

başarılı bir sunum için  
7 “Hap” Çözüm

**sunumofisi** | sunum  
tasarımı & eğitimi



# hap

*isim*

Kolayca yutulabilmesi için toparlak durumuna getirilmiş ilaç.

hapı yutmak: (deyim) kötü bir duruma düşmek.

**cümle içinde kullanımı:** Sunum hazırlığını son dakikaya bıraktığım için hapı yuttum.



# içindekiler

Bilgisayarı kapatın.....	6
Sunumunuzun amacı nedir? .....	10
Kime sunum yapıyorsunuz? .....	12
Sunumun süresi nedir?.....	14
Mükemmeliyetçiliği rafa kaldırın .....	18
Etrafımızı (ve odağımızı) toplayalım.....	20
Bir kaç hap daha alır mısınız?.....	22



hap çözümleri  
seviyoruz. ama...



Dikkat ederseniz bu kitapçığın başlığındaki “Hap” kelimesini tırnak içine aldık. Neden mi? Çünkü kısacık süre içinde, sadece bir kaç tekniği uygulayarak bir sunumun **çok başarılı** olmasını istemek, herhalde büyük bir şehrin akşam trafiğinde bir uçtan diğer uca onbeş dakikada geçmeyi istemeye benziyor.

Teorik olarak mümkün, ama pratikte pek değil!

Ancak dünya hali bu ya, diyelim ki yine de son dakikada yeni bir sunum hazırlamanız ve sunmanız gerekiyor. Buradaki 7 kısa “hap çözümü” uygulayarak ve gerekli hazırlıkları hızlı bir şekilde yaparak, sunumunuzun bir son dakika felaketi olmasını engelleyebilirsiniz.

Bu kitapçığı bir an önce size kavuşabilmesi için çok hızlı bir şekilde hazırladık. Buradaki bilgiler internet sitemizde bulacağınız diğer tüm bilgilerin yanında neredeyse devede kulak (hatta kulak pamuğu).

**Şimdi derin bir nefes alın. Panik yok.**

Sunum hazırlığına başlıyoruz.

bilgisayarı kapatın.



“Sunum!” kelimesini duyduğunuz an ilk yaptığınız şey Başlat menüsündeki PowerPoint ikonunu tıklamak ise yalnız değilsiniz. Hatta yalnızlık ne kelime, dünyanın en kalabalık kulüplerinden birinin üyesisiniz! Ancak ne yazık ki bu bir hata.

Neden mi? Çünkü programı açtığımız andan itibaren sunumun sadece slaydları ve içeriği ile ilgilenmiş oluyoruz. Tabii ki bunları ilerleyen aşamalarda gayet özen göstererek hazırlayacağız, ancak ilk etapta odağımız bunlar değil, sunumun sonucunda ne elde etmek istediğimiz olmalı.

Basit ve kısa bir cümle ile sunumun amacını yazalım. Bugünün iş dünyasında buna “misyon”umuz diyebiliriz. Ancak her yerdeki klişeleşmiş misyonlar yerine, net bir şekilde amacımızı yazalım. Bu amacı nasıl oluşturacağımızı ve yazıya dökeceğimizi bir sonraki bölümde detaylı bir şekilde işliyoruz.

Bilgisayarı kapatmanızın arkasındaki sebep, yazıtipi, renkler, resimler gibi detaylara daha takılmadan önce, sunumun esas amacına odaklanabilmenizdir.

Her ne kadar bu kitapçığı vaktiniz dar olduğu için okuyor olabilseniz de, sunumun amacını ve yapısını bilgisayar dışında oluşturduktan sonra onu bir sunum dosyası haline getirmek gerçekten işin nispeten daha kolay ve çabuk bitecek kısmı.

**Kaldı ki, vereceğiniz sunumun başarısı, öncesinde ne kadar hazırlık yaptığınız ile doğru orantılıdır.**

İlerleyen bölümlerde kendinize bazı temel sorular sorarak hedef kitlenizi, amacınızı, ve bu kitlenin ne kadar süre için size odaklanmasını istediğinizi belirleyeceksiniz.

Hazırlığın öneminin altını bir sebeple daha çizmek istiyoruz: Sunumunuzu dinleyen kişiler büyük ihtimalle meşgul programlarının bir kısmını ayırarak, başka işleri kaydırmak için uğraş vererek ve yeni bir şeyler öğrenme beklentisi içinde sizin konuşacağınız yere geliyor. Eğer elli kişiye sunum yapıyorsanız ve sunumunuz 3 saat sürecektir ise, bu dinleyicilerinizin toplamda 150 saatlik bir özverisi anlamına gelir. Bu yüklü miktarın karşılığında bizim sorumluluğumuz da hayli büyük. Son dakikada yetiştirilen sunumlar yerine özenle çalışılmış sunumlar yaparak bu büyük sorumluluğu yerine getirebiliriz.

Sunum Ofisi ekibi olarak bizim çok sevdiğimiz bir söz var:

“Bir konuşma yapmanın tek amacı dünyayı değiştirmektir.” – John F. Kennedy

Biz tabii bu lafı şu şekilde işimize geldiği gibi değiştiriyoruz: “Bir sunum yapmanın tek amacı dünyayı değiştirmektir.”

Aslına bakarsanız bu ideali rakamlarla da destekleyebiliyoruz. Bir sonraki sayfada yer alan dört slaydı bazı tanıtım sunumlarımızda kullanıyoruz.



**BASİT MATEMATİK**

Günde **30.000.000** sunum  
Sunum başına **40** dakika  
Katılımcı **20** kişi  
Boşa giden **200.000.000** saat

Ortalama Yıllık Dünya Geliri: **12.600 TL**  
22 x 12 Çalışma günü: **264**  
Saatlik gelir: **5,95 TL**  
Her gün harcanan: **1.190 Milyon TL**

**AĞIR GERÇEK**



Dünyada açlığı bitirmek için  
gerekten günlük bütçe: **149 Milyon TL**

**AĞIR GERÇEK**



Dünyada sefaleti bitirmek için  
gerekten günlük bütçe: **862 Milyon TL**

Sayısal veriler ilgili firmalar ve kurumlar tarafından doğrulanmaktadır. Günde yaklaşık otuz milyon sunumdan sadece yarısının verimsiz olduğunu hesaplarsak (bu çok iyimser bir tahmin) bunun maliyeti parasal anlamda çok çok yüksek çıkıyor. Her gün harcanan bu para ile dünyadaki açlığa ve sefalete son verebiliriz. İşte sunum tutkumuzun arkasında yatan sebep bu.

Tabii ki yarınki sunumumuzda kimse bizden dünyayı değiştirmemizi beklemiyor. Ama bu açıdan bakıldığında, gerekli hazırlığı tamamlayarak sunumların daha verimli geçmesini sağlayabiliriz.

Bir başka deyişle, iyi ve verimli sunumlar yaparak gerçekten de dünyayı değiştirebilir, bu yaşamda **olumlu bir fark yaratabiliriz.**

sunumun amacı

ben bu sunumu  
yaparken  
karşımdakilerden  
ne istiyorum?

Sunum yapan biri olarak sizin amacınız, karşınızdaki dinleyicilerin sizin sunumunuz sonucunda bazı şeyleri daha farklı bilmelerini, anlamalarını, inanmalarını veya yapmalarını sağlamaktır. Göreviniz budur.

**“Beni dinleyecek olan kişilere neden sunum yapıyorum?”**

Eğer bu soruyu açık ve net bir şekilde cevaplayabiliyorsanız, misyonunuzun, yani oraya çıkmaktaki amacınızın ne olduğunu biliyorsunuz demektir. Peki ya cevabı açık ve net bir şekilde bilmiyorsanız ne yapabilirsiniz?

Şu üç soruyu kendinize sorarak yol almaya başlayabilirsiniz.

Sunumun bitiminde;

1. Dinleyicilerin farklı ne bilmelerini istiyorum?
2. Dinleyicilerin farklı neye inanmalarını istiyorum?
3. Dinleyicilerin farklı ne yapmalarını istiyorum?

Örnek misyon tanımı:

“Bugün yapacağımız sunumun bitiminde, dinleyicilerimizin, sera gazlarının küresel ısınma üzerindeki etkileri hakkında şu bilgileri öğrenmiş olmalarını, artık buna buna inanmalarını ve şu adımları atmalarını istiyoruz.”

dinleyicilerim kim?



Yapacağınız sunum binlerce kişinin önünde veya şirket içindeki rutin bir satış toplantısı esnasında olabilir.

Tanıdığımız insanların olduğu bir ortamda kendimizi daha rahat hissederiz değil mi? Dinleyici kitleniz hakkında ne kadar çok bilgi sahibi olursanız onları daha yakından tanıyabilirsiniz.

Bu sayede, onları etkileyecek ve ikna edecek bir sunum yapabilmeniz de o kadar kolaylaşır ve daha önemlisi, kendinizi rahat hissedersiniz.<sup>1</sup>

Daha önce yaptığımız soru-cevap örneğinde olduğu gibi, dinleyici kitlenizi araştırırken de kendinize bazı sorular sorun:

- Dinleyicilerim kimlerden oluşuyor?
- Ne işle uğraşıyorlar?
- Bir firmayı ya da kurumu temsil mi ediyorlar?
- Özel ilgi alanları nelerdir? Nasıl öğrenebilirim?
- Halihazırda ne biliyorlar? Neden buradalar?
- Ne istiyorlar?

Bu sorular üzerinde çalışarak ve gerekli hazırlığı yaparak, karşınızdaki kişilerle nasıl daha iyi bir temas kurabileceğiniz hakkında fikir sahibi olacaksınız. Kuracağınız bu temasın kalitesi, sunumunuzun da sonucunu olumlu yönde etkileyecektir.

---

1 <http://www.trainingmag.com/article/audience-research-your-audience>

sunumun süresi



Sunum boyunca dinleyicilerin dikkatini üzerimizde tutmak oldukça zor hale geldi. Neredeyse hepimizin cebindeki akıllı telefonlar ile her an her şeye ulaşabiliyor ve bağlanabiliyoruz. Sebebi ne olursa olsun, sunumumuz esnasında bizi dinleyen kitle ile kuvvetli bir bağlantı kuramamışsak, bu kişilerin elleri sürekli kaşınacak ve telefonlarıyla oynamak (veya başka bir şeyler ilgilenmek) için sürekli bahane arayacaklardır.

Aramızda bir bağlantı kurulmuş olsa dahi, sunum esnasında bu bağlantının yeniden kuvvetlendirilmesini gerektiren aşamalar var. Bizler bütün gün tek bir yerde oturup bize sunulan tüm bilgiyi olduğu gibi sindirebilen yaratıklar değiliz. Kişiden kişiye değişiklik gösterse de, bir sunumu dinlemeye başladıktan yarım saat sonra dikkat seviyemiz neredeyse yarısına kadar iner, bir saatin sonunda ise dikkatimizin yerinde artık yeller eser. Sunucu olarak bu kritik noktalarda bir şekilde dinleyicilerin dikkatlerini tazelememiz gerekir.

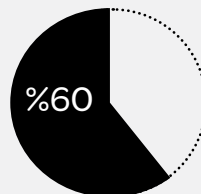
Konuyla bağlantılı bir hikaye anlatarak, beğenileceğine çok emin olduğumuz bir fıkra anlatarak, veya o anda aklımıza gelebilecek yaratıcı başka bir fikirle ortamı “havalandırabilir” ve dikkatin tekrar üzerimizde olmasını sağlayabiliriz.

### Sunum Boyunca Dinleyicinin Dikkat Seviyesi

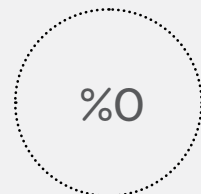
Başlangıç



30. dakika



60. dakika



mükemmeliyet





Mükemmellik kelimesinin sözlük anlamı da en az kendisi kadar ilginç: “Herhangi bir şeyin, herhangi bir hatadan, arızadan ve yanlışlıktan **mümkün olduğu kadar** arınmış olma durumu.” Demek ki mükemmeliğin tanımında bile az da olsa bir yanılma payı mevcut.

Mükemmel bir iş yapmaya çalışmanın ayrıca çok zararlı ve olumsuz bir neticesi var. Bu düşünce şekli, bir şeye daha başlama konusunda bile şevkimizi kırabilme potansiyeline sahip. “Nasıl olsa mükemmel olanı yapamayacağım o yüzden hiç başlamanın bir anlamı yok” diyerek kendimizi erteleme döngüsünün tam ortasında bulabiliriz.

Çözüm..? Basit!

Mükemmellik, belki de elde etmeyi asla başaramayacağımız bir illüzyon. Ancak yapmamız gerekenleri geciktirmek veya hiç yapmamak konusundaki etkisi de bir o kadar gerçek! Mükemmelliği bir kenara bırakıp, sunumumuzda elimizden gelenin en iyisini yaparak seçkin bir iş çıkarmayı amaç haline getirebiliriz. Bu sayede, hem yapmamız gerekeni yapmaya başlamış ve bitirmiş oluruz hem de elimizden gelenin en iyisini yaptığımız için kendimizi takdir ederiz. Tabii dinleyiciler de bizi.

Mükemmeli beklemeden, sunumu hazırlamaya şimdi hemen başlayalım. Göreceğiz ki, yaptığımız şeyler “yeteri kadar iyi” olduğunda, hayat çok daha keyifli bir hale geliyor.

# derli toplu masa(üstü)

Biliminsanları fiziksel dağınıklığın odaklanma ve bilgiyi işleme yeteneğimizi olumsuz etkilediğini ortaya çıkarmışlar.

Princeton Üniversitesi Nörobilim Enstitüsü'nde araştırma yapan biliminsanları, bu çalışmalarının sonuçlarını The Journal of Neuroscience dergisinde yayınladılar.<sup>1</sup> Araştırmada dağınık ve düzenli yaşam şekilleri karşılaştırılırken ortaya çıkan sonuçlar oldukça ilginç.

İşte dağınıklığa dair bilimsel açıklama: “*Görsel alanda aynı anda yer alan bir çok uyarın, sinir sisteminin dikkatini çekebilmek için birbiriyle mücadele eder ve görsel algılama sisteminin kapasitesini düşürerek eşleştirme yetisini düşürür.*”

Evet, hiç bir şey anlaşılmadı... Şimdi de pratik açıklaması:

Bulduğumuz ortam dağınık olduğunda, bu kargaşa bizim odaklanabilmemizi büyük ölçüde engeller.

Dağınıklık aynı zamanda beynin bilgiyi işleyebilmesini de oldukça engelliyor. Derli toplu ve sakin bir ortama nazaran dağınık bir ortamda iş yapmak, çok daha fazla dikkat dağılmasını da beraberinde getiriyor.

---

1 <http://www.jneurosci.org/content/31/2/587.full>

Örnek vermek gerekirse, görüşünüz içinde yer alan dağınıklık, bir bebeğin yanbaşınızda sürekli olarak “şeker, şeker, şeker, şeker, şeker istiyorum, şeker, şeker, şeker, şeker al bana, şeker...” demesine benziyor. Her ne kadar bebeğin sesine rağmen işinize biraz odaklanabiliyor olsanız da, sürekli olarak ağlayan bir bebeğin dikkatinizi çekmek istediğinin farkındasınızdır. Bu rahatsızlık da elbet zihinsel kaynaklarınızı da tüketerek sonunda yorulmanıza, hatta sinirlenmenize neden olacaktır.

Araştırmacılar, insan beyninin dağınık ve derli ortamlarda gördüğü uyarılara karşı verdiği tepkileri ölçmek için özel bir MRI tekniği ve diğer fizyolojik ölçümler kullanmışlar. Sonuçlar ise oldukça çarpıcı: Eğer yaptığınız şeye mümkün olduğu kadar fazla odaklanmak ve gelen bilgiyi en iyi şekilde işleyebilmek istiyorsanız, dağınık bir ortam yerine düzenli bir yerde çalışmanız gerekiyor. Araştırma, düzenli ortamda çalışan insanların dikkatlerinin daha az dağıldığını ve aynı zamanda da sinirlenmeden hem daha üretken hem de daha sakin olduklarını ortaya çıkarmış.



# birkaç hap daha

*“Çok ama çok acelem var, hemen şimdi bir şeyler öğrenip sunumumu daha iyi hale getirmem gerekiyor!”* diyorsanız, işte size hemen uygulayabileceğiniz 10 pratik yöntem:



## Kuralları bir kenara atın.

Sunumda en fazla kaç slayd olmalı, yazılar ne kadar büyük olmalı, sunum kaç dakika sürmeli gibi sorular ve bunlara verilen kural cevaplar sizi daha da gerebilir. Her sunum, hem sizin hem de dinleyiciniz için başlıbaşına bir serüvendir. Bu serüvenin mümkün olduğu kadar tadını çıkarın.



## Fazlalıkları ortadan kaldırın.

Sunumun yazılı bir doküman olmadığını hatırlayın. Dinleyicilerin dikkatlerini kendi üzerinizde tutmak için slayd içeriğinizi mümkün olduğunca asgariye indirin.

Kalabalık olmayan ve derli toplu bir sunum dinleyicilerin hafızasında daha kolay yer edinir. Tabii siz de!



## Standart ikonları yokedin.

Sunumlarda görsel öğeler kullanmanın amacı dinleyicilerin duygularına hitap ederek mesajı daha iyi hatırlamalarını sağlamaktır.

Sunum programı içinden çıkan ikonlar bu duygu transferini başaramadığı için onları hiç kullanmamanızda fayda var.



## Yüksek kaliteli resimler kullanın.

Düşük kaliteli ve boyut olarak küçük resimler sunum esnasında pikselleşerek çok amatör bir görüntü oluşturur.

Duygu transferi ve akılda kalıcılık için kullanacağınız resimlerin büyük ve kaliteli olmalarına özen gösterin. İdeal olarak en az 1024x768 piksel boyutlarında resimler kullanın.



## Renkleri özenle seçin.

Araştırmalar her 7 kişiden birinin renkleri ayırd etmekte zorluk çektiğini gösteriyor.

Sunumlarınızda, özellikle de yazılarda çok fazla sayıda renk kullanmak yerine mesajınıza uygun sadece bir kaç adet renk kullanın.



## Göz teması kurun.

Dinleyicilerinizi sunuma dahil etmenin en iyi yollarından biri onlarla göz temasında olmanızdır. Ne anlatacağınız hakkında dersinizi iyi çalışın ve sürekli perdeye bakmak için sırtınızı dönmekten kaçının. Gerekirse küçük kağıtlara, sadece birkaç kelime ile size konunuzu hatırlatacak notlar alın.



## Özür dilemekten kaçının.

Başınız ağrıyabilir, sular kesilebilir, hatta köpeğiniz sunumu yemiş bile olabilir. Mazeretiniz her ne olursa olsun, sahne aldığınız andan itibaren bunu kendinize saklayın ve özür dilemekten kaçının. Karşı taraf belki sizin hazırlıksızlığınızın farkına bile varmayacak ki.



## Sunucu ekranı kullanın.

Sunumu bilgisayarda yapıyorsanız, program içinde yer alan özel sunucu ekranını kullanarak, süre, bir sonraki slayd veya yazılı notlar gibi, sadece kendinizin göreceği bilgilere ulaşabilirsiniz. Siz kendi ekranınızda bunları görebilirken, dinleyicileriniz sadece kendilerine sunulan slaydı görebileceklerdir.



## Özel efekt kullanımını azaltın.

Sunum programlarında artık yüzlerce animasyon ve geçiş var. Ancak bu kadar çok seçenek olması, hepsini kullanmanız gerektiği anlamına gelmiyor. “Dikkat çekici” hareketler kullanıp izleyicilerin dikkatini dağıtmak yerine, daha az animasyon kullanarak dikkatinizin üzerinizde kalmasını sağlayın.



## Açıklama notları hazırlayıp dağıtın.

Sunum esnasında çok detaylı bilgiler vermeniz gerekiyorsa, bunları slaydlar yerine bir metin dosyasına koyun ve çıktısını alarak sunumun bitiminde dinleyicilerinize dağıtın. Bunu yaptığınızda hem sunum boyunca dikkatler üzerinizde kalmaya devam eder hem de konuya hakimiyetiniz takdir edilir.

# yola çıkarken

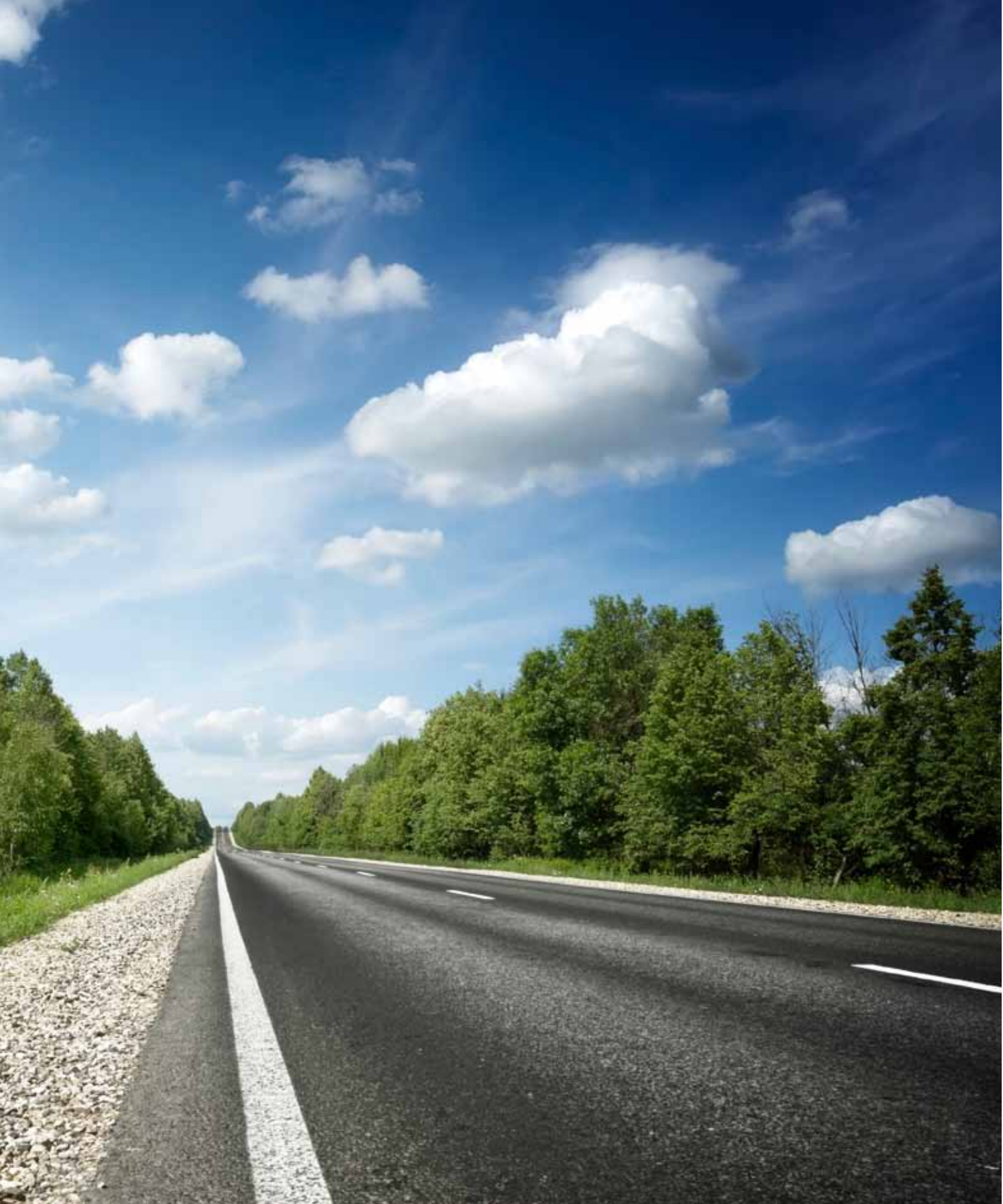
Her sunum dünyayı değiştirmek için bir fırsattır. Sizin yaptığınız sunuya göre insanlar çeşitli konular hakkında bilgilenecek, yeni düşünceler geliştirecek, hatta yepyeni davranışlar sergileyecekler.

Bu fırsatı iyi değerlendirmek için sadece biraz hazırlık ve n çalışma yapmak gerekiyor.

Kimse sizin sahnede başarısız bir performans sergilemenizi istemiyor. Tüm dinleyiciler aslında sunumunuz boyunca sizin yanınızda ve sizi destekliyor. Sizde bu destek karşılığında, sunumunuz boyunca onlara keyifli bir serüvene çıkartabilirsiniz.

Yolunuz açık olsun!





Bu kitapçıkta yer alan tüm bilgilerin ve yazıların telif hakları kayıptır. Bir başka deyişle, burada yazanları dilediğiniz gibi kullanabilir, kopyalayabilir, diğer ortamlara aktarabilirsiniz.

Eğer burada okuduklarınızdan ve öğrendiklerinizden memnun kaldıysanız, tabii ki Sunum Ofisi'ni kaynak göstermenizden dolayı mutlu oluruz.

Bu kitapçıkta bilgileri ek olarak, [www.sunumofisi.com/blog](http://www.sunumofisi.com/blog) adresini ziyaret edin. Güzel günlerde güzel sunumlar yapmanız dileğiyle!

- Sunum Ofisi Ekibi

PERPA Ticaret Merkezi  
B Blok Kat 12 No: 2068  
Okmeydanı Şişli 34378 İstanbul  
Telefon : 0212 222 3822

[www.sunumofisi.com.tr](http://www.sunumofisi.com.tr)