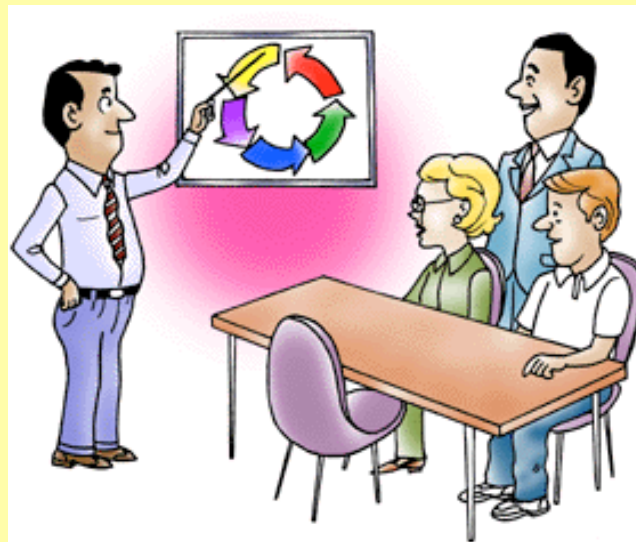


presentazione efficace, saper convincere



obiettivo:

*saper presentare efficacemente il proprio
prodotto / servizio,
seguendo uno schema persuasivo*



**non è difficile parlare,
difficile è farsi capire**

**mai parlare come si scrive
non c'è niente di più noioso che
ascoltare un discorso scritto**



il messaggio ideale

deve :

- attirare l'attenzione
- mantenere l'interesse
- sollecitare il desiderio
- indurre all'azione



richiede la risposta a:

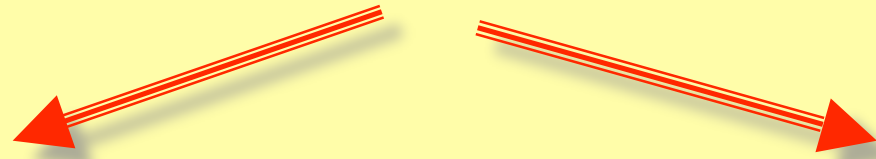
- che cosa dire (contenuto)
- come esprimerlo in senso logico (struttura)
- come confermarlo a livello simbolico (formato)
- chi dovrebbe dirlo (fonte)

- prima di parlare devo aver esaminato e definito :

- **obiettivi**
- **contesto**
- **contenuti**
- **strumenti**
- **ruoli**
- **relazione**

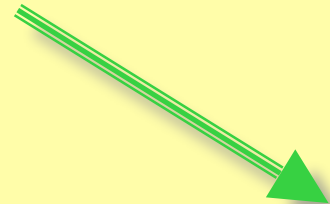


OBIETTIVO



CONTENUTO

cosa voglio dire



RELAZIONE

che tipo di rapporto
quale clima



IMMAGINE

che ricordo voglio lasciare
quale immagine preferisco sia percepita

- prima di effettuare una presentazione devo focalizzare la mia attenzione su alcuni punti:

- **chi è il mio interlocutore?**
- **quali aspettative ha?**
- **come potrebbero essere accolti i contenuti informativi che propongo?**



- e ancora:
 - quanto tempo ho a disposizione?
 - quanto lunga e approfondita deve essere la mia presentazione?
 - che cosa voglio dire?
 - che scopo ha la mia presentazione ?



- nella comunicazione scritta è importante

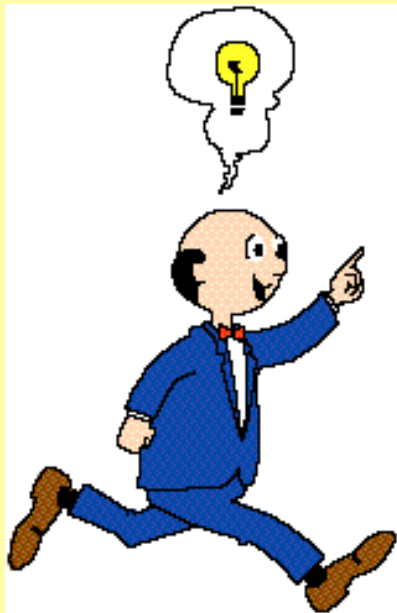
l'enunciato (cosa si dice)

- nella comunicazione orale è importante l'enunciazione (come si dice)



**l'emozione non deve essere
soppressa, solo controllata**

**senza pathos si è come
una lampadina spenta.**



**il panico da comunicazione in pubblico
viene definito, in gergo, il "trac"**

si avverte con evidenza

1 poco prima di iniziare un discorso

2 durante l'avvio

3 nella conclusione

(che gli inesperti si dimenticano di preparare)

- **per sviluppare la “relazione”**
 - **attenzione a *come* si dicono le cose**
 - **uso di informazioni non verbali (linguaggio corporeo)**
 - **comunicazione delle emozioni, degli stati d’animo**
 - **espressione del proprio sentire**



la regola delle 3 "s"



- **semplificare**

il linguaggio e il modo di relazionarsi con il pubblico

- **sintetizzare**

le informazioni da trasmettere (anche durante l'esposizione)

- **sottolineare** attraverso:

- parole chiave (da ripetere più volte)
- variazioni del volume e del tono della voce
- gesti
- sguardo
- ...

- **la voce innanzitutto una 'buona dizione'.**
 - ❑ **parlare in modo chiaro e intellegibile sulla 'scena' della vostra esposizione**
 - ❑ **articolare e pronunciare correttamente le parole**
 - ❑ **controllare la respirazione**
 - ❑ **usare appropriatamente le pause e le modulazioni della voce**



perchè si ricorda

e' dimostrato che si ricorda:

- il 10% di ciò che si legge
- il 20% di ciò che si ascolta
- il 30% di ciò che si vede
- il 60% di ciò che si vede e ascolta
- l' 80% di ciò che si vede, si ascolta, si prova (tocca)



elementi della comunicazione non verbale:

- l'intonazione della voce (timbro, tonalità, altezza)
- la postura
- le espressioni del volto
- i movimenti, le azioni e gli atteggiamenti del nostro corpo
- le distanze
- i profumi e l'abbigliamento
-



il rapporto empatico a

ovvero uniformarsi al comportamento dell' altro

non crea rapporto

non essere d' accordo con l' altro

parlare piu' veloce di quanto l' altro possa ascoltare

non essere sintonizzato sul suo modello percettivo



il rapporto empatico b

per creare il “ rapporto”

calibrare il ritmo di voce e quello della respirazione con l' altro

sbattere le palpebre allo stesso ritmo

annuire con il suo stesso ritmo

dondolarsi quando lui si dondola

respirare alla stessa velocità



prima rispecchiare e poi

**assumere lentamente l' atteggiamento
che vorremmo che l' altro assumesse,
suggerendo
in maniera non verbale rilassamento,
consenso, apertura , ecc...**



per instaurare un rapporto empatico:

saper ascoltare attentamente e con vivo interesse

chiamare spesso con il nome l' interlocutore

guardare molto l' interlocutore mentre parla,
comunicandogli segnali di attenzione

inclinare leggermente il capo mentre ascoltiamo

annuire e dar segni di assenso

di tanto in tanto accennare a piccoli movimenti
di carattere corporeo



per instaurare un rapporto empatico:

piegarsi leggermente verso di lui

sorridere simpaticamente, senza sforzo

evitare segnali di barriera

**usare a proposito i movimenti
delle mani, mostrando preferibilmente i palmi**

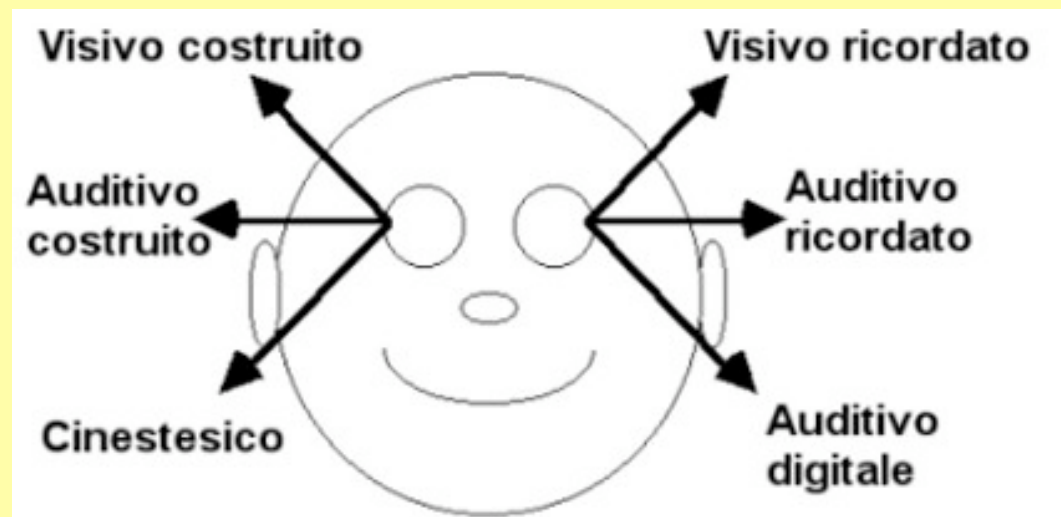
**parlare in maniera fluida, evitando
le note stridule ed usando un linguaggio
adatto alla cultura dell' interlocutore**



dalla PNL

L'esperienza è legata alle informazioni che il sistema nervoso ci invia sotto forma di percezioni

- visive
- auditive
- cenestesiche



sistemi rappresentazionali 1

le persone visive

- ragionano per immagini, colori, dimensioni
- letteralmente, “ vedono “ i concetti nella loro mente



caratteristiche

- postura eretta, respirazione alta, parlata veloce, voce acuta e nasale

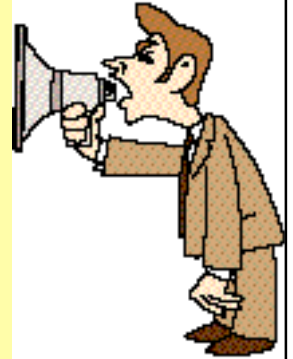
espressioni comunemente utilizzate

- ora riesco a vedere la cosa,
- riguardando la cosa ...,
- mi pare oscuro,
- non riesco proprio ad immaginararmi in quel lavoro,
- devo avere un quadro più chiaro del problema,
- questo getta un po' di luce sulla questione,
- un esempio illuminante e pittoresco
- sembra una buona idea,
- comincio a vederci chiaro,
- balza agli occhi

sistemi rappresentazionali 2

le persone auditive

- ragionano verbalizzando, quindi, parlando (anche tra sé e sé)



caratteristiche

- ascoltano con attenzione il loro dialogo interno e ciò che viene loro detto
- scelgono con cura ogni singola parola ed ogni espressione da usare
- parlano piuttosto lentamente, scandendo bene le parole e modulando con precisione tono e tempo di voce
- cercano sempre di trovarsi nelle migliori condizioni per ascoltare senza disturbi

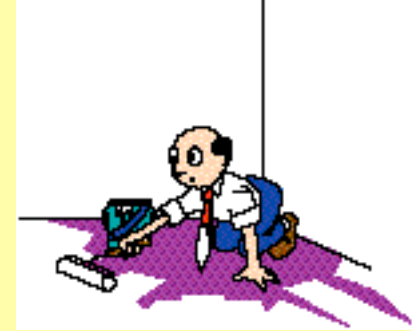
espressioni comunemente utilizzate

- mi suona giusto,
- mi é frullata per il capo un ' idea,
- non riesco proprio a sintonizzarmi con loro,
- chiediti se é giusto ed ascolta attentamente la risposta,
- qualcosa mi dice che é il momento di andarsene
- sento la tua riluttanza,
- non hai risposto a tono,

sistemi rappresentazionali 3

le persone cinestetiche

- ragionano in base alle sensazioni e a ciò che provano



caratteristiche

- amano il contatto sia con le persone che con le cose
- prestano grande attenzione alle caratteristiche fisiche: ruvidezza, morbidezza, profumo, gusto
- hanno una gestualità lenta, voce profonda, respirazione addominale

espressioni comunemente utilizzate

- mi sfugge, è viscido
- stavo con l' orecchio proteso alla sua risposta,
- volli spiegarmi ma non me ne diede l' appiglio,
- espresse un giudizio pesante
- la sua opinione era ben salda,
- il terreno cominciò a scottare sotto i suoi piedi,
- volle toccare con mano ogni punto della questione prima di decidere,

OLFATTIVI trovano poco impiego nella nostra cultura

esempio

A.: Non vedo molto chiaramente come Lei possa aiutarmi.

Risposta efficace:

B.: Mi permetta, allora, di illustrarle meglio il panorama delle mie proposte per far luce sulla questione.

Risposte non efficaci:

B.: Mi permetta, allora, di parlarle più a lungo, e si accorgerà che c'è armonia tra i suoi interessi e la mia proposta.

B.: Appena avremo toccato tutti i punti, sentirà di poter afferrare l'utilità della mia proposta.

GLI OCCHI

verso l' alto accedono al canale visivo

a sinistra facilita l' accesso ai ricordi (passato)

a destra all' immaginazione (costruisce immagini)

allineati all' altezza delle orecchie accedono al canale auditivo

a sinistra suoni rievocati

a destra suoni creati

lo sguardo rivolto verso il basso

a destra apre la strada al canale cinestetico

a sinistra si sintonizza sul canale auditivo interno :

la voce dentro di noi

TONO DI VOCE

alto

canale visivo

medio

canale auditivo

profondo

canale cinestetico



RESPIRAZIONE

alta, di torace

canale visivo

tra torace ed addome

canale auditivo

bassa, a livello di addome

canale cinestetico

L'approccio motivato in cinque fasi

attenzione, necessità, soluzione, visualizzazione, azione

- 1. catturo l'attenzione dell'ascoltatore (battuta, miglioramento, ecc.)*
- 2. identifico il problema intorno al quale verterà il discorso*
- 3. propongo una o più soluzioni a questo problema*
- 4. espongo i risultati positivi (vantaggi) che la soluzione proposta apporterebbe se adottata (far immaginare)*
- 5. una serie di inviti all'azione, spronare ad agire chi ascolta*

L'attacco

È consigliabile iniziare l'introduzione **senza supporti visivi** (video spento, no *slide*).

L'oratore dovrà:

1. Presentarsi e qualificarsi →
2. Definire il tema dell'esposizione →
3. Chiarire motivazioni e finalità dell'intervento →

Infine, dovrà **richiamare l'attenzione su di sé**

(tutto questo lo farò io, non le slide!).

Metodologia della comunicazione

1. Fase quadro

- Descrivere il contesto
- Descrivere l'obiettivo



Metodologia della comunicazione

2. Fase di Svolgimento

- Trovare il filo conduttore
- Tracciare i punti chiave
- Esporli ordinatamente



Metodologia della comunicazione

3. Fase di chiusura

- Riassumere i punti chiave
- Trarre le conclusioni
- Verificare la comprensione



Gli elementi base di una presentazione

- Obiettivi
- Contenuti
- Esposizione
- Materiale visivo

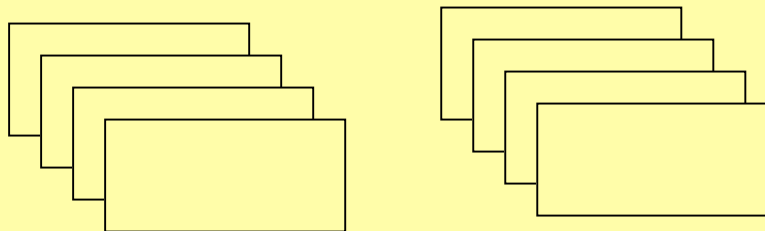
...Ma il 90% delle persone passa
il suo tempo ad occuparsi dei
contenuti!



Un trucco fondamentale: i cartoncini!

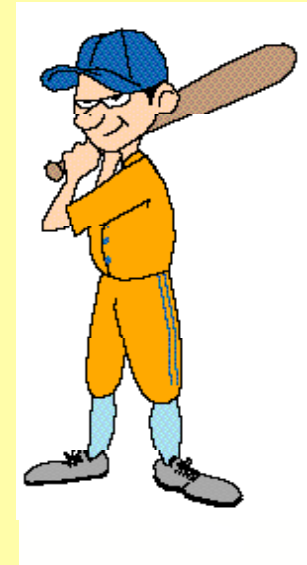
Procuriamoci dei cartoncini 7x12 sui quali appunteremo le idee fondamentali, in ordine casuale, ma

- *una per cartoncino* (é importante!)



Catturare le idee

- Le idee vanno e vengono: la mente genera molte idee, ma ne trattiene solo alcune
- Sarà dunque importante trattenere quelle che ci servono e riportarle sui cartoncini...



Metterle in sequenza

- E' il momento più difficile: come si è già visto, una sequenza errata di esposizione vanifica una idea ottima.



Visione d' insieme

- Dire tutto in poche parole:
tratteggiare lo scenario, ed anche
tutto ciò che si vorrà trattare
(comunicazione di informazione -
primo punto del “discorso dei
Marines”).



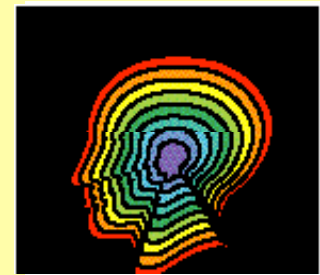
Problema / Opportunità

- Perché esiste un problema / opportunità:
dati, fatti,
- valutazione sulla serietà della situazione (comunicazione di coinvolgimento)



Idea / Soluzione

- Quale é l' idea centrale,
- come può risolvere il problema
- o cogliere l'opportunità



Evidenze

- La prova che la idea proposta può funzionare; in genere si basa su
 - Statistiche
 - Fatti
 - Esperienze simili



Vantaggi

- *Perché* chi é esposto alla comunicazione dovrebbe seguire l'idea presentata od applicare la soluzione proposta.



Azione

- Che cosa bisogna fare
- Chi lo fa
- Per quando deve essere pronto



Riassunto

- Ricapitolare quello che si é detto (punto 3 del “discorso dei marines”).



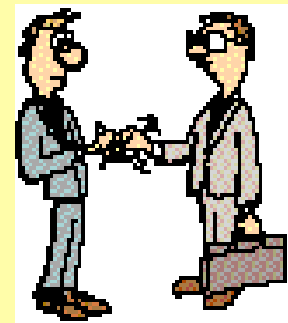
La presentazione di informazione

- “Asettica” - oggettiva
- Prevalgono gli aspetti di *contenuto* su quelli di *relazione*
- Comunicazione ad una via
- Rapida
- Descrittiva
- A basso rischio diretto



La presentazione di vendita

- Tende alla persuasione, piuttosto che al convincimento
- Presume una relazione a due vie
- Enfatizza i punti di forza
- Esiste il rischio di manipolazione
- Attribuisce importanza allo scenario

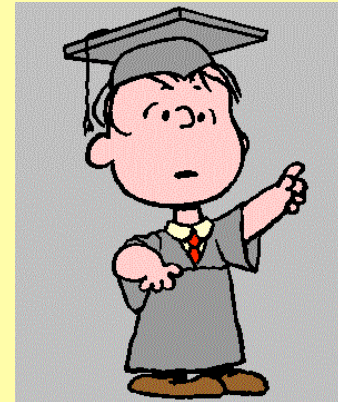


La presentazione di coinvolgimento



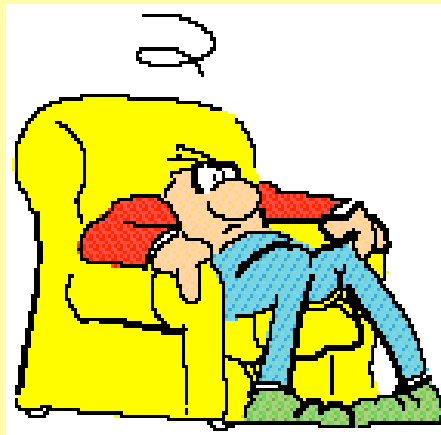
- Richiede tecniche “collaudate”
- Tende al consenso
- Punta sia alla relazione che al contenuto
- Necessita di feed - back continui
- Prevede l’ analisi dei punti di forza e di debolezza.

le frasi da evitare



- 1 sento l'esigenza di premettere ...
- 2 sin dall'antica grecia...
- 3 confido nella clemenza degli ascoltatori...
- 4 il tema richiederebbe ben altro approfondimento ...
- 5 non è questa la sede per parlare di ...
- 6 il tempo è tiranno...
- 7 spero di non annoiarvi ...
- 8 vi ruberò solo 10 minuti...
- 9 secondo il mio modestissimo parere...
- 10 quelli che mi hanno preceduto hanno già anticipato la maggior parte di quanto volevo dire...

Pronti a partire ??





I cartoncini 2 : il ritorno

- Scrivere o disegnare su 5 cartoncini bianchi i punti centrali della presentazione
- Abbinare i cartoncini “idee” ad ogni titolo
- Tenere da parte gli “scarti”(che serviranno sempre !)

Un esempio

- Problema / Bisogno
- Idea / Soluzione
- Evidenze
- Vantaggi
- Azione



Trovare le idee - chiave

- Sono i punti portanti di ogni presentazione, quelli senza i quali la presentazione non funziona...



Organizzare

- Rivedere l' ordine degli argomenti sino a che non si é sicuri che é veramente l' ordine esatto per introdurre gli argomenti.

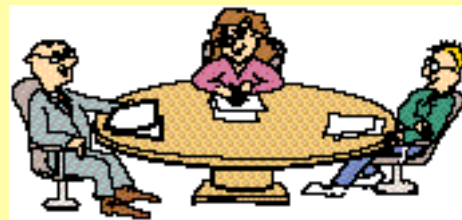


Provare!

- Provare sempre prima tutto, più volte, senza leggere!

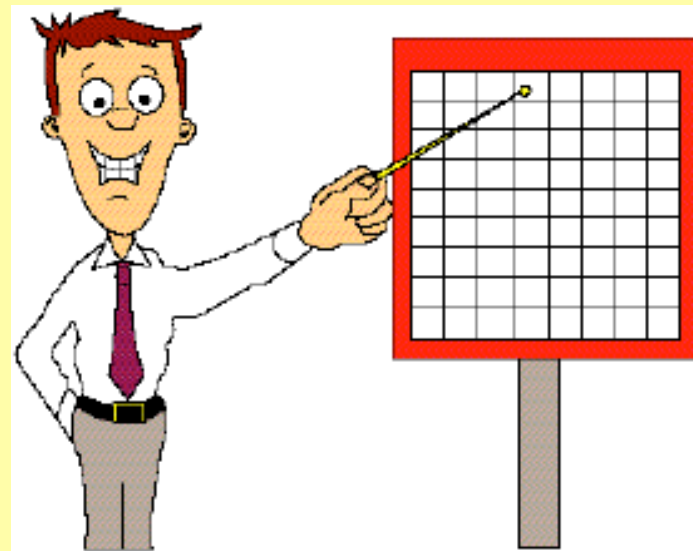
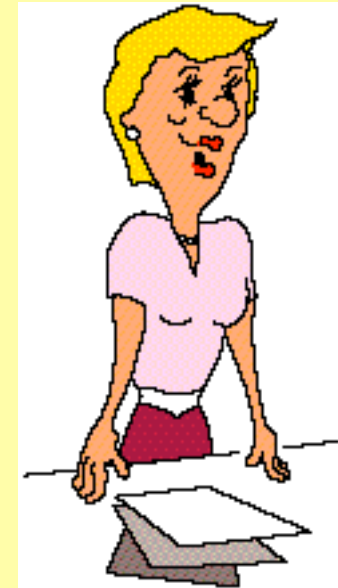


pratica di presentazione in pubblico



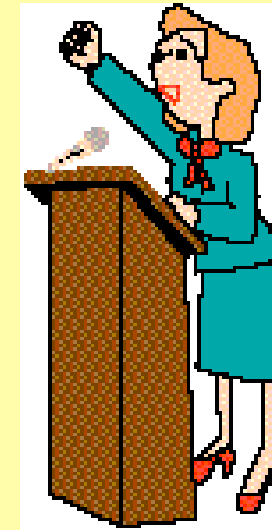
pratica comunicativa

la posizione



i gesti

- liberano energia nervosa
- catturano e mantengono l'attenzione degli ascoltatori
- danno un supporto visivo al messaggio orale



il volume della voce

- mordersi la lingua (così si forma saliva)
- iniziare a voce alta
- rivolgersi ad una persona delle ultime file
- no al microfono



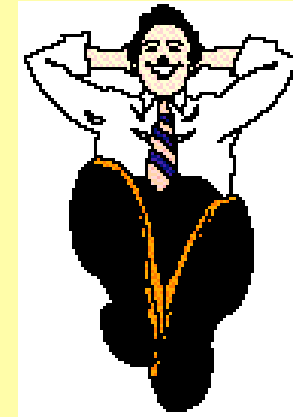
contatto d' occhi

- no allo scanning
- contatto d' occhi prolungato
(tre secondi e più)



pause per ottenere l' impatto

- pausa iniziale



- piu' é importante l' idea, piu' il relatore
deve far pause per lasciar depositare
le parole, prima di passare all' idea successiva

i visual

- immagini non parole o numeri
- i disegni umoristici di fortune, perché ?
- tradurre i concetti in immagini



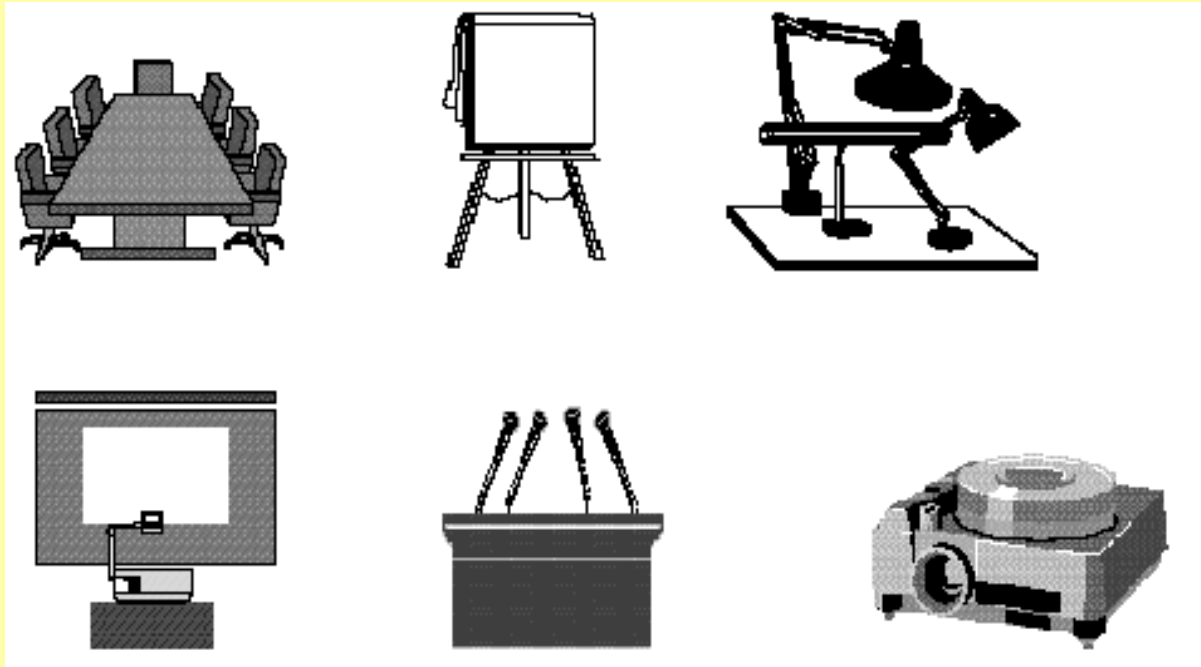
**saper bruciare la notizia
in fase di presentazione :**

- dare subito la notizia importante che dobbiamo illustrare
- spieghiamo i concetti
- il pubblico presterà piu' attenzione a quello che stiamo per dire!!!



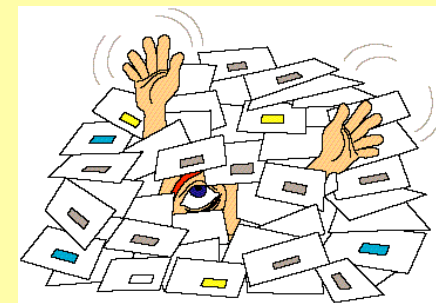
la scena

- la sala
- lo schermo
- il leggio
- il microfono
- il proiettore
- le luci
- la posizione
- visual e parole



Ultimi consigli.....

- **sicurezza siamo gli esperti!!!**
- **abiti leggeri**
- **mai leggere : essere spontanei**
- **posso sbagliare : sono un essere umano**



la discussione

a) per sbloccare il silenzio

- sono volentieri a vs. disposizione per qualsiasi domanda
- *nessuno fa domande!*
- spesso ci viene chiesto



b) per quelli che vogliono sentirsi importanti

- *dare un riconoscimento*
la ringrazio molto per questa domanda che centra il problema
- lei ha perfettamente ragione, tra esperti si potrebbe discuterne per delle ore
- sarò lieto di incontrarla alla fine

c) suscitare una risposta positiva (reazione = sí)

- ho risposto alla sua domanda in modo per lei soddisfacente?
- é d' accordo di discuterlo finita la riunione (solo tra noi esperti)

disturbatori

(mettere i paletti)

signore e signori, sono lieto delle vostre domande e commenti, ma se per un momento non cessano non riusciro' a trattare tutto il mio argomento; lasciatemi mezz' ora per spiegarlo in dettaglio, poi faremo botta e risposta od una discussione aperta. avrete quindi la possibilità di fare tutte le domande ed i commenti che vorrete.

(coinvolgere la platea : é più credibile)

lei mi sta chiedendo questo.....,
puo' darsi che abbia ragione, sentiamo cosa ne pensano gli altri.

(con i disturbatori incalliti)

affrontarli direttamente, dichiarando il proprio disagio



PRESENTAZIONI IMPROVVISE

1 FORMULARE TRE DOMANDE

PER POTER DARE LE RELATIVE RISPOSTE SULL' ARGOMENTO DI CUI DOBBIAMO PARLARE

esempio:

. << La prego di spiegarci la situazione della distribuzione indiretta >>

R. << Bene, sulla distribuzione indiretta ci si possono porre tre domande fondamentali:

Qual é il programma generale?

Quali sono i punti principali di questo programma?

Quando verrà completata la sua attuazione?

RISPOSTA ALLE TRE DOMANDE

Ciò che vi ho appena illustrato é una panoramica generale della distribuzione indiretta >>.



ARGOMENTO, TRE DOMANDE, RISPOSTE, ARGOMENTO

TECNICA DELLA CONFERENZA

1 PREPARARSI BENE

- 1a- cosa interessa agli ascoltatori
- 1b- cosa si aspettano gli ascoltatori
- 1c- cosa voglio ottenere
- 1d- perché la mia conferenza mi soddisfa

2 ARTICOLARE LA CONFERENZA RAZIONALMENTE

- 2a- saluto che mostri i sentimenti
- 2b- concetto informatore della conferenza
- 2c- risposta alle domande iniziali
(corpo della conferenza)

3 COMUNICARE CON EFFICACIA

- 3a- illustrare i concetti astratti
- 3b- una figura = 1000 parole
- 3c- procedere di assenso in assenso con domande stringenti, che scuotano
- 3d- controllate voce ed atteggiamenti non verbali

4 ORGANIZZARE IL SUCCESSO

- 4a- a memoria il primo e l' ultimo periodo della esposizione verbale
- 4b- sollecitare la vista (grafici-foto-proiezioni-diagrammi, ecc)

5 GESTIRE IL DIBATTITO

- 5a- “spesso ci viene chiesto.....”
- 5b- capire perché ci vengono fatte le domande
- 5c- dopo la risposta richiedere il “SI”

dai prova !!!!