtun. Daha sonra, konuşmanızın ve görsel desteklerin etkinliği üstüne onlardan geribildirim alın. Bu yorumlara dayanarak, sunumun zayıf yanlarını daha nitelikli hale getirin.

ETKİN KONUŞMA YAPMAK zihinsel hazırlık gerektirir. Satırların üstünden geçmek işin bir yönüdür, bir diğer—ve genellikle bir o kadar önem taşıyan—yönü de, perdeler açıldığında doğru ruh halinde olabilmektir.

Kendinize terapi uygulayın

Neyse ki, zihinsel oyundan galip ayrılmanızı sağlayacak birkaç önlem var. İşte bazı örnekler:

- Başarılı bir sunum yaptığınızı gözünüzün önünde canlandırın. “Rahatım ve hazırım” gibi olumlu mesajları kendinize tekrarlayın.
- Stresinizi azaltmak için nefes alma teknikleri ile gerginlik giderici egzersizler uygulayın.
- Kendinize “Olabilecek en kötü şey nedir?” diye sorun ve bu olasılığa hazırlıklı olun.
- Sinirli olmanızın doğal olduğunu kabul edin ve sunum öncesinde abur cubur, kafein, sakinleştirici ilaçlar ya da alkolle kendinizi sakinleştirmeye çalışmayın.

Korkuyu yenin

Çoğu profesyonel konuşmacı, aktör ve müzisyen sahneye çıkmadan önce sahne korkusuna kapılır, ama yine de korkusunu dizginlemeyi becerir. Siz de böyle yapmalısınız. Korkunuzu yenmeniz için şu taktikler faydalı olabilir:

- Prova yapın ve sunumunuzu iyi bilin.
- Dinleyicilerle bireysel olarak—sunumdan önce telefonlaşarak ya da salona girdiklerinde şahsen—tanışın.
- Gelebilecek soru ve itirazlara hazırlıklı olun.
- Fiziksel ve ruhsal olarak kendinizi hazırlayın.

MESAJINIZI, malzemenizi ve kendinizi hazırladınız. Artık hazırsınız.

Etkin konuşmak için

Dinleyicilerinizle aynı salonda bir araya geldiğinizde artık bütün dikkatinizi insanları en etkileyici sunumu yapmaya odaklandırmalısınız. Etkin konuşur, olumlu bir imaj yansıtır ve dinleyicilerin ilgisini çekerseniz, en iyi performansı göstermiş olursunuz. Aşağıda size birkaç öneri sunuyoruz:

- Sunumunuzu sohbet havasında yapın.
- Jargon ya da dinleyicilere yabancı gelebilecek terimler kullanmayın.
- Dinleyicilerin sözel olmayan tepkilerine dikkat edin.
- Nefes alın. Böylece gevşer ve “eee” “ımm” gibi lüzumsuz sesleri eleyebilirsiniz.

Sesinizi en iyi şekilde kullanmak için, ses tonunuzu doğal ve sohbet havasında tutun. Herkesin duyabileceği kadar yüksek sesle konuşun. Genellikle, odanın en uzak köşesindeki insanın bile duyabileceği kadar yüksek sesle konuşmak yeterlidir. Mikrofon ve ses sistemi kullanacaksanız, sunumdan önce bunlarla prova yapın. Birkaç ipucu daha:

- Makineli tüfek gibi ya da yayarak konuşmamaya özen gösterin. Bir meslektaş ya da kayıt cihazıyla alıştırma yapın.
- Kendinizi ifade edin. Monoton bir şekilde konuşmayın. Söylediklerinizi vurgulamak için, sesinizi alçaltıp yükseltin.
- Sözcükleri net ve anlaşılır biçimde telaffuz edin.

Olumlu bir imaj yansıtın

Mesajınıza ne kadar güvendiğiniz ve kendinizi adadığınız tavrınıza ve beden dilinize yansır. Etkinliğinizi artırmak için şunlara dikkat edin:

- Giyiminiz ve duruşunuz özgüven yansıtın.
- Yüz ifadeleriniz dinleyiciye ilgili olduğunuzu gösterin. Bütün dinleyici grubuna bakamayacak kadar gerginseniz, bireylere odaklanın.
- Dinleyicilerle göz teması kurun ve teması sürdürün.

Dinleyicilerinizin ilgisini canlı tutma teknikleri

Çoğu konuşmacının karşısına bir ya da birkaç zor dinleyici çıkar: örneğin karşınızda dalıp gitmiş, aşırı yük altında ya da akli başka önemli meselelerde olan, son derece meşgul kişiler olabilir.

Bu tür insanlar, siz onların ilgisini çekmek ve tutmak için özel önlemlere başvurmadıkça, söylediklerinizi duyamayacaktır.

Hangi dinleyicilerin sizi dinleyip, hangisinin dinlemediğini nasıl anlarsınız? Psikologlar insanların neye odaklandıklarıyla ilgili sözel olmayan sinyaller yolladığını belirtiyor. Söylediklerinizi takip edenler sizi ya da görsellerinizi izlemekle meşguldür ya da not tutmakla uğraşıyorlardır. Dikkatleri başka yerde olanlar bacak bacak üstüne atar, koltuklarında kıpırdar ya da normalin üstünde etrafına bakınır. Sizin çabanız burada, bu gezgin zihinleri sunumunuza geri çağırmak olacaktır. Bunun için aşağıdaki, faydası kanıtlanmış teknikleri kullanın:

- Akışınızda bir değişiklik yapın—örneğin, birden duraklayın ya da ses tonunuzu değiştirin.
- Dinleyicilerden el kaldırmalarını isteyin: “Sadece meraktan soruyorum, aranızda müşterilerinin şu anki iade politikamızdan memnun olduğunu düşünen kim var? Evet diyenler lütfen elini kaldırsın.”

- Konuşmaya mizah ekleyin. Ciddi bir sunuma eklenen küçük bir gülme molası dinleyicilerin hoşuna gider ve ilgilerini canlandırır.
- Karşılaştırmalar ve örnekler sunun.
- Kişisel öyküler anlatın.
- Çarpıcı istatistikler ve uzman görüşlerine yer verin.
- Konuşmanızın etkisini artırmak için çizim, tablo ve grafikler gibi görsel malzemedен faydalanın.
- Soru sorun: “Bu konu sizin ve işiniz için ne anlama geliyor?”

Dinleyicilerden gelen sorular hem onların dikkatini uyanık tutar, hem de onların önemli gördüğü alanlarda daha fazla ayrıntıya girmenize olanak sağlar. Ancak, gelebilecek sorulara iyi hazırlanmış olmanız önemlidir.

Etkin Sunum İçin İpuçları

- Bir metne bakarak konuşmayın. Notlarınıza bakarak konuşun.
- Dinleyicilerin yüzüne bakın ve onlarla göz teması kurun.
- Daha fazla kontrol veya katılım ya da grubun bir parçası olmak istiyorsanız, dinleyicilerin arasında dolaşın.
- Anahtarlarınızı ya da cebinizdeki bozuk parayı şingırdatmayın.
- Müşterileriniz rahat ve normal bir şekilde olsun.
- Sesinizi etkileyici bir şekilde kullanın.
- Odak noktanız hep mesajınız ve dinleyicileriniz olsun.

Kendinizi Sınavın

Bu bölüm, sunum konusunda neler öğrendiğinizi ve hangi alanlarda derinleşmeniz gerekebileceğini tespit etmeye yardımcı olacak 10 tane çok seçenekli soru içeriyor. Soruların doğru yanıtları testin sonunda yer alıyor.

1. Aşağıdakilerden hangisi kendinizi yapacağınız sunuma fiziksel ve ruhsal olarak hazırlamanız için önerilen bir strateji değildir?
 - a. Başarılı bir sunum yaptığınızı gözünüzün önünde canlandırmak. “Rahatım ve hazırım” gibi olumlu mesajları kendinize tekrarlamak.
 - b. Başarılı bir konuşma sunmak için kendinize terapi uygulamak.
 - c. Gergin olduğunuzu kabul etmemek ve elinizden gelen ne varsa yaparak gerginliğinizi bastırmaya çalışmak.
2. Aşağıdakilerden hangisine dayanarak ne tür bir sunum yapacağınıza karar verirsiniz?
 - a. Sunumun resmi bir sunum olup olmayacağı.
 - b. Kimlerin katılacağı, söylemek istedikleriniz ve bunları nasıl söyleyeceğiniz.
 - c. Dinleyici sayısı.

3. Hedefinize nasıl ulaşacağınızı düşünürken hatırlamanız gereken “yapılmaması gerekenler” listesinin başlarında yer alan bir nokta hangisidir?
 - a. İçinizden geldiği gibi konuşmayın, notlarınızdan faydalanın.
 - b. Sadece olgulardan bahsetmeyin.
 - c. Sunumdan çıkarılacağını umduğunuz sonucu tarif etmeyin.
4. Uzmanların büyük kısmı, bir sunumda ele alınan mesaj ve temel fikirlerin sayısının sınırlı tutulması gerektiği konusunda hemfikirdir. Genel kabul gören bu sınır nedir?
 - a. Üç.
 - b. Beş.
 - c. Dokuz.
5. Sunumun açılış kısmı dört bölümden oluşur: (1) Dinleyicilere konunun önemini açıklamak, (2) Güvenilirliğini kanıtlamak (3) Ele alacağınız temel konuları kısaca tanıtmak. Dördüncü bölüm aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Başlıca noktalarda net saptamalarda bulunmak.
 - b. Sunumun maksadını tanımlamak.
 - c. Bütün ilgili destekleyici malzemeyi dağıtmak.

6. Sunum esnasında dinleyicileri de akışa katmanın etkin bir yolu hangisi olabilir?
 - a. Dinleyicilerden öneride bulunmalarını ve soru sormalarını talep edin.
 - b. Temel mesajlarınızı desteklemek için tepegöz gibi görsel araçlara başvurun.
 - c. Sunumun sonundaki soru cevap kısmında değerlendirilmek üzere, dinleyiciler arasında üzerine soruların yazılabileceği bir kâğıt dolaştırın.
7. Bir sunumun uzunluğu ne kadar olmalıdır?
 - a. Genel olarak, bir ila bir buçuk saati geçmemelidir.
 - b. Birkaç konuya değiniyor ve bunları ayrıntılı olarak ele alıyorsanız, sunumunuzu istediğiniz kadar uzatabilirsiniz.
 - c. En azından bir mesajı net ve tamamen aktarabilmek için ne kadar zaman gerekiyorsa, o uzunlukta olmalıdır.
8. Sunum sırasında çoğaltılmış kopyalar dağıtmak için en uygun zaman hangisidir?
 - a. Neyi hedeflediğinize bağlı olarak sunumdan önce, sunum sırasında ya da sonrasında.
 - b. Sunum sırasında.
 - c. Sunumdan önce ya da sonra.

9. Mesajlarınızı ve ulaşmak istediğiniz sonucu en ikna edici şekilde aktarabilmek açısından sunumun en önem taşıyan yanları hangilerdir?

- a. Uzmanların açıklamaları, istatistikler, tablo ve grafik türü görsel malzeme ve dinleyici katılımı.
- b. Kişisel ykler, örnekler, espriler ve benzetmeler.
- c. Coşku, güvenilirlik ve sunucunun konuya ilişkin kişisel inancı.

10. Cevabını bilmediğiniz bir sorunun üstesinden gelmenin en iyi yolu nedir?

- a. Soruyu soran kişinin adını alın, soruyu yazın ve soran kişiye sunum bittikten sonra sizinle görüşmesini söyleyin. Ancak, açıkça cevabı bilmediğinizi belirtmeyin.
- b. İlkönce, bunun iyi bir soru olduğunu söyleyin. Cevabı bilmediğinizi itiraf edin ve bir sonraki soruya geçin.
- c. Soran kişiye yanıtı bulabileceği bir kaynağa ynlen- dirin, onun için cevabı aramayı önerin ya da dinle- yiciler arasında cevabı bilen birinin olup olmadığını sorun.

1, c. Gergin olduğunuzu kabul etmemek ve elinizden gelen ne varsa yaparak gerginliğinizi bastırmaya çalışmak.

Gergin olmanızın doğal olduğunu kabul edin. Gerginliğe karşı sunumdan önce ilaç, kafein ya da alkol kullanmak konuşmanızı olumsuz etkileyecektir. Öte yandan, başarılı bir sunum yaptığınızı gözünüzün önünde canlandırmak ve kendinize terapi uygulamak fiziksel ve ruhsal olarak hazırlanmanıza yardımcı olur.

2, b. Kimlerin katılacağı, söylemek istedikleriniz ve bunları nasıl söyleyeceğiniz.

Ne tür bir sunum yapmayı seçeceğiniz, konuşmanızın maksadına bağlıdır. Uygun sunum türünü seçtikten sonra, dinleyici sayısı, durumun resmiyeti ve bu tür konuşmaların hangi sıklıkta yapıldığı gibi unsurları da hesaba katmanız önemlidir.

3, b. Sadece olgulardan bahsetmeyin.

Olgular fikirlerinizi, dolayısıyla da sunumla aktarmayı hedeflediğiniz mesajı güçlendirmek için önemli olsa da, olgu aktarmanın genellikle esas amaç olmadığını unutmayın. Üstelik, sunumu çok olguyla doldurmak aşırı enformasyon yüküne yol açabilir. Sunacağınız olgu sayısını sınırlı tutun ve aşırı ayrıntıya girmekten kaçınin.

4, b. Beş.

Aktarmak istediğiniz mesaj ve temel fikirlerin sayısı beşi geçmemelidir. Çoğu yetişkinin önemli mesajları aklında tutma sınırı beş artı ya da eksi iki olarak belirlenmiştir. Mesajınız ne kadar karmaşıkça, bu sayı o kadar düşük olmalıdır.

5, b. Sunumun maksadını tanımlamak.

Dördüncü bölümde sunumun maksadı net, kısa ve öz bir şekilde tanımlanır. Bu aslında dinleyicilerinize ilk aktaracağınız şeydir.

6, a. Dinleyicilerden öneride bulunmalarını ve soru sormalarını talep edin.

Dinleyicilerden öneride bulunmalarını isteyerek onların gereksinim ve kaygılarına hitap ederek dinleyicileri de konuşmanıza dahil etmek, sunumunuzun gerçekten etkililişim içinde akmasını sağlayacaktır.

7, c. En azından bir mesajı net ve tamamen aktarabilmek için ne kadar zaman gerekiyorsa, o uzunlukta olmalıdır.

Uzunluk söz konusu olduğunda aynı derecede önemli bir nokta, konuşmanızı size ayrılan sürede tamamlamaktır. Unutmayın, belli bir noktayı net ve dinleyicilerden kabul görecektir şekilde aktaracak zamanınız yoksa, başka bir sunuma saklayın.

Konuşma başlamadan, dinleyicilere içeriği sindirmeye yetecek kadar zaman bırakarak veya konuşmadan sonra, en önemli kilit konuları bir kez daha gözden geçirebilmeleri için, çoğaltılmış kopyalar dağıtmak en iyi sonuçları verecektir.

9, c. Coşku, güvenilirlik ve sunucunun konuya ilişkin kişisel inancı.

İkna yeteneğiniz büyük ölçüde bu özelliklerin bir ürünüdür. Akılla duyguları birleştiren savlar öne sürerek ikna gücünüzü artırabilirsiniz. Uzmanların açıklamaları, görsel destekler, kişisel öyküler, istatistikler, örnekler vb. sunumu daha ilginç ve çekici kılar.

10, c. Soran kişiyi yanıtı bulabileceği bir kaynağa yönlendirin, onun için cevabı aramayı önerin ya da dinleyiciler arasında cevabı bilen birinin olup olmadığını sorun.

Herhangi bir soru ya da savı geri çevirmemek, geçiştirmemek ya da üzerini örtmeye çalışmamak önemlidir.