



12 porad,
jak urozmaicić
i zwiększyć skuteczność
spotkań firmowych **online** i **offline**
dzięki **myśleniu wizualnemu**

12 porad, jak urozmaicić i zwiększyć skuteczność spotkań firmowych online i offline dzięki myśleniu wizualnemu

Jeśli ściągnąłeś/ściągnęłaś ten e-book, to znaczy, że chcesz urozmaicić firmowe spotkania. Nie będziemy więc Cię na wstępie przekonywać, dlaczego warto. Przejdziemy od razu do rzeczy, czyli do obiecanych 12 porad. Gdybyś jednak chciał(a) poczytać więcej o teorii i badaniach i ogólnie o myśleniu wizualnym, zapraszamy na koniec e-booka, do listy polecanych artykułów z naszego bloga.

Spis treści

1. Pamiętaj o hierarchii wizualnej	3
2. Korzystaj z alfabetu wizualnego...	6
3. Używaj znanych słuchaczom symboli i przykładów	7
4. Umieszczając opis rysunku staraj się, by tekst był jak najbliżej lub czasami wręcz na wizualizacji	8
5. Zaangażuj słuchaczy w tworzenie wizualizacji	9
6. Pokaż cały proces/schemat rozrysowany na jednej infografice	11
7. Wizualizuj instrukcje, a do tych bardziej skomplikowanych dodawaj podpisy	13
8. Korzystaj z różnych form graficznych	14
9. Używaj metafor	15
10. Korzystaj z karteczek	17
11. Podkreśl kluczowe słowa	18
12. W przypadku większych i/lub ważniejszych spotkań, rozważ zatrudnienie Graphic Recordera	20
Polecane artykuły	21
Myślenie wizualne w biznesie – czym jest, jak działa i jak może pomóc	
Myślenie wizualne w biznesie: 6 poziomów, które możesz wdrożyć w swojej firmie	
Notatki wizualne w biznesie. Jak mogą pomóc	
Cyfrowy zapis graficzny w czasach zarazy	

1. Pamiętaj o hierarchii wizualnej

Hierarchia wizualna sprowadza się do tego, że najważniejsze elementy są najbardziej widoczne, podkreślone.

W ten sposób **prowadzimy naszego słuchacza-widza po wizualizacji**. To my decydujemy, na co patrzy i w jakiej kolejności - a przynajmniej do pewnego stopnia.

Możemy to zrobić za pomocą kolorów, umiejscowienia elementów na ekranie, wielkości tekstu i rysunków.

A to przeczytasz na końcu

To przeczytasz najpierw

A później przeczytasz to

Potem to

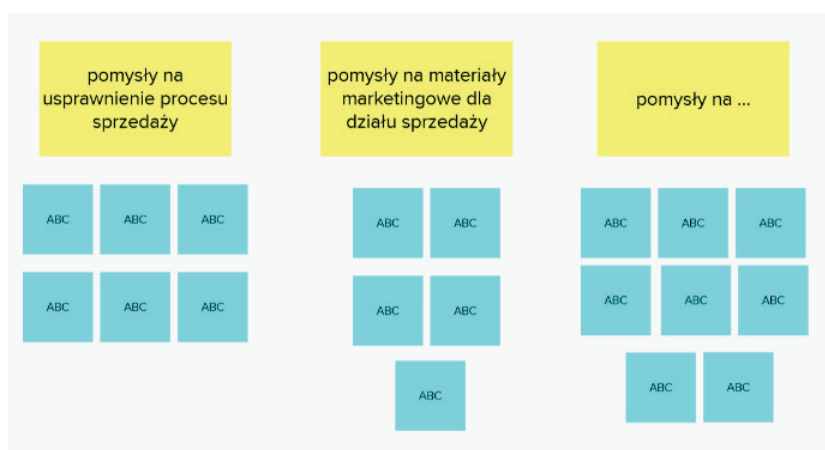
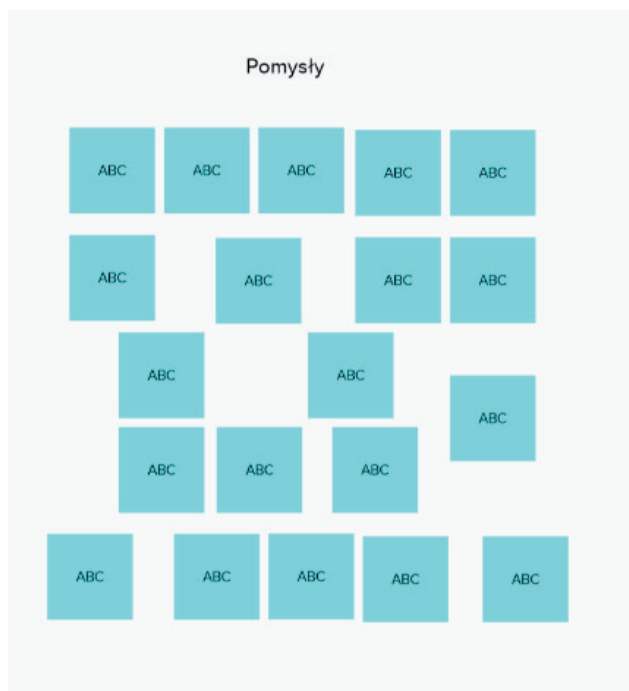
PACZAIZM.PL

Źródło: paczaizm.pl

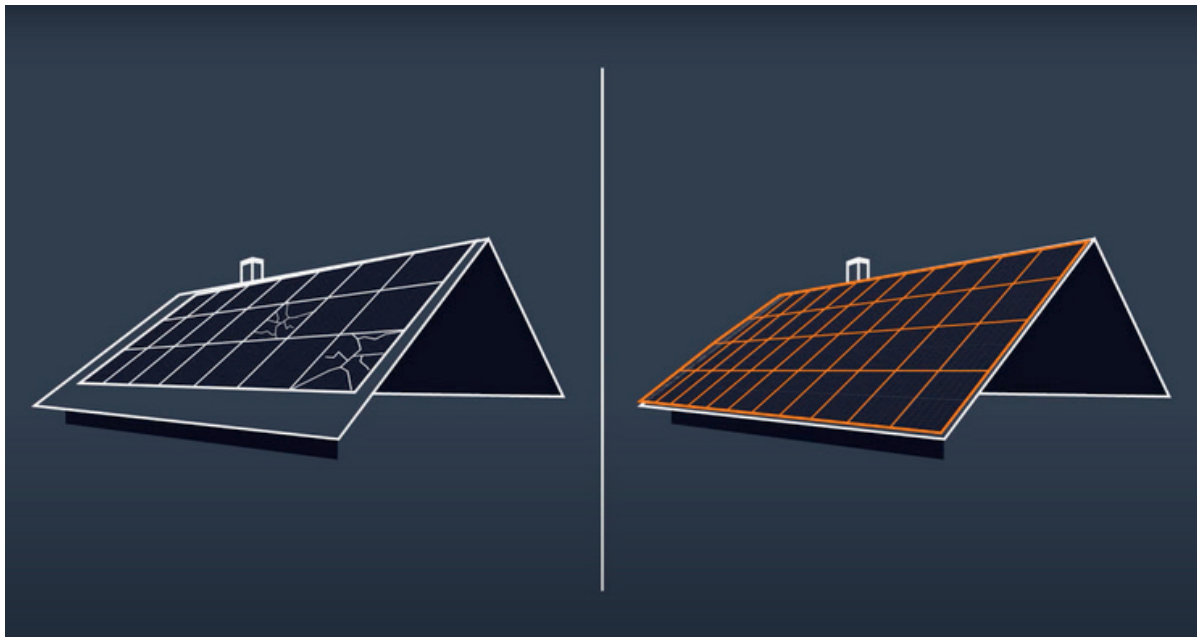
Najlepiej jeszcze przed przystąpieniem do tworzenia wizualizacji zdecydować, co chcemy w niej szczególnie podkreślić.

Jak wykorzystać to podczas spotkania?

Podczas burzy mózgów na spotkaniu online, gdy zapisujemy pomysły w programie do wizualnego porządkowania treści (np. Muralu czy Miro), czy offline na papierowych karteczkach, możemy najpierw pogrupować je na rodzaje. Np. „pomysły na usprawnienie procesu sprzedaży”, „pomysły na materiały marketingowe dla działu sprzedaży”, „pomysły na ...”, itd. Wtedy pomysły wpisujemy pod „rodzajami”.



Hierarchia wizualna nie tylko prowadzi słuchacza/widza po wizualizacji, ale pomaga też porządkować i hierarchizować informacje

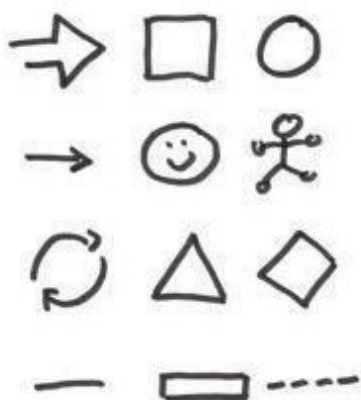


W animacji dla Winaico zależało nam na wizualnym wyeksponowaniu paneli słonecznych Klienta. Dzięki wykorzystaniu wyraźnego koloru tylko do pokazania konkretnego elementu, widz oglądając animację, od razu zwraca uwagę na to, na czym nam zależy.

2. Korzystaj z alfabetu wizualnego...

... i na zawsze pozbądź się myśli „nie umiem rysować”. Jeśli umiesz narysować kropkę, kreskę i kółko, to umiesz rysować.

W książkach i w internecie można znaleźć informacje o wielu alfabetach myślenia wizualnego. To jeden z nich, zaproponowany przez Dana Roama:



Źródło: <https://medium.com/the-xplane-collection/in-defense-of-the-visual-alphabet-a8dcca7cf151>

Po co Ci taki alfabet? Gdy mówisz, że nie wiesz, jak coś narysować, sięgnij po jeden z takich alfabetów i spróbuj z jego elementów stworzyć rysunek.. Z czasem wejdzie Ci to w krew i nie będziesz musiał_a sięgać po alfabet..

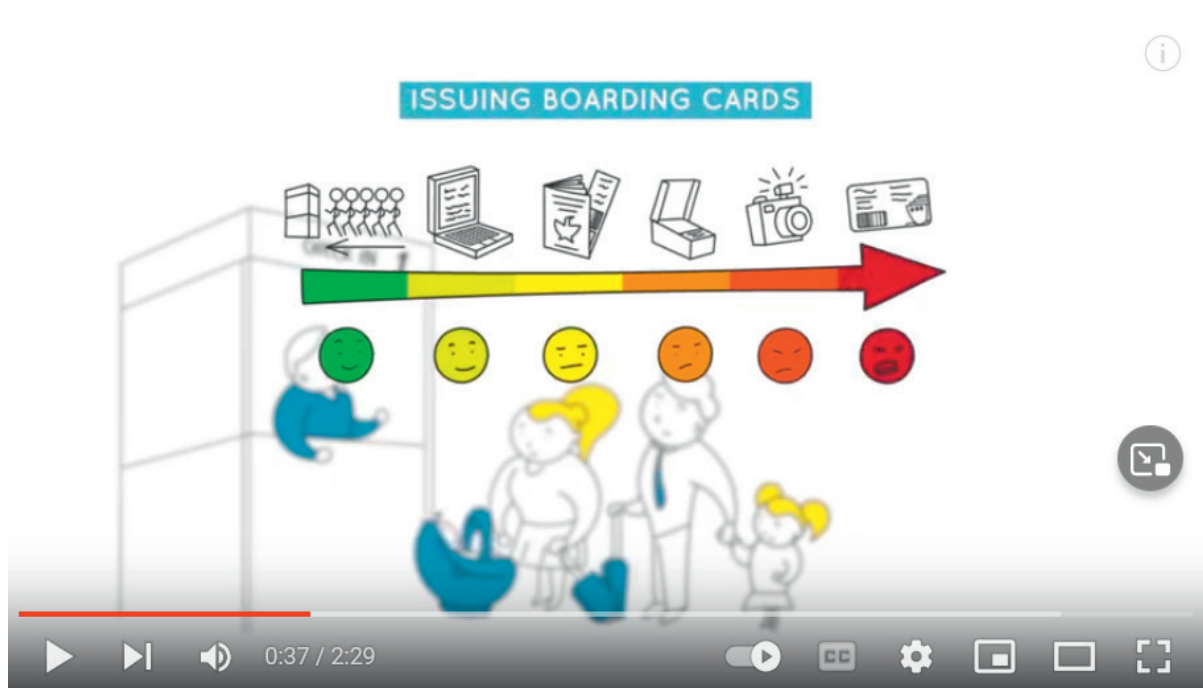


Obrazek narysowany z elementów afabetu Dana Roama.

3. Używaj znanych słuchaczom symboli i przykładów

Znane symbole podbijają znaczenie Twojego komunikatu. Będą taką kropką nad „i”. Podkreślą go i uwypuklą.

Założmy, że prezentujesz listę rzeczy, które się zmieniają w firmie. Chcesz powiedzieć, co można, czego nie można robić, a o co lepiej zapytać managera. Możesz użyć symboli sygnalizacji świetnej. „TAK” to zielone światło. „NIE” to czerwone”. „Lepiej zapytać” to żółte. Możesz też użyć kciuków w górę i dół, uśmiechniętych i smutnych buziek, itd.



Za pomocą znanych wszystkim symboli możemy w prosty sposób podkreślić przekaz. Np. tak jak tutaj: za pomocą emotek i odpowiednich kolorów pokazujemy, jak zmieniają się nastroje oczekujących klientów.

4. Umieszczając opis rysunku staraj się, by tekst był jak najbliżej lub czasami wręcz na wizualizacji

Tekst powinien zostać umieszczony jak najbliżej wizualizacji. A w przypadku, gdy odnosimy się bezpośrednio do jakiegoś elementu ilustracji, dobrze, by ten element był podpisany nawet na samej ilustracji.

Dobrze obrazują to te dwie ilustracje z książki Ruth Clark **Evidence-Based Training Methods** (rysunek po lewej pokazuje błędnie wykonaną wizualizację, a rysunek po prawej poprawną):



Dzięki temu słuchacze nie muszą przeskakiwać wzrokiem z tekstu na obraz. Mogą skupić wzrok w jednym miejscu i lepiej zrozumieją, o co nam chodzi, co opisujemy.

Podczas spotkań może się przydać za każdym razem, gdy tłumaczysz, JAK coś trzeba zrobić i GDZIE coś znaleźć – np. gdzie znaleźć konkretne narzędzie lub funkcję w programie.

Zrób screen, umieść biały prostokąt blisko omawianego elementu. Dodaj tekst i strzałkę w odpowiednim miejscu i... voilà la. Możesz to zrobić nawet w PowerPointcie.

5. Zaangażuj słuchaczy w tworzenie wizualizacji

Gdy prowadzisz spotkanie, warto, by wizualizacje były nie tylko Twojego autorstwa, ale by wykonali je też uczestnicy spotkania. Dlaczego?

By coś zwizualizować, musisz to dobrze rozumieć.

Gdy po prezentacji spytasz, czy wszystko jest jasne, możliwe, że wszyscy od razu potwierdzą. Bywa, że robią tak od niechcenia. Częściej jednak naprawdę uważają, że wszystko jest jasne. No właśnie UWAŻAJĄ. W praktyce po czasie okazuje się, że wcale jasne nie było. Trzeba wówczas organizować kolejne spotkania i szkolenia, doprecyzowywać informacje mailowo, itd.

Tymczasem gdy musimy coś zwizualizować, szybko zdajemy sobie sprawę, że są kwestie, które potrzebują doprecyzowania, które nie są wcale tak jasne, jak nam się wydawało.

Dlatego w ExplainVisually wprowadziliśmy warsztaty przed przystąpieniem do pisania scenariusza animacji i dokładnie zapoznajmy się z materiałami Klienta.

Tak więc wspólne wizualizowania problemów i zagadnień pozwala wszystkim się w nie zagłębić. Nagle pojawiają się pytania. Zaczyna się dyskusja.

Ruth Colvin Clark w książce „Szkolenia oparte na dowodach” (2020) zaznacza jednak, że proces wizualizowania, by przyniósł dobre efekty, powinien zawierać pewne elementy.

Po pierwsze informację zwrotną. Nie chodzi oczywiście o to, by dawać im feedback odnośnie jakości rysunków czy grubości kresek, a o ich treść, by słuchacze wiedzieli, że dobrze rozumieją wizualizowane zagadnienia.

Po drugie proces nie powinien wymagać od uczestników za dużo rysowania. Trzeba to jak najbardziej uprościć i zrezygnować ze zbędnych elementów. Można przygotować np. szablony, na którym będą już naniesione podstawowe elementy, choćby oś czasu czy diagram, które słuchacze tylko uzupełnią.

Przykład: proces wdrożenia zmian w firmie. Zadanie słuchaczy: nanieść na oś czasu etapy wprowadzania zmian.



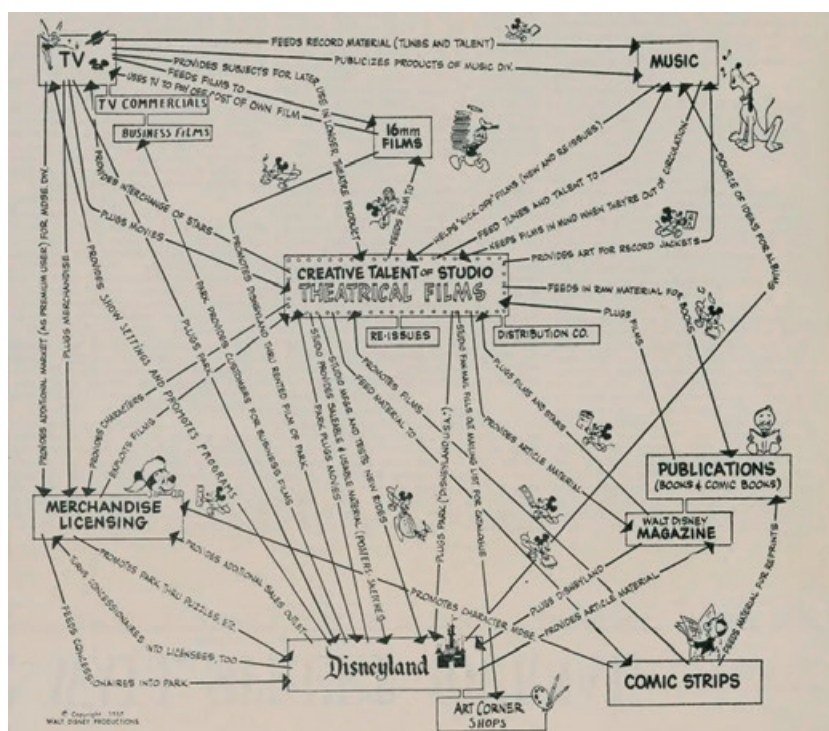
6. Pokaż cały proces/schemat rozrysowany na jednej infografice

Lubimy mieć ogłęd całości. To nam osadza w kontekście pojedyncze kroki i etapy. Dlatego w książkach mamy spis treści. W prezentacjach na początku często slajd na temat przebiegu wykładu. A na dobrze przygotowanym spotkaniu czy konferencji jest także program czy agenda działań.

To samo dotyczy procesów i schematów w firmie. A właściwie wszystkiego, co składa się z kilku elementów lub kroków.

Pokaż rozmówcom - dosłownie - cały obraz omawianego zagadnienia.

Gdy opisujesz np. proces wprowadzania zmian w firmie, pokaż go na jednym slajdzie, żeby Twoi odbiorcy mogli na niego spojrzeć z tzw. perspektywy helikoptera (czy w obecnych czasach bardziej „z perspektywy drona”). Szczegółowe omawianie poszczególnych etapów jest oczywiście bardzo ważne (i powinno się odbyć po zaprezentowaniu tej szerokiej perspektywy najpierw), ale wizualne podsumowanie wszystkich etapów jest naszym zdaniem równie istotne, bo dobrze osadza słuchaczy w szerokim kontekście zagadnienia.



W ten sposób Walt Disney rozrysował w 1957 roku strategię firmy.

Źródło: <https://www.businessinsider.com/1957-drawing-walt-disney-brilliant-strategy-2015-7?IR=T>



Pokazanie etapów produkcji drewna, skrin z animacji dla Lasów Państwowych

„Gdy chcemy wytłumaczyć pracownikom nowy proces prowadzenia projektów w firmie, możemy pokazać to na przykładzie drogi, przez którą prowadzą ich kolejne znaki-wytyczne.

Przekazując klientom zalety naszej oferty, możemy zobrazować to na przykładzie labiryntu, prowadząc ich przez kręte alejki, omijając przeszkody, wizualizując korzyści.

Wszystko da się przedstawić za pomocą obrazów.”

– fragment artykułu [„Myślenie wizualne w biznesie – czym jest, jak działa i jak może pomóc”](#)

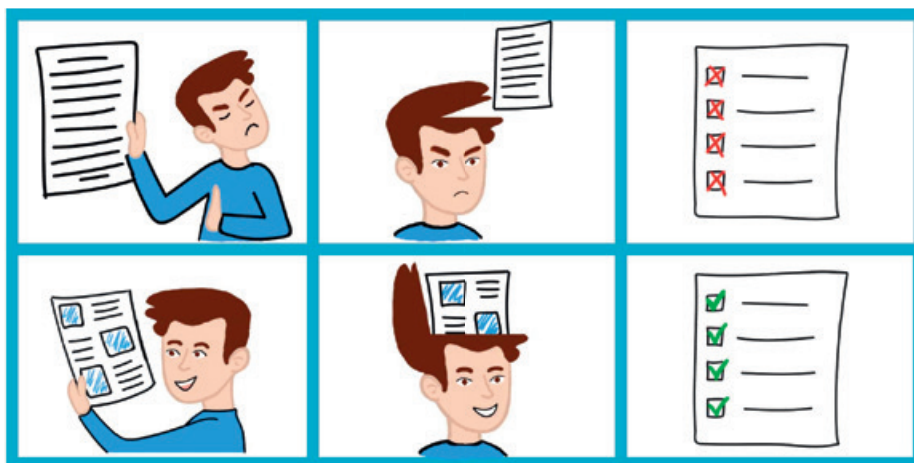
7. Wizualizuj instrukcje, a do tych bardziej skomplikowanych dodawaj podpisy

Na temat skuteczności instrukcji obrazkowych (a także w formie animacji) mamy na naszym blogu osobny obszerny wpis. [O tu](#). A nawet dwa, drugi o instrukcjach medycznych, [o tu](#).

W dużym skrócie: z wielu badań wynika, że instrukcje obrazkowe są skuteczniejsze niż sam tekst. Gdy instrukcje są jednak mocno skomplikowane, konieczne jest podpisanie ilustracji.

Wyobraź sobie składanie mebli z instrukcją wyłącznie w formie tekstu. Albo wykonanie jakiegoś zadania w nowym programie z instrukcją typu: „Znajdź polecenie [Zastosuj narzędzie] w pasku menu, który znajduje się w lewym górnym rogu ekranu, obok przycisku...” itd. Dużo lepiej rozumiemy instrukcje, gdy WIDZIMY, co mamy zrobić.

Gdy więc chcesz przekazać słuchaczom instrukcję, np. używania nowego programu czy przechodzenia przez nowy proces, zwizualizuj ją.



„[...] Podobne wnioski płyną z [badań Politechniki Warszawskiej](#) nad postrzeganiem materiałów edukacyjnych: ponad 70% respondentów uważa tekst wzbogacony wizualizacją za bardziej przystępny niż ten pozbawiony obrazów.”
- fragment artykułu [„Notatki wizualne w biznesie. Jak mogą pomóc”](#).

8. Korzystaj z różnych form graficznych

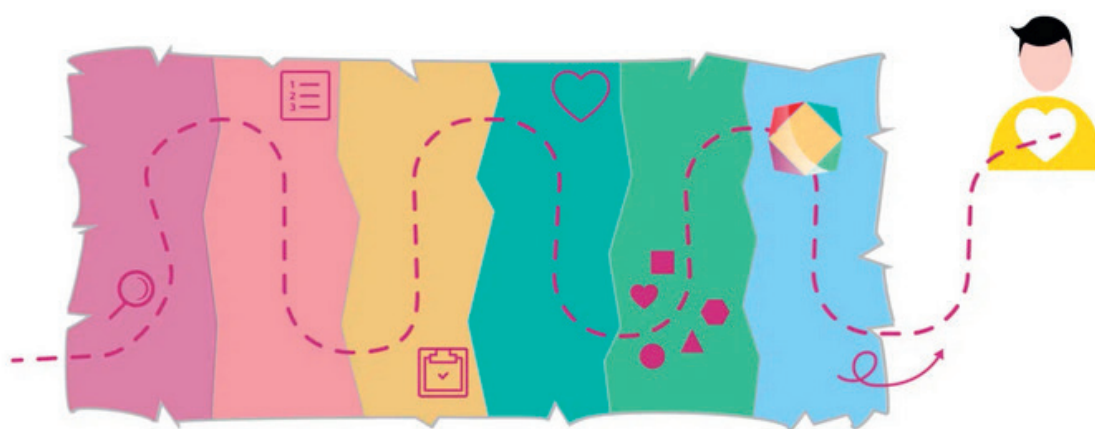
Gdy chcesz pokazać ilość lub rozkład danych, może przydać Ci się wykres.

Gdy chcesz pokazać miejsce, mapa.

Gdy mówisz o czasie i omawiasz np. plany firmy w przyszłości, oś czasu może być strzałem w dziesiątkę.

Progres możesz pokazać np. wizualizując zapełniające się naczynie lub pusty prostokąt.

Stopień zadowolenia klientów z usług firmy, choćby pokazując barometr.



Skrin animacji, którą przygotowaliśmy dla firmy Santander. Widać tu etapy tworzenia nowych usług, wykorzystywane w banku przedstawione w formie mapy. Animacja jest skierowana na pracowników banku.

„Masz do wyboru wykresy, diagramy, tabelki... setki o ile nie tysiące form wizualnych.

Najlepiej [...] przejrzyj materiały na temat myślenia wizualnego, najczęściej znajdziesz w źródłach książkowych, ale też kilka inspiracji jest w naszych artykułach o myśleniu wizualnym i ogólnie w internecie.” – fragment artykułu „Jak napisać scenariusz animacji? 16 praktycznych porad”.

<https://explainvisually.co/jak-napisac-scenariusz-animacji-16-praktycznych-porad/>

9. Używaj metafor

Gdy rozmawiacie o abstrakcyjnych konceptach lub tłumaczycie zawiły proces, dobrze jest posłużyć się metaforą. Zarówno tłumacząc omawiane kwestie ustnie, jak i wizualnie.

Metafory pozwalają nam się odnieść do czegoś, co znane. Przekładamy to na nowe informacje i w ten sposób łatwiej i szybciej je przyswajamy.

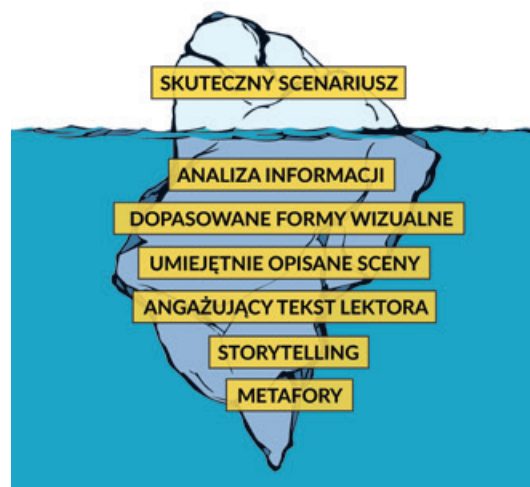
Mówiąc krótko: metafora pomaga ośwoić temat.

Do tego zapada w pamięci i dzięki niej, po spotkaniu, łatwiej nam przypomnieć sobie zagadnienie, którego dotyczyła.

Przykłady metafor:

- Góra lodowa

Góra to to, co widzimy gołym okiem, np. problemy z obsługą klienta, widoczne po niskim NPS-ie. Dół to, to czego nie widzimy na co dzień, a co jest podstawą problemu: np. wolne odpisywanie na maile, niedotrzymywanie terminów, itd.



- Labirynt

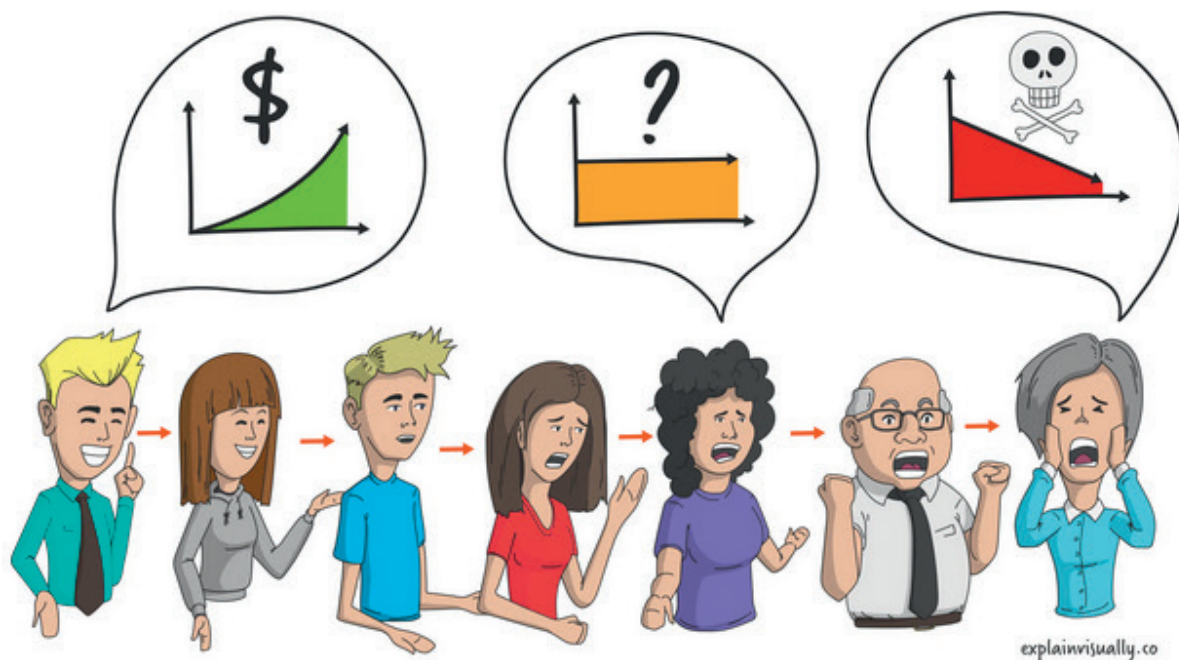
Próba dojścia z punktu A do punktu B. Np. przejście przez nowy proces w firmie. Po drodze napotykamy na różne przeszkody, ale w końcu, dzięki np. nowym wytycznym, docieramy bezpiecznie do celu, najkrótszą drogą.

- Szybki vs. wolny samochód

...np. ferrari konta maluch. Gdy chcemy porównać nowe rozwiązanie do starego, choćby prezentując zalety wprowadzanego oprogramowania.



W animacji dla LPEC S.A., by w prosty sposób pokazać, jak lokalne władze decydują o ogrzewaniu w lokalach mieszkaniowych, odnieśliśmy się do metafory „Gry o Tron” („Winter is coming”) i pokazaliśmy wojewodę siedzącego na tronie z kaloryferów.



Zgubne skutki złej komunikacji zmian w firmie przedstawione za pomocą metafory gry w głuchy telefon

10. Korzystaj z karteczek

Dodanie elementów wizualizacji do spotkań nie musi koniecznie sprowadzać się do rysowania czy pokazywania ilustracji i diagramów na slajdach.

Świetnie mogą się sprawdzić nawet zwykłe... karteczki!

Różne kolory mogą symbolizować różne problemy w firmie czy zagadnienia. Karteczki można w razie potrzeby podczas dyskusji przeklejać. Do tego wszyscy mogą się z łatwością zaangażować w dyskusję.



Praca z karteczkami podczas wewnętrznych warsztatów w naszej firmie

11. Podkreśl kluczowe słowa

Wyróżnij kluczowe kwestie w tekście. Podkreśl, pokoloruj, zakreśl... wybór masz ogromny, więc czemu z niego nie korzystać?

Niby oczywiste, a naprawdę często o tym zapominamy...

Tyczy się to w takim stopniu spotkań offline jak i online.

Powiedzmy, że pokazujesz slajd na temat nowego oprogramowania, które Twoja firma chce wdrożyć od przyszłego miesiąca. Najważniejszą informacją, jaką chcesz przekazać, są terminy szkoleń i spotkań na ten temat. Podkreśl więc tę informację! Niech się wyróżnia.

Porównaj te dwa przykłady:

Wdrażanie nowego oprogramowania w firmie

W najbliższym czasie czeka nas wiele zmian. Program XYZ, z którego będziemy korzystać, przyniesie nam wiele korzyści.

- Przyspieszy procesy w...
- Zaoszczędzi czas....
- Usprawni transfer...

Dlatego 26 czerwca organizujemy spotkanie online z reprezenantem firmy XYZ, który opowie o podstawowych funkcjonalnościach nowego programu.

To oczywiście pierwsze spotkanie z serii wielu spotkań. Po nim będziecie mieli czas, by samodzielnie zapoznać się z programem i wypełnić quiz na jego temat do 29 czerwca. Wasze odpowiedzi dokładnie przeanalizuje osoba z XYZ. Następnie przeprowadzi kolejne spotkanie online 5 lipca, by rozwiązać Wasze wątpliwości i wyjaśnić niejasne kwestie.

Wdrażanie nowego oprogramowania w firmie

W najbliższym czasie czeka nas wiele zmian. Program XYZ, z którego będziemy korzystać, przyniesie nam wiele korzyści.

- Przyspieszy procesy w...
- Zaoszczędzi czas....
- Usprawni transfer...

Dlatego **26 czerwca organizujemy spotkanie online** z reprezenantem firmy XYZ, który opowie o podstawowych funkcjonalnościach nowego programu.

To oczywiście pierwsze spotkanie z serii wielu spotkań. Po nim będziecie mieli czas, by samodzielnie zapoznać się z programem i **wypełnić quiz** na jego temat **do 29 czerwca**. Wasze odpowiedzi dokładnie przeanalizuje osoba z XYZ. Następnie przeprowadzi **kolejne spotkanie online 5 lipca**, by rozwiązać Wasze wątpliwości i wyjaśnić niejasne kwestie.

Wykorzystaliśmy to np. w naszym landing page. Chcieliśmy zwrócić uwagę na to, dla jakich firm pracowaliśmy i jaki ich problem rozwiązaliśmy.

Przykładowe tematy naszych projektów:

- **IKEA:** Jak w zrozumiały sposób **przekazać nową strategię pracownikom** w USA, Polsce i Chinach?
- **Orange:** Jak **zachęcić pracowników** do korzystania z nowych systemów IT?
- **Carlsberg:** Jak **wyedukować menadżerów** sprzedaży na temat procesu produkcji piwa?
- **BZ WBK:** Jak niestandardowo **promować nowy portal CSRowy** edukujący dzieci na temat finansów?
- **Nestle:** Jak **zareklamować** nową kurację odchudzającą w Arabii Saudyjskiej?

„Wciąż wiele firm komunikuje się za pomocą slajdów. Problem polega niestety na tym, że wiele z nich to przykra w odbiorze ściana tekstu. I zamiast mieścić się w 10 czy 15 slajdach, prezentacje ciągną się na dziesiątki, a czasem i setki plansz.

Myślenie wizualne pomaga w kompresji informacji, zatem pomaga też w redukcji liczby slajdów.” – fragment artykułu „Myślenie wizualne w biznesie: 6 poziomów, które możesz wdrożyć w swojej firmie”.

<https://explainvisually.co/myslenie-wizualne-w-biznesie-6-poziomow/>

12. W przypadku większych i/lub ważniejszych spotkań, rozważ zatrudnienie Graphic Recordera

Graphic Recording to graficzny zapis spotkania. Może się odbyć na żywo lub online. A nawet po spotkaniu (przygotowuje się go na podstawie nagranej rozmowy - tak robimy w przypadku zapisu [naszych podcastów](#)). Więcej o tym, czym jest graphic recording, piszemy [tutaj](#).

A dlaczego warto?

W przypadku cyfrowego zapisu graficznego: zwiększa skupienie słuchaczy, angażuje ludzi, zwiększa zapamiętywanie, pomaga w rozwiązywaniu problemów poruszanych podczas rozmowy... Do tego po spotkaniu wszyscy dostają wizualną notatkę.



Polecane artykuły

Jeśli chcesz pogłębić wiedzę na temat myślenia wizualnego i znaleźć więcej inspiracji do urozmaicenia firmowych spotkań, zapraszamy do lektury tych artykułów:

- [Myślenie wizualne w biznesie – czym jest, jak działa i jak może pomóc](#)
Myślenie wizualne w biznesie od A do Z. Wypowiedzi ekspertów i przykłady
- [Myślenie wizualne w biznesie: 6 poziomów, które możesz wdrożyć w swojej firmie](#)
Jeszcze więcej przykładów myślenia wizualnego i inspiracji do wykorzystania w firmie
- [Notatki wizualne w biznesie. Jak mogą pomóc](#)
Jak robić skuteczne notatki wizualne i dlaczego warto? Plus badania
- [Cyfrowy zapis graficzny w czasach zarazy](#)
8 zalet cyfrowego zapisu graficznego, garść badań i przystępne ilustracje

ExplainVisually.co