

# Пять шагов к успешной презентации на конкурсе The DEPARTMENT

07.05.2026

СТАТЬИ

THE DEPARTMENT

The **DEPARTMENT**  
by Legal Insight



## **ПЯТЬ ШАГОВ К УСПЕШНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ НА КОНКУРСЕ**

*Дарья Воронова,  
основатель Voronova Lab, эксперт по коммуникациям*

Уже совсем скоро эксперты конкурса [The DEPARTMENT](#) приступят к оценке работ номинантов. А мы провели эксперимент: пригласили эксперта по коммуникациям Дарью Воронову проанализировать конкурсные презентации прошлых лет. Презентации были обезличены, чтобы оценка оставалась максимально честной и независимой. Мы попросили Дарью ответить, какие ошибки допускают конкурсанты и что можно улучшить. Взгляд со стороны поможет не только победить в конкурсе, но и получать высокие оценки в ежедневном

*общении с бизнесом.*

Я постоянно наблюдаю, как очень талантливые юристы оказываются неспособны продемонстрировать ценность своей работы. Парадокс: в суде они — мастера аргументации, способные убедить судью в правильности своей позиции, но за пределами залов заседаний магия рассеивается. Почему так происходит? Потому что в бизнесе их оценивают не с позиции того, на чьей стороне правда, а с позиции того, чем это полезно для бизнеса и чем данный проект отличается от других. Следовательно, проект нужно презентовать статусно и понятно, вызывая любопытство. Разберем на примерах.

Юридический департамент крупной IT-компании включил в заявку на конкурс проект, который реально повлиял на бизнес компании: сократил срок согласования договоров, автоматизировал процесс подписания документов, сэкономил миллионы рублей, повысил лояльность внутренних заказчиков. Идеальная история успеха! Но в презентации читаем: «Исключены некоторые роли согласующих, не имеющих отношения к предмету согласования. Появилась четкая категоризация договоров по видам». Подобные формулировки затуманивают суть, уводят от нее. Члены жюри (любая другая аудитория) не должны в потоке информации продираться к сути через тернии слов.

Ошибка первая (главная) — перенос формата документов на презентацию. За годы работы с договорами и исками у юристов формируется профессиональный слог с частым использованием деепричастных оборотов, канцеляризмов, обезличенных формулировок, пассивного залога, множества ссылок. Не надо весь этот арсенал автоматически переносить в презентацию.

Текст для презентации отличается от текста для чтения. Презентация — это визуальная история, которая должна стать понятной с первого взгляда за несколько секунд. Для этого используйте короткие предложения, образные сравнения, живой язык.

Ошибка вторая — длинный сплошной текст. Некоторые участники конкурса готовили

материалы, полагая, что жюри будет читать их так же внимательно, как читают научные статьи. Но презентация — это визуал (диаграмма, цифры и прочее), сразу доносящий суть и подкрепленный удобочитаемым текстом. Пример текста слайда: «Данная цифровизация возникла в ответ на запрос бизнеса учитывать затраты по проектам для оценки их целесообразности и эффективности». Дальше все в том же духе.

Презентация должна рассказывать историю визуально: заголовки должны быть «говорящими», текст — минимальным, структура — предельно ясной. Представьте, что члены жюри просматривают презентацию за две минуты: что они должны успеть запомнить за столь короткое время?

Ошибка третья («надеть все лучшее сразу») — перегрузка слайдов информацией и смешение подходов: мелкий и крупный шрифт, разные стили, ссылка, цитаты, скрины документов. Глаза разбегаются: где главное, где второстепенное — непонятно. Все эти детали ясны только авторам материала. Тем же, кто видит это впервые, визуальная какофония посылает только один сигнал: листай быстрее! Тут сами авторы не определились с тем, что хотели сказать.

Каждый слайд должен доносить только одну ключевую мысль. Не следует пытаться сказать все и сразу, лучше разделить сообщение на несколько слайдов. В реальном диалоге вы же не говорите о проекте одновременно втроем или вчетвером, заглушая друг друга.

Ошибка четвертая — шаблонность, которая гасит любопытство зрителя. Приведу пример из практики. На слайде «Принципы и ценности: надежность, ответственность, эффективность» под каждым пунктом мелким текстом расписано, что это означает. Люди не читают мелкий текст в презентациях, особенно когда им известно значение данных слов и они читали их уже сто раз.

Как-то много лет назад на мероприятии для участников стартапов я сказала, что презентационную речь можно начать с вопроса. По какой-то причине аудитория

впечатлилась этим приемом, и, когда уже пятый или седьмой спикер начал свою речь с вопроса к залу, жюри просто «сползло под стол».

Учитывайте, что вашу презентацию смотрят в потоке — около 100 презентаций (таково ежегодное число проектов, представленных на конкурс) за два-три дня, а то и за один день. Глаз зрителя «замыливается», одинаковые приемы подачи материала утомляют его и притупляют внимание.

Ошибка пятая — неправильная структура презентации. Многие начинают с каталога достижений: «О нас»; «Наши 500 побед»; «Наша великая история». Читатель не понимает, к чему относится эта информация. Презентация должна начинаться с решаемой вами проблемы. Не с абстрактного «эффективного взаимодействия с бизнес-подразделениями», а конкретно с того, что именно было не так и во сколько это обходилось компании. А далее должно быть изложено, что предпринято и каков результат.

Недавно я анализировала презентацию директора по юридическим вопросам одного банка, она начиналась так: «В прошлом году мы потеряли сделку на 2 млрд рублей. Причина? Договор согласовывали месяц, за это время конкуренты уже заключили сделку». Дальше — о том, как команда решила данную проблему. Вот такую историю действительно хочется внимательно изучить.

Сначала обозначьте проблему и только после этого рассказывайте, кто вы и как ее решили.

Шестая ошибка — бессмысленный финал. «Спасибо за внимание» или просто обрыв презентации без выводов встречаются у многих конкурсантов. Если вы претендуете на награду — покажите в финале ключевой результат, уникальность вашего решения, поясните, почему ваш проект достоин победы. Последний слайд должен содержать важный и запоминающийся вывод.

Седьмая ошибка — неуместный креатив. Мы ожидаем от юристов взвешенности, делового стиля, высокого уровня образования и такта. Но иногда в презентациях встречаются

мифологические герои с едва прикрытыми телами. Креативно? Да! Рвет шаблоны? Однозначно. Достигает ли цели? Сомнительно.

Клише можно нарушать, но в пределах определенных рамок и только по одному параметру, а не по всем сразу. Например, вместо строгой подачи материала возможна несколько расслабленная (но не слишком!). А для достижения художественной ценности в качестве героев могут хорошо выступить супергерой, сыщик, исследователь, любой эксперт из другой области.

Помните, креатив не должен отвлекать от проекта! Он призван подчеркнуть статус, интеллект, тонкость мысли. Нужно, чтобы используемые вами средства соответствовали правильной тональности подачи материала.

**Мой метод: пять шагов вместо семи ошибок**

### **Что изменить уже завтра**

Я не призываю превращать юридические презентации в шоу, но участникам конкурса целесообразно знать некоторые приемы, способные сделать подачу любого материала более эффективной. За годы работы с корпоративными клиентами я выработала четкий алгоритм подготовки презентаций. Когда ко мне приходит юрист с жалобой на то, что его не понимают, я предлагаю применить простую схему. Она подходит не только для конкурсов, но и для любых ситуаций, когда нужно донести ценность своей работы: от отчета перед советом директоров до презентации нового проекта коллегам. Данная схема включает пять шагов, которые помогут избежать ошибок, о которых я рассказывала. Метод проверен на сотнях кейсов: от стартапов до корпораций из числа топ-100.

**Сценарий для подготовки убедительной презентации**

Чтобы избежать типичных ошибок, следуйте четкому сценарию подготовки.

### **Шаг 1. Определите цель и аудиторию:**

- что должно остаться в голове у жюри после просмотра;
- какое действие они должны совершить;
- что их больше всего волнует в профессиональном плане?

### **Шаг 2. Выстраивайте драматургию:**

- проблема (что было не так);
- решение (что вы сделали);
- результат (что получилось);
- призыв к действию.

### **Шаг 3. Озаглавьте слайды.**

Каждый заголовок должен быть законченной мыслью (не «Методология», а «Срок согласования документов сократился в пять раз» и т. п.).

### **Шаг 4. Наполните слайды контентом:**

- один слайд — одна ключевая мысль;
- больше цифр и фактов, меньше общих слов;
- конкретные примеры вместо абстракции.

### **Шаг 5. Проверьте удобочитаемость текста:**

- шрифт — не меньше 24 кегля;
- контрастный фон без цветовых конфликтов;
- не более семи строк текста на слайде.

**Используйте структуру «проблема — решение — результат».** Покажите путь героя (героем могут быть ваша команда, ваш клиент или даже весь бизнес).

**Адаптируйте подачу материала к аудитории.** Имейте в виду, что живой русский язык всегда воспринимается лучше.

**В случае использования ИИ помните:** технологии помогают с формой, но суть и драматургию определяете вы. Никакой алгоритм не расскажет вашу личную историю успеха лучше вас самих и не создаст нужную эмоциональную связь с аудиторией.

#### Вместо послесловия

Наблюдая за презентациями юристов, я неизменно думаю: какие же это талантливые профессионалы, какие сложные задачи они решают, какую ценность создают! И как жаль, что все это теряется в канцелярских формулировках и перегруженных слайдах.

Умение презентовать свою работу — вопрос не красоты, а результата. В мире, где каждый проект должен доказать свою ценность, способность ясно ее объяснить становится значимым конкурентным преимуществом.

Юристы привыкли защищать интересы клиентов в суде. Пора им научиться с тем же мастерством защищать и свои проекты в ходе презентаций.



Дарья

Воронова

основатель Voronova Lab, эксперт по коммуникациям

СТАТЬИ

THE DEPARTMENT