



Presentaciones de Negocios

MBA PART TIME

Curso: 2015-2016

PROFESOR Y MATERIAL DEL CURSO
Peter Gil, mdt change

Índice

Documentación	3
Objetivo de la sesión	3
Los factores del éxito de una presentación	3
Metodología	3
1. Objetivos	4
2. Quién	4
3. Dónde	4
4. Diseño	5
5. Realización.....	5
Recomendaciones finales.....	7
Bibliografía	8

Documentación

Para maximizar el tiempo del que disponen los alumnos, hemos elaborado una documentación directa, fácil de revisar y buscando la aplicabilidad a la vida profesional.

El diseño sigue el desarrollo del taller y recoge todos los puntos principales vistos en las sesiones.

Objetivo de la sesión

Lograr que puedas convencer al cliente que tu propuesta es la que necesita.

Los factores del éxito de una presentación

Desde el punto de vista del cliente, son:

- El comienzo
- Estado de ánimo del público
- El estilo del presentador (voz y comunicación no verbal)
- Ayudas visuales
- El tiempo
- La conclusión

Metodología

Construir la presentación utilizando 5 elementos claves:

- Objetivos: Crecer su negocio
- Quién: Conocer la audiencia
- Dónde: Conocer lugar y logística
- Diseño: Fácil para la audiencia
- Realización: Tu “brand” personal

Antes de hablar, piensa lo que vas a decir; la lengua, en muchos, precede a la reflexión

Isócrates

1. Objetivos

¿Qué hay que lograr?

2 cosas:


1. Crecer la cuenta de resultados del cliente
2. Llevar la audiencia al Punto B
 - Llevar la audiencia desde donde están, el Punto A, al Punto B, lo que quieres que hagan

2. Quién

La audiencia, las preguntas básicas:

- ¿Quién va a estar ahí?
- ¿Qué les hará escuchar, entender y aceptar la propuesta?
- ¿Qué conocen?
- ¿Qué quieren oír?
- ¿Por qué dejarían de escuchar?

Quién ¿Quién va a estar ahí?



¿Qué les hará escuchar, entender y aceptar la propuesta?

Para cada presentación determinar: ¿A quién vas a dirigirte?

- Tipo de reunión / presentación:
- Audiencia:
 - Mix de personas
 - Especialidad
 - Preferencias
 - Quieren / No quieren

3. Dónde

Conocer y orquestar el lugar

- Mobiliario
- Espacios
- Nº y posición de asistentes
- Campo visual
- Luz
- Comodidad
- Imagen de calidad

Dónde Conocer y orquestar

- Mobiliario
- Espacios
- Nº y posición de asistentes
- Campo visual
- Luz
- Comodidad
- Imagen de calidad



4. Diseño

Corto y sencillo

Lo bueno, si breve, dos veces bueno.

Corto

Estructura: 3 partes

- Introducción
- Núcleo central
- Conclusiones

Simple

Crea un viaje mental simple para ayudar a la audiencia a seguirte y entenderte.

Usa PREP

- Posición
- Razones
- Evidencia
- Posición

3 secretos:

- Usar una estructura piramidal
- Mantener la curva de la atención
- Utilizar una esquema con 3 partes máximo

Conclusiones

- “Para llevar”, negro sobre blanco, 2 ó 3 siguientes pasos

Cómo cerrar

4 formas típicas de cierre

- Resumen
- Wrap-up (Cerrar el círculo)
- Acción
- Sensaciones

5. Realización

Maximiza tu “brand” profesional

Es un “Castillo de Naipes”, todo el trabajo es ayudado o frenado por el estilo del presentador y sus ayudas visuales.

Entre dos explicaciones,
elige la más clara; entre dos
formas, la más sencilla;
entre dos expresiones,
la más breve

Eugenio d’Ors

Corto y sencillo Lo bueno, si breve, dos veces bueno

Estructura + PREP

Introducción • Captar la atención
• Objetivo y grado de importancia

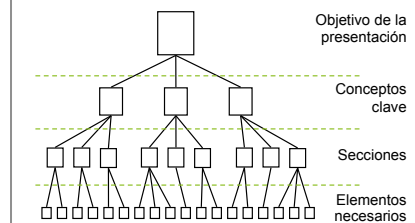
Posición

Núcleo central • 3 conceptos claves

Razones y Evidencia

Conclusiones • Exponer las conclusiones
“para llevar”
• Tener claro lo que quieres
lograr para su negocio

Estructura piramidal



Estilo personal del presentador

1. La voz

Las claves

- Volumen
- Entonación
- Articulación
- Energía

El truco

- Evita la monotonía
- Se convincente
- Proyétala y protégela

Recuerda que la efectividad de una presentación es

- 93% voz y lenguaje corporal
- 7% contenido

2. Comunicación no verbal

Evitar:

- Poner las manos en los bolsillos
- Mover los brazos como un helicóptero
- Jugar con cosas en la mano
- Pasear de un lado a otro
- Ojos ambulantes
- Dar la espalda a la audiencia
- Situarse delante de la pantalla

3. Contacto visual

Utilizarlo para detectar en la audiencia:

- Reacciones
- Entendimiento
- Nivel de atención
- Comunicación no verbal

Y para establecer contacto individualizado

- Más de 2 segundos = amenaza
- Menos de 1 segundo = furtivo



Ayudas visuales

El poder de SUS ojos

- 78% del conocimiento se adquiere por los ojos, por tanto, maximiza la legibilidad para la audiencia

Asegúrate de que tus ayudas visuales son legibles desde la última fila, usa

- Frases telegráficas
- Doble espacio
- Facilitar con viñetas
- 7 palabras máximo
- 7 líneas máximo

Recomendaciones finales

Para lograr una diferenciación, sumar:

- Valor añadido
- Un buen contenido
- Y un excelente proceso

La buena comunicación
estimula tanto como el
café y quita el sueño en
igual medida

Anne Morrow Lindbergh

Bibliografía

Castellano

- Aubuchon, Norbert: Anatomía de La Persuasión, McGraw-Hill, 2001
- Calonje Velásquez, Concha: El poder de la comunicación inteligente, Pearson Educación, 2004
- Kops, George: Las Presentaciones de Negocios, Pearson Educación, 2001
- Laure, Francois: Técnicas de Presentación, CECSA, 2002
- Rotondo, Jennifer y Mike: Presentaciones Inteligentes, McGraw-Hill, 2002

Inglés

- Carlson, Anthony: The How of Wow, AMACOM, 2005
- Duarte, Nancy: slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations: O'Reilly Media, 2008
- Erickson, Juliet: The Art of Persuasion, Hodder Mobius, 2005
- Grant-Williams, Renee: Voice Power, AMACOM 2002
- Hewlett, Sylvia Ann; Executive Presence, Harper Collins, 2014
- Luntz, Dr. Frank: Words that work, Hyperion, 2007
- McCandless, David: Information is Beautiful, Collins, 2010
- Pease, A. & Pease, B.: The Definitive Book of Body Language, Orion, 2004
- Wong, Dona M.: The Wall Street Journal Guide to Information Graphics, Norton & Comp, 2010

Páginas WEB de interés

- Effective presentation: www.effectivemeetings.com
- Presentations in English by Nobel Prize winners, academics, innovators, specialists: www.ted.com/tedtalks
- Slideshare: The world of presentations: www.slideshare.net