

비즈니스 프레젠테이션

— 목 차 —

1. 프레젠테이션위 정의와 성공요인
2. 프레젠테이션의 프로세스
3. 프레젠테이션의 실제

1.1 프레젠테이션의 정의

– 프레젠테이션은 상호 원하는 목표를 달성하기 위해 **프레젠테터가 이해관계자에게 사실, 정보, 의견 등을 전달하고 설득**하는 과정

1.2` 프레젠테이션의 성공요인

프레젠테이션의 성공을 결정하는 요인은 **프레젠테이션의 목적과 내용, 프레젠테터, 청중, 그리고 프레젠테이션 장소**의 네 가지를 들 수 있다

(1) 프레젠테이션 목적과 내용

프레젠테이션 성공에 영향을 미치는 첫 번째 요인은 **프레젠테이션 목적의 명확성과 내용의 차별성.**

- 프레젠테이션은 **명확한 목적과 목표**가 있어야 한다.
- 프레젠테이션의 목표는 프레젠테이터와 청중 **모두에게 유익**한 것이어야 한다.
- 프레젠테이션 내용은 **청중의 동기와 욕구**에 기초하여 개발되어야 한다.
- 프레젠테이션 내용은 **객관적 사실과 사례, 정확한 자료**를 기초로 개발되어야 한다.
- 프레젠테이션 내용은 **차별성, 참신성** 그리고 기존의 것보다는 무언가 진일보한 **선진성**의 세 가지 관점에서 개발되어야 한다.
- 프레젠테이션은 핵심내용을 중심으로 **논리적, 체계적으로 전개**되어야 한다.

• 프레젠테이션은 서로에게 유익한 것을 지향한다.

• 프레젠테이션은 사실과 정보, 의견을 매개로 이루어진다.

• 프레젠테이션은 상대방으로 하여금 특정한 행동을 하도록 요구한다.

프레젠테이션 대가들의 명언

- **청중을 생각**하지 않고 프레젠테이션을 계획하는 것은 러브레터를 쓴 다음 겹봉에 ‘우리를 아는 모든 사람들에게’라고 적는 것과 같다.

– 켄 해머(AT&T)

- 우둔한 청중이란 없다. **청중이 이해**하지 못하면 그것은 제대로 전달하지 못했기 때문이다.

– 하비 골럽(아메리칸 익스프레스)

- 중요한 것은 여러분이 무엇을 말하는가가 아니라 **청중이 무엇을 듣는가** 이다.

– 레드 하우얼바흐(보스턴 셀틱스)

(2) 프레젠테이션

프레젠테이션 성과에 영향을 미치는 두 번째 요인은 **프레젠테이션 자신**(presenter)이다.

프레젠테이션의 프레젠테이션 주제에 대한 **전문지식이나 다양한 경험**은 프레젠테이션 효과에 결정적 역할을 한다.

(3) 청중

청중(People) 또한 프레젠테이션 성과에 많은 영향을 미친다.

프레젠테이션에 자발적으로 참여한 청중의 경우에는 프레젠테이션 몰입도가 높은 반면, 여러 가지 **비자발적인 이유로 참여한 경우는 몰입도가 낮을 수** 밖에 없다.

(4) 프레젠테이션 장소

프레젠테이션 장소(place)에는 **위치와 시청각 시설** 등이 모두 포함된다. **프레젠테이션장의 크기와 배열 상태** 뿐 아니라, 특히 **마이크와 빔 프로젝터와 같은 시청각 기자재**는 프레젠테이션의 효과를 결정하는데 직접적 영향을 미치므로 사전 점검이 반드시 필요하다.

Presentation 성공을 위한 4P

효과적인 프레젠테이션은 프레젠테이션 목적(purpose)의 명확성과 내용의 우수성, 프레젠테이터(presenter)의 전문성과 열정, 청중(people)의 참여도, 그리고 프레젠테이션 장소(place)의 적합성 등이 조화롭게 이루어졌을 때 가능하다. 이를 프레젠테이션 성공을 위한 4P 요인이라고 한다.

2. 프레젠테이션의 프로세스

프레젠테이션을 기획하고 실행하는 절차는 ‘목적 설정, 정보수집과 청중분석, 내용 개발, 자료 개발, 연습, 점검 및 실행’의 여섯 단계를 따른다.

목적 설정

정보수집과
청중분석

내용개발

자료개발

연습

점검 및 실행

2.1 목적 설정

- 성공적인 프레젠테이션을 하기 위해서는 먼저 프레젠테이션의 **목적**을 설정하여 달성하고자 하는 **목표**를 **확실히** 한다.
- 프레젠테이터는 스스로 “이 프레젠테이션을 통해 달성하고자 하는 것이 무엇인가?”를 묻고 이에 대한 명확한 해답을 찾아야 한다.
- 목적설정의 결과는 프레젠테이션의 모든 단계에 대한 **기본방향을 제시하고 오류를 수정해 주는 등대와 같은 역할**.

2.2 청중 및 상황분석

목적을 설정한 이후에는 프레젠테이션에 영향을 미치는 요소들에 대한 다양한 정보를 수집한다.

프레젠테이션의 대상이 **누구**이고, 상황이 **어떤가**에 따라 동일 주제에 대해서도 프레젠테이션 내용과 전달 방식이 달라짐.

청중, 프레젠테이션 평가기준, 다른 프레젠테이터, 발표시간, 발표장 상황

People 청중은 누구인가?

정보수집 단계에서 가장 중요한 것은 청중분석이다. 프레젠테이션은 청중을 중심으로 준비되어야 한다. 가능한 한 청중에 대해 많은 것을 파악하는 것이 좋다.

- 청중은 어떤 사람들인가?
(성별,연령,학력,직업,지위,인원 측면)
- 그들이 프레젠테이션을 듣고자 하는 목적은 무엇인가?
- 그들은 프레젠테이션에서 무엇을 얻고자 하는가?
- 청중의 수준과 태도는 어떤가?

2.3 내용 개발

정보수집 및 청중분석이 끝난 후에는 먼저 본론의 세부 내용을 개발하고 이를 계열화한다. 그리고 본론 내용을 토대로 서론과 결론을 준비한다. 프레젠테이션은 일반적으로 “서론, 본론, 결론”의 세 단계로 전개되며 각 단계별 주요 내용은 다음과 같다.

(1) 본론 내용 개발

본론 내용을 개발할 때는 핵심내용을 논리적 스토리 라인을 고려하여 개발하는 것이 효과적이다.

PREST 스토리 라인, FABE 스토리 라인, OPEC 스토리 라인을 활용할 수 있다.

PREST 스토리 라인

비즈니스 프레젠테이션은 기본적으로 'PREST 프레임'을 기본으로 한다. 여기서 PREST 스토리 라인은 Point(결론), Range(범주), Example(예), Solution(방법)과 Summary(요약), 그리고 Thanks(감사.다짐)의 첫 글자를 조합한 것이다.

FABE 스토리 라인

- (Feature) : 기능, 사양
 - ✓ EX. 본 상품은 시장 실세금리를 반영한 확정금리형 상품으로, 약관대출이 가능합니다.
- (Advantage) : 제품이나 서비스의 차별적 특성이나 장점
 - ✓ EX. 이 상품은 현재 예적금 상품 중 가장 높은 금리를 드리는 상품입니다. 특히 이 상품은 지금 행사기간이라 0.5%의 추가 금리를 드리고 있습니다.
- (Benefit) : 제품, 서비스를 구매한 소비자가 누리는 경제, 사회심리적 혜택
 - ✓ EX. 따라서 5천만원 약정으로 오늘 가입하시면 일반예금보다 585만원의 추가 이익을 얻게 되는 셈입니다. 그리고 자금이 필요하실 때에는 중도 해지를 하셔도 원금보장이 되니까 전혀 부담이 없습니다.
- (Evidence) : 구체적 근거, 증거
 - ✓ EX. 이 상품은 한국경제신문을 비롯 주요 경제신문에서도 금리가 높고 안정적인 상품으로 소개되었습니다.

OPEC 스토리 라인

- (Overview) : 개관, 요약
- (Point) : 결론, 핵심 내용
- (Example) : 예
- (Conclusion) : 결론, 프레젠테이션의 의견

PREP 스토리 라인

- (Point) : 결론, 핵심내용
 - ✓ Ex. 이 상품 디자인은 시장에서 선풍적인 인기를 끌 것입니다.
- (Reason) : 근거
 - ✓ Ex. 왜냐하면 이 상품은 최근 전세계적으로 열풍을 불러일으키고 있는 유럽풍의 디자인 요소를 도입했기 때문입니다.
- (Example) : 예
 - ✓ Ex. 지금 시장에서도 젊은 여성들에게 유럽풍 상품이 잘 팔리고 있습니다. 예를 들면 A라는 유럽풍 상품은 전년 동기대비 250%의 매출 신장을 보이고 있으며, 올해 출시한 유럽풍의 B상품도 매월 45.6%의 급속한 매출 성장율(최근 6개월 평균)을 보이고 있습니다.
- (Point) : 결론, 제안
 - ✓ Ex. 그러므로 이 디자인도 시장에서 인기를 끌 것으로 판단합니다.

2W1H 스토리 라인

- (What) : 정의, 핵심내용
 - ✓ Ex. 스티커 메시지는 단순성, 의외성, 구체성, 신뢰성, 감성, 그리고 스토리의 6가지 핵심요소를 갖추고 있다.
- (Why) : 목적, 이유
 - Ex. 스티커 메시지의 6가지 특성을 이해하고 적용함으로써 고객의 뇌리에 착 달라붙게(stick) 만드는 설득메시지를 만들 수 있다
- (How) : 방법
 - ✓ Ex. 성공(SUCCESS)적인 메시지를 창출하려면 '간단하고(simplicity), 기발하며(unexpectedness), 구체적이고(concreteness), 진실되며(credibility), 감정을 불러 일으키는(emotion) 스토리(story)'가 필요하다.

구조화의 일반 원칙

-스토리 라인을 적용하기 곤란할 경우에 적용

- 단순한 내용 → 복잡한 내용 순으로 배열
- 쉬운 내용 → 어려운 내용
- 친숙한 내용 → 생소한 내용
- 구체적인 것 → 추상적인 것
- 긍정적인 것 → 부정적인 것

(2) 서론의 개발

- 프레젠테이션 내용 개발이 끝난 다음에는 서론을 준비한다.
- 서론은 청중의 주의를 집중하는 동시에 프레젠테이션에 대한 기대를 유발하고 동기를 부여함으로써 분위기를 조성하는 단계로서, 전체 프레젠테이션 시간의 5~10% 정도를 할애한다.
- 서론은 프레젠테이션 주제를 도입하며, 본론의 내용을 예고하는 기능을 수행한다.
- 서론은 주의집중, 동기부여 및 개요 제시의 세 가지 요소로 구성된다.
 - 1) 주의집중
 - 인사말, 자기소개를 통해 청중의 흥미와 관심 유발
 - 프레젠테이션 주제 제시
 - 2) 동기유발
 - 주제와 관련된 질문, 예시, 일화, 유머, 경험담을 이용한 관심 유발
 - 프레젠테이션이 청중에게 가져다 줄 도움, 혜택을 밝혀 경청 욕구 자극
 - 3) 프레젠테이션 개요 제시
 - 발표할 내용 예고

(3) 결론의 개발

- 결론 단계에서는 본론에서 제시한 내용을 요약.정리하고, 프레젠테이션 내용과 관련된 질의.답변 시간을 갖도록 한다.
- 또한, 내용의 중요성과 현장 적용 및 실행의 필요성에 대하여 재차 강조한다.
- 인상적인 인사말로 프레젠테이션을 마무리함.
- 요약 및 재동기부여와 결언으로 구성됨

1) 요약 및 재동기부여

- 내용 요약, 핵심 아이디어 재강조, 주장 제시
- 꼭 강조하고 싶은 아이디어들만 5가지 범위에서 다시 언급

2) 결언

- 의미있는 표현을 통해 지금까지 논의했던 내용이 기억에 남도록 함.
- 청중에 대한 바람이나 결의 표현
- 긍정적이고 강화된 메시지

2.4 시각자료 작성

청중은 말로만 들을 때보다 내용을 눈으로 볼 때 더 빨리, 더 정확하게 이해하며, 더 오래 기억한다. 프레젠테이션에서 시각자료로 활용할 수 있는 대상은 다양하며 실물을 직접 보여 줄 수도 있으며 모형이나 사진, 그림을 사용할 수도 있다.

맥킨지의 파워포인트 시각화 '3의 법칙'

구분	주요 내용	비고
칼라	• 한 슬라이드에 전혀 다른 세 가지 색상 초과 금지 • 동일한 계열의 그라데이션 색상화 권장	• 그라데이션 : 색상의 단계적 차이를 두는 것.
폰트	• 한 슬라이드에 세 가지 이상의 폰트 사용 금지 • 각 폰트별 배율이 구분되어야 함을 강조	• 비즈니스에 어울리는 폰트 ✓ 슬라이드제목: 헤드라인서체 ✓ 내용: 고딕체 ❖ 바탕, 샘물, 궁체는 적합하지 않음
이미지	• 세 가지 인포그래픽 이미지 적용 - 차트 - 다이어그램 - 일러스트레이션	❖ 인포그래픽: 'Information'과 'graphics'의 합성어로 '정보의 시각화'란 뜻
내용 구성	• 세 개의 핵심 메시지 전달 강조 • 세 개의 카테고리 내용 구조화	

2.5 프레젠테이션 연습

프레젠테이션의 실시에 앞서 프레젠테이션은 **충분한 연습을 통하여 자신감**을 가져야 한다. 프레젠테이션을 준비할 때는 스피치 연습, 실전 연습을 거치게 된다.

(1) 스피치 연습

첫 번째 단계는 원고와 시각자료를 중심으로 프레젠테이션 내용을 연설하듯이 **자연스럽게 읽으면서 연습하는 방법**이다. 스피치 연습은 주로 내용의 논리성과 체계성, 그리고 표현의 적절성을 파악하고 스피치가 자연스럽게 연계되는지 여부를 판단하기 위해 실시한다.

(2) 실전 연습

- 실전 연습은 원고와 시각 자료를 가지고 **정해진 시간 내에** 실제로 프레젠테이션을 하듯 **스피치와 함께 필요한 제스처**를 쓰면서 연습하는 방법이다.
- 실전 연습은 **스피치 패턴 이외에 얼굴표정, 시선 처리, 자세, 제스처의 자연스러움 등을 종합적으로 개선**하기 위해 실시한다.

3.1 프레젠테이션 스피치

프레젠테이션 스피치는 자연스러움, 변화, 발음의 명료성을 핵심으로 함.

- 1) 자연스럽게 말한다
- 2) 스피치에 변화를 준다
- 3) 언어적 습관을 고친다
- 4) 목(소리)을 관리한다
- 5) 직접화법을 사용한다
- 6) 내용을 자연스럽게 이동시킨다

3.2 바디랭귀지

프레젠테이션에서는 발표 내용 이외에 프레젠테이터의 복장, 얼굴표정, 자세, 제스처, 그리고 시선과 같은 비언어적 메시지도 설득에 많은 영향을 미친다.

Position skill

3-2.바디랭귀지(표정관리)

NO

- ① 마지못해 하는 표정
- ② 불쾌한 표정
- ③ 산만한 표정

YES

- ① 자신감 있는 표정
- ② 미소를 띄워, 적절히 긴장된 표정
- ③ 적극적이면서 안정된 표정

3-2. 바디랭귀지(서있는 자세)

NO

- ① 청중에게 등을 보이거나, 옆으로서 있는 자세
- ② 부동자세
- ③ 산만한 자세
- ④ 청중과 너무 멀거나 가까운 자세

YES

- ① 청중을 정면에서 마주본 자세
- ② 두발을 약간 벌린 안정감 있는 자세
- ③ 움직임은 적절하게 유지
- ④ 청중과의 거리는 맨 앞줄과 2~3미터가 적당

Position skill

3-2. 바디랭귀지(손동작)

NO

- ① 손을 앞이나 뒤로 모은다.
- ② 주머니에 넣는다.
- ③ 팔장을 낀다.
- ④ 교탁이나 벽에 기댄다.
- ⑤ 깍지를 낀다.
- ⑥ 동작이 어설피다.

YES

- ① 자연스러운 차렷자세
- ② 절도있게 움직인다.
- ③ 필요한 포인트에서만 적절하게 구사한다.
- ④ 사람을 지목할 때는 손바닥을 곧게 펴서 전체로 한다.

3-2.바디랭귀지(시선처리)

NO

- ① 청중 외의 엉뚱한 곳을 본다.
- ② 스크린을 너무 자주 본다.
- ③ 특정한 곳에 시선을 고정시킨다.
- ④ 마주 보고는 있으나 초점을 맞추지 않는다.
- ⑤ 시선을 너무 자주 바꾼다.

YES

- ① 시선은 항상 청중을 주시한다.
- ② 여러 사람에게 골고루 맞춘다.
- ③ 항상 1대 1로 마주친다.
- ④ Sentence 도중에는 시선을 바꾸지 않는다.

3.3 발표 불안증 대응방법

발표 불안증은 정도의 차이는 있지만 누구나 겪게 되는 지극히 자연적인 현상이다.

프레젠테이션 할 때 나타나는 발표 불안증을 극복하기 위한 방법에는 다음과 같은 말이 있다.

- (1) 경험을 쌓는 것이 최선이다.
- (2) 철저히 준비하고 연습한다.
- (3) 이미지 트레이닝(image training)을 한다.