

sugo



präsentieren





INTRO

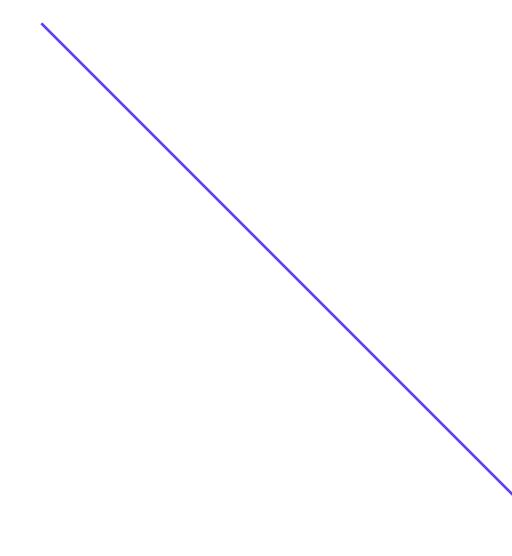
Erfahrungen

1. Wer muss auch viel präsentieren?
2. Wie macht ihr das?
3. Habt ihr selber Tricks, die ihr gegen Lampenfieber anwendet?

intro

INTRO

frühere
Projekte



swiss.com
Schweiz Tourismus
Wallis Tourismus
Sunrise
Baloise
Uni Spital (USZ)
...

INTRO

Seit 2018 mit
SUGO
unterwegs

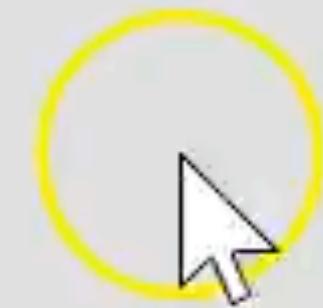


INTRO

✓ ~~Do a very important task~~

Another important task

Not so important task





INTRO



INTRO

Beispiel einer
Interaktion MIT
«pose tracking».

Sie wird nur
ausgelöst, wenn die
Besucher:in daran
vorbeigeht.



INTRO



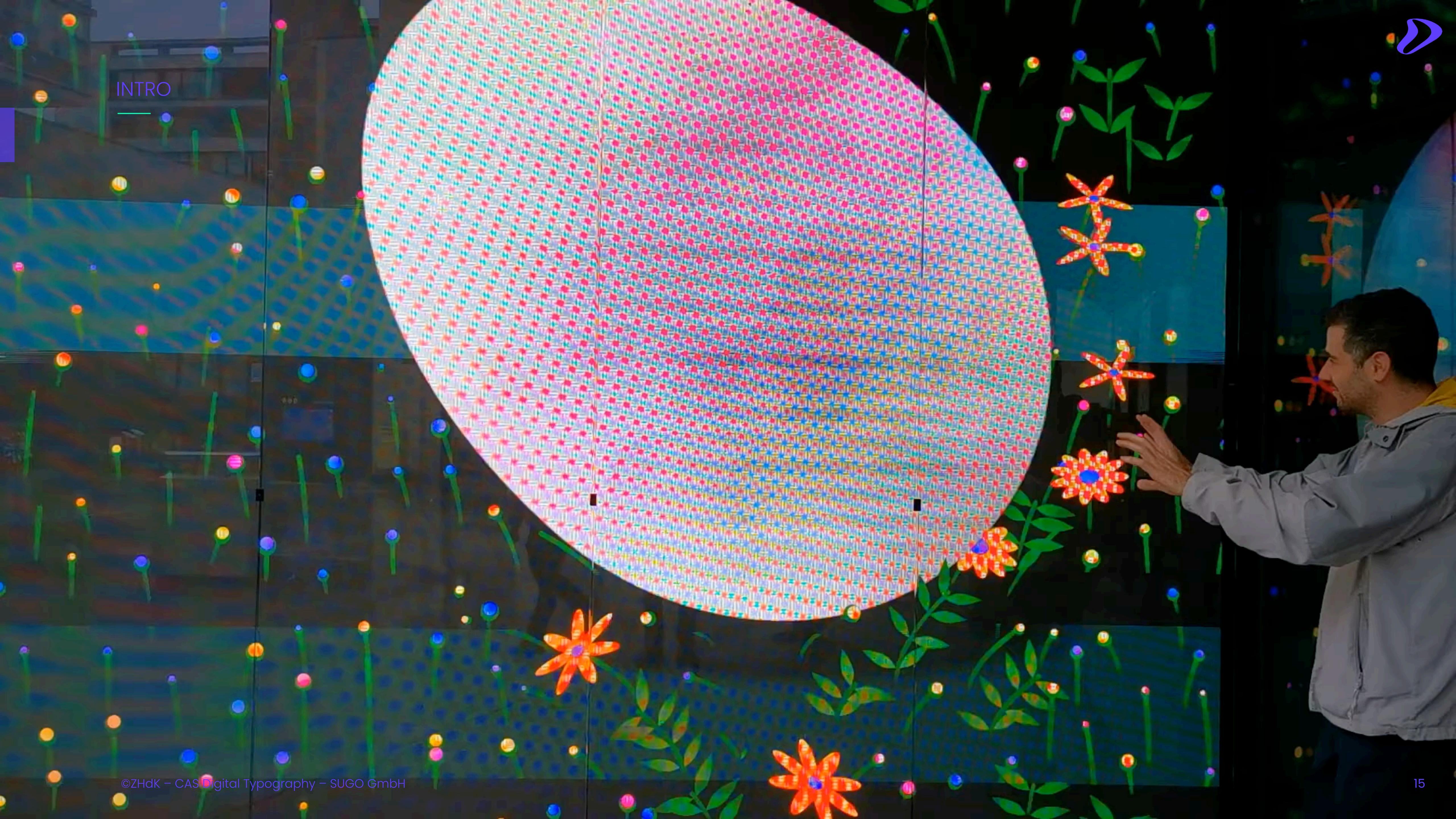
INTRO



INTRO



INTRO



INTRO





Was schauen wir uns heute gemeinsam an

1. Tipps & Tricks beim Präsentieren
2. Hilfe bei der Erstellung von Slides / beim Texten im Web (digital)
3. Kleiner Keynote-Workshop
4. Übung: Keynote Template & Präsentation (*falls genügend Zeit*)



INTRO

Was schauen wir uns beim zweiten Termin an

November 2024: Projektmanagement für digitale Projekte



INTRO

Was hat euch und vor allem **mir** diese Einordnung gebracht?

1. Information über den heutigen Tag
2. Ausblick mit einer Aufgabenstellung (Aufmerksamkeit)
3. Vorstellung der eigenen Person: Inklusion für euch und mich
4. Sicherheit beim Start der Präsentation
5. Abbau von Nervosität

**regel nummer eins
beim präsentieren**



INTRO

Es gibt keine Regel



INTRO

Es gibt kein richtig oder falsch



INTRO

Nervosität ist immer mit dabei



INTRO

(Aber man sieht diese Nervosität nur in ca. 20% der Fälle)



INTRO

**Nie etwas auf einer Folie haben,
das ihr nicht erklären könnt.**



INTRO

**Immer den Mindset haben, dass
man nicht alles besser wissen kann.**



INTRO

Nur die Erfahrung kann helfen



INTRO

Und ein paar Tipps

INTRO



INTRO



Unsicherheit abbauen
Vorbereitung & Übung

Unwissenheit abbauen
Dossier-Kenntnis (Lernen)

tipps & tricks

TIPPS & TRICKS



- Vorbereitung
- Leidenschaft
- Nachvollziehbare Logik
- Fachliche Kompetenz
- Sicheres Auftreten

TIPPS & TRICKS



- Ruhiges Vortragen
- Atmen
- Wasser
- Zoom out
- Nobody is perfect

TIPPS & TRICKS



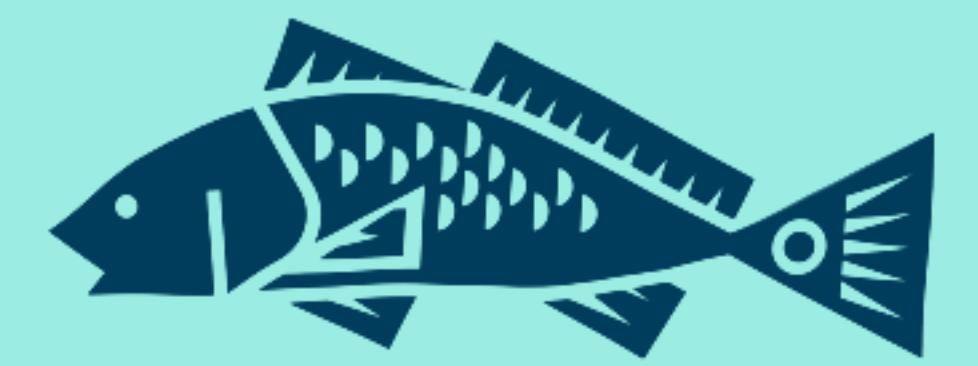
- Pünktlichkeit
- Beamer/Anschlüsse
- Keine „last minute“ Anpassungen
- Keine Schreibfehler
- Expert:in eures Projekts



NICE TO MEET YOU



LESS IS
MORE

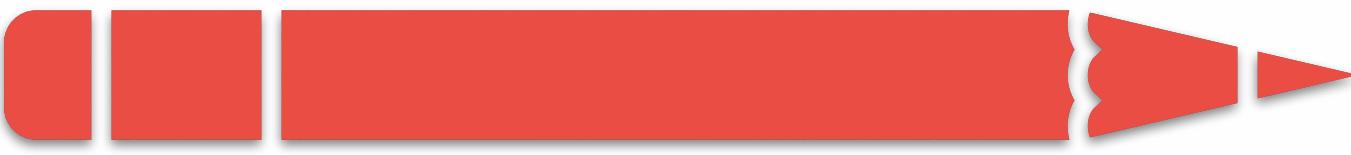


Handwritten



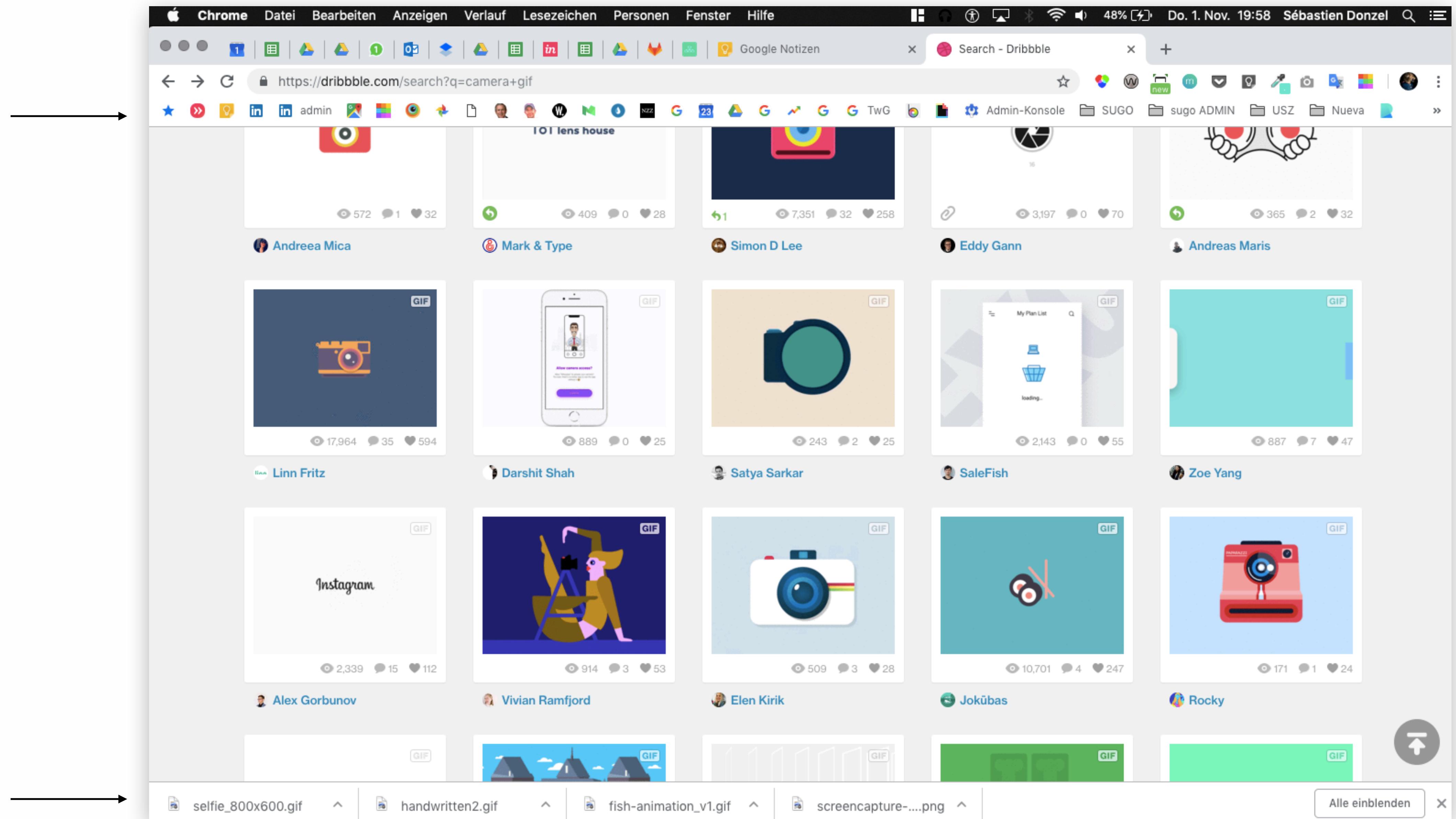


ähm





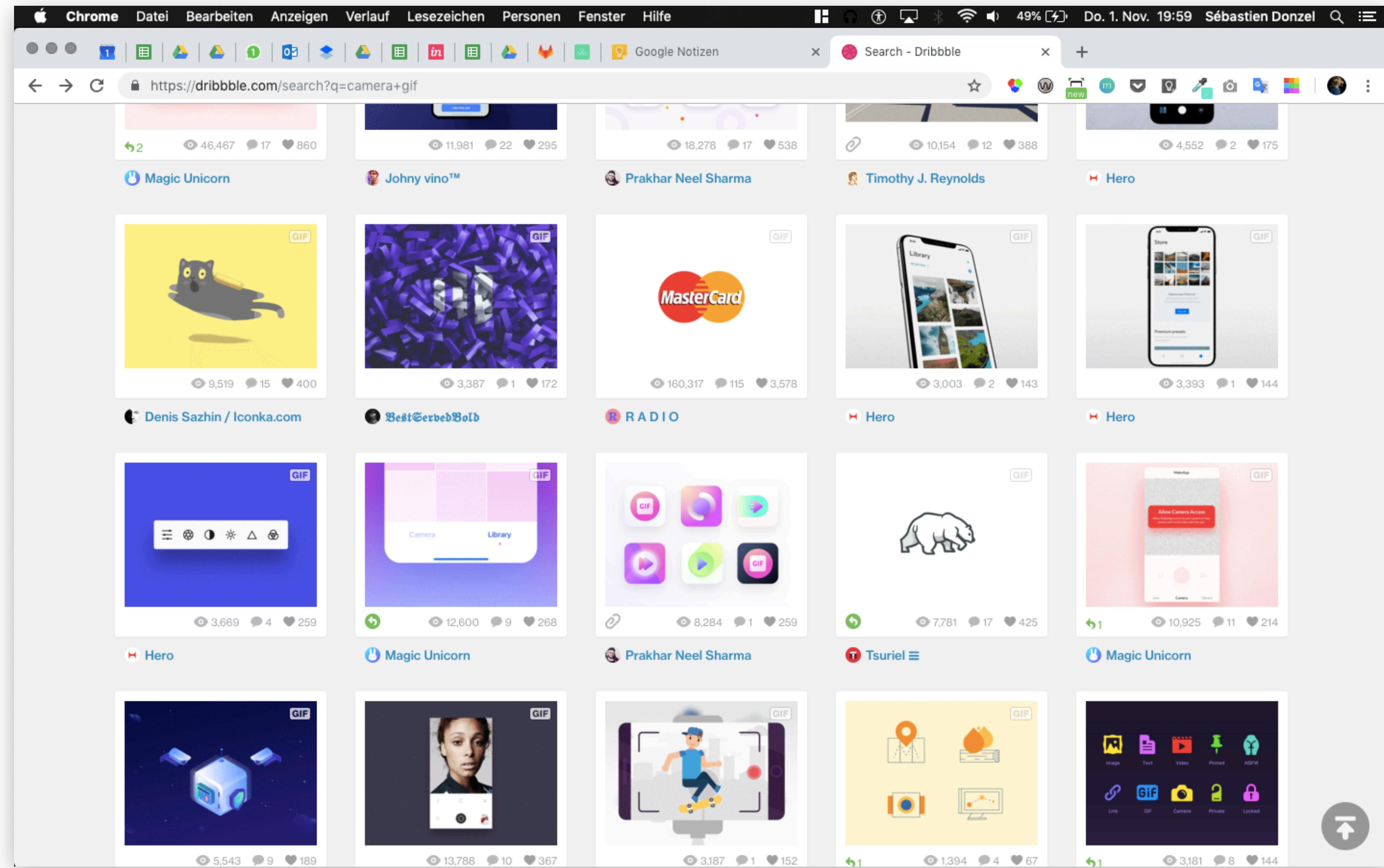




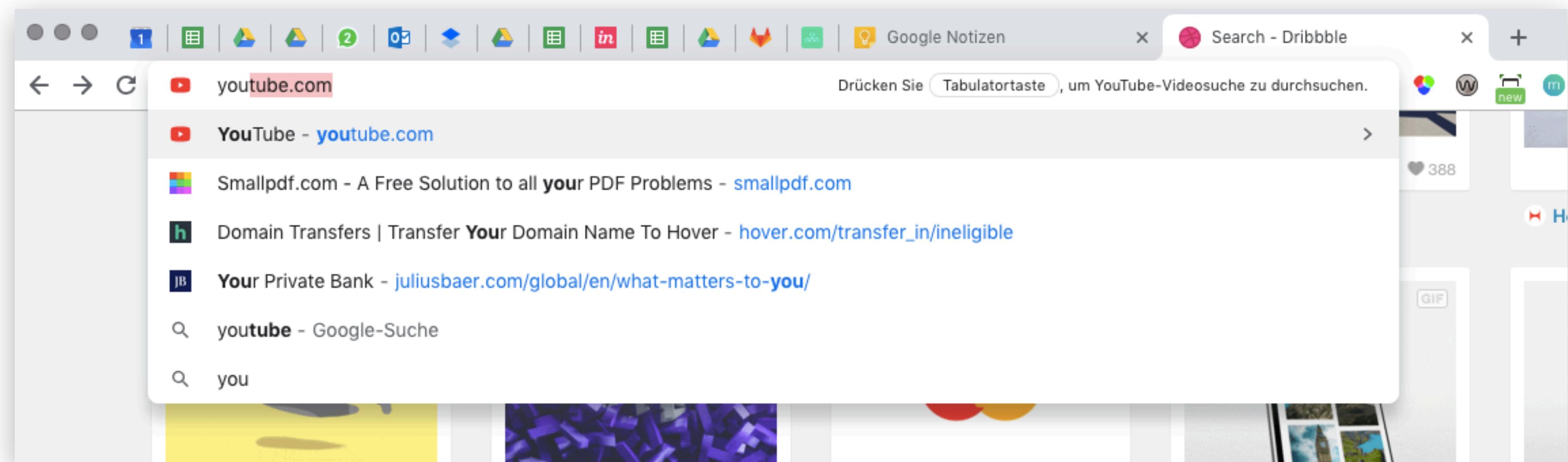


TIPPS & TRICKS

CMD + Shift + B

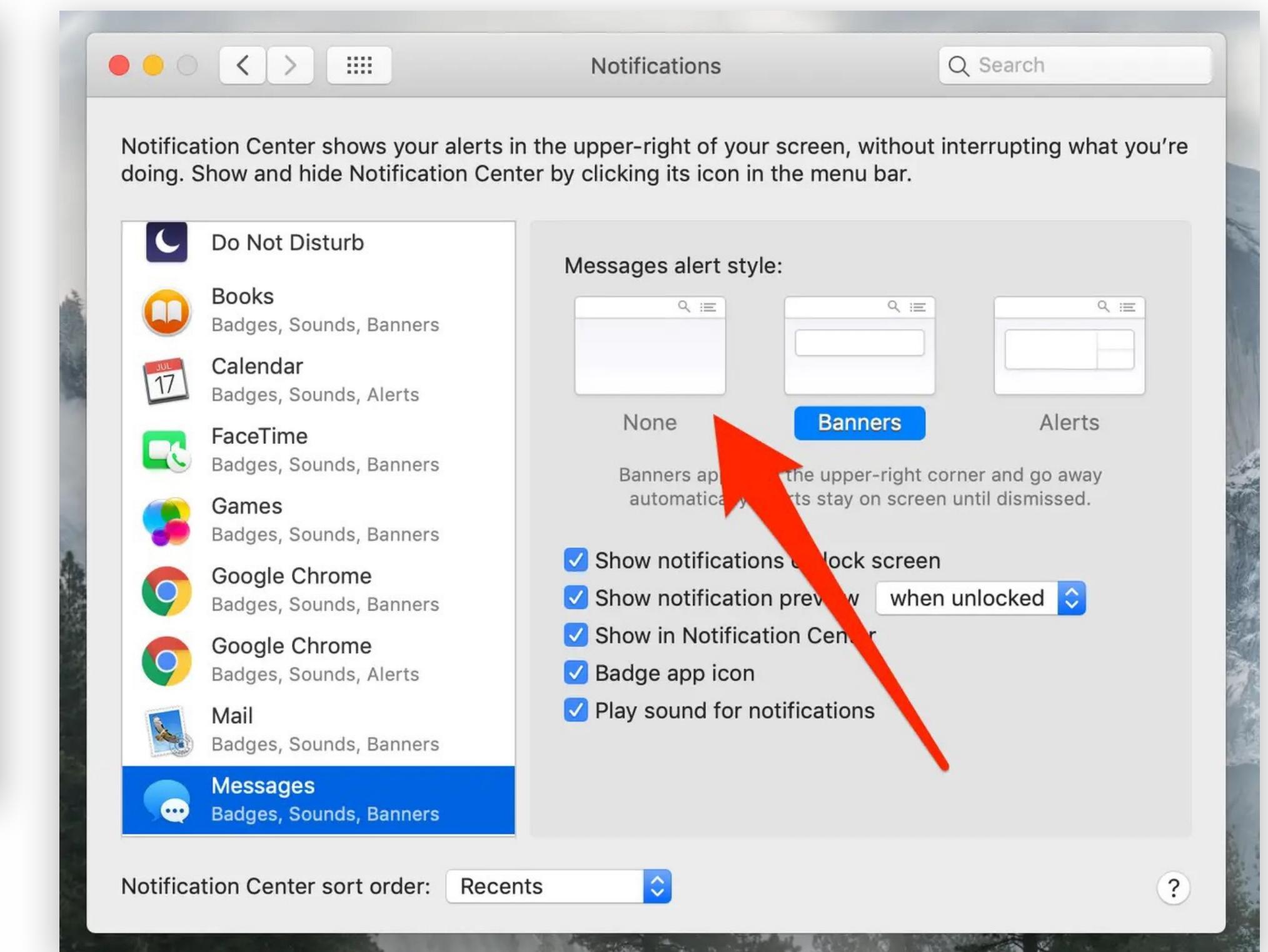
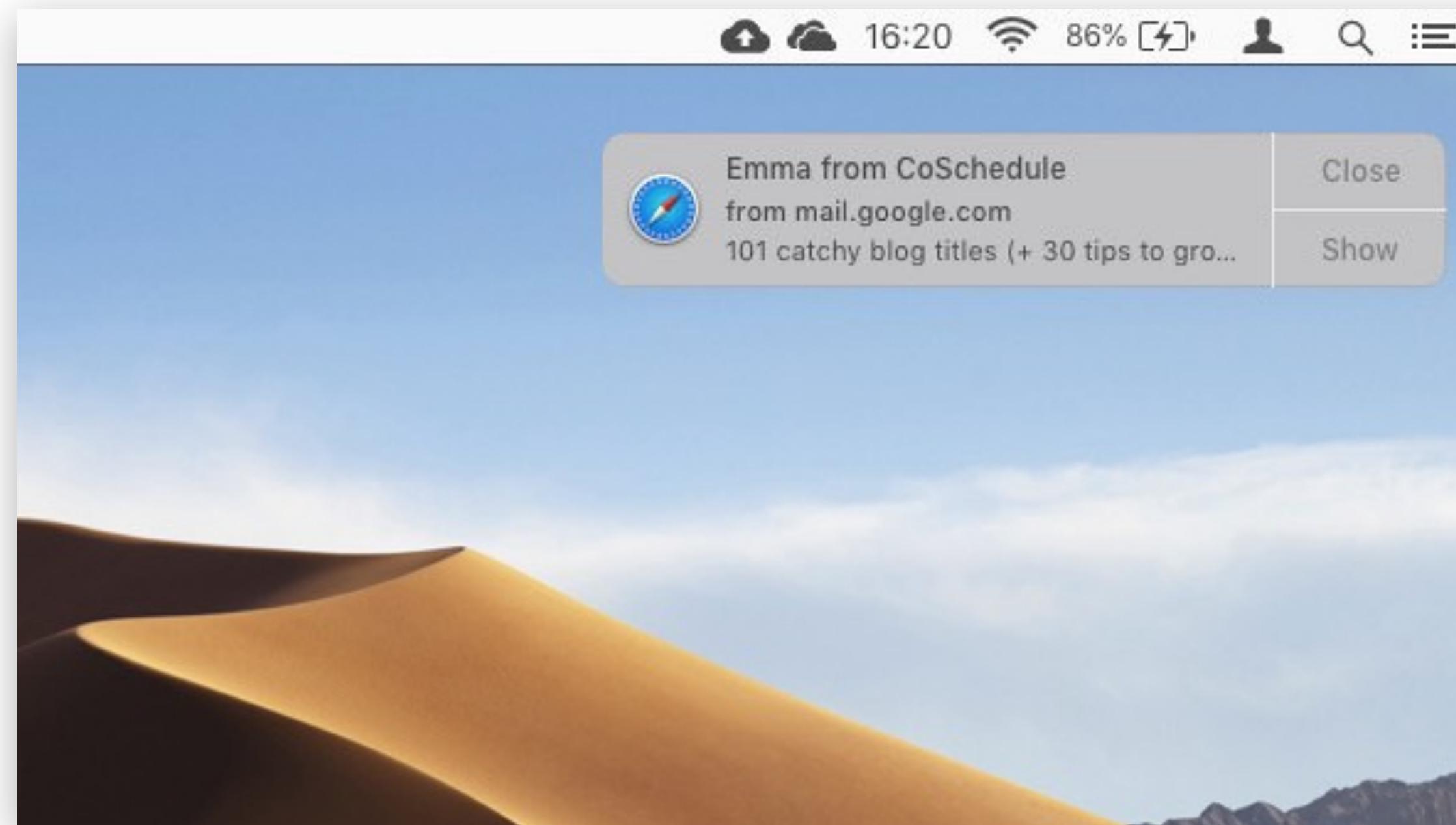


TIPPS & TRICKS





TIPPS & TRICKS



slides



Wieso noch ein Programm? Ich mach' alles in Figma!

- Verschiedene, unterschiedliche **Stakeholder**, die klassisch unterwegs sind (leider)
- Nicht alles dreht sich um das eigentliche Design. Es gibt auch **Herleitungen** dazu.
- Abgeschlossene Präsentationen bekommen **finalen Charakter** (kein Work in Progress)
- Ein **PDF mit Erklärungen** hilft gewisse Sachverhalte festzulegen
- Möglichkeit zur internen **Weiterleitung**
- Möglichkeit von **Moderationsnotizen** (für euch)
- Ihr hinterfragt euch mehr, wenn ihr eine Präsentation vorbereitet
- Aber: **kann sich in Zukunft ändern**



SLIDES

- Präsentation-Titelfolie / Deckblatt
- Agenda / Nummerierte Liste
- Kapitel
- Textfolie
- Listenfolie / Bulletpoints
- Facts/Argumente
- Bild/Text
- Clickdummy (Mockup) / Links
- Alle Folien mit Seitenzahlen + Titel





1. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr
2. Tempor invidunt
3. Ut labore et dolore
4. Magna aliquyam erat
5. Voluptua
6. At verdhvbdjfhdvh

Chapter 1



TIPPS & TRICKS

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.



- Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr
- Tempor invidunt
- Ut labore et dolore
- Magna aliquyam erat
- Voluptua
- At verdhvbdjfhdvh



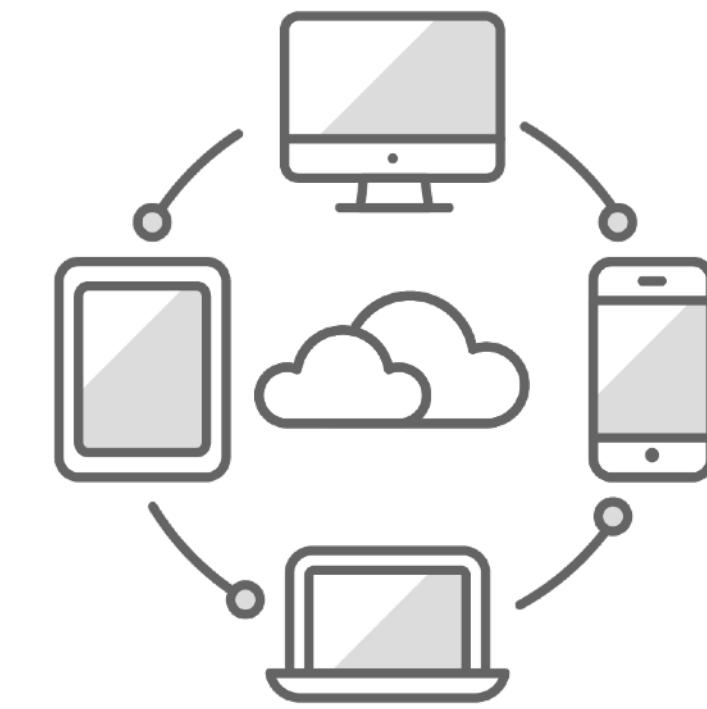
Abstraktion

Weg vom Inhalt, hin zur Funktionalität und dem Gesamtbild.



Anforderungskatalog

Reduktion der Komplexität auf die Minimalst-Anforderungen.



Gerüst

Verständnis-Aufbau und Zusammenspiel einzelner Grund-Elemente.

SLIDES: ARGUMENTE IM FLUSS DES GESPROCHENEN



Abstraktion

Weg vom Inhalt, hin zur Funktionalität und dem Gesamtbild.



Anforderungskatalog

Reduktion der Komplexität auf die Minimalst-Anforderungen.



Gerüst

Verständnis-Aufbau und Zusammenspiel einzelner Grund-Elemente.



TIPPS & TRICKS

Sitemap / Nav

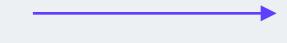
Zur Visualisierung der Sitemap.

- Online zugänglich
- Schreibrechte für alle

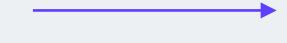


TIPPS & TRICKS

Newsletter abonnieren



**Wichtige
Navigationspunkte aus
der Sekundärnavigation**



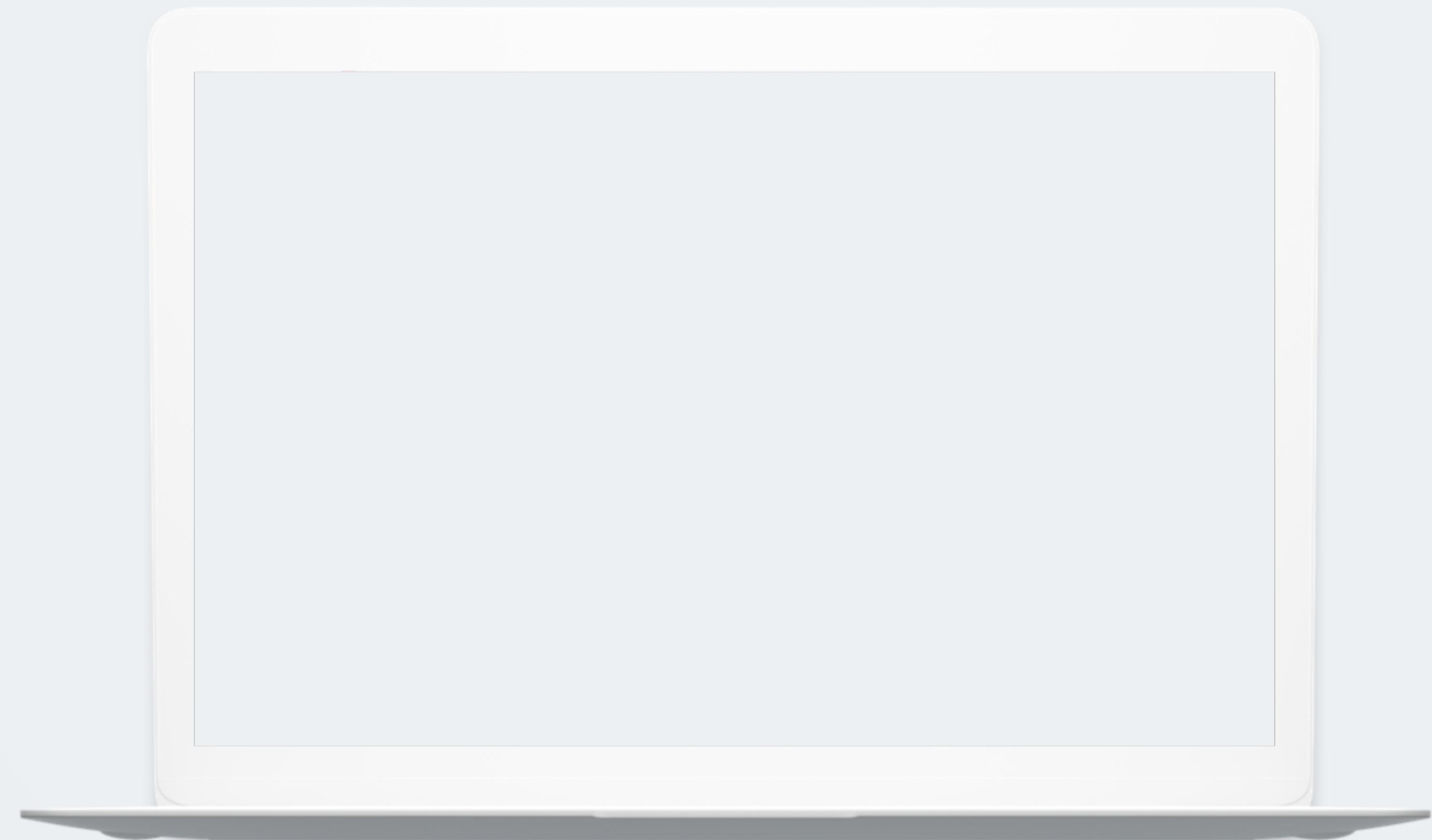
**Drittlevel
Navigationspunkte**

**Integration von News und
Veranstaltungen**

Social Links



TIPPS & TRICKS



Zum Klickdummy

text auf slides (oder im web)



TEXT AUF SLIDES

Was braucht es zwingend auf Folien

- Titel
- Seitenzahl
- Thema / Copyright
- ev. ein Datum
- ev. ein Design-Element (etwas Subtiles – hier ist weniger mehr)

short beats good

Sue Factor, Google's first UX writer.

TEXT AUF SLIDES



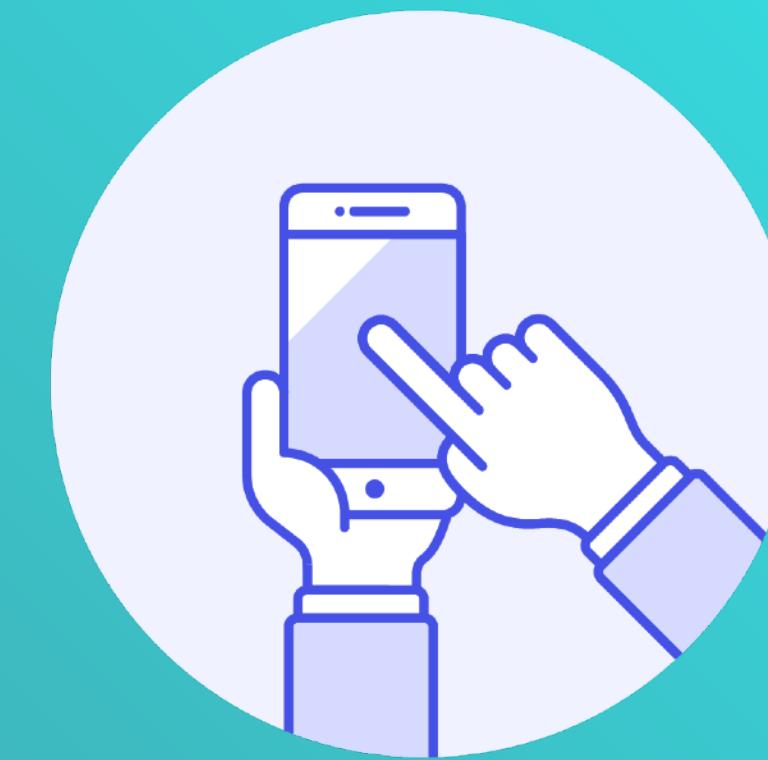
20%

Leser*innen lesen nicht im Web, sie scannen die Texte und lesen 20% der Wörter.



Fragmentieren

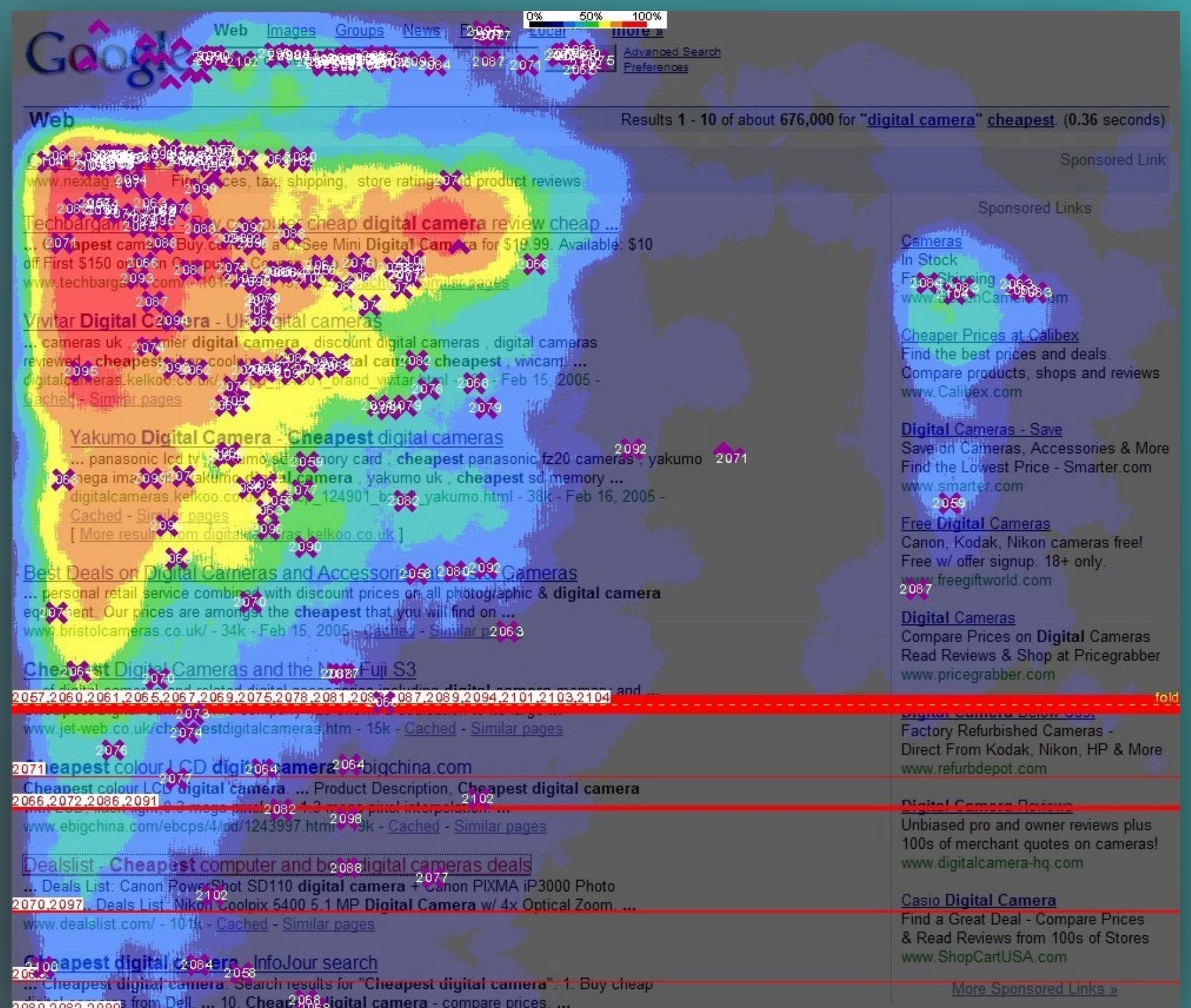
Lauftexte müssen fragmentiert werden – mit Untertiteln und kurzen Textblöcken



Listen und Tabellen

Gewisse Informationen lassen sich in Listenform oder in Tabellen besser abbilden.

TEXT AUF SLIDES



Hauptargument,
Pointe

Infos, die die
These stützen

Hintergrund-
Information



TEXT AUF SLIDES

A/B Testing

TEXT AUF SLIDES





TEXT AUF SLIDES

SIGN UP

SIGN UP NOW

JOIN US NOW

LEARN MORE

TEXT AUF SLIDES



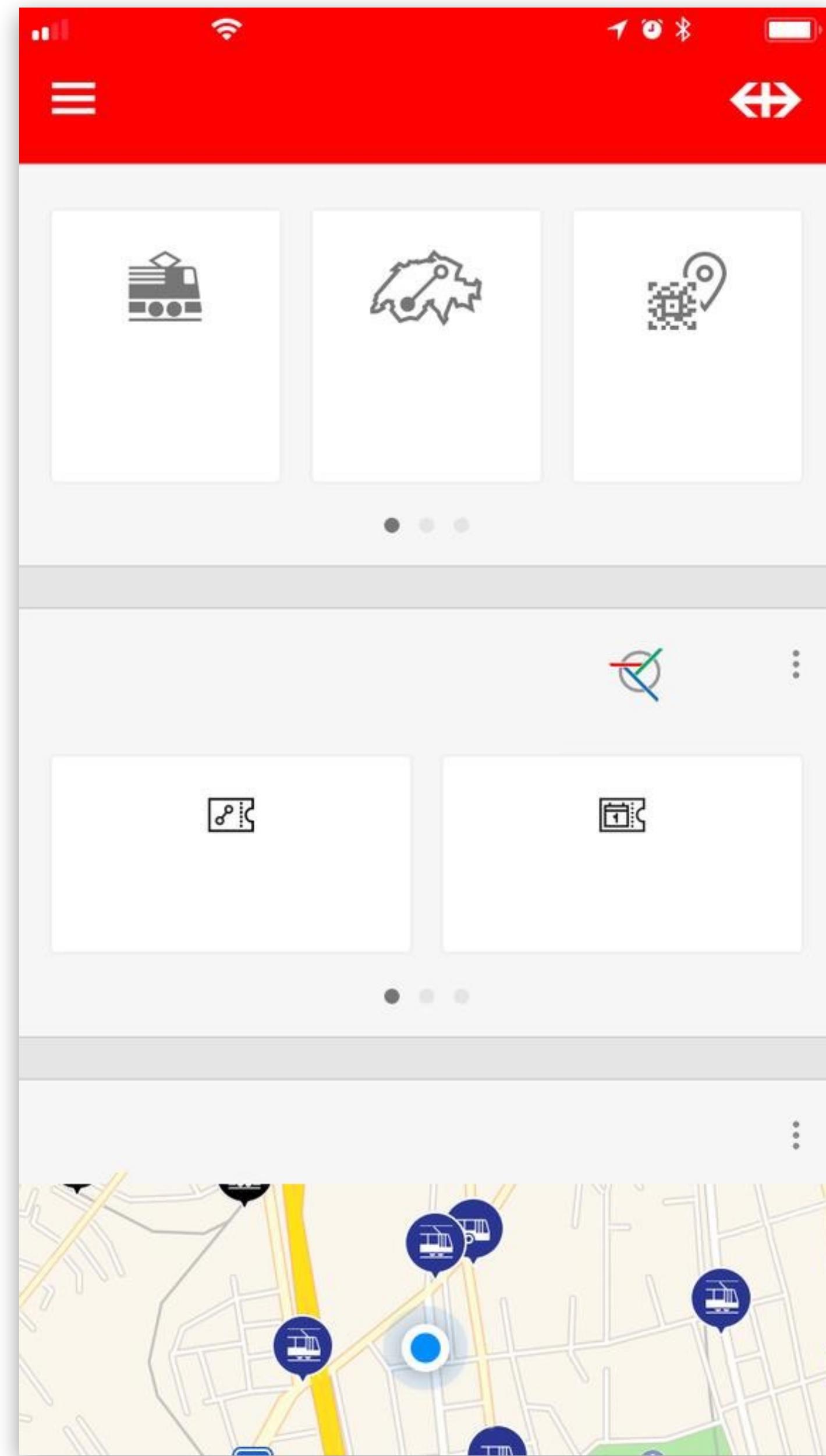
+ 40%
+ \$60 Mio



TEXT AUF SLIDES

**Wieso müsst ihr euch damit
auseinandersetzen – ihr seid
ja schliesslich keine Texter**

TEXT AUF SLIDES





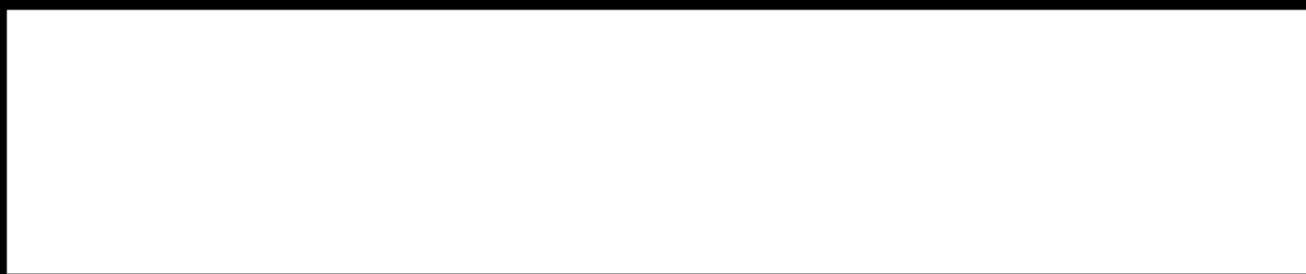
TEXT AUF SLIDES

**Schreiben ist ein
elementares Stück Design**

FUTURE
PREDICTION

OPEN

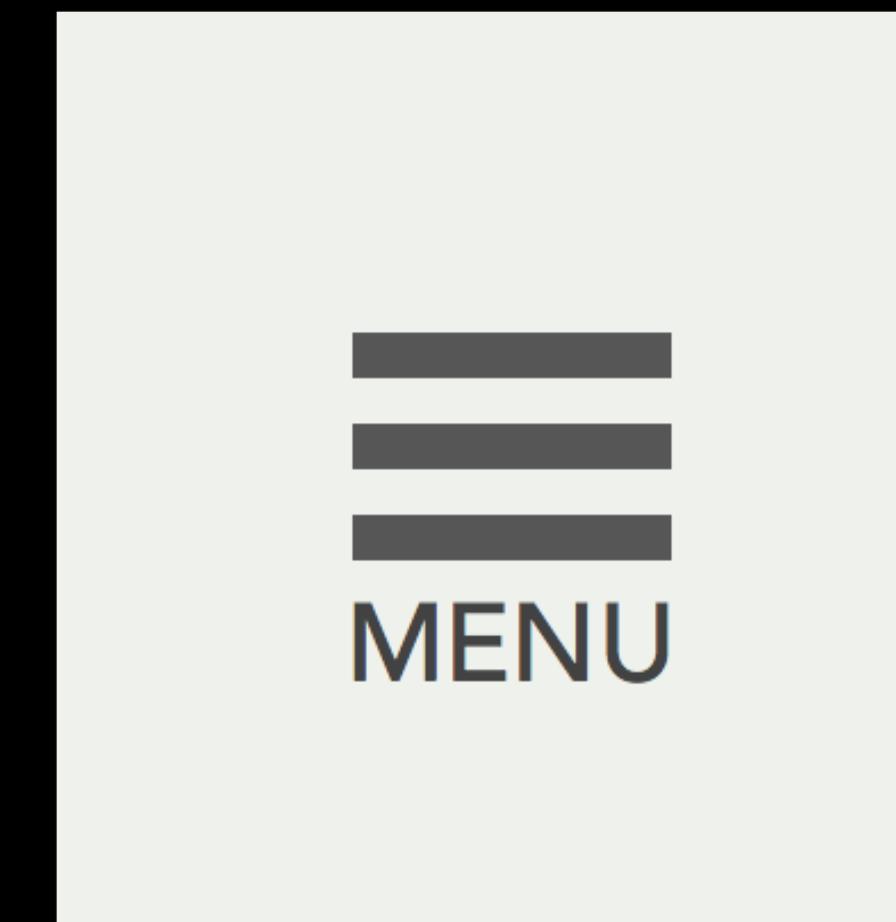
FUTURE PREDICTION



FUTURE PREDICTION



Baseline

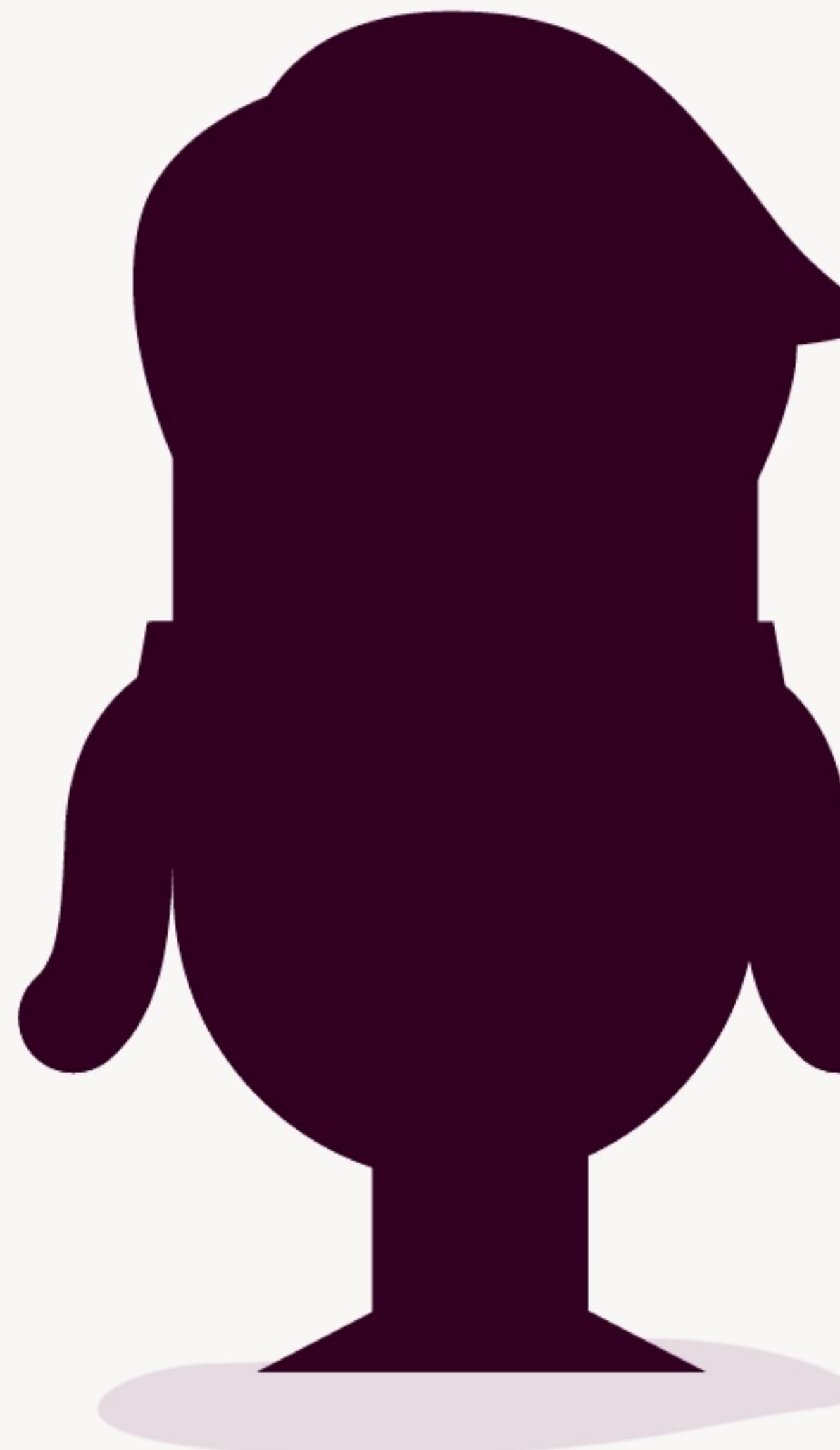


+7.2%



+22.4%

FUTURE PREDICTION

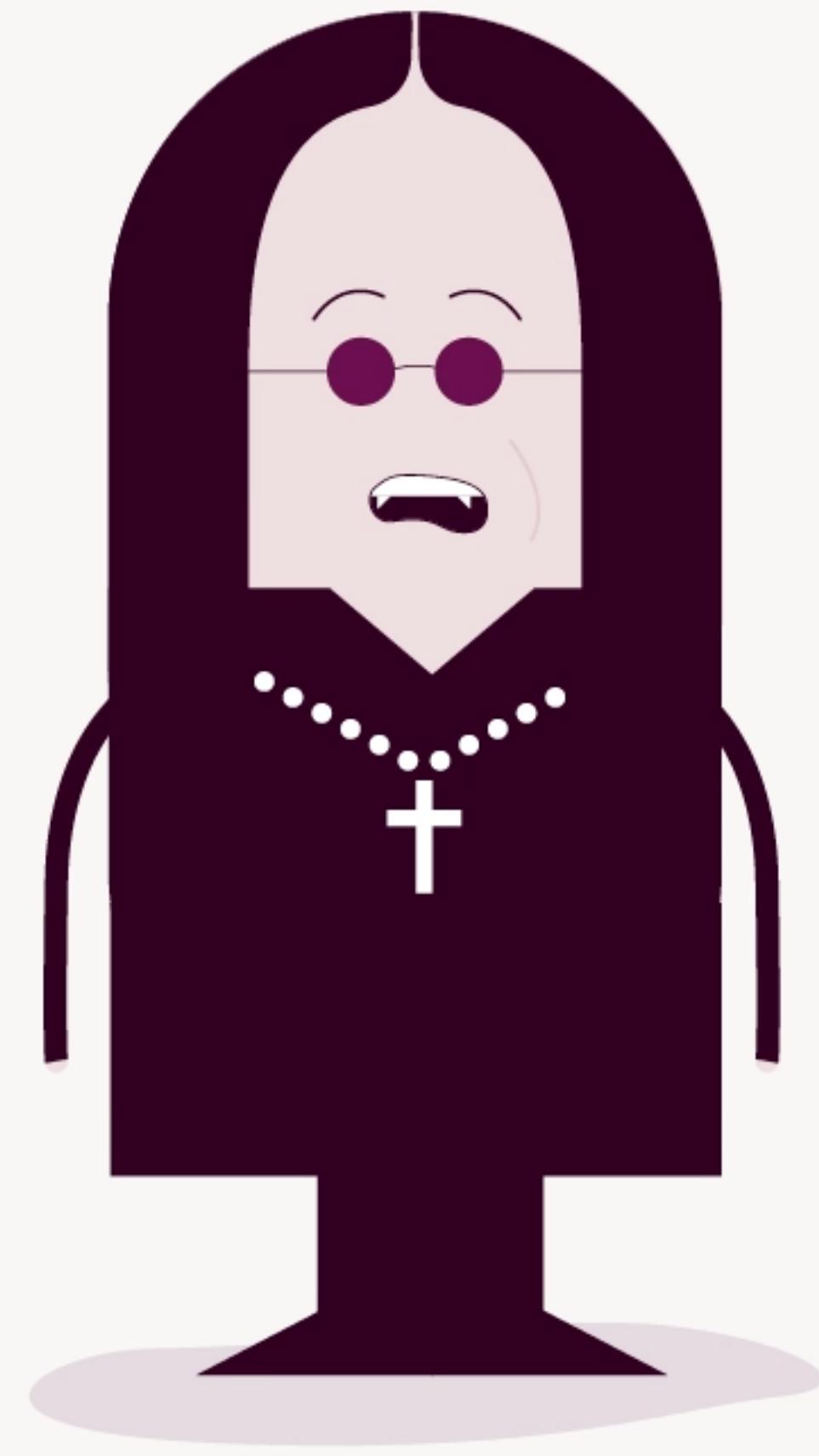


- männlich
- 60+
- aus England
- reich
- mit Kindern
- liebt Hunde

FUTURE PREDICTION



Prinz Charles



Ozzy Osbourne



Was bedeutet eine Zielgruppe?

- Es geht nur um die **Bedürfnisse**.
- Keine Website wird für eine Bank, eine Airline, eine Zeitung oder ein Wasser gemacht, sondern nur für **User:innen**.
- Ähnlich verhält es sich mit einer Präsentation
- Ziel des Designs (für Präsentationen) ist es, den Lebensstil bzw. das Markenerlebnis (UX) spürbar zu machen, zu vermitteln.
- Gutes Design ist **einfach & wiedererkennbar**.





MARKENARTIKEL

SPIEGEL-Leser wissen mehr.

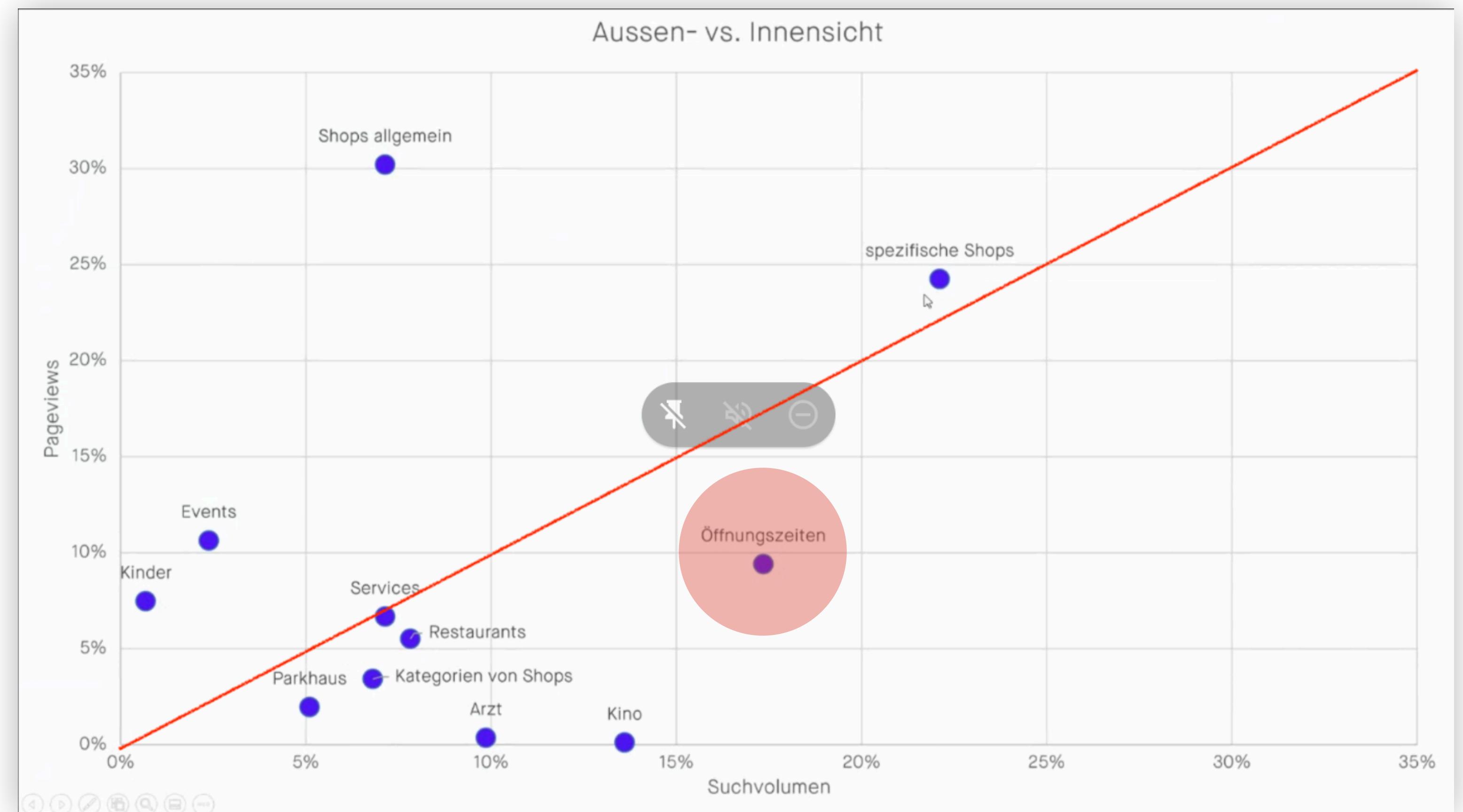


Der Trick Von der Analyse zur Empathie

Die Fähigkeit und Bereitschaft, Gedanken, Emotionen, Motive und Persönlichkeitsmerkmale einer anderen Person zu erkennen und zu verstehen.

- | | | |
|--------------------|---|----------------------------|
| Fragen stellen | → | Beobachten |
| Im Kopf haben | → | Ein Bauchgefühl entwickeln |
| User:in verstehen | → | User:in sein |
| Isoliertes Projekt | → | Ongoing, never ending |

FUTURE PREDICTION



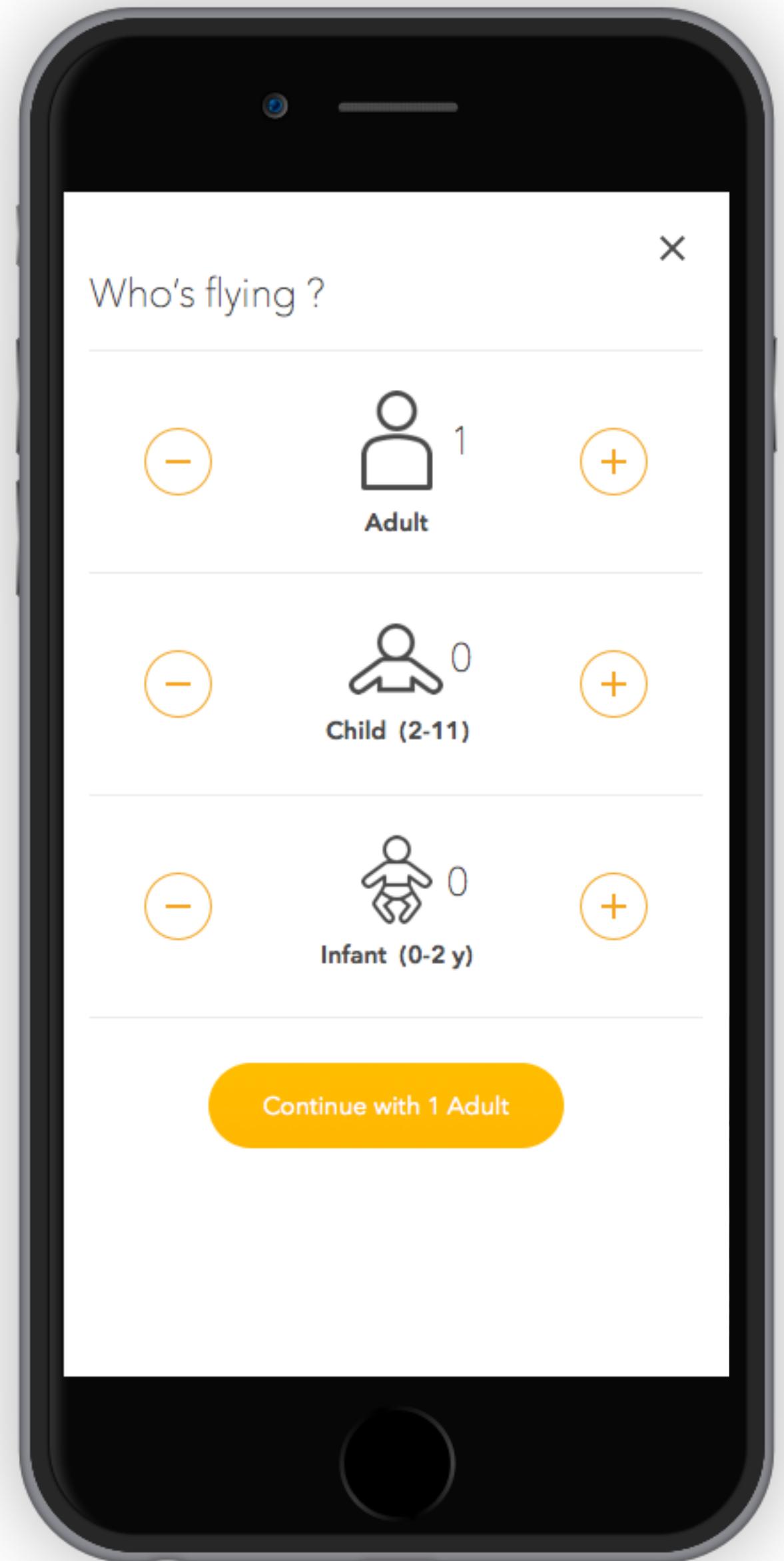


ausblick



AUSBLICK

- blablabla
- blablabla
- blablabla
- blablabla
- blablabla



Biere

- Das Feldschlösschen-Portfolio
- Alle Biere im Überblick
- Bewusst nüchtern und einfach gehalten
- So erhält auf Klick jedes Bier seine eigene Landingpage



FELDSCHLÖSSCHEN

Unserer Biere Erleben Engagement Unser Schloss Media

Original Draft Braufrisch Weizen Pale Ale Premium ICE

Hopfen Dunkel Stark Alkoholfrei Lager Alkoholfrei Weizenfrisch Panaché

Hopfenperle Amber Bügel Cool Keg Weihnachtsbier Frühlingsbier

Biere

- Biergeschichtliches Geheimnis
- Mehr Werte und Eigenschaften
- Zutaten, Geschmack und Biersorten
- den Direktkauf im Shop



The page features a large central image of a cold, condensation-covered green glass bottle of Feldschlösschen Original beer. The bottle has a blue label with the brand's crest and the word "ORIGINAL". To the right of the bottle is a small silver trophy icon with the text "SWISS BEER AWARD 2017 SILVER". Above the bottle, there is a navigation bar with links to "Unserer Biere", "Erleben", "Engagement", "Unser Schloss", and "Media". On the far right, there are social media icons for Twitter, YouTube, Instagram, and Facebook.

Feldschlösschen Original

Der erfrischende Klassiker ist wohl ausgewogen, hellgelb strahlend. Die zartbittere Hopfennote und der angenehm «bierige» Geschmack machen ihn so einzigartig. Der ideale Durstlöscher – sei es nach Sport und Arbeit, zum Apéro, bei Festen oder wann immer der Gaumen sich auf ein feines Bier freut.

[Mehr erfahren](#) [Jetzt bestellen](#)



Below the main image, there is a horizontal row of various Feldschlösschen products, including different bottle sizes, cans, and a keg, all arranged against a dark blue background.

Eigenschaften

⌚ Aussehen
Hellgelb

% Alkohol
4.8% vol

👃 Geruch
Fruchtig, blumig
begleitet von feiner
Hopfennote

👅 Geschmack

EBC Farbstärke

IBU Bittereinheiten



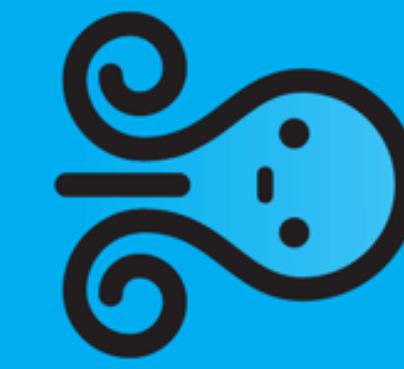
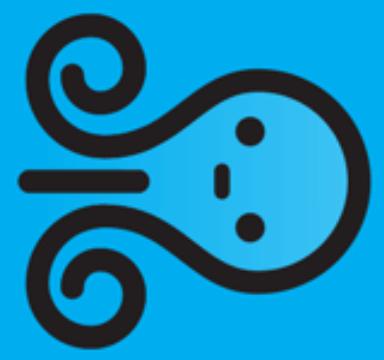
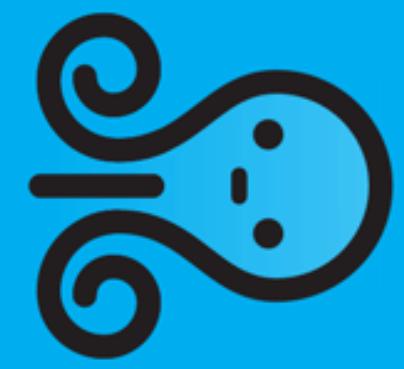
AUSBLICK

parallax

AUSBLICK









Sind wir
nicht alle
ein bisschen
SUGO?

SUGO GmbH
Hädrichstrasse 10
8047 Zürich
www.sugo.digital