



Podcast „Menedżer Plus” – Odcinek 38

Opublikowany: 20 czerwca 2016 r.

Jak robić dobre prezentacje? Rozmawiam z Piotrem Buckim

Mariusz: To jest podcast „Menedżer Plus”. Dzisiaj w audycji będziemy rozmawiali o tym, jak przygotować dobrą prezentację. Do wysłuchania tego odcinka szczególnie zachęcam tych wszystkich, którzy chcą się czegoś praktycznego dowiedzieć na temat tego jak występować publicznie – w pracy robiąc prezentację dla klienta czy poza pracą podczas jakiejś konferencji branżowej albo w ogóle chcieliby występować, ale nie wiedzą jak się za to wszystko zabrać.

Z tej okazji do programu zaprosiłem dzisiaj Piotra Buckiego, który jest aktorem, trenerem, dziennikarzem, psychologiem. Na co dzień wspiera start-upy i młode firmy. Od wielu lat pomaga ludziom szlifować komunikację. Jest ogromnym fanem badań empirycznych. Witam cię Piotrze bardzo serdecznie.

Piotr: Witam serdecznie.

Mariusz: Mówisz też czasami o sobie, że jesteś wojownikiem prawdy – tak górnolotnie bardzo. O jaką prawdę walczysz? [śmiech]

Piotr: W komunikacji walczę o prawdę i prostotę przede wszystkim. Pracując ze start-upami i pracując w ogóle z ludźmi nad wystąpieniami publicznymi zauważam, że wszyscy mamy skłonność do tego, żeby posiłkować się zgranymi kliszami i przymiotnikami jako pewnego rodzaju wytrychami do komunikacji. A nie skupiamy się na tym, co jest naprawdę prawdziwe i wartościowe w naszych rozwiązaniach i projektach.

Jestem wojownikiem prawdy, chociaż oczywiście wiem, że prawda ma różne oblicza i jako osoba, która zajmuje się też psychologią doskonale wiem, że prawda również ulega wielu zniekształceniom poznawczym.

Ale myślę, że najważniejsza jest taka radykalna szczerość wobec siebie, wobec swojego projektu biznesowego i wobec słuchacza, czyli zero ściemniania w komunikacji.

Mariusz: Masz bardzo ciekawy życiorys. Byłeś związany z Teatrem Muzycznym w Gdyni, występowałeś także w teatrze miejskim. Dlaczego w ogóle zdecydowałeś się, żeby zostawić aktorstwo – taki piękny zawód?

Piotr: No to skoro jestem wojownikiem prawdy to powiem prawdę – bo byłem dosyć kiepskim aktorem.

To było marzenie, które się spełniło, ale które się nie spełniło w takim stopniu jak chciałem. Natomiast ja na każdy etap w swoim życiu patrzę jak na zasoby z których mogę czerpać. Akurat praca w teatrze bardzo mi pomogła, jeśli chodzi o wystąpienia publiczne i jeśli chodzi o pokorę wobec prób.

Dlatego że za za każdym razem kiedy pracuję z ludźmi nad wystąpieniami publicznymi, nad prezentacjami, nad jakimikolwiek innymi formami prezentacji to zdaję sobie sprawę, że ludzie za mało czasu poświęcają na przygotowanie, a potem też na próbowanie.

W teatrze zanim wyjdzie się na scenę podczas premierowego spektaklu mijają 3 miesiące prób podczas których się ciężko pracuje i wałkuje się ten materiał. Dlatego jak ma się do wykonania naprawdę ważną prezentację to trzeba po prostu zdać sobie sprawę i poświęcić czas na to, żeby ją dobrze przygotować, ale potem też dobrze przepróbować. Dlatego ten mój życiorys jest rzeczywiście dziwny.

Mariusz: Ciekawy – bym powiedział. [śmiech]

Piotr: Z każdego elementu na pewno coś mogę wyciągnąć. Tak jak z architektury, którą skończyłem też wyciągam pewnego rodzaju umiejętność patrzenia bardzo geometrycznego na pewne sprawy, z marketingu i z PR-u oczywiście na te rzeczy branżowe.

A z teatru na pewno wyciągnąłem umiejętność występowania publicznego i odporność dużą na stres, również odporność na krytykę. Bo miejsce jakim jest teatr musi uodporniać na krytykę od wielu osób – począwszy od reżysera, skończywszy na choreografii itd. To jest na pewno ważne.

A kiedy pracuję z ludźmi nad wystąpieniami publicznymi też często muszę im sprzedawać informację zwrotną, która czasami może być dla nich trudna, ale na pewno przydaje się w dalszym rozwoju.

Mariusz: Ile lat już występujesz na scenie? Jaki masz swój przebieg jako mówca?

Piotr: W zasadzie od 16 lat prowadzę szkolenia. Zintensyfikowało się to w ostatnich 4 latach, bo zdecydowałem się poświęcić tylko i wyłącznie tej formie prezentacji. Nie tylko poświęcić się, ale skupić się na komunikacji biznesowej dla start-upów.

Raz, że dostrzegłem tutaj duży potencjał rozwoju dla siebie. A dwa, że jest to po prostu obszar w którym chcę naprawdę pomagać szczególnie polskim firmom. Pracując z nimi bardzo często widzę, że mają naprawdę bardzo dobre pomysły, ale niestety, słabo je komunikują.

Nie ma nic gorszego niż dobry projekt źle zakomunikowany. Jak są słabe projekty i są świetnie zakomunikowane to też przez jakiś czas nam pociągną, coś się uda z tym zrobić. Dobry projekt jak przepadnie, dlatego że jest źle zakomunikowy to jest wielka strata dla ludzkości.

Mariusz: Pamiętasz swoje pierwsze wystąpienie? Poza teatrem oczywiście.

Piotr: Tak, to było chyba jedno z pierwszych szkoleń, które przeprowadziłem i to było szkolenie dla wójtów i sołtysów z lidera i przywództwa. Wydaje mi się, że to było jedno z pierwszych wystąpień i pierwszych szkoleń.

Mariusz: Wojna światów trochę. [śmiech]

Piotr: Bardzo się denerwowałem, bardzo się stresowałem. Ale poszło całkiem fajnie.

Mariusz: Czy tego można się nauczyć? Czy wystąpień publicznych można się nauczyć? Czy raczej jest to kwestia charyzmu, jakiegoś talentu, bycia na scenie?

Piotr: Tak. Od razu powiem tak – wystąpienia publiczne to jest kompetencja, umiejętność. To nie jest talent. Oczywiście są pewne predyspozycje, które sprawiają,

że jednym jest łatwiej, a drugim jest trudniej. Tak naprawdę to jest kompetencja. Jak każdą kompetencję trzeba ją szlifować i się uczyć.

Trzeba owszem, poznać wymagania dotyczące tego, jak powinna wyglądać dobra prezentacja, jak należy nad nią pracować. Ale potem przede wszystkim trzeba ćwiczyć. Im więcej razy występujemy na scenie, im więcej razy występujemy przed innymi tym lepiej nam to wychodzi. To się zawsze sprawdza. Natomiast jeżeli będziemy non stop unikali tej konfrontacji to będzie nam potem tym gorzej.

Carnegie Institute of Technology podaje, że 85% naszych sukcesów zawodowych zależy od tego w jaki sposób negocjujemy, komunikujemy i budujemy relacje. To są kompetencje miękkie. Ale kompetencje miękkie też można szlifować, je trzeba po prostu wspierać ciągłą praktyką.

Ja na pewno zdaję sobie sprawę, że niektórzy ludzie mniej chętniej lub bardziej chętnie podchodzą do spraw wystąpień publicznych, ale zauważam też, że każda osoba, nawet najmniej przekonana do swoich talentów w czasie w którym często ćwiczy wychodzi jej to o wiele lepiej.

Mariusz: Wspominałeś wcześniej o tym, że z teatru wyciągnąłeś to, że trzeba się do wystąpień dobrze przygotowywać, trzeba to wszystko przećwiczyć. Jak się za to wszystko zabrać?

Założmy, że jestem menedżerem, który wymyślił sobie, że wystąpi na jakiejś konferencji branżowej. Jak się zabrać za przygotowanie do takiego wystąpienia, do takiej prezentacji?

Piotr: Ja zawsze mówię, że trzeba sobie ustalić kilka rzeczy. Po pierwsze – trzeba sobie ustalić główną tezę swojego wystąpienia, czyli taką główną myśl, którą ja chcę przekazać, ideę, którą chcę sprzedać tym ludziom.

Tak naprawdę to każdemu polecam zajrzeć na przykład do wytycznych, które na swojej stronie ma ted.com. Oni tam mają bardzo wyraźnie powiedziane, jak należy się przygotować do ich prezentacji. Ale można to też wykorzystać do prezentacji nawet biznesowych.

Tak że główna teza, co ja chcę tym ludziom przekazać? Potem warto sobie zadać trzy ważne pytania – co chcę, żeby ludzie zrozumieli po mojej prezentacji? Czyli jakie zjawiska, jakie problemy, co mają zrozumieć, czego chcę, żeby dowiedzieli się? Tutaj

warto sobie postawić za cel, żeby jakieś trzy ważne rzeczy się dowiedzieli z tej prezentacji, nie więcej.

Mariusz: Magia trójek?

Piotr: Tak, magia trójek ma swoje podłoże naukowe również. Polega na tym, że my w swojej pamięci krótkotrwałej jesteśmy przechować w stanie od 3 do 4 elementów. Nie ma co więcej, bo i tak nie zapamiętają tego słuchacze.

Ostatnia rzecz – trzeba sobie zadać pytanie co chcę, żeby poczuli słuchacze po wysłuchaniu mojego wystąpienia. Czy mają być rozgniewani, czy mają być smutni, czy mają być weseli? Czy mają być zainspirowani? Ta główna teza i odpowiedź na te trzy pytania już pozwalają zacząć pracować nad prezentacją.

Potem musimy sobie oczywiście pomyśleć jaki będzie tytuł tej naszej prezentacji, chociaż on się może zmieniać. A potem się trzeba zabrać za planowanie.

Naprawdę, ostatnią rzeczą, którą należy robić to jest otwierać program do prezentacji. Czyli PowerPointa i Keynote’a nie ruszamy na tym etapie w ogóle. Na początku odpowiadamy sobie na te pytanie i zaczynamy pracę nad schematem naszej prezentacji.

Dobrze jest bazować na sprawdzonych schematach o których już mówił Arystoteles, czyli wstęp rozwinięcie i zakończenie – to jest najprostszy schemat. Bardzo dobrze jest bazować na schematach, które bazują na kontrapunktach pewnego rodzaju, czyli na mocnych kontrastach. Na przykład problem-rozwiązanie. To są takie mocne schematy, które pozwalają dobrze nam zbudować prezentację.

Ja mam swój ulubiony schemat przynajmniej jeśli chodzi o wstęp w prezentacjach biznesowych, czyli zawsze zaczynam od jakiegoś wstępu, który jest rodzaj takiego intro, w którym rysuję teren po którym się będziemy poruszali razem z naszą publicznością.

To jest takie wprowadzenie. Potem mówię o problemie, który rozwiązuję. Potem omawiam to rozwiązanie. Potem omawiam potencjał dla tego rozwiązania, czyli korzyści jakie z tego wynikają. Potem jeśli jest czas to mówię jak to działa, jak działa to rozwiązanie. Potem przechodzę do omówienia modelu biznesowego na przykład. A na samym końcu przedstawiam zespół, który to rozwiązanie przygotował.

Tak naprawdę najważniejsze jest to, żeby sobie zbudować strukturę opartą o kilka mocnych punktów, a potem ją dopiero rozbudowywać. Ja jak pracuję nad prezentacją robię sobie zawsze mapę myśli i robię ją zawsze na papierze.

Dopiero potem dodaję sobie notatki, a na samym końcu dopiero otwieram program do prezentacji. Wtedy te slajdy robią się bardzo szybko, bo tak naprawdę te slajdy wtedy są tylko takimi kotwicami, które pozwalają mi przejść szybciej przez prezentację, a nie są ostatnią deską ratunku na którą bym patrzył podczas konferencji czy podczas wystąpienia i czytał z tych slajdów.

Też jestem zwolennikiem takiej idei, że jeśli slajdy i ty mówią dokładnie to samo to jedno z was jest niepotrzebne. Bardzo często jest tak niestety, że wykładowcy, prelegenci dublują treści ze slajdów – mówią to samo co jest na slajdach. A slajdy są elementem wizualnym, który powinien uzupełniać, dopowiadać pewne rzeczy, ale nie może dublować treści.

Mariusz: Dla wielu osób slajdy są takim elementem też asekuracyjnym. To się objawia tym, że w takich sytuacjach bardziej stresowych po prostu ludzie czytają to, co jest na slajdzie napisane.

Piotr: No właśnie, tylko że wtedy jest bardzo słaby odbiór. Poza tym jak pokazują badania – to osłabia naszą komunikację aż o 27% mniej więcej, skuteczność tej komunikacji. Tak naprawdę podczas dobrej prezentacji wszyscy powinni być skupieni na prezenterze, a slajd powinien być pewnego rodzaju fajnym, atrakcyjnym dodatkiem.

Poza tym trzeba być zawsze przygotowanym na sytuację, w której na przykład slajdy się rozleczą albo rzutnik się zepsuje, a my musimy i tak prezentować. Tutaj kwestia jest taka – jeżeli wiemy co chcemy powiedzieć to powiemy, uda nam się bez prezentacji. Natomiast jeżeli nie wiemy i błądzimy to będziemy mieli kłopot.

Mariusz: Na swoich wystąpieniach mówisz, że uwaga jest towarem deficytowym. Jak zacząć swoją prezentację? Mamy około 10 minut na to, żeby przyciągnąć widza, słuchacza.

Później jakoś tak jest, że większość osób zaczyna gubić wątek, ludzie otwierają laptopy, zaczynają twittować, otwierają Facebooka itd. Co w tym krótkim czasie powinniśmy zmieścić, żeby przytrzymać uwagę naszych słuchaczy?

Piotr: Przede wszystkim skupić się na tym, jak rozpoczniemy. Jeżeli rozpoczniemy schematycznie i sztafpowo to ludzie nie będą słuchali, bo wiedzą co będzie dalej. Jeżeli więc rozpoczniemy – chciałbym państwa serdecznie powitać na moim wystąpieniu podczas którego omówione zostaną bla bla bla... Koniec. Już ludzie nie słuchają, bo spodziewają się tego.

Natomiast jeżeli rozpoczniemy od jakiegoś jednego mocnego stwierdzenia, zdania, które zaintryguje, które jest proste, ale intrygujące to wtedy mamy już skupioną uwagę na wejście. Obojętnie też co by się nie działo – te pierwsze kilka zdań musimy mieć wryte na pamięć, żeby zrobić dobre wrażenie na samym początku. Potem już naprawdę pójdzie o wiele łatwiej, ale ten wstęp musi być opracowany idealnie.

Można zacząć od mocnego cytatu, można zacząć od mocnych statystyk, można zacząć od fajnego story, od fajnej opowieści, która wprowadzi w dalszą treść prezentacji. Możemy zacząć od nawet mocnego obrazu czy krótkiego video. Ale wszystko w służbie skupienia uwagi.

Im bardziej naładowany emocjonalnie przekaz, im bardziej intrygujący, im bardziej uderzający w taką potrzebę mózgu odkrywania czegoś nowego tym lepiej. Ale zawsze trzeba też dbać przy prezentacji, zresztą nie tylko na wstępie o tzw. łatwość poznawczą.

Łatwość poznawczą, czyli taki stan, w którym nasz mózg nie musi zbyt wyężyć zasobów poznawczych, żeby rozumieć co się do niego mówi. Kiedy ludzie zbyt utrudniają komunikację to automatycznie spada poziom uwagi drugiej strony.

Mariusz: A jak jest z przedstawianiem się? Na konferencjach bardzo często widzimy, jak wychodzi ekspert i przez pierwsze 5 lat opowiada o tym jakie ma doświadczenie, w ilu firmach pracował, ile projektów zrealizował. Masz jakiś dobry sposób na to?

Piotr: Tak. Przedstawiam się zawsze mniej więcej w połowie prezentacji albo mimochodem.

Mariusz: Nie na początku?

Piotr: Na początku zazwyczaj nie. Jeżeli jest to konferencja to i tak w agendzie widać, kto będzie mówił następny. Poza tym wychodzę z założenia, że jeśli ja chcę sprzedać jakąś ideę albo zaprezentować jakiś projekt to ten projekt jest ważniejszy

niż ja. Moja wiarygodność buduje się poprzez czyny i działania, a nie poprzez to, że ja będę o sobie mówił.

Mam oczywiście taką swoją biznesową wizytówkę werbalną, którą stosuję i którą każdy powinien sobie przygotować, ale niekoniecznie mówić ją na samym początku. O tej biznesowej wizytówce powiem nieco więcej, bo ona się przydaje każdemu w każdej sytuacji – networkingowej, konferencyjnej i jakiegokolwiek innej.

W moim przypadku ona brzmi tak – cześć, jestem Piotr, pomagam ludziom szlifować komunikację. Zawsze bazuję przy tym na psychologii poznawczej i neuropsychologii. Sprawdzam teorię w praktyce pracując z firmami w Azerbejdżanie, Mołdawii, Słowenii i w Polsce. I ciągle się uczę, żeby robić to lepiej. To jest krótkie biznesowe przedstawienie.

Mariusz: Patrzyłem na zegar – mówiłeś kilkanaście sekund. Bodajże 14.

Piotr: Tak, powinno być mniej niż 15. Jak to zbudować? Na początku powiedzcie dokładnie to, co robię. Ja mówię „pomagam ludziom szlifować komunikację”. Ten pierwszy komunikat nie powinien być dłuższy niż 140 znaków ze spacjami.

Powinno to dokładnie określać to, co robię ja. Jeśli jest to firma to można powiedzieć, co ta firma robi. Na przykład – pomagamy dzieciom uczyć się kodować. To jest to, co robi firma.

Potem do tego trzeba dodać trzy wzmacniające komunikaty, czyli takie wiadomości, które pokażą dlaczego jesteśmy lepsi, co nas wyróżnia, jaka jest nasza przewaga konkurencyjna. U mnie to jest akurat nauka, współpraca z wieloma firmami na świecie i ciągle doskonalenie się. To jest tyle.

Taką wizytówkę biznesową można wplatać w naszą narrację kontekstowo, gdzieś w jakiejś części prezentacji. Niekoniecznie musi to być na samym początku. Na przykład w praktyce takiego start-upowego elevator pitch, gdzie mają 3 minuty na przedstawienie swojego projektu bardzo często przedstawiają się na samym końcu. Na przykład mówią – nazywam się tak i tak, chciałbym, żebyście wspierali nas w tym projekcie i poszukujemy takiej i takiej inwestycji. Projekt jest ważniejszy, idea jest ważniejsza, a nie my.

Mariusz: Zastanawiam się...

Piotr: Jakbyś stworzył swoją?

Mariusz: Tak, zacząłem myśleć i wybiłem się trochę. Ale wracam. [śmiech]

Piotr: Stworzenie takiej wizytówki wcale nie jest takie banalne. To jest ciężka praca – zwłaszcza, żeby zrobić to naprawdę prosto. Ale potem też trzeba to testować, czyli na wszystkich możliwych frontach sprawdzać jak to działa.

Mariusz: Tak, bo to musi być też w miarę naturalne i zwinne, jak o tym mówisz. To nie może być sztuczne i wyuczone.

Piotr: Nie, to musi być proste. Ja uważam, że w prezentacji najważniejsze jest to, żeby druga strona odczytała to, co my chcemy przekazać. Co oznacza, że szczególnie przed dużymi, ważnymi prezentacjami warto poprosić znajomych, rodzinę, żeby usiedli i posłuchali nas. A potem zapytać ich, co z tego zrozumieli, co z tego wynieśli.

My jako ludzie niestety jesteśmy obarczeni tzw. klątwą wiedzy, czyli zakładamy, że wszyscy wiedzą to, co my. Kiedy przygotowujemy jakiś projekt albo rozwiązanie przez wiele miesięcy to my wiemy o nim wszystko.

Ale prezentujemy je przecież czasami ludziom, którzy nie wiedzą o tym nic. Więc warto zrobić to w taki sposób, żeby oni naprawdę zrozumieli o co nam chodzi.

Mariusz: Co zrobić, żeby dobrze sprzedać swój pomysł, taką ideę na scenie? Jak komunikować swój przekaz, żeby to faktycznie było czytelne dla odbiorców, którzy są na sali?

Piotr: Najlepiej zrobić to tak, żeby pokazać, że rozwiązujemy jakiś problem i że ten problem jest na tyle dojmujący, że to rozwiązanie może być ciekawe. Jak sprzedać swoją ideę na scenie? Przede wszystkim poprzez unaocznienie ludziom, że ta idea ich dotyczy. Robi to świetnie wiele osób chociażby podając przykład czy studia przypadków, które mogą dotyczyć ludzi, którzy nas słuchają.

Tego typu zabiegi zawsze się sprawdzają – pod warunkiem, że oczywiście mamy na tyle rozpoznaną publiczność, że wiemy jak przedstawić im dane elementy, żeby je w jakiś sposób przyjęli do siebie i uznali, że to ich także dotyczy.

Mariusz: Ja widziałem kilka twoich prezentacji. To, co mi się bardzo podobało to jest po pierwsze to, że wykorzystujesz dużo fajnych przykładów naukowych. Zresztą mówisz sam o sobie, że jesteś fanem empirii i wszystko sprawdzasz w praktyce.

Ale fajne jest też to, że przeplatasz w treści swojej prezentacji takie elementy, które bardzo sprawnie i skutecznie budują twoją wiarygodność. Utkwiło mi w głowie, że podałeś ile tysięcy godzin szkoleniowych czy wystąpień publicznych masz już za sobą. Albo umiejętnie wplatasz dane. Tych danych też nie jest za dużo w twojej prezentacji.

Niektóre prezentacje, tak jak każdy z nas ogląda prezentacje konferencyjne to widzimy czasami slajdy z góry na dół oblane różnymi statystykami i raportami. U ciebie jest to bardzo sprawnie podane. Żeby nie powiedzieć tak lamersko – jak u Steve Jobse’a trochę. On też fajnie liczby pokazywał.

Piotr: To wplatanie pewnych informacji o sobie jest oczywiście zabiegiem celowym. Tak samo jak zabiegiem celowym jest często odnoszenie się w moich prezentacjach do publiczności i nawet czasami obśmiewanie samego siebie.

Jak jestem na spotkaniach z informatykami to nie boję się przyznać, że nie mam pojęcia o tym, jak ważna jest ich praca i jak są trudne te rzeczy, które oni robią. Czasami sam siebie ośmieszam po to, żeby też zyskać dystans.

Dla mnie ważne jest też to, żeby prezentacji nie traktować tak strasznie, strasznie poważnie. Żeby czasami jednak podejść do tego, jak do fajnej przygody podczas której my możemy coś ludziom przekazać i edukować ich w jakimś obszarze. Ale nie musi być tak poważnie. Ja naprawdę bardzo lubię ten cytat z Batmana „why so serious?” Bo jest czasem zbyt poważnie.

A jak się spojrzy nawet na naukowców czy na bardzo tęgie głowy biznesy w Stanach czy w kulturze anglosaskiej to oni prezentując jednak częściej wpuszczają nieco powietrza w te prezentacje.

Jeżeli my wchodzimy na scenę i zaczynamy bardzo formalnie i bardzo biznesowo o wszystkim mówić, jeszcze dodajemy do tego jakieś potworne arkusze excelowskie, dodajemy do tego straszne wykresy to wtedy to staje się tak już napuszone, że aż trudne do przełknięcia.

A jeżeli dodamy do tego czasem jakąś historię osobistą, czasem coś, co pokaże nasz dystans do siebie, ale też wpleciemy w to umiejętnie informacje, które pokażą naszą wiarygodność to naprawdę, będziemy lepiej odebrani.

Arysoteles mówił o trzech elementach, które muszą się znaleźć w każdej dobrej komunikacji. To był etos, czyli nasza wiarygodność. Ale ta wiarygodność, którą zyskuje się poprzez wplatanie czasami jakichś faktów o sobie, a nie poprzez mówienie na samym początku, że jestem wybitnym specjalistą od komunikacji.

Bo ja nie wiem, czy jestem wybitnym – to już inni niech oceniają. Ale chodzi o to, żeby wplatać takie dane liczbowe, które też dużo mówią.

Jeżeli ja powiem, że w zeszłym roku przeanalizowałem 423 wystąpienia publiczne to jest niby tylko liczba. Ale ta liczba też świadczy o tym jaka jest moja praktyka zawodowa i być może warto mi zaufać, bo akurat w taki sposób pracuję i z tyloma firmami współpracowałem. To jest etos.

Druga rzecz o której mówi Arystoteles to jest logos, czyli cała logika wypowiedzi. Tutaj naprawdę warto dbać o proste przekazy, proste sformułowania i wzmocnienie tej łatwości poznawczej.

Na końcu jest patos, czyli emocje. Nie chodzi o to, żeby ktoś był emocjonalny na scenie i darł szaty albo płakał. Ale bardziej chodzi o to, żeby wzbudzać emocje u widowni chociażby taką formą jak narracja, jak story-telling. Jeśli to się wszystko razem zbierze to idzie w kierunku dobrej prezentacji.

O story-tellingu też warto powiedzieć, o opowiadaniu opowieści, o opowiadaniu historii. Jak się przebadano wystąpienia na TEDzie, które są dobrymi wzorcami to okazuje się, że 62% najbardziej popularnych, czyli tych, które mają najwięcej wyświetleń zawierają w sobie jakieś osobiste historie.

Oczywiście nie po to tylko, żeby opowiadać osobiste historie, ale po to, żeby przekazywać jakieś schematy, żeby łatwiej było widowni zrozumieć jakiś przekaz, który jest akurat najistotniejszy.

Mariusz: A co ze stresem na scenie?

Piotr: Stres jest super przede wszystkim. [śmiech] Stres pokazuje nam, że coś, co jest nam drogie jest zagrożone. I to dobrze, bo wskazuje nam rzeczy na których nam

zależy. Nikt nigdy jeszcze się nie stresował czymś na czym mu nie zależało. Czyli jeśli nam na czymś zależy to się stresujemy. To jest pierwsza rzecz, która sprawia, że stres jest świetny.

Poza tym stres jako reakcja fizjologiczna organizmu przygotowuje nas na wyzwanie. Więc należy patrzeć na stres jako na sprzymierzeńca. To, że mi przed każdym wystąpieniem, a zapewniam, że mnie również mimo że robię to od lat bije mocniej serce albo mam szybszy oddech to tylko mnie przygotowuje do tego, żeby lepiej wypaść.

Naprawdę, im częściej myślimy o stresie w ten sposób to nam jest łatwiej. Mówią o tym chociażby Kelly McGonigal, która pokazuje, że nie stres jest sam wrogiem tylko myślenie, że stres jest wrogiem może być dla nas groźne.

Dodatkowo jeszcze warto pamiętać o tym, że nasz mózg steruje naszym ciałem, ale odbiera też sygnały z ciała. Tutaj z kolei świetna lekcja od Amy Cuddy, czyli też badaczki, psycholog, która zajmuje się neurofizjologią w mózgu.

Ona udowodniła, że jeśli od 2 do 5 minut będziemy stali w tzw. pozycjach power posing to znacząco zredukujemy nasz poziom kortyzolu i wzrośnie znacznie nasz poziom testosteronu. W tej sytuacji taki balans chemiczny w mózgu sprawia, że czujemy przypływ odwagi.

Co to są te pozycje power posing? To są przede wszystkim wszystkie mocne, otwarte pozycje, w których stoimy mocno na dwóch nogach, w których stoimy w bardzo otwartej pozycji. Media nazwały tę pozycję wonder woman, czyli takie bardzo proste, mocne stanie.

Mariusz: Piotr Kraśko na przykład.

Piotr: Tak samo nie należy siedzieć przed wystąpieniem. Nie chodzi o to, żeby sobie zrobić takie ćwiczenie, żeby 2 do 5 minut przed każdym wystąpieniem dokładnie w taki sposób się przygotowywać. I też pamiętać o tym, że stres naprawdę jest naszym sprzymierzeńcem, a nie wrogiem – on nam pomaga.

Mariusz: Z tymi pozycjami to mężczyźni pewnie mają łatwiej, bo naturalnie stoimy w takim lekkim rozkroku, kobiety jednak bardziej łączą nogi mimo wszystko.

Piotr: Tak, ale to nie trzeba na scenie tak stać. To chodzi o to, żeby przed wyjściem na scenę tak postać przez 2 do 5 minut. My jako ludzie bardzo często kiedy jesteśmy zestresowani jednak przyjmujemy zamknięte pozycje i nasz mózg wtedy kontroluje to. Tutaj chodzi o to, żeby odwrócić – przekonać mózg, że nie jesteśmy zestresowani.

Mariusz: Wspominałeś wcześniej o Amerykanach, którzy wpuszczają dużo powietrza do swoich wystąpień. Mam wrażenie, że Amerykanie mają wysoki poziom samooceny – nam tego bardzo brakuje, a to bardzo pomaga w wystąpieniach.

Piotr: Zdecydowanie tak. Bardzo pomaga. Ale przede wszystkim też pomaga to, że Amerykanie w swoim programie edukacji mają takie zajęcia „Show and tell”. Małe dzieci przychodzą i muszą coś opowiedzieć o swojej pasji, o swoim hobby. A w polskim systemie edukacji brakuje czasu na to, żeby prezentować.

Oprócz tego, że brakuje czasu na projekty grupowe to jeszcze brakuje czasu na prezentacje, które potem przekładają się na dobre prezentowanie w przyszłości – w pracy, na to, że ktoś dobrze wypada podczas rozmowy kwalifikacyjnej, na to, że ktoś dobrze wypada podczas zwyczajnej nawet rozmowy networkingowej na konferencji.

To nie chodzi nawet o ekstrawersję czy introwersję. Oczywiście, że osobom ekstrawertycznym łatwiej jest mówić. Ale introwertyczne też mają potężny potencjał, bo z kolei budują przepiękne, bardzo skupione i precyzyjne prezentacje. Muszą jednak więcej przemóc w sobie, żeby dobrze występować.

Mariusz: Wiemy co nieco już o tym, jak się przygotować do prezentacji. Chciałem zapytać teraz trochę o PowerPointa, którego żeśmy tak zmarginalizowali świadomie na początku. Mówiłeś, że PowerPoint ma być narzędziem wspierającym trochę osobę, która występuje.

Jak przygotowywać slajdy – tak, żeby faktycznie wspierały, a nie były tylko dodatkiem niepotrzebnym, jak kwiatek do kożucha, na scenie?

Piotr: Po tym jak już ustalimy sobie dokładną treść naszej prezentacji możemy zabrać się do przygotowania slajdów. Wtedy warto wyznaczyć sobie taką zasadę – jeden slajd-jedna idea. Żeby ten slajd dotykał jakiegoś jednego wątku. Jeśli ma on dopowiadać pewne dane to jak najbardziej tak.

Natomiast na pewno nie warto kopiować tego, co mówimy na slajdy i na odwrót, czyli mówić to, co jest na slajdzie. Oczywiście są sytuacje, w których chcemy na przykład pokazać jakiś wykres albo pokazać jakieś zjawisko, jakieś trendy to wtedy to jak najbardziej musi się znaleźć na tym slajdzie. Bardzo często na slajdzie może wystarczyć, że znajdzie się jakiś potężny nagłówek i zdjęcie. Wtedy to też wspiera tylko naszą narrację.

Oczywiście co innego jest przy prezentacjach typowo sprzedażowych, gdzie siedzimy tylko z klientem, coś mu omawiamy i pokazujemy na prezentacji. Wtedy takie prezentacje mogą być oczywiście bogatsze, bo wtedy my omawiamy co jest na slajdzie.

Natomiast taka prezentacja konferencyjna to tak naprawdę powinna być przyjemna ścieżka wizualna do tego, co my mówimy. Ona może być jakimś komentarzem. Slajd może pełnić rolę też puenty, czyli mówimy, mówimy, mówimy coś i nagle przerzucamy na następny slajd i tam jest puenta w postaci jednego słowa, jednego wyrazu albo jednego obrazka.

Naprawdę warto unikać sytuacji, w której slajdy są przegadane. Slajd to nie jest dokument tekstowy. O slajdach należy myśleć jak o billboardach, czyli tak, żeby w trzy sekundy można było się zorientować o co chodzi i co tam się dzieje na tym slajdzie.

Mariusz: Wspomniałeś „przyjemna ścieżka wizualna”. Tutaj blisko nam do zdjęć. Jak dobierać zdjęcia do swoich prezentacji?

Piotr: Znowu tak, żeby wzmacniały przekaz o którym mówimy. Ja mam kilka swoich ulubionych serwisów na których pobieram zdjęcia na licencji Creative Commons, żeby robić to legalnie. Ja uwielbiam serwis unsplash.com, compfight.com, który zbiera zasoby wszystkie z Flickr'a oraz takie serwisy jak na przykład Pexels – pexels.com. To są serwisy, które lubię i tam są zdjęcia na licencji Creative Commons.

Uważam, że jeżeli są udostępnione zdjęcia na licencji Creative Commons to lepiej korzystać z nich, a nie pobierać sobie wszystkie zdjęcia z Google'a na które nam przyjdzie ochota, dlatego że to jest jednak nie legalne. Te zdjęcia można tam pobierać i wszystko będzie na legalu, będzie jak najbardziej w porządku.

Ale zdjęcia też mają uzupełniać wizualnie to, co my mówimy. W związku z czym powinny być bardzo wysokiej jakości, więc jak już pobieramy zdjęcia to dobrej jakości. Ja bardzo lubię slajdy na których jest zdjęcie od krawędzi do krawędzi. A to oznacza, że wtedy się czasem trzeba pomęczyć nieco z umiejscowieniem tekstu na takim zdjęciu, ale są na to też sposoby.

Mariusz: Uśmiechnąłem się trochę, jak opowiadałeś o tych zdjęciach, bo na twoich slajdach zdjęć jest w sumie mało. Przeglądałem trochę twoich slajdów na SlideShare. Ale są zdjęcia Piotra Buckiego. [śmiech]

Piotr: Tak – po to, żeby ludzie wiedzieli, że ja to ja.

Mariusz: Jak mówimy o zdjęciach to chciałem dopytać o taką rzecz, która dotyczy fontów, bo sporo osób ma z tym problem. Większość z nas nie jest grafikami. Jak powinniśmy dobrać fonty do naszych prezentacji, żeby one faktycznie nie były sztampowe i przyciągały uwagę, oko widza?

Piotr: Przede wszystkim warto zrezygnować ze wszystkich domyślnych fontów, które są w programie, których najczęściej używają wszyscy, bo wszyscy ich używają, ponieważ są właśnie domyślne. To jest taka pułapka trochę i paragraf 22.

Ja mam jeden serwis fontquirrel.com, z którego korzystam i z którego pobieram fonty, które są najbardziej popularne, ale też na tyle unikalne, że dodają wartości do mojej prezentacji.

Mam radę dla wszystkich, którzy są niewprawni w dobieraniu fontów, żeby raczej zdecydować się na jeden rodzaj fontów w całej prezentacji, żeby nie bawić się w łączenie i dobieranie w pary, jeżeli nie mamy w tym dobrej praktyki.

Zasada jest najprostsza taka – im ważniejsza informacja na slajdzie, tym powinna być mocniejszym fontem, o większej wadze. Wtedy będzie nam łatwiej to zrobić. Dlatego dobrze by było na przykład dobrać sobie jeden font, który występuje w kilku wagach, czyli w kilku grubościach, w kilku stopniach nasycenia i stosować go konsekwentnie przez całą prezentację.

Na przykład pobieramy sobie font Bebas Neue. Wtedy on występuje w kilku wersjach. Jest na przykład Bebas Neue Bold, czyli pogrubiony. To wtedy konsekwentnie on będzie nagłówkiem na każdym slajdzie. A jeżeli do tego nagłówka chcemy dodać jakiś mały podtytuł to wybieramy na przykład Bebas Neue, ale w

wersji o wiele już szczuplejszej, czyli na przykład Bebas Neue Book. Wtedy mamy wyróżnione co jest nagłówkiem, co jest podtytułem.

Jeżeli chcemy się rzeczywiście pobawić w łączenie dwóch fontów to wtedy zawsze kierować się zasadą kontrastu. Na przykład bardzo masywny z delikatnym, szeryfowy z bezszeryfowym.

Ale warto też sprawdzać sobie chociażby na stronie Font Squirrel jakie fonty łączyć ze sobą. Jest zresztą w sieci mnóstwo aplikacji, które pozwalają na określenie, które fonty do siebie pasują.

Jedna z moich prezentacji na Slideshare o której wspomniałeś właśnie dotyczy tego, jak łączyć ze sobą fonty, żeby nie zrobić krzywdy sobie ani odbiorcy.

Mariusz: Też możemy polecić kilka wpisów na twoim blogu, które dotyczą doboru i instalowania fontów. Napisałeś tam między innymi, że za stosowanie fontów Comic Sans i Papyrusa idzie się do piekła. [śmiech]

Piotr: Trochę tak. Ostatnio znowu miałem taką dyskusję, ponieważ okazało się, że firma Smyk ma na swojej stronie ma font Comic Sans. Ktoś zarzucił, że to jest tylko kwestia, że branża tylko strasznie nienawidzi tego fontu. Ja uważam, że jest to kwestia edukacji estetycznej. To nie jest dobry font.

To nie chodzi o to, czy ktoś jest grafikiem czy nie jest grafikiem. Ja też nie jestem grafikiem, ale pewne rzeczy trzeba po prostu przetrwać i uznać, że tak jak są fonty, które są dobre, tak są też niestety fonty, które są brzydkie.

To jest font, który może ma jakieś uzasadnienie w zaproszeniu na kinderbal, na przyjęcie urodzinowe dla dziecka albo w gazetce parafialnej. Ale ten font nie ma uzasadnienia na prezentacji. No chyba że ktoś robi celowo brzydką prezentację i robi to dla śmiechu, dla jaj. Wtedy oczywiście jak najbardziej, tylko trzeba umieć taki żart ogrzać. Natomiast są fonty Comic Sans i Papyrus, które są po prostu nie do przyjęcia na prezentacji.

Tak samo jak nie do przyjęcia na prezentacji są brzydkie, o niskiej rozdzielczości zdjęcia, niedokładność, kompozycja, która jest nieprzemyślana, taka kompozycja, która nie jest ani symetryczna, ani asemtryczna – taka trochę pomiędzy, brak konsekwencji w budowaniu slajdu, czyli nie mamy na przykład wszędzie tego samego nagłówka, nie umiejscawiamy elementów podobnie na slajdach.

Należy pamiętać, że mózg przez cały czas przyzwyczaja się do pewnych schematów. Jeżeli mu ułatwimy to i przez całą prezentację będziemy szli podobnym schematem to będzie mu o wiele łatwiej i będzie czuł się naprawdę bezpiecznie.

Mariusz: W jednej ze swojej prezentacji powiedziałeś, że przepis na udaną prezentację to jest stworzyć prostą narrację i opowiedzieć ją w angażujący sposób.

Piotr: Dokładnie tak.

Mariusz: O co chodzi?

Piotr: Prosta narracja to jest po prostu taka, która w bardzo prosty sposób opisze to, co chcemy przekazać. Prosta narracja to jest taka, która wspiera łatwość poznawczą. A łatwość poznawczą wspierają uTOROWANA idea, czyli taka idea, którą w jakiś sposób porusza się po schematach, które mózg odbiorcy już zna.

To jest coś, co bazuje w zasadzie na podobieństwach – nasz mózg się uczy przez podobieństwa. Przedstawianie czegoś za pomocą innego przykładu też bardzo ułatwia taką prostą narrację.

Mariusz: Czyli stosowanie analogii, metafor?

Piotr: Analogie, metafory, schematy, które ludzie znają, cytaty. A nawet też historie i opowieści, które dobrze wyjaśniają pewne schematy. Pewne opowieści dobrze sprzedają pewne idee, schematy, ludzie się uczą na podstawie opowieści i lepiej też zapamiętują.

Prosta narracja podana w angażujący sposób to jest taka, która z jednej strony wzbudza emocje u widzów, bo to angażuje, ale też bazuje na takich technikach pozawerbalnych o których ludzie zapominają, że jeżeli coś jest podane w sposób bardzo monotony, non stop tym samym głosem, bez akcentowania tych ważniejszych słów, bez pauzy, bez ważnych elementów pozawerbalnych to wtedy to jest mało angażujące.

Mariusz: Wiele osób ma problem taki, że jak wychodzi na scenę to ma tyle do przekazania, że nie jest w stanie skanalizować tych informacji – tak, żeby one były strawialne dla słuchaczy.

Piotr: Dlatego trzeba redagować swoje teksty i naprawdę, przed każdym wystąpieniem zastanowić się, czy nie można czegoś jeszcze wyrzucić. Ja wychodzę z założenia, że przed prezentacją trzeba się zastanowić, czy każde zdanie, które chcę powiedzieć jest nam rzeczywiście potrzebne – czy każde zdanie ma sens? Czy każde zdanie wspiera tą ideę? Czy ona pomaga słuchaczom? Czy jest tylko pewnego rodzaju watą słowną, którą ja wypełniam czas?

Mariusz: Przygotowujesz skrypty do swoich prezentacji? Tak, żeby później łatwiej było zrobić redakcję takiego tekstu.

Piotr: Przy bardzo ważnych wystąpieniach, przy których prezentuję jakąś ideę po raz pierwszy – tak. Potem jeżeli z podobną prezentacją już kilka razy występuję to już nie, bo mam ją naprawdę w głowie i już są akapity, które praktycznie mogę powtarzać wielokrotnie.

Natomiast jeżeli przygotowuję ważną, dużą prezentację albo kiedy pracuję z firmami. Częściej jest tak, że nie przygotowuję prezentacji dla siebie tylko przygotowuję prezentację dla kogoś innego to wtedy pracujemy rzeczywiście na skryptach.

Potem te skrypty redagujemy, potem sczytujemy, potem sprawdzamy co można dodać, co można ująć. Potem testujemy to z próbną widownią, żeby sprawdzić, co zrozumieli z tej prezentacji i sprawdzić, czy osiągnęliśmy swoje cele, czyli czy wiedzą to, czego chcieliśmy, żeby się dowiedzieli?

Mariusz: Mówiąc, że przygotowujesz prezentację na przykład dla firmy to przygotowanie na czym polega – na przygotowaniu slajdów, napisaniu transkryptu?

Piotr: To jest zawsze długi proces. Ja muszę spotkać się z firmą, która na przykład chce prezentować swoje rozwiązania na jakimś konkursie albo na jakiejś konferencji. Spotykamy się.

Najpierw ja muszę bardzo dobrze zrozumieć na czym polega to rozwiązanie czy projekt – czy to jest naprawdę takie długie posiedzenie. A potem zaczynamy pracować nad prezentacją wspólnie pisząc jej treść. Potem na samym końcu przychodzi przygotowanie slajdów.

Mariusz: Jak może wyglądać ćwiczenie przed wystąpieniem?

Piotr: Na przykład nagrywanie samego siebie na telefon, żeby potem to odsłuchiwać i patrzeć co się robiło dobrze, co się robiło źle.

Dobre są też próby z publicznością, ale też ważne jest to, żeby szczególnie przy ważniejszych wydarzeniach być na miejscu odpowiednio wcześniej i móc sobie przepróbować to na scenie docelowej – tak, żeby naprawdę się oswoić z tym miejscem w którym będziemy występować.

Mariusz: Kiedyś ktoś mi powiedział, że podczas takich ćwiczeń domowych bardzo przydaje się założenie opaski na oczy. Ludzie, którzy mają problem na przykład z gestykulacją to przez zablokowanie zmysłu wzroku łatwiej im się gestykuje, są bardziej otwarci. Oczywiście nie polecamy wychodzenia na scenę z opaską. [śmiech]

Piotr: Mogłoby to być ciekawe. U ludzi się uruchamia naturalna gestykulacja kiedy czują się bardziej swobodnie. Ta naturalna gestykulacja czasem okazuje się być bardzo atrakcyjna. Ale ktoś, kto nie jest przekonany do swoich kompetencji będzie uważał, że nie potrafi tego robić i będzie bardzo skrępowany. Ten sposób z opaską być może tak.

Natomiast najważniejsze jest to, żeby stopniowo przygotowywać sobie tą prezentację. I tak już być pewnym tego tekstu, że potem same się uruchomią gesty. Gesty mają podkreślać pewne elementy z narracji, a nie mają być tylko sztucznym wymachiwaniem rękoma.

Mariusz: Pamiętasz swoją największą wpadkę podczas wystąpienia?

Piotr: Jedna techniczna wpadka to była podczas blackoutu, podczas UXcamp, gdzie miałem prezentację dotyczącą story-tellingu. I nagle był blackout. To była wpadka techniczna, ale udało się doprowadzić prezentację do końca, mimo ciągle wysiadającego światła i napięcia. Potem już prowadziłem ją ze slajdów, bo i tak nie chciało mi się przełączać co chwilę rzutnika. Tak że w bardzo kameralnej atmosferze, po ciemku przeprowadziłem do końca prezentację. Ale udało się.

Natomiast z takich wpadek – myślę, że u mnie jeśli powstają wpadki przy których jestem naprawdę niezadowolony ze swojego wystąpienia...

Mariusz: Są pewnie niezauważalne dla słuchaczy?

Piotr: Szczerze mówiąc nie wiem. Tak jak wspomniałem – ja dzisiaj się bardzo słabo czuję, ale dzisiaj prowadziłem jedno szkolenie. Ja nie byłem zadowolony z jakości tego szkolenia, myślałem, że mogłem poprowadzić je lepiej.

Ci studenci, którzy byli na tym warsztacie tego nie zauważyli. To jest kwestia tego, czy się potrafi ktoś ze sobą rozliczyć i powiedzieć – okej, jednak jak jestem chory czy zmęczony to nie wypadam najlepiej.

To też trzeba mieć świadomość, że występowanie publiczne wymaga jednak dobrej formy fizycznej i psychicznej. Jeżeli te wpadki się pojawiają to one są częściej wynikiem zmęczenia. W zasadzie oprócz technicznych – takich, które zawsze mogą się zdarzyć, ale którym też można zapobiegać chociażby będąc na miejscu pół godziny wcześniej i sprawdzając wszystko.

Częściej wpadki mi się zdarzają kiedy występuję jako konferansjer i kiedy pomylę nazwisko. Albo kiedy się tak zestresuję zapowiadając ambasadora Stanów Zjednoczonych, że zapomnę jak ma na nazwisko. To są sytuacje raczej drobne, a nie zupełne wpadki merytoryczne na przykład.

Mariusz: Mógłbyś wskazać najbardziej typowe błędy, które popełniamy przy prezentacjach, przy wystąpieniach publicznych?

Piotr: Dwie klątwy. Klątwa wiedzy, czyli ta o której już wspominałem – zakładanie, że odbiorca wie to samo, co my. To jest jeden błąd, który popełniamy wszyscy i ja również czasami go popełniam, kiedy używam sformułowań, które wydaje mi się, że wszyscy je znają, przykładów, które wydaje mi się, że wszyscy znają. A wcale tak nie jest. Trzeba naprawdę dobrze wzmocnić swoją empatię, żeby domyśleć się czego ci ludzie mogą nie wiedzieć.

Druga klątwa – klątwa marketingowa. Mam nadzieję, że żadni marketingowcy się nie obrażą. Chodzi o to, że jest taka ślepa wiara w to, że piękne okrągłe zdania i piękne frazesy sprawią, że nasza prezentacja będzie atrakcyjniejsza. To jest wiara w siłę przymiotników i całą resztę, czyli stosowanie sformułowań jak „stworzyliśmy innowacyjne rozwiązanie w trosce o najwyższą jakość usług i dobro klienta”.

To są sformułowania, które nic nie znaczą, a które świetnie się układają i które co więcej – ludziom przychodzą z łatwością. Takich sformułowań w eterze jest bardzo dużo.

To są te dwie klątwy, które są naprawdę bardzo mocne. Potem jest klątwa, którą nazwałbym – klątwa wersji reżyserskiej z dodatkami i komentarzami twórców. Czyli zamiast podać prostą, wyedytowaną wersję naszej prezentacji to my dajemy po prostu wersję rozszerzoną z dodatkami, która trwa 6 godzin, w której dajemy nieustannie dygresje, w której dajemy jakieś opowieści, odpadamy w drugą stronę, w której już sami nie wiemy o czym mówimy i jeszcze na dodatek mówimy to okrągłymi, wielokrotnie złożonymi zdaniami. Wtedy robi się po prostu straszny galimatias.

To były takie najbardziej formalne problemy, ale są też problemy przede wszystkim z tym, że ludzie nie poświęcają wystarczająco dużo czasu, żeby przygotować sobie prezentację. Jeżeli ktoś słyszy przygotuj prezentację to siada na dzień przed, stuka jakieś slajdy i wychodzi myśląc, że coś tam powie. Rzeczywiście, wtedy coś mówi. Ale nie jest to nic wartościowego.

Mariusz: Taką klątwą jest, z tego co mówisz, utożsamianie slajdów z prezentacją.

Piotr: Tak, na pewno tak. To jest dobry wniosek. W języku polskim „prezentacja” od razu się kojarzy, że to jest coś w PowerPoincie wykonane. To są slajdy. A prezentacją jest nasze wystąpienie.

Mariusz: To jest podcast „Menedżer Plus”. Dzisiaj moim i Waszym gościem był Piotr Bucki – aktor, trener, dziennikarz i psycholog, który pomaga ludziom szlifować komunikację i jest zagorzałym empirystą. Piotrze, wielkie dzięki za rozmowę!

Piotr: Wielkie dzięki!

Mariusz: A ja Was zostawiam z zespołem Blue Canoe Records. Tym razem będzie bardzo jazzowo. Ja się nazywam Mariusz Chrapko. Trzymajcie się i do usłyszenia!