

## Jak mówić o liczbach?

Halo!!! Obudź się!!!

Dane liczbowe w prezentacji -- usypiają. Nawet dla osób, które wiedzą o co chodzi (co to jest współczynnik K i czy 211,55 to mało, czy dużo), dane liczbowe są nieatrakcyjne.

Jednak bardzo często podstawą przygotowania Twojej prezentacji muszą być liczby, na przykład:

- obroty firmy,
- wielkość prowizji lub spodziewanych zarobków,
- parametry produktów,
- dane z badań marketingowych,
- proponowane wydatki lub oszczędności.

Co wtedy zrobić?

Jak prezentować liczby? Jak prezentować wyniki sprzedaży lub wyniki badań?

Z jednej strony chcesz pokazać swoją kompetencje, profesjonalizm i szeroką wiedzę,

z drugiej strony nie chcesz zanudzić słuchaczy... Jak to pogodzić?

Oto trzy wskazówki jak możesz używać liczb w swojej prezentacji lub przemówieniu:

### **1. Opowiedz, co konkretnie znaczą te liczby dla słuchaczy.**

Czy pamiętasz kampanię wyborczą do sejmu z roku 2005?

Dwie rywalizujące partie (PiS i PO zamykamy (mówimy o podatkach, a więc o liczbach. PO ułożyła nawet z liczb hasło wyborcze ("3 x 15"). Czy pamiętasz, co z tym zrobił PiS? Czy pamiętasz słynną telewizyjną reklamę z lodówką?

Spot PiS-u pokazał – napiszę to wielkimi literami – POKAZAŁ, jak te liczby przełożą się na codzienność wyborców. Gdyby zapytać wyborców PiS, jaki konkretnie stawki podatkowe proponowała ich partia, a jakie PO, niewielu podałoby prawidłową odpowiedź. To nieistotne. Ważne, że ZOBACZYLI w spocie reklamowym, jak z lodówki znika jedzenie, a z pokoju dziecinnego – zabawki.

Jest nieistotne czy zgadzasz się z taką prezentacją, czy nie.

Istotne jaki to wywołało skutek.

Dokładnie tę samą technikę – jak pokazują wyniki wyborów, bardzo skuteczną – możesz zastosować w swoich prezentacjach.

**Porównuj, przedstawiaj obrazowo, odnoś do realnego życia.**

Kiedyś wygłaszałem prelekcje na temat budżetu państwa. Roczne wydatki budżetu Polski wynosiły wtedy 225 828 675 000 zł. Ta liczba nic nikomu kompletnie nie mówi – nikt nie może jej sobie wyobrazić (na przykład na swoim koncie w banku), jest to tylko zbitka cyfr. Wiele osób nie wiedziałyby nawet jak ją prawidłowo przeczytać!

Kto wie, co to znaczy “bilion”? Sprawdziłem, co się stanie, gdy przeliczę tę olbrzymią, abstrakcyjną informację na czas trwania mojej prezentacji.

Uczestnicy konferencji usłyszeli więc:

*“ Odkąd powiedziałem państwu >Dzień dobry<, do chwili, gdy powiem >Dziękuję bardzo<, nasze państwo wyda 8 i pół mln zł.”*

Wiemy, że można by jeszcze ożywić tę liczbę – na przykład mówiąc:

*“ W chwili gdy powiedziałem >Dzień dobry<, nasze państwo wydało 8000 zł”.*

Ale i tak efekt był piorunujący, co mógłbyś zobaczyć na twarzach słuchaczy! Martwe cyfry w opasłym tomie planów finansowych zamieniły się w tysiące złotych spadających z brzękiem na podłogę z każdą sekundą!

Rada dla ciebie – jeśli używasz liczb to zawsze strukturze:

- “[liczba], co oznacza, że [ obrazowy przykład]”
- “[liczba] czyli [ obrazowy przykład]”

...a jeśli możesz zupełnie zastąpić dane liczbowe **obrazowym opisem** – zrób to!

## **2. Dobrze przemyśl, czy chcesz podać liczbę dokładną, czy zaokrągloną.**

W tekście perswazyjnym pisanym (przeznaczoną do czytania) dokładność gra dużą rolę. Dla Jana Kowalskiego, czytelnika Twojego artykułu czy strony internetowej, “47,5%” znaczy o wiele więcej niż prawie połowa, choć matematycznie jest to bez sensu! Dokładność sprawia wrażenie wiarygodności, a umieszczenie w zawartym tekście cyfr ożywia go.

Jednak zupełnie inaczej jest w tekście mówionym.

### **Po pierwsze – usłyszane liczby trudniej się przyswaja.**

Tekst pisany można czytać wiele razy, wracać do niezrozumiałych wątków, robić sobie przerwy na zastanowienie. W ustnej prezentacji wypowiada średnio 100 słów na minutę, co oznacza że słuchasz na usłyszenie i zrozumienie każdego słowa i każdej liczby ma nieco ponad pół sekundy. Krócej, niż czytałeś słowo " sekundy ". Albo złapie od razu, o co Ci chodzi – albo "odpłynie". Ty będziesz mówił o kolejnych ważnych sprawach a on ciągle będzie się zastanawiał: "to było 47 i 5 czy 74 i 5? A może 45 i 7?".

**Po drugie** – poza obradami Walnego Zgromadzenia Stowarzyszenia Matematyków, **liczby w ustnej prezentacji nudzą i usypiają**. To jest zjawisko niezależne od nas i zupełnie nieświadome!

Rada dla Ciebie – **upraszczaj wypowiedane liczby**. Przecież to samo można powiedzieć na różne sposoby:

- "0,5" = "połowa" (lub "co drugi")
- "90%" = "na 10 przypadków aż 9..." (lub "na 10 przypadków tylko jeden nie...")
- "97" = "prawie setka"
- "90 000 złotych" = "równowartość dobrego samochodu"
- " zarobisz od 1089 zł wzwyż" = "zarobisz co najmniej 1000 złotych"

## **3. Mów tylko to co niezbędne.**

Hmm, możesz powiedzieć, że to brzmi logicznie – ale co to znaczy "niezbędne"?

Nie wiem, czy zauważyłeś, że niektórzy wykładowcy i prezenterzy zachowują się tak, jakbyśmy cofnęli się w czasie kilka wieków. Uważają, że panuje powszechny analfabetyzm, jednym materiałem piśmiennym jest drogi i trudno dostępny pergamin, a książka kosztuje półksi z tego powodu jedynym jej posiadaczem jest sam mówca. Tak rzeczywiście było. Jednak od tego czasu:

- Gutenberg Wynalazł druk;
- firma Xerox opatentowała kserokopiarkę;
- dzieci w wieku 7 lat są przymusowo uczone czytania i pisania;
- papier jest tak powszechny, że służy do znacznie mniej szlachetnych celów niż pisanie książek.

Zamiast mówić (czytać), możesz więc:

- wydrukować,
- skserować,
- opublikować na stronie internetowej,
- wysłać mailem,
- wysłać faksem

– i mieć pewność że każdy będzie mógł to przeczytać! Jeśli oczywiście zechce...

Nie wiedzieć jednak czemu, nadal tysiące mówców na całym świecie uparcie recytuje (lub odczytuje) kilometrowy zestawienia faktów, zamiast po prostu rozdać je słuchaczom.

Na pytanie “Jak atrakcyjnie zaprezentować wynik sprzedaży lub wyniki badań” odpowiadam: “Zastanów się, po co je W OGÓLE prezentować”:

- jeżeli chodzi Ci o przekazanie informacji – **lepiej przekazać je na piśmie;**
- jeżeli chodzi ci o zobrazowanie jakiegoś faktu – pamiętaj, że **długie rzędy cyfr jeszcze nigdy niczego nie zobrazowały.**

W prezentacji nie są ważne same informacje. Ważne jest, co Ty o tym sądzisz I CO TO ZNACZY DLA SŁUCHACZA. Twój słuchacz nie poświęcił godziny swojego czasu po to, żeby usłyszeć dane – dane mógłby poznać w swoim gabinecie lub w domu, o wiele wygodniej!

Używaj tylko takich liczb, które coś znaczą, coś pokazują, coś zmieniają w życiu Twoich słuchaczy. Jeżeli w całej prezentacji nie pojawi się ani jedna liczba – to też będzie OK!

### **Prosta procedura dla ciebie:**

Zapisz na kartce główny przekaz swojej prezentacji.

Wybierz ze wszystkich danych liczbowych przygotowanych do prezentacji nie więcej niż 3 takie, które BEZPOŚREDNIO wyjaśniają ten główny przekaz – i zostaw je w swojej prezentacji.

Wszystkie inne przygotowane liczby umieść w materiałach, które rozdasz uczestnikom (lub w ogóle wykasuj).

## PRZYKŁAD (za: Klaudia Tolman):

Osiemdziesięcioletni mężczyzna po udarze, starszy Pan Marian dostał od lekarki wytyczne co do dawkowania pewnego leku. Lekarz zapisała na kartce coś w stylu:

1 / 1.5 / 1 / 1.5

Czy przeczytawszy te zalecenia **masz pewność, jak przyjmować ten lek?**

Pani doktor pisząc swoje 1 / 1.5 / 1 / 1.5 miała na myśli, że dawkowanie ma być takie:

1. Pierwszego dnia JEDNA tabletką
2. Drugiego dnia PÓŁTOREJ tabletki
3. Trzeciego dnia JEDNA
4. Kolejnego dnia znów PÓŁTOREJ tabletki...
5. i tak przez 3 tygodnie...

## JAK TO POKAZAĆ ZNACZNIE LEPIEJ:

