




Workshop Super Apresentações

OS CONCEITOS PARA A CRIAÇÃO DE UMA APRESENTAÇÃO NO “ESTADO DA ARTE”:

-  **1** O apresentador plenamente preparado e com a história na cabeça
-  **2** O roteiro focado no interesse da audiência
-  **3** A criação visual que ajuda o apresentador a se comunicar melhor



1 O apresentador plenamente preparado e com a história na cabeça

Apresentação não é um fim, mas um meio para a obtenção de um objetivo traçado.

Tenha claro qual é o seu objetivo naquela reunião e quais serão as evidências de que sua reunião terá sido um sucesso. Isso precisa estar claro para direcionar seu discurso na busca do seu objetivo. Quando temos claro o objetivo em nossa cabeça, também começamos a dimensionar o tempo a ser dispensado para cada tema.

Raramente conseguimos “vender” na primeira reunião, ou seja, muitas vezes o sucesso de uma apresentação está na conquista da segunda reunião.

Para a preparação de uma reunião, você deve levar em conta: a audiência, o local, o tempo e as ferramentas disponíveis. Tudo isso define a abordagem e a estratégia para sua reunião e consequentemente de sua apresentação.

O foco da apresentação de qualquer projeto, empresa ou idéia deve estar nos benefícios que os mesmos trazem às suas respectivas audiências.

É fundamental você conhecer sua audiência e o seu perfil. Isso direcionará sua postura e comportamento (consciente e inconsciente) dentro da reunião.

As pessoas possuem uma tendência de esconder os pontos fracos de seus projetos, ideias ou empresas. Isso é um grande erro, uma grande ingenuidade. Nada pega melhor do que você encará-los e explicar para sua audiência como você tem trabalhado para eliminá-los.

Antes do PowerPoint você precisa pensar: na audiência, nas mensagens que você quer deixar na lembrança, na abordagem, no desenho da estratégia da apresentação e no tema central (slogan).

Falar sobre seus diferenciais é um erro. Ter diferenciais é o básico. O que importa não são seus diferenciais, mas sim COMO eles potencializam ou melhoram os diferenciais da sua audiência. Essa mudança de enfoque pode mudar completamente os roteiros das apresentações.

Uma apresentação não deve passar de 25% do tempo de uma reunião.

O valor de uma proposta é inversamente proporcional ao tempo necessário de sua exposição para a conquista da audiência.





2 O roteiro focado no interesse da audiência

O ato 1, onde ocorre a introdução da história, deve trazer o conceito de sua proposta e é responsável por você despertar o interesse de sua audiência.

Começar a apresentação pela conclusão é um recurso importante quando o tempo é escasso. Neste caso, o restante da apresentação deve vir para sustentar cada ponto da conclusão.

Começar com uma metáfora é importante principalmente para assuntos técnicos, para facilitar o entendimento da audiência. Uma metáfora pode ajudar para que as mensagens tornem-se inesquecíveis.

Começar a apresentação com um "suspense" funciona positivamente principalmente quando as notícias são boas.

O ato 2, onde ocorre a sustentação de uma apresentação, traz as partes ou capítulos da apresentação. A sustentação deve responder às 6 perguntas básicas que são: quem (ou o que), quanto, onde, quando, como e por que. O que faz um roteiro ser diferente de outro é a diferença na ordem das perguntas respondidas.

O ato 3, o fechamento da apresentação, existe para: fecharmos a apresentação com um "gran finale", concluirmos algo, consolidar as mensagens e reforçar o DNA da apresentação.

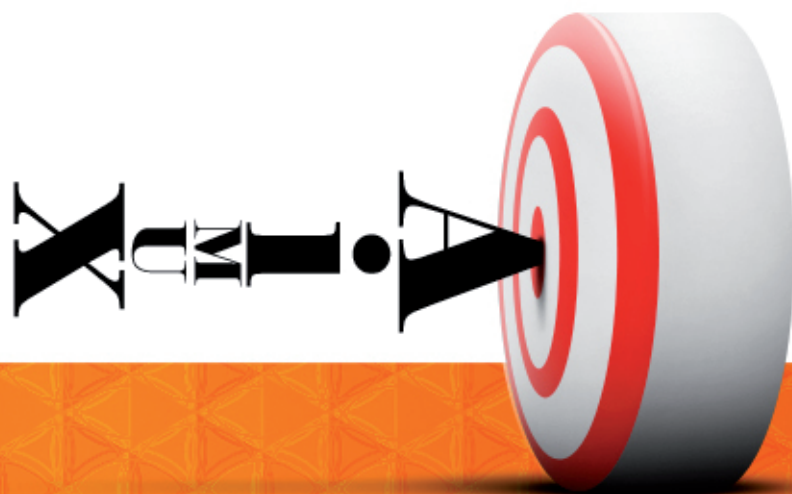
O formato de uma apresentação deve ser customizado não apenas para a audiência, mas também para o perfil do apresentador.

O verdadeiro treinamento para a apresentação ocorre no modo de "classificação de slides" no PowerPoint (no modo de visão macro). Isso força você a romper com o que está escrito na tela. Assim, você fala as mensagens do seu jeito, independente do que está escrito na tela. Isso mostra que você está com o roteiro na cabeça, dá credibilidade e aumenta as chances de confiança de sua audiência.

Um slide sempre começa no discurso do slide anterior. Isso é show!

O treino final é feito na tela, no slide individualmente. É neste ponto que treinamos o que será falado em cada animação, caso houver.

O início da apresentação é um momento é fundamental. É um momento que você busca segurança e que você conquista, ou não, a atenção de sua audiência. É desejável que você tenha um "estoque de inícios" para dar link à sua história inicial.





3 A criação visual que ajuda o apresentador a se comunicar melhor

O texto ou uma imagem na tela deve servir principalmente como gatilho para o discurso do apresentador.

O texto na tela deve também compor com imagens para formar o que chamamos de linguagem ou pensamento visual.

Templates existem apenas para tentar garantir uma identidade visual, mas não é só isso que garante a identidade visual, mas sim todas as criações dentro do slide.

Na prática, a construção de um slide deveria ter os mesmos princípios de outdoors.

Nem tudo o que o apresentador fala deve estar na tela, e nem tudo que está na tela o apresentador deve falar. A eficácia da comunicação está naquilo que a audiência escuta do apresentador e vê na tela. As duas coisas, em paralelo, criam o que chamamos de mensagem recebida e formam qualidade da comunicação.

A única coisa que justifica animações em uma apresentação é você construir o raciocínio na cabeça de sua audiência. Se a tela possuir muito conteúdo e não houver animações, corre o risco da audiência ler enquanto você fala, provocando chances de dispersão.

Quando criamos um roteiro, precisamos definir o que fica para a tela e o que fica para o discurso do apresentador.

É muito mais impactante você transmitir um conceito visual ao invés de ser literal nas ilustrações.

Linguagem visual não significa apenas uma imagem, mas sim uma imagem relacionada a palavras chave que ajudam no entendimento das mensagens.

A parte visual das apresentações deve seguir os padrões de identidade visual da empresa.

Um gráfico é um meio para você explicar algo, ou seja, evite o uso do gráfico, identifique sim qual a mensagem que você quer transmitir com aquele gráfico e ilustre a mensagem. O mesmo raciocínio vale para tabelas.

A agenda é um ponto importante para posicionar a audiência sobre o que será visto. Isso melhora a didática e facilita o entendimento.

