知識・ノウハウを
「伝わりやすい講座」にする



講座の構成から
「どう見せ、どう話すか」まで考える

【トーク連動型スライド】
制作サンプル

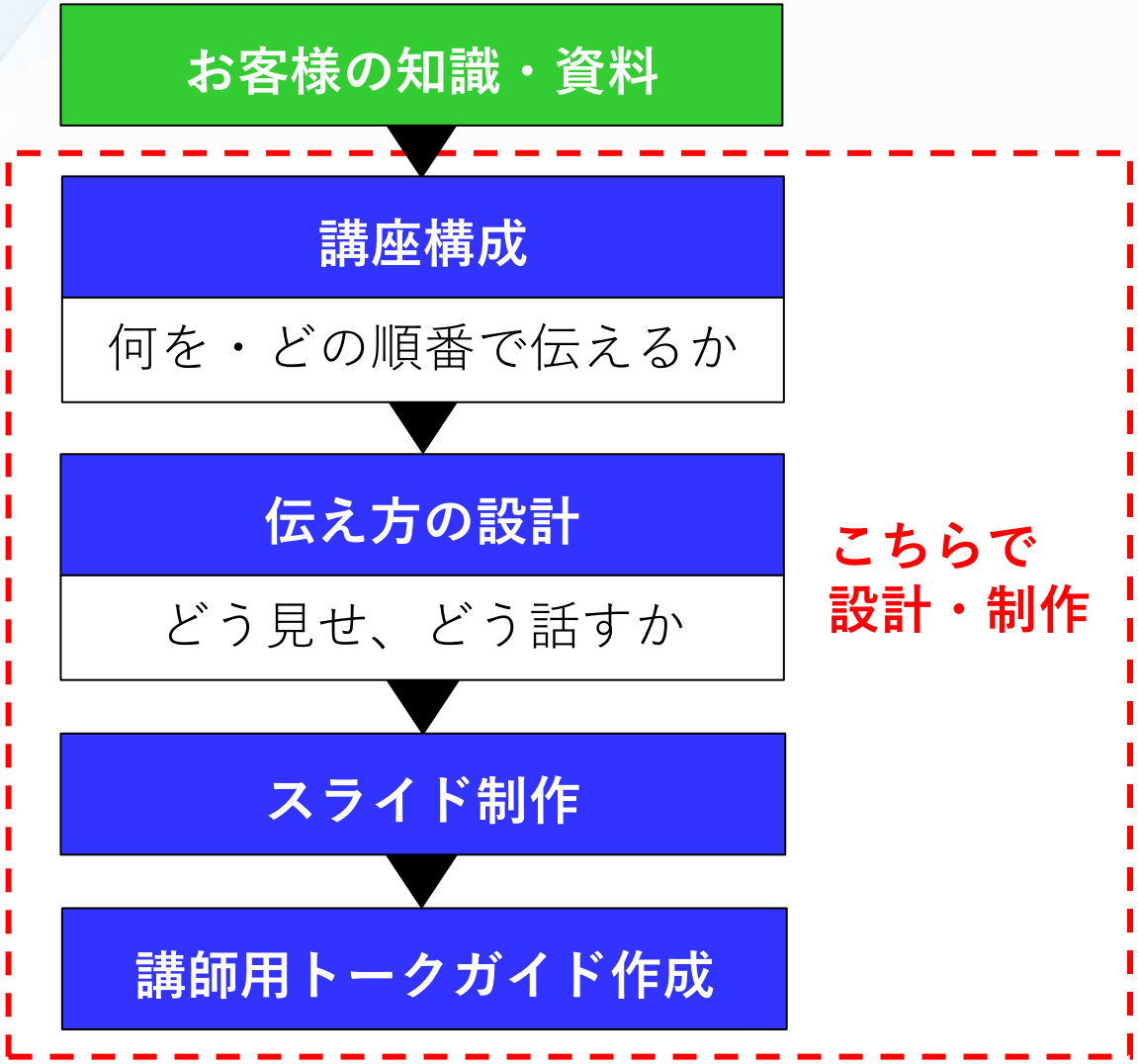


※PLAN3 対応

※ 実際の制作事例、および制作事例をもとに公開用に再構成したサンプルを掲載しています。

創策工房

トーク連動型では、ここまで考えて制作します



専門的な知識・ノウハウは、
お客様にご用意いただきます。

その内容をもとに、講座構成から
「どう見せ、どう話すか」までを
考えて形にします。

完成した講座原稿がなくても制作できます

【例】

● テーマ

初めてのセールスレターの書き方

● 対象者

セールスレターを書いたことがない起業家

● 目的

基本的な型を使って、セールスレターを書き始められるようになる

● 想定時間

60分ぐらい

● 提供資料

・ブログ記事
・PASONAの法則についての資料
・講座で伝えたいことのメモ

これぐらいの状態からでもOK

資料を読み込み、伝える内容を整理して、講座にします。

※ 専門的な知識・ノウハウそのものの調査・開発は含まれません。

制作ステップ

STEP 1　知識・資料を「講座」に組み立てる

STEP 2 「どう理解してもらうか」まで考える

STEP 3 「どう見せるか」と「どう話すか」を一体化させる

STEP１　知識・資料を「講座」に組み立てる

● 提供いただいた資料

・記事
・資料
・メモ
・教材
　など

「何を伝えるか」だけでなく、
「どんな順番なら理解しやすいか」
を考えて構成します。

● 講座の構成（例）

【Part１】導入
↓
【Part ２】セールスレターの3つの書き方
↓
【Part ３】「型」を使う書き方
↓
【Part ４】PASONAの法則とは？
↓
【Part ５】各要素を解説
↓
【Part ６】具体例
↓
【Part ７】まとめ・実践

制作ステップ

STEP 1　知識・資料を「講座」に組み立てる

STEP 2 「どう理解してもらうか」まで考える

STEP 3 「どう見せるか」と「どう話すか」を一体化させる

STEP 2「どう理解してもらうか」まで考える

【例】

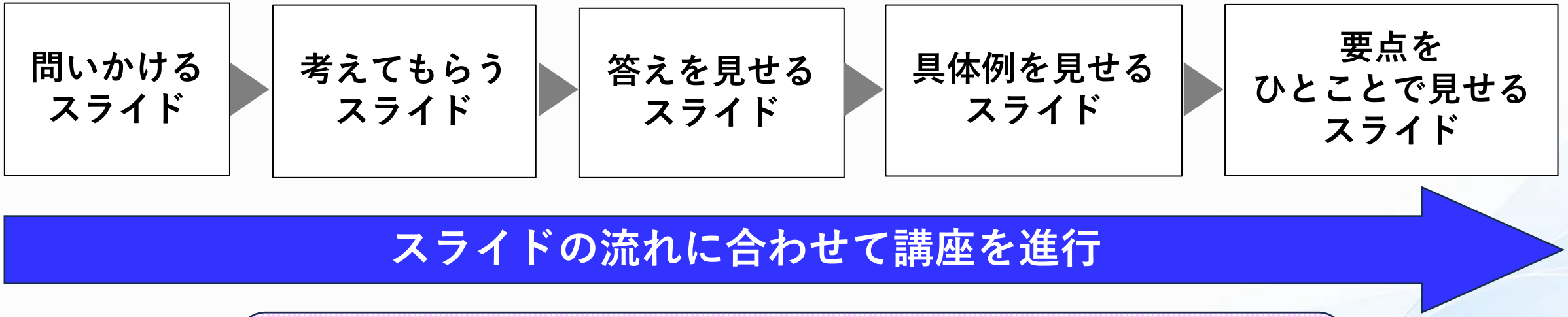
● 講師		● 受講者
問いかける	→	「何だろう？」
考えてもらう	→	「こういうことかな？」
答えを見せる	→	「へぇ。」
具体例を見せる	→	「なるほど。そういうことか。」
要点をひとことで見せる	→	「つまり、○○なんだね」

受講者が「どう考え、どう知識を受け取り、どう理解を深めるか」を考えながら、スライドを設計していきます。

話すのに慣れていなくても、進めやすい

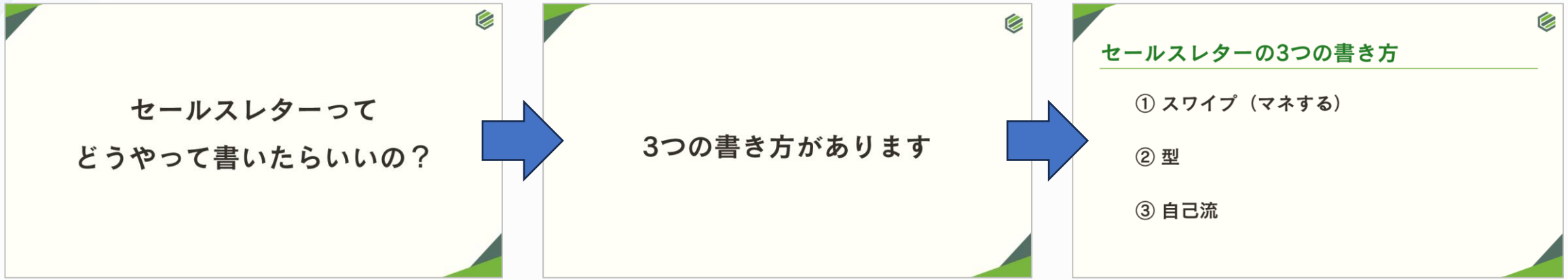
トーク連動型スライドでは、問いかけや答えの見せ方、具体例を入れる場面なども、あらかじめスライドの流れに組み込んでおきます。

【例】



「進行の工夫」「話し方の工夫」の一部を、
あらかじめスライドに組み込みます。

実例 ①　受講者の頭の中の疑問を代弁して注意を引く



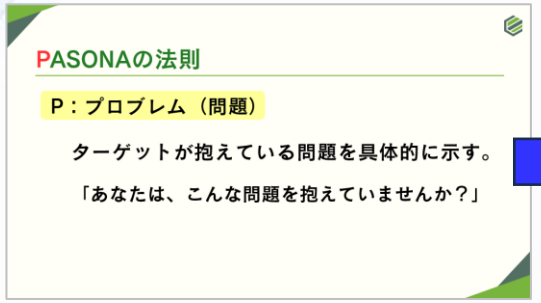
【設計意図】

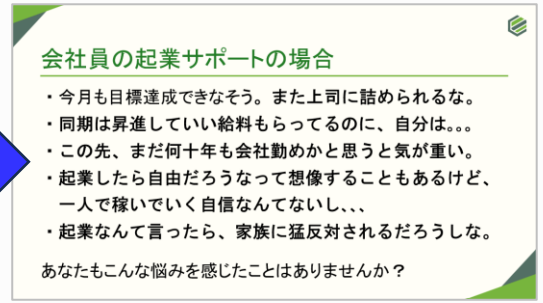
受講者が考えていそうな疑問を提示して、注意を引いてから説明に入る。

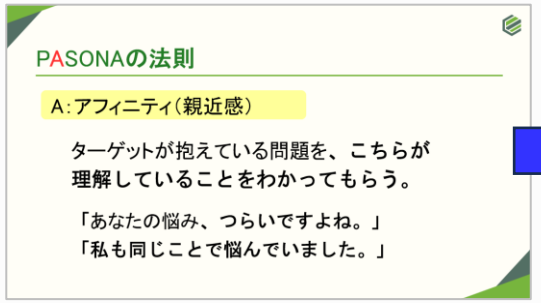
【受講者】

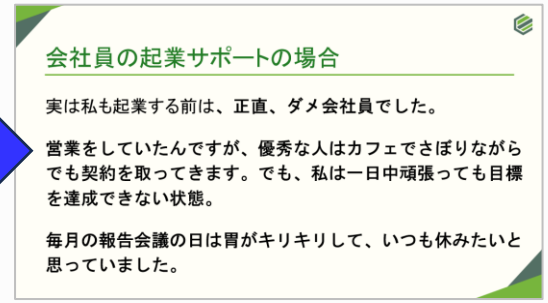
「そう、それが知りたい」→「3つあるのか。何だろう？」

実例 ②　概念を説明したら、具体例でイメージを









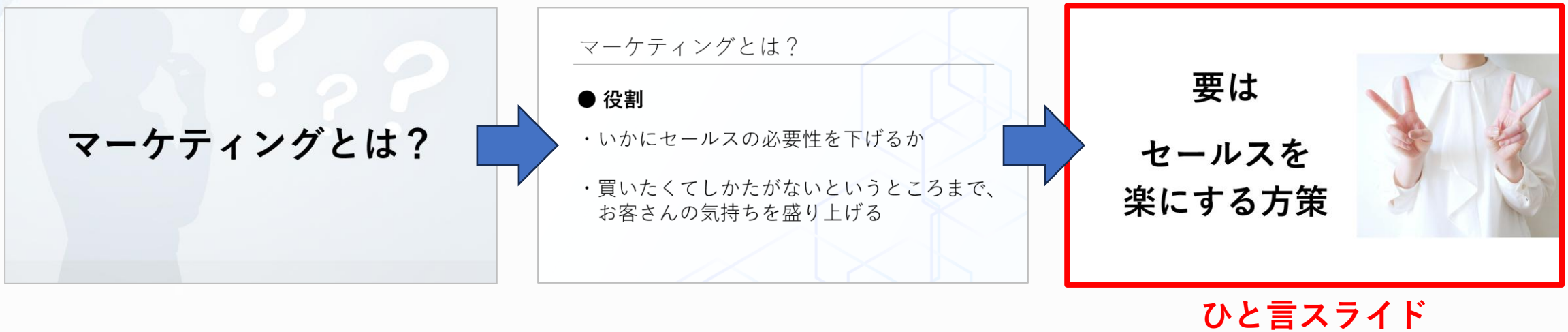
【設計意図】

用語や考え方だけで終わらず、具体例を挟んで実践の仕方をイメージしやすくします。

【受講者】

「意味は分かったけど……」→「ああ、こうするのか」

実例 ③　大切なことは、あえてひと言だけで見せる



ひと言スライド

【設計意図】

　要点を、トークだけでなく、視覚でも印象付けます。

【受講者】

　説明とスライド →「なるほど、そういうことか。わかった。」

実例 ④　説明する前に、体験して考えてもらう





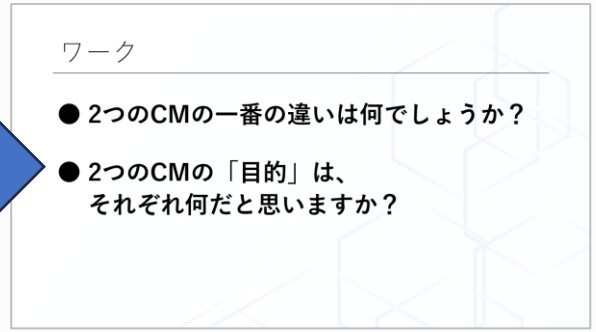




DRMタイプの
CM動画を見せる

DRMタイプでない
CM動画を見せる

違いを体験



考える時間を取る

(注) DRM
ダイレクト・レスポンス・
マーケティングという、
マーケティング手法の１つ。

【設計意図】

体験することで、説明を理解しやすくします。

【受講者】

「確かにこんな特徴があった」→「それが○○か」

実例⑤　ストーリーは、一度に全部見せない

12年前に脱サラし、フランチャイズのコンビニ店を開業。

マーケティングのノウハウを取り入れて、7年連続で売上増加を達成。

本部表彰も受け、「もう1店、オーナーをしませんか」という話も。

私の場合、スタッフに対して「なんでできないんだ」と思いがち。

コミュニケーションを取るのが苦手。気がつくと周りに誰もいないことが。。。

私が一生懸命になればなるほど、周りのスタッフが距離を置くのを感じる。

売上さえ上がっていれば…問題なかった

でも

競合店が「そこにだけは建てて欲しくない」という場所に出店。

とたんに売上が減少。

卒業シーズンに辞めていく学生アルバイトの補充ができず、他のスタッフに皺寄せ。負担が増加。

スタッフ15人中11人が

一度に辞める事態を引き起こす

【設計意図】

経験談を一枚のスライドにまとめず、
話の展開に合わせて分割して見せます。

【受講者】

「どうなるんだろう？」→ 続きを知りたくなる

※ スライドの中の文章も
アニメーションで
順番に見せるように
しています。

制作ステップ

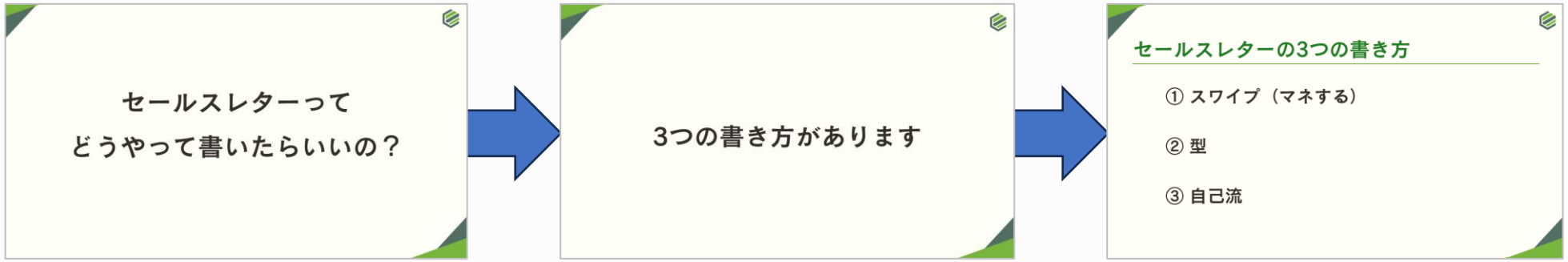
STEP 1　知識・資料を「講座」に組み立てる

STEP 2 「どう理解してもらうか」まで考える

STEP 3 「どう見せるか」と「どう話すか」を一体化させる

STEP 3「どう見せるか」と「どう話すか」を一体化させる

【スライド】



【トーク】

初めてだと
こんな疑問が・・・

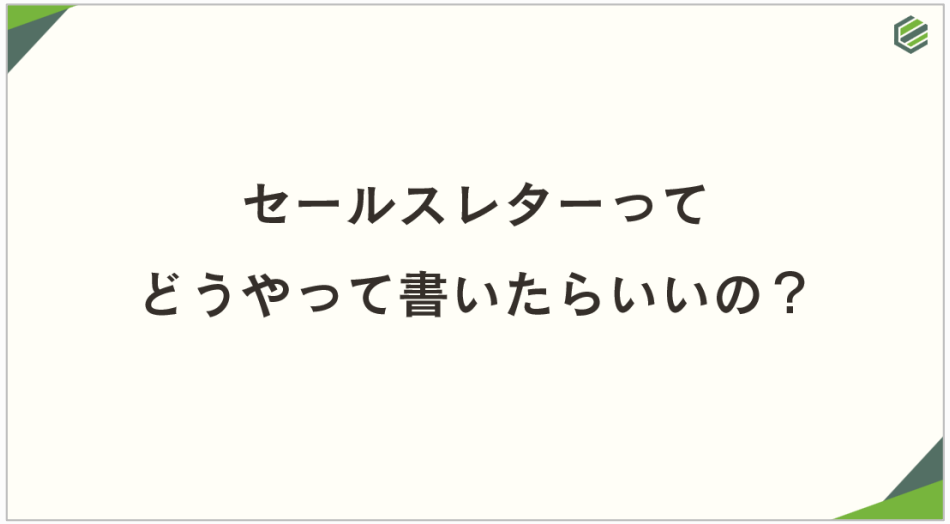
実は3つの
書き方が・・・

3つが何かと
言いますと・・・

講師とスライドの「伝える役割」に相乗効果が生まれ、
受講者にわかりやすく伝わる講座に仕上げます。

スライドと連携したトークは、トークガイドを用意

● スライド



● 講師用トークガイド

初めてセールスレターというものを知った方とか、
これまでにセールスレターを書いたことがない方は、
きっとこんな疑問を持っているのではないかなと思います。

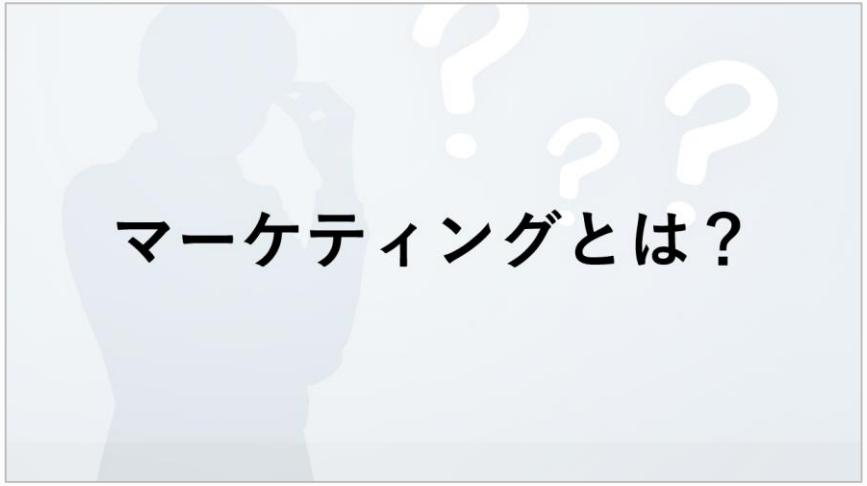
「セールスレターって、どうやって書いたらいいの？」

何を書けばいいかとか、どんな流れで書いたらいいかとか、
さっぱりイメージできない、という方も多いんじゃないかなと思います。

そこでまず知ってほしいのが、　□

「このスライドで何を伝えるのか」「どのように次へつなぐのか」など、設計した流れを実際の講義で再現するためのガイドをお渡しします。

トークガイドは、そのまま使う台本ではありません



では、あらためまして、「マーケティングって何でしょうか？」ということなんですけど、

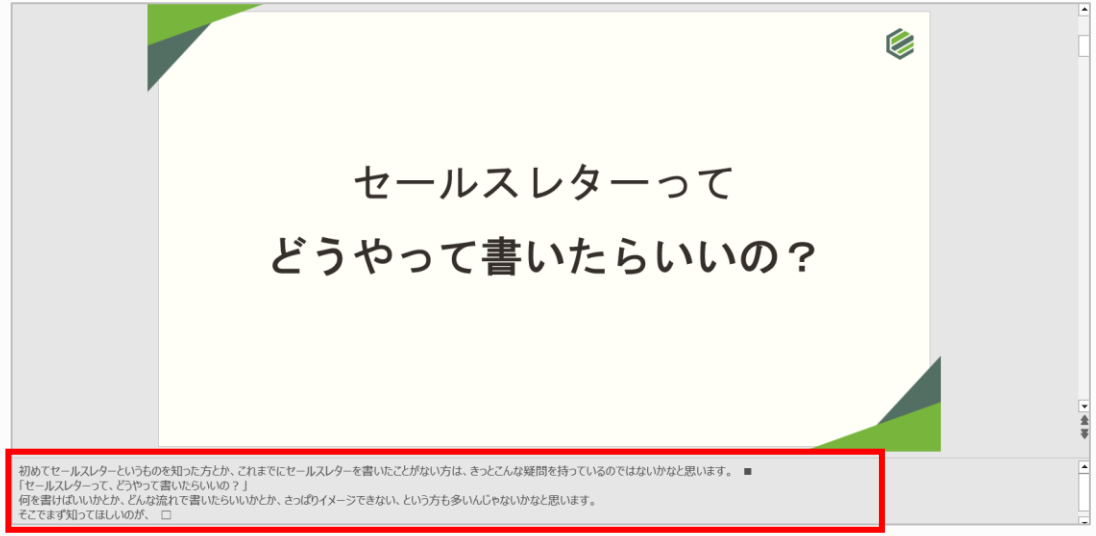
「マーケティングの役割って何でしょうか？」って考えてもらうとよいかもしれません。
（何人かに聞いてみるのもあり）

トークガイドは、一字一句読み上げるための台本ではありません。
話す内容を膨らませたり、自分の表現に直したりして使ってください。

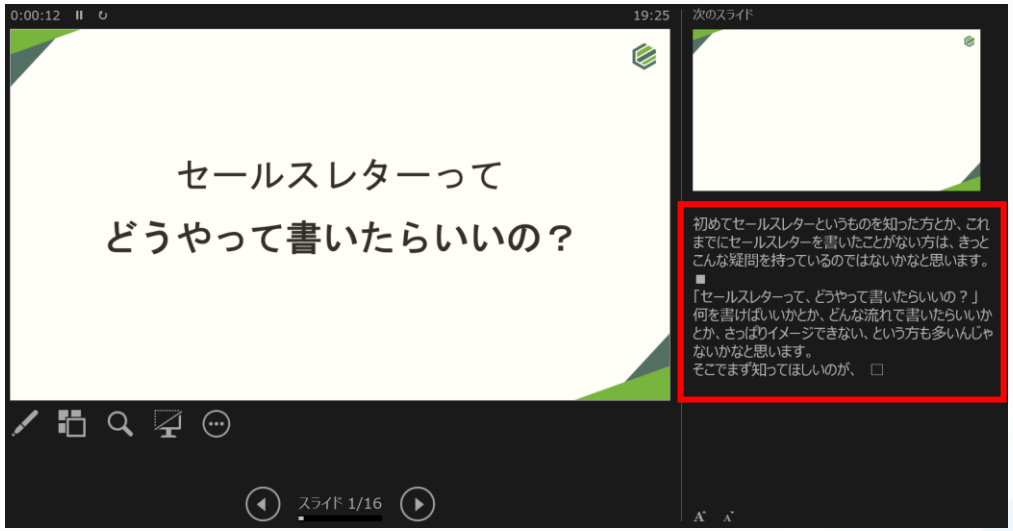
※ 話し慣れていない方は、自分の言葉遣いに直す程度で、そのまま使っていただいても結構です。

トークガイドは PowerPoint のノートで提供します

● スライド下のノートで提供します



● 発表者ツールでも見ていただけます



実際の講義中も、ノートを見ながら話していただけます。

【もうひとつのタイプのスライド】

情報整理型スライド
との違いについて

情報整理型スライドとの違い①　内容

	情報整理型	トーク連動型
知識・資料の整理	○	○
講座構成の設計	○ (※)	○
スライドの作成	○	○
どう見せ、どう話すかの設計	×	○
講師の進行を支えるスライド設計	×	○
講師用トークガイドの作成	×	○

【情報整理型】

「何を・どの順番で教えるか」を整理

【トーク連動型】

さらに「どう見せ、どう話すか」まで設計

(※) お客様が用意した講座設計に基づいてスライド作成することもできます。

情報整理型スライドとの違い②　対象

● こんな方に向いています

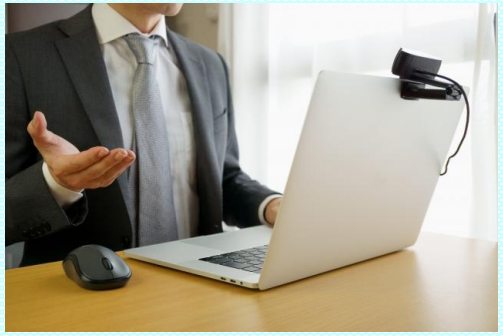
【情報整理型】

・**トークや教え方は自分で**組み立てたい方。
・**知識の整理・講座構成・スライド制作**を任せたい方。

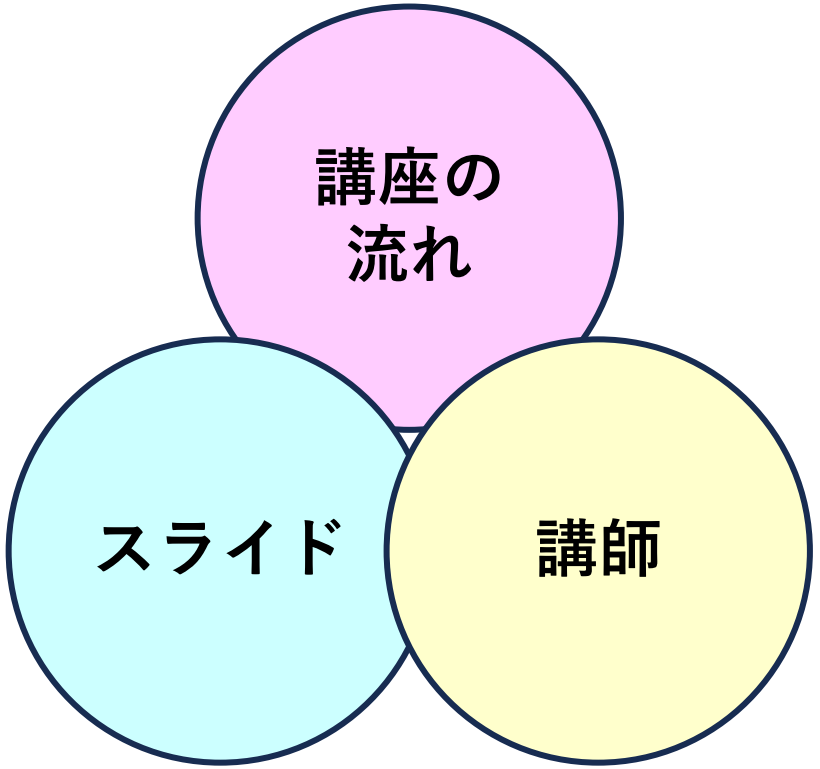


【トーク連動型】

・「**どう見せ、どう話すか**」**まで含めて**作り込みたい方。
・**話すのに慣れていない**方。**トークに苦手意識**がある方。



「伝える」を講師だけに負担させない講座へ



3つが一体となって
受講者に伝える

受講者を引き込んだり、考えてもらったり、
大切なことを印象づけたり。

これらすべてを講師の話術だけでこなす
必要はありません。

「どう話題を切り出すのか」
「どこで考えてもらうか」
「いつ答えを見せるか」
「どこで具体例を入れるか」
「どう印象づけるか」

こうした「**伝え方の設計**」**そのものを、**
講座の流れとスライドに組み込みます。

話す力だけに負担させず、
スライドと講座の流れにも
「伝える役割」を。

創策工房