

Rammi fyrir sannfærandi kynningu



1. Inngangur

Fanga athygli: Af hverju ættu þau að hlusta?

- Spurning, sterk fullyrðing eða saga.
- Hvers vegna skiptir þetta máli núna?
- Af hverju ert þú trúverðug/ur aðili?

Markmið: Fá athygli og skapa trúverðugleika.

2. Vandamálið

Bakgrunnur, staðan og vandamálið

- Hver er raunveruleg áskorun?
- Hver er kostnaðurinn við að gera ekki neitt?
- Hverjir verða sigurvegarar og hverjir sitja eftir?
- Væri ekki frábært ef...
- Hvernig lítur árangur út?

Markmið: Gera vandamálið skýrt, raunverulegt og aðkallandi.

3. Lausnin

Kynning á lausn: Lykilskilaboðin

- Hvernig leysir þú vandamálið?
- Hvað gerir lausnina einstaka?
- Af hverju er þetta rétta lausnin núna?
- Hvað breytist?

Markmið: Sýna skýra leið frá vanda til árangurs.

4. Rökfærsla

Af hverju eiga þau að trúa þessu?

Byggðu hvert lykilatriði svona upp: Fullyrðing → Sönnun → Ávinningur.

- Veldu 3 sterkustu rökin, ekki öll.
- Nýttu þrjár víddir sannfæringar:
 - **Logos (rök):** Sparar tíma, lækkar kostnað, eykur tekjur
 - **Ethos (trúverðugleiki):** Reynsludæmi, þekking, viðurkenningar
 - **Pathos (tilfinning):** Öryggi, metnaður, stolt, framtíðarsýn
- Undirbúðu mótrök:
 - Hvað er stærsta áhættan sem þau sjá?
 - Svaraðu áður en þau spyrja.

Markmið: Skapa trú á valkostinn, draga úr áhættu og auka öryggi í ákvörðun.

5. Lokun

Ákall á aðgerðir

- Endurtaktu lykilskilaboðin (stutt og skýrt).
- Segðu nákvæmlega hvað þú vilt að gerist næst.
- Dæmi: Bóka næsta fund, samþykkja tilboð, ákveða tímalínu.
- Gerðu næsta skref einfalt, skýrt og auðvelt að samþykkja.

Tékklistinn: Lykilspurningarnar

Ef kynningin þín svarar ekki þessum þremur spurningum skýrt, þá vinnur hún ekki:

- Af hverju skiptir þetta máli núna?
- Af hverju er mín tillaga betri en aðrar?
- Hvað gerist næst?