



Presentazioni per *trainer*

ETEY 2016 Pesaro

Istruttori: Elisa Vola, Herve Tunga

Dispensa per i partecipanti

0 Introduzione

Le abilità comunicative rientrano fra le capacità più significative nel mondo attuale. Essere capaci di esprimere le proprie opinioni e le proprie idee in modo efficace, attraverso l'utilizzo di vari strumenti e mezzi, è estremamente importante. Sviluppare e utilizzare queste capacità ti sarà utile nel corso di tutta la vita lavorativa; per esempio quando ti presenti a un colloquio di lavoro e soprattutto quando entri effettivamente nel vasto mondo del lavoro. Tuttavia, spesso si dice che i giovani non sappiano comunicare adeguatamente. Ovviamente ciò è del tutto privo di fondamento – si tratta, semplicemente, di non aver messo in pratica ed esercitato a sufficienza queste abilità!

Quasi tutti i migliori presentatori e conduttori non sono nati con queste capacità... Certamente una certa attitudine personale può c'entrare – alcune persone sono introversi, mentre altre sono estroversi, il che può facilitarle. Ma la pura verità è che i migliori presentatori hanno avuto modo di fare molta pratica e la maggior parte di essi è stata anche formata per fare in modo che presenti bene.

I vostri obiettivi in questa sessione saranno:

- essere consapevoli del proprio linguaggio corporeo quando si è in scena in modo da ottimizzare la trasmissione del messaggio;
- comprendere come ideare ed esprimere un messaggio che resti impresso nel pubblico;
- praticare le proprie abilità comunicative;
- esercitarsi nel dare feedback costruttivi.





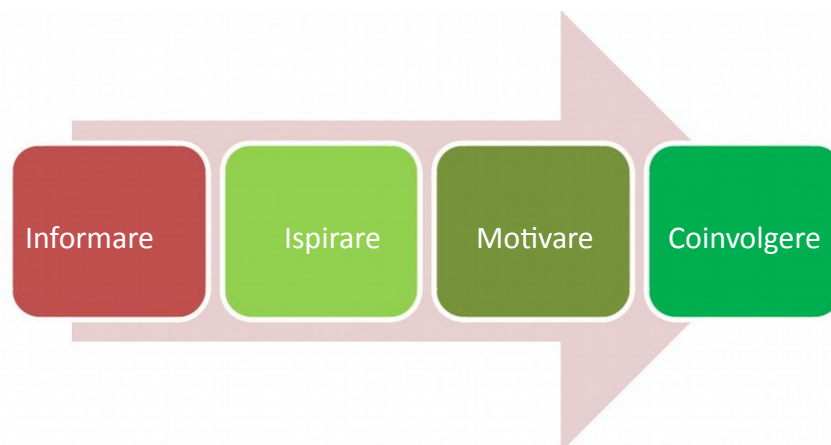
1 Indice

0	Introduzione.....	1
1	Indice.....	2
3	L'obiettivo.....	3
4	Il linguaggio del corpo.....	4
4.1	In che modo viene veicolato il messaggio?.....	4
4.2	La voce.....	4
4.3	Il contatto visivo.....	5
4.4	La gestualità.....	7
5	Cos'è che permette che il tuo messaggio rimanga in testa?.....	9
5.1	Semplicità.....	9
5.2	Effetto sorpresa.....	10
5.3	Concretezza.....	10
5.4	Credibilità.....	11
5.5	Coinvolgimento emotivo.....	11
5.6	Racconti.....	12
5.7	Riepilogo.....	12
6	La presenza scenica.....	13
6.1	Avere padronanza della propria presenza scenica.....	13
6.2	Apparire disinvolti.....	14
6.3	Indossare un abbigliamento adeguato.....	15
6.4	Mettere da parte il copione.....	16
6.5	Divertirsi.....	17
7	Cinque principi fondamentali per una presentazione efficace.....	18
7.1	Tratta il tuo audience nel migliore dei modi.....	18
7.2	Diffondi idee e fai emozionare le persone.....	18
7.3	Aiuta il pubblico a figurarsi ciò che dici.....	18
7.4	Sviluppa il design, non gli orpelli.....	18
7.5	Costruisci dei buoni collegamenti.....	18
8	Presentazioni di gruppo.....	19
9	Ulteriori letture.....	20
9.1	Fonti.....	20
9.2	Siti web.....	20
9.3	Libri.....	20

3 L'obiettivo

Domandarti «Cosa desidero creare?» prima di iniziare a parlare può esserti d'aiuto. Essere conscio del tuo scopo e trasmetterlo chiaramente è infatti cruciale. Portare avanti un fine in una discussione può determinare un'enorme differenza nel risultato finale.

I seguenti sono 4 obiettivi che sono comunemente parte di una situazione comunicativa: informare, ispirare, motivare e coinvolgere.



Informare: il senso della comunicazione è semplicemente fare in modo che il pubblico acquisisca nozioni nuove, aggiuntive e/o complementari. L'audience non deve necessariamente reagire o rispondere a queste informazioni.

Una situazione di questo tipo si verifica solitamente quando si guarda il televisore o si legge il giornale.

Ispirare: nel corso della comunicazione la speranza è di fornire spunti di riflessione ulteriori al pubblico. L'informazione che viene condivisa deve far pensare, sognare o fantasticare.

Le pubblicità cercano di spingere il cliente a fare acquisti inducendolo a pensare che potrebbe esserci qualcosa che manca nella sua vita.

Motivare: l'obiettivo della comunicazione è portare le persone a fare qualcosa, a rispondere all'informazione che è stata data loro. Lo scopo è accenderne gli animi e ciò le spinge a prendere una posizione, per quanto minima, con la speranza che ciò dia inizio a un processo più ampio.

Coinvolgere: il fine della comunicazione è impegnare il pubblico nel lungo termine. In questo caso si tratta di trovarsi in sintonia con campagne, manifestazioni o qualunque tipo di processo di assimilazione reiterato, necessario finché l'obiettivo, lo scopo della comunicazione non è raggiunto.

Gli obiettivi possono essere questi o un mix di questi, o altri.

Essere conscio delle tue aspettative o del tuo fine è fondamentale in quanto infonde sicurezza e dà un tono positivo alla comunicazione. Può essere utile pure affermare quale sia il tuo scopo, manifestare quello di cui hai bisogno, quello che vuoi e come la pensi, in modo da non offendere, giudicare o ferire le altre persone. Esplicitando il tuo proposito ti assumi le tue responsabilità e permetti al pubblico di agire di conseguenza.

4 Il linguaggio del corpo

Al fine di potenziare l'effetto e la trasmissione del messaggio, il linguaggio del corpo può

- ◆ enfatizzarlo;
- ◆ completarlo;
- ◆ sostituirlo;
- ◆ contraddirlo.

Se c'è un elemento che devi assolutamente tenere a mente è assicurarti che il tuo linguaggio corporeo non distolga l'attenzione dal messaggio che desideri trasmettere.

4.1 *In che modo viene veicolato il messaggio?*

4.1.1 *La voce*

La tua voce possiede determinate caratteristiche dalla nascita e puoi imparare a utilizzarla giocando con la maggior parte delle qualità che puoi influenzare come la sua articolazione, la velocità, il volume e l'intonazione.

4.1.2 *Il contatto visivo e le espressioni del volto*

È meglio lasciare un'aria imperturbabile ai giocatori di poker. Un buon oratore sa che una mimica facciale adatta alle circostanze gioca un ruolo importante in una comunicazione efficace. Di fatto, l'espressività del proprio volto spesso costituisce il fattore che determina il significato che si trova dietro al messaggio. Le persone osservano il volto dell'oratore nel corso d'una presentazione. Quando si parla, il viso – più di ogni altra parte del corpo – trasmette il proprio atteggiamento, i propri sentimenti e le proprie emozioni.

4.1.3 *La gestualità*

La gestualità dà sostegno alla presentazione. I gesti ti aiutano a mantenere reattivo il pubblico. Utilizza le tue mani per evocare emozioni come entusiasmo e passione! Tuttavia è altrettanto importante non esagerare e ripetere troppo certi movimenti o caricarli eccessivamente. Questi dovrebbero essere in sintonia con la tua personalità e la tua natura. Non è un problema pure se non li utilizzi, sebbene, facendo ciò, ti precluda l'apporto di qualcosa che ti aiuterebbe.

4.2 *La voce*

La voce ha le seguenti caratteristiche, qui descritte:

- il **volume** corrisponde a quanto forte sia un suono. Il fine è essere uditi senza urlare. Non borbottare e non bisbigliare. (Anche se vorresti che il tuo pubblico non ti senta – ti riuscirà a sentire.) Inoltre non parlare mentre scrivi alla lavagna.
- il **suono** è la qualità di un rumore. (per es. Un aeroplano emette un suono completamente differente da quello del fruscio delle foglie sospinte dal vento)
- il **tono** definisce quanto alto o basso sia un suono.
- il **ritmo** si riferisce a quanto a lungo duri un suono. Parlare velocemente porta a un accorciamento di parole e sillabe, mentre parlare lentamente le allunga. Un individuo in media dice 120 parole al minuto. Il cervello umano ne può assimilare fino a 480 al minuto.
- il **timbro** riguarda l'intensità della voce, alcune persone possiedono per es. una voce calda.

4.2.1 Suggerimenti sull'utilizzo della voce

4.2.1.1 Quando stai parlando

- Non essere monotono.
- Alza e abbassa il tono di voce.
- Evita di usare gergo, abbreviazioni, parole straniere
- Parla con una velocità consona, utilizza le pause (non quando ancora non hai completato la frase che stai dicendo) e una pronuncia adatta.
- Fermarti per 10 secondi non è un problema, anzi delle volte è pure un bene.
- Nuovo concetto, tono diverso – varia il tono per illustrare un nuovo punto o un nuovo messaggio.
- Non leggere; non ci sono scusanti.

4.2.1.2 Per migliorarti

- Registra la tua voce.
- Falla ripartire. Ascoltala. Prova a descriverla.
- Fai attenzione alle parole che interrompono il discorso come “cioè”, “ehm” e “e...”.
- Individua tre soluzioni per migliorarti.
- Registrati e ascoltati di nuovo.
- Prenditi cura della tua voce! Bevi molta acqua la sera prima – evita vino rosso, formaggio e qualunque cosa che contenga caffeina

4.3 Il contatto visivo

“Se non cercherai di instaurare un contatto visivo nel corso del tuo intervento puoi pure spedire il tuo messaggio tramite corriere espresso all'incontro.”

4.3.1 Perché?

Il contatto visivo è il collante che lega coloro che parlano con il pubblico. È il modo migliore e il più semplice per instaurare un rapporto con il pubblico e per ricevere dei feedback mentre si sta parlando. Guardare gli altri negli occhi rende la situazione comunicativa un processo bidirezionale. Mentre parli, le persone che ti ascoltano rispondono con dei messaggi non verbali. Sfrutta i tuoi occhi per individuare questi preziosi segnali. Ti diranno se gli ascoltatori sono interessati, annoiati, stanchi o se hanno bisogno di una pausa.

4.3.2 Come?

Un contatto visivo efficace non è un problema legato a quanto a lungo si guardi negli occhi un altro. È una questione di **interpunzione**. È la memorizzazione di un'idea, di una frase, o perfino di una parola, attraverso una costante connessione stabilita dagli occhi.

- Guarda gli altri negli occhi; se non riesci a farlo limitati a soffermare il tuo sguardo fra i loro.
- Non guardare il pavimento, il soffitto, fuori, ...
- Osserva chiunque.
 - Se il pubblico è numeroso: dividilo in sezioni e concentrati sul centro d'ognuna di esse
 - Non dimenticarti i lati se i presenti siedono formando una U!
- Osserva sufficientemente a lungo: non dedicare solamente un secondo a testa.
- Mantieni il contatto visivo per tutta la presentazione.
- Trova un individuo all'inizio – un amico, o un volto simpatico – e utilizzalo come punto di partenza.
- Guarda gli altri negli occhi per circa 5 secondi.

4.3.3 Cosa lo impedisce?

- Troppa luce. Per esempio ti trovi in piedi su un palco e un riflettore è puntato su di te.
- Sei troppo distante dal pubblico.
- Opuscoli. Pensaci due volte prima di distribuirli alla presentazione.
- Sguardo vuoto. I tuoi occhi comunicano al pubblico che non nutri interesse nei loro confronti e che preferiresti essere altrove.

4.3.4 Come concentrarti sia sul contatto visivo che sulla presentazione?

- Preparati molto bene. Padroneggia i tuoi materiali. Ciò ti darà sicurezza e si vedrà nei tuoi occhi.
- Fai esercizio.

4.3.5 Come indirizzare lo sguardo di una persona?

Svariati studi hanno mostrato che l'87% delle informazioni fornite al cervello passano attraverso la vista, il 9% tramite l'udito e il 4% per mezzo di altri sensi. Quando tieni una presentazione o un corso, se, per esempio, una persona osserva i tuoi sussidi visivi mentre stai parlando, assimilerà solo il 9% di ciò che dici qualora il tuo messaggio non sia chiaramente in relazione con ciò che questa sta esaminando. Se, invece, le tue parole sono connesse a ciò che vede, un individuo che segue il materiale di supporto acquisirà solo il 25-30% di ciò che viene illustrato. Al fine di orientare il più possibile il suo sguardo, utilizza una penna o una bacchetta per indicare quello a cui ti vuoi riferire e, allo stesso tempo, spiega ciò che stai mostrando. Poi alza la penna da ciò che indicavi e mantienila fra gli occhi della persona e i tuoi. Un'azione di questo tipo ha l'effetto di calamitare la sua attenzione facendogli alzare la testa e, in questo modo, l'individuo in questione si ritrova a guardarti negli occhi e, perciò, vede e sente quello che stai dicendo, assimilando così al massimo il messaggio. Accertati che il palmo dell'altra mano sia visibile mentre stai parlando così.



4.4 La gestualità

La gestualità riflette la personalità di colui/ei che parla. Ciò che è valido per un individuo può non esserlo per un altro. Di seguito sono presentate alcune linee guida per aiutarti a diventare un oratore convincente e dinamico.

1. *Esprimi con naturalezza ciò che pensi e senti* – Non reprimere la tua propensione a fare gesti o finiresti per agitarti probabilmente.
2. *Crea i presupposti per utilizzare la tua gestualità, non i gesti in sé* – Quando parli dovresti essere totalmente focalizzato sulla comunicazione; non dovresti pensare anche alle tue mani. La gestualità dovrebbe nascere da ciò che stai esponendo.
3. *Accompagna le tue azioni alle parole e al contesto* – La comunicazione visiva e quella verbale devono andare di pari passo nell'esprimere la stessa idea o lo stesso senso. Ogni gesto che compii dovrebbe essere significativo e coerente con le tue parole o il pubblico noterà l'effetto del tuo gesto e non l'azione in sé.
4. *Rendi la tua gestualità convincente* – I tuoi cenni dovrebbero essere dinamici e chiari se vuoi che trasmettano le impressioni programmate. Una gestualità efficace è abbastanza energica da essere convincente, ma pure sufficientemente lenta e ampia da essere chiaramente osservabile senza che evochi un senso di sopraffazione da parte del pubblico.
5. *Abituati a rendere i tuoi gesti naturali e spontanei* – il primo passo è comprendere cosa stai facendo in quel preciso istante. Le mani spesso trasmettono l'ansia della persona che parla. Ecco un metodo per superarla:
 - ➔ Filma una tua esposizione o chiedi a un amico di guardarti.
 - ➔ Fatti dare un riscontro solo sulla tua gestualità..
 - ➔ Prendi due libri pesanti (due dizionari) e tienine uno per mano.
 - ➔ Ripeti la tua esposizione. I gesti che vedi ora sono quelli che hanno ragione d'esserci. Tutto il resto rappresenta solamente ansia e dovrebbe essere eliminato.

4.4.1 Stare in piedi

Le presentazioni si fanno rimanendo in piedi.

- ➔ Non reggerti a qualcosa. Non appoggiarti a un tavolo o al muro, ...
- ➔ Non nasconderti dietro al tavolo o dietro alla lavagna. Cerca pure di non utilizzare leggio.
- ➔ Prima di iniziare a parlare individua la posizione dove ti situerai. Tieni i piedi ben poggiati a terra mentre sei seduto. Alzati velocemente e dirigiti rapidamente verso il punto da cui parlerai; questo dimostrerà fiducia in te stesso.
- ➔ Fai attenzione a non posizionarti davanti al materiale visivo.
- ➔ Puoi tenere un atteggiamento 'forte': rimani in piedi in uno stesso punto evitando di muovere o muovendo molto poco le gambe. La tua energia e l'attenzione saranno concentrate nella parte superiore del corpo (volto e mani): sii certo di farne buon uso.
- ➔ Puoi tenere un atteggiamento 'rilassato': muoviti in modo naturale. Fai attenzione a non esagerare e a muoverti correttamente (non su e giù, non voltarti, ...)

4.4.2 La postura e l'orientamento del corpo

- ➔ Rimani girato verso il pubblico. Guardalo costantemente.
- ➔ Non parlare mentre scrivi sulla lavagna. Se possibile cerca di scriverti tenendoti in piedi di fianco a essa. Puoi pure richiedere a qualcun altro di scrivere alla lavagna per te se lo reputi necessario.
- ➔ Non tenere mani e braccia incrociate. Fare assumere loro questa posizione indica chiusura; non tenere le braccia conserte esprime invece disponibilità e sicurezza.

4.4.3 I movimenti

Non muoverti mai senza una ragione.

Utilizzare le tue mosse in modo calcolato e mirato porta a tre vantaggi:

1. Dà sostegno e rafforza ciò che dici;
2. Calamita l'attenzione del pubblico;
3. Riduce l'ansia e scarica la tensione.

Gli occhi sono per forza di cose attratti da qualcosa che si muova; dunque, qualunque movimento tu compia nel corso di un discorso cattura l'attenzione. Muoversi troppo, anche se correttamente, può diventare fonte di distrazione per il pubblico. Tieni presente le seguenti tipologie di movimento del corpo:

- ◆ Fare un passo avanti nel corso di un intervento suggerisce l'idea che tu stia per raggiungere un punto rilevante;
- ◆ Fare un passo indietro indica che tu hai terminato di discutere un'idea e che desideri che il pubblico si riposi per un istante;
- ◆ Muoversi lateralmente implica una fase transitoria: suggerisce che tu stia superando un concetto e sollevandone un altro.

L'ultima ragione per la quale ci si muove è, poi, la più elementare: cioè per spostarsi da un posizione a un'altra. In quasi tutte le situazioni comunicative bisogna muoversi dal punto dal quale ci si rivolge al pubblico ai propri strumenti, in particolare se si stanno utilizzando sussidi visivi. Cambia la zona dove ti trovi iniziando sempre a camminare con il piede che si trova nella direzione del punto dove devi arrivare.

Impiega tre diverse disposizioni con i sussidi visivi. La posizione 'base' è davanti e al centro. Le altre due collocazioni dovrebbero essere relativamente vicine alla 'base'. Puoi spostarti, per esempio, a destra del leggio e poi alla sua sinistra. Quando ci si trova a parlare su un palco, queste tre posizioni sono chiamate *front centre*, *stage left* e *stage right*. Comunque sia, non metterti mai davanti a nessun materiale di supporto visivo.

Ricorda:

- ➔ Muoverti, cambiare postazione tiene viva l'attenzione;
- ➔ Non iniziare a camminare avanti e indietro se non è necessario;
- ➔ Il tuo modo di camminare dovrebbe ispirare sicurezza;
- ➔ Trova il giusto equilibrio. Non muoverti né troppo lentamente né troppo in fretta;
- ➔ Utilizza le tue braccia e le tue mani. Non tenerle mai in tasca;
- ➔ Dai sostegno a ciò che dici con le braccia e le mani: mostra entusiasmo, rendi più concrete le parole, ma fai attenzione a non dare segnali contraddittori (per es. dire 'alto' e indicare verso il basso).

5 Cos'è che permette che il tuo messaggio rimanga in testa?

Qualunque sia il tuo messaggio, che sia comunicato per mezzo di un discorso o tramite una presentazione, è molto importante che i tuoi materiali siano organizzati attentamente. Può darsi che nella tua presentazione ci siano delle ottime idee; tuttavia, più a lungo e più informazioni fornisci al pubblico, più rischierai che dimentichino proprio quell'ottima idea che avevi avanzato all'inizio.

Eppure alcuni messaggi paiono rimanere in testa, mentre la maggior parte scivola via.

Quali sono i fattori che portano determinate storie a restare memorizzate più a lungo quando le ascolti? Come mai alcune idee appaiono indimenticabili e altre completamente irrilevanti?



Nel corso di studi all'apparenza diversi, i fratelli Heath hanno individuato e spiegato in modo semplice cosa rende i concetti memorabili, e hanno identificato 6 principi essenziali che tutti questi sembrano condividere: l'esser semplici, inaspettati, concreti, credibili, coinvolgenti dal punto di vista emotivo e caratterizzati dalla presenza di racconti.

Scopriremo questi principi, e come avvalercene mentre prepariamo l'argomento della nostra presentazione.

5.1 Semplicità

Se qualunque cosa è importante, allora nulla lo è davvero. Se tutto conta come priorità, allora niente è effettivamente necessario. Bisogna essere irremovibili nel processo di semplificazione – ma non di banalizzazione – del messaggio fino alla sua **essenza**. Individua l'elemento più importante e mostralo agli altri.

Se ci si impegna a sufficienza, qualsiasi idea può essere ridotta al suo significato essenziale. Qual è il punto fondamentale della tua presentazione? Qual è il suo nucleo? Per quale motivo è importante (o dovrebbe esserlo)?



5.2 Effetto sorpresa



Sorprendi le persone! Coglierte inaspettatamente ti garantirà il loro interesse. Però dovrai **stimolare la loro curiosità** per fare in modo che continuino a essere interessate. Il modo migliore per ottenere ciò è far in modo che compaiano dei punti di domanda nel loro bagaglio di conoscenze e poi risolvere questi dubbi.

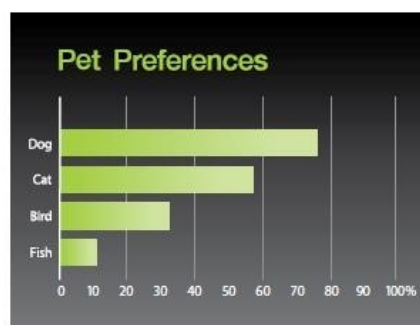


Attira allora la loro attenzione... Fai sì che il pubblico sia attento, accresci il loro interesse, l'idea che non sappiano qualcosa, e poi riempi questo vuoto con il giusto pezzo del puzzle (oppure guidali alla risposta corretta). Conducili lungo un percorso.

5.3 Concretezza

Parla in modo naturale e fornisci esempi tangibili con situazioni reali, non concetti astratti. Utilizza immagini concrete, invece di concetti indefiniti. Esprimendoti in modo pratico aiuti le persone a capirti e a ricordare ciò che dici.

I proverbi sono un ottimo strumento per riportare nozioni astratte a una dimensione concreta, semplice, ma, allo stesso tempo, efficace e facile da memorizzare. Per esempio, l'espressione “prendere due piccioni con una fava” è più tangibile rispetto a dire qualcosa come “lavoreremo con l'obiettivo di massimizzare la nostra produttività aumentando il rendimento in svariati reparti, ecc.”. E la frase “... andremo sulla Luna” di John Fitzgerald Kennedy (e di Ralph Kramden prima di lui)? Ecco, una cosa di questo genere è concreta. Si riesce a figurarsela.



The left slide is effective at communicating the conclusion of the data. The slide on the right shows a comparison of the data.

5.4 Credibilità

La tua esposizione deve fare in modo che il tuo pubblico **creda** e si **trovi d'accordo** con il tuo messaggio.

Se sei già noto nel tuo campo, può essere tu abbia già una certa **credibilità pregressa** (sebbene un elemento come questo al giorno d'oggi non sia efficace come in passato).

Puoi integrare il tuo discorso con **dettagli convincenti**, presentare situazioni che chiunque può ritrovarsi ad affrontare e a dover superare utilizzando ciò che stai dicendo, e pure **elementi verificabili**.

Se devi utilizzare **dati statistici**, rendili **accessibili e concreti**. Nella gran parte dei casi, essi avvalorano il messaggio, non lo costituiscono.



5.5 Coinvolgimento emotivo

Gli esseri umani hanno emozioni. Non è sufficiente che tu li guidi lungo una lista della spesa di argomenti e di informazioni che si trovano sulle tue slide – devi **far sì che provino** qualcosa. Il tuo messaggio dovrebbe **portare le persone a sentirsi coinvolte**. Si può utilizzare la forza dello spirito d'aggregazione per fare in modo che il messaggio si consolidi più fermamente nella visione del pubblico.

Facendo ricorso all'interesse personale o a un senso d'identità di gruppo si può **spingerli ad aderire** al messaggio e ad agire in base ad esso.



5.6 Racconti

Raccontiamo storie tutto il giorno. D'altro canto così gli uomini hanno comunicato da sempre. Narriamo aneddoti con le nostre parole e persino con la nostra arte e la nostra musica. Ci esprimiamo attraverso le storie che diciamo agli altri. Mediante le storie diamo insegnamenti, impariamo e cresciamo.

I racconti catturano la nostra **attenzione** e sono **più semplici da ricordare** di liste di regole. Le persone adorano Hollywood, Bollywood, *How I Met Your Mother*, e vari altri film e serie televisive. Ciò che la parola "storia" porta in sé attira gli uomini.

La tua presentazione dovrebbe **far riflettere** e/o **spingere** le persone **ad agire**. Le storie possono essere fonti d'ispirazione e mettono in scena una trama; mediante i racconti porti le persone a ragionare e a raffigurarsi concretamente ciò che dici mentre spieghi loro le ragioni delle azioni dei vari personaggi. Puoi pure invitare il tuo pubblico a interagire trasmettendogli l'energia necessaria.



5.7 Riepilogo

Quando progetti la struttura del tuo messaggio, utilizza preferibilmente elementi che rimangano impressi... e fai in modo che il tuo audience

- ◆ Presti attenzione (effetto sorpresa)
- ◆ Comprendi e memorizzi (concretezza)
- ◆ Credi e sia d'accordo con ciò che dici (credibilità)
- ◆ Si interessi e sia solidale (coinvolgimento emotivo)
- ◆ Interagisca (racconti)

La semplicità può essere spesso utile e, soprattutto, ti ricorda come parlare e cosa dire.



6 La presenza scenica

Abbiamo parlato di come costruire la narrazione e di come sostenerla attraverso le parole, lo scorrere del discorso e gli effetti visivi. Per ultimo vedremo come perfezionare la presentazione in modo da instaurare un contatto emotivo con il pubblico. Quest'ultimo passaggio è cruciale per chiunque desideri parlare, muoversi e apparire come un leader.

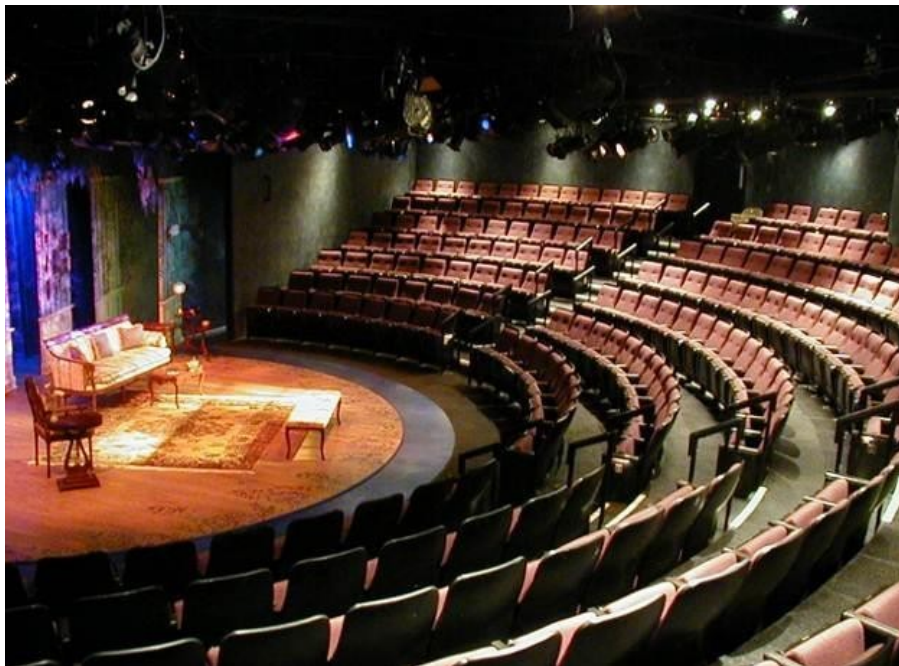
6.1 Abbi padronanza della tua presenza scenica

Il modo in cui dici qualcosa è tanto importante quanto ciò che dici, se non di più. Il linguaggio del corpo e la capacità oratoria sono responsabili di una percentuale che va dal 63% al 90%, in base alla ricerca che si considera, dell'impressione che fai al tuo pubblico.

Fai attenzione a come il tuo corpo comunica. Guarda le persone negli occhi, assumi una posizione che segnali apertura e utilizza la gestualità quando è il momento giusto. Non temere di muovere le tue mani. Vari studi mostrano che avere una buona mimica rifletta un punto di vista articolato e dia agli ascoltatori fiducia in colui/ei che parla.

Modifica il tuo modo di parlare variando l'intonazione, alzando o abbassando la voce, e pure accelerando il ritmo e rallentandolo. Inoltre, fai sì che le tue parole prendano aria. Fermati. Niente è teatrale quanto una pausa ben posizionata.

Filmati. Osserva il modo in cui muovi il corpo e ascolta come parli. Rivedere te stesso in un filmato è il miglior modo per sviluppare le tue abilità comunicative.



6.2 *Appari disinvolto*

Sono pochi gli oratori che ripassano tanto quanto faceva Steve Jobs. Le persone che gli erano vicine sapevano bene quanto tempo impiegasse a prepararsi. Alcuni studiosi hanno scoperto che sono necessarie circa 10.000 ore d'esercizio per padroneggiare una determinata abilità.

Fai pratica, fai pratica e fai pratica ancora. Non dare nulla per certo. Controlla ogni slide, ogni spiegazione, ogni punto fondamentale. Dovresti sapere precisamente cosa dirai, quando lo dirai e come lo dirai.

Filma la tua esposizione. Investi un paio di centinaia di euro in una videocamera e registrati mentre parli. Non c'è bisogno che tu riprenda l'intera presentazione. Già solo i primi cinque minuti ti daranno moltissime informazioni. Identifica movimenti che potrebbero distogliere l'attenzione del pubblico, tic verbali o elementi superflui. Se possibile rivedi la registrazione con qualcun altro.

Utilizza la 'strategia dei secchielli' in modo da essere pronto a domande difficili.

1. **Individua le domande che più facilmente verranno poste.** Hillary Clinton si aspettava una domanda che riguardasse la fondazione del marito e la sua lista di donatori. I suoi oppositori hanno reclamizzato in lungo e in largo la questione, affermando che la sua nomina avrebbe portato a un conflitto di interessi. La Clinton era pure consapevole che pure tutte quelle che al tempo erano 'zone calde' – la striscia di Gaza, l'Iran, l'Iraq, il Pakistan e altre – sarebbero state un facile bersaglio. Per l'amministratore delegato d'una casa automobilistica, le domande più comuni sarebbero sulla falsariga di “Come prevedete di vendere le vostre automobili in quest'economia?” oppure “Il 2009 vedrà solamente un calo per l'industria dell'auto e nient'altro?”
2. **Inserisci le domande in diversi 'secchielli' o categorie.** Può darsi che ci sia solamente un quesito in un secchiello, come nel caso della Fondazione Clinton, oppure che ce ne siano svariati, come nella situazione delle case automobilistiche e dell'economia. L'obiettivo è ridurre il numero di domande per le quali devi tenerti pronto. È inspiegabile, ma secondo la mia esperienza di formazione di migliaia di relatori, la maggior parte delle domande rientra in sette categorie circa.
3. **Idea la migliore risposta possibile per quella specifica categoria.** Questo è essenziale – la risposta deve funzionare qualunque sia la modalità mediante la quale la domanda viene enunciata. Evita di farti trascinare in un dibattito intricato sulla base delle parole usate nella domanda. Per esempio, così ha risposto Hillary Clinton a proposito degli sforzi del marito per la raccolta dei fondi: “Sono molto orgogliosa di essere la candidata eletta del presidente come segretario di Stato, e sono anche molto fiera di ciò che mio marito e la Fondazione Clinton e l'insieme dei lavori che ha intrapreso hanno conseguito”. Avrebbe dato esattamente la stessa risposta a prescindere dal modo con il quale il senatore repubblicano avesse posto la domanda.

4. **Ascolta attentamente la domanda e individua una parola chiave**, un segno che ti aiuti a identificare il secchiello corretto dal quale estrarre la risposta.
5. **Guarda la persona a cui rispondi negli occhi e replica in modo sicuro.**

Scoprirai che la maggior parte delle domande di una lista ricadono in un numero limitato di categorie.



6.3 Indossa un abbigliamento adeguato

Steve Jobs aveva il guardaroba più semplice di tutto il mondo: indossava sempre gli stessi vestiti a tutte le sue presentazioni. Il suo modo di vestire è talmente famoso che perfino “I Simpson” lo hanno preso bonariamente in giro. È questa la ragione per la quale vestirsi in questo modo gli è consentito, mentre per noi seguire il suo esempio potrebbe voler dire un suicidio professionale.

Vestiti come il leader che vorresti essere, non in base alla tua posizione attuale. I grandi leader sono sempre vestiti in modo leggermente migliore di chiunque altro nella stanza. Ricorda: quando Jobs si stava rivolgendo alla banca per ottenere dei finanziamenti, indossava un completo costoso.

I leader migliori hanno un modo di vestirsi un poco più elegante di quello altrui e indossano sempre abiti adatti alla cultura nella quale operano.



6.4 Metti da parte il copione

I grandi oratori interagiscono con il pubblico, non con le loro slide. Mantengono un forte contatto visivo perché si sono esercitati in modo proficuo. Vedremo come far pratica in modo che pure tu possa lasciar da parte il testo scritto.

Non leggere appunti se non in situazioni particolari dove devi necessariamente spiegare qualcosa passo passo, come in una dimostrazione.

Nel caso tu debba per forza leggere degli appunti, scrivi a caratteri larghi non più di tre o quattro punti su un foglietto o un pezzetto di carta. Scrivi un foglietto per ogni slide. Se stai utilizzando lo strumento "Note" in una presentazione Keynote o PowerPoint, non superare i tre o quattro punti. Se riesci a individuarne uno solo è ancora meglio.

Sfrutta le figure presenti nella slide per identificare un solo tema centrale – un solo messaggio primario – per slide. Pensa di seguire una logica del tipo "un argomento, una slide".

Gli attori migliori iniziano a fare le prove mesi prima della serata d'apertura. Le persone nel pubblico se ne andrebbero se vedessero un attore tenere in mano il copione mentre è in scena. Ci aspettiamo che gli attori recitino con naturalezza, non come se avessero imparato a memoria delle battute, sebbene sia esattamente ciò che hanno fatto. Il tuo pubblico si aspetta da te la stessa identica cosa. I seguenti sono 5 step che ti saranno d'aiuto nell'imparare a lasciar da parte ciò che hai scritto per una presentazione.

1. **Redigi il tuo copione scrivendo frasi complete nella sezione "Note" di PowerPoint.** Non devi riesaminarle troppo. Semplicemente esprimi le tue idee sotto forma di frasi compiute. Cerca, in ogni caso, di non superare le quattro o cinque frasi.
2. **Evidenzia o sottolinea la parola chiave di ogni frase, e esercitati con la tua presentazione.** Ripassa ciò che hai scritto senza preoccuparti di incespicare o di dimenticare un punto. Getta uno sguardo sulle parole chiave per rinfrescarti la memoria.
3. **Lascia scritte solo le parole chiave e cancella tutto il resto.** Fai di nuovo pratica con la presentazione, utilizzando solo le parole chiave come promemoria questa volta.
4. **Memorizza il singolo punto fondamentale di ogni slide.** Chiediti "Se dovessi scegliere un singolo elemento, cosa vorrei che rimanesse al pubblico della mia diapositiva?". Le figure presenti nella slide dovrebbero combaciare con questo elemento. In tal modo, le immagini diventano la tua linea guida. Per esempio, quando Steve Jobs parlò del Intel Core 2 Duo come del processore inserito in tutti i MacBook Air, la diapositiva proiettata in quel momento mostrava solo una foto del microprocessore. Il "singolo punto" che desiderava il suo pubblico ricordasse era che Apple aveva costruito un computer ultrasottile senza che il suo rendimento ne risultasse compromesso.
5. **Esercitati a ripetere la presentazione senza appunti, utilizzando solamente le diapositive come guida.** Una volta che completerai questi cinque passaggi, avrai ripassato ogni diapositiva quattro volte, il che è molto più di quanto in media i relatori si impegnano a ripetere una presentazione.

6.5 Divertirti

Purtroppo delle volte le cose non vanno come programmate, per quanto tu possa esserti preparato attentamente. Nulla dovrebbe prenderti alla sprovvista e scoraggiarti, anche perché una componente importante di questo tipo di esercizio è divertirsi!

Considera la presentazione come un *“infotainment”*. Il tuo audience vuole essere intrattenuto e, allo stesso tempo, apprendere nuove informazioni. Certo, non sei un pagliaccio, ma, nonostante ciò, divertiti. Verrà notato.

Non scusarti mai. Hai ben poco da guadagnare richiamando l'attenzione su un problema. Nel caso in cui la presentazione incontri problemi tecnici, ammettilo, sorridi e passa oltre. Se la problematica è evidente solo a te e non agli altri, semplicemente non richiamare l'attenzione su di essa.

Modifica la tua cornice di riferimento. Quando qualcosa non va esattamente come previsto, non hai 'sbagliato', a meno che tu non permetta a ciò di far deragliare il resto della tua presentazione. Tieni sempre presente il quadro generale, divertiti, e lascia che le piccole scivolino via inosservate.



7 Cinque principi fondamentali per una presentazione efficace

7.1 *Tratta il tuo audience nel migliore dei modi*

La persone del pubblico non si sono recate alla tua presentazione per vederti. Sono venute per scoprire cosa puoi fare per loro. Tenere una presentazione di successo significa dare loro una motivazione per aver impiegato il proprio tempo ascoltandoti, fornire degli argomenti che colpiscano le persone, e assicurarti che sia evidente ciò che devono fare.

7.2 *Diffondi idee e fai emozionare le persone*

Siamo nati per dare vita a grandi idee; la parte difficile è portare gli individui a sentirsi coinvolti in ciò in cui crediamo.

Esprimi i tuoi pensieri utilizzando un forte linguaggio visivo in modo da coinvolgere tutti i loro sensi ed essi abbracceranno il tuo messaggio come fosse loro.

7.3 *Aiuta il pubblico a figurarsi ciò che dici*

Le epifanie e altre esperienze così profondamente toccanti prendono vita da momenti di illuminazione. Ragiona come fossi un progettista e guida il tuo audience attraverso i concetti in modo da facilitare, e non da ostacolare, la loro comprensione. Richiama il loro sguardo e non solo il loro udito.

7.4 *Sviluppa il design, non gli orpelli*

Spesso orchestrare l'esperienza visiva della presentazione secondo prassi progettuali ben note, ma sovente ignorate, porta gli spettatori a diffondere il tuo messaggio anche al di fuori del luogo dove l'hai illustrato. Non limitarti a dire delle belle parole. Piuttosto, esponi i dati in modo che ciò che è complesso diventi chiaro.

7.5 *Crea una buona connessione*

Una collegamento significativo fra te, le tue slide e il tuo audience farà sì che le persone entrino in sintonia con l'argomento esposto. Invece di concentrarti su ciò di cui hai bisogno come sostegno visivo, spiega le informazioni in modo che siano il più possibile comprensibili. Ciò che porta in sé l'argomento è già, di per sé, in grado di coinvolgere le persone.

8 Presentazioni di gruppo

Puoi rendere la tua presentazione più dinamica e frizzante lavorando assieme ad altre persone su una presentazione di gruppo. Di seguito trovi alcuni suggerimenti che ti daranno una mano.

- ➔ Prima di iniziare scegliete un 'conduttore'. Il suo compito sarà coordinare e gestire l'organizzazione della presentazione, e assicurarsi che tutti i dati siano stati raccolti, che le mansioni di ogni membro siano chiare, che tutti i punti siano stati affrontati e che chiunque abbia svolto il proprio lavoro.
- ➔ Individuate un tecnico audiovisivo. Questa persona avrà la responsabilità di verificare che tutte le attrezzature che state utilizzando siano al posto giusto e funzionanti. Nel caso qualcosa dovesse presentare dei problemi, suo compito sarà sistemarlo. Se tutto andrà per il verso giusto, il pubblico nemmeno si accorgerà della sua esistenza.
- ➔ Scegliete un 'regista'. Con 'regista' si intende un membro del gruppo che rimane dietro le quinte e che aiuta il gruppo nella presentazione dall'esterno. Può farvi presente se non avete più tempo o se avete perso verve. Può anche gestire le luci e la climatizzazione della stanza, e occuparsi di risolvere vari problemi prima che questi giungano sulla scena. Sua responsabilità sarà pure osservarvi mentre fate le prove e darvi un riscontro.
- ➔ Lavorate il più possibile come una squadra nella fase di preparazione. Cominciate raccogliendo idee fra di voi.
- ➔ Fate pratica, fate pratica, fate pratica... tutti assieme. Fare le prove è ancor più decisivo se lavorate con altri. Fate in modo di darvi feedback l'un l'altro.
- ➔ Datevi il cambio con un altro membro del team ogni sei minuti in modo da rendere la presentazione dinamica.
- ➔ Utilizzate effetti visivi differenti per ogni membro.
- ➔ Potete pure collocarvi in diversi punti nella stanza e scambiare posizione fra di voi, proprio come accade nelle trasmissioni in diretta. Questo vi darà la sensazione che la vostra presentazione si stia muovendo, che stia andando avanti. Il palcoscenico è vostro, usatelo!
- ➔ Quando state facendo una presentazione di gruppo, la parola chiave è "insieme".
- ➔ State molto attenti a ciò che un altro membro del gruppo dice quando sta parlando nel corso della presentazione. Ascoltando il vostro compagno spingete il pubblico a fare la stessa cosa.

9 Ulteriori letture

Se desideri ampliare le tue conoscenze sull'argomento, qui di seguito puoi trovare alcune fonti che sono state utilizzate nella preparazione di questa sessione di formazione.

9.1 Fonti

- Stock.xchng (www.sxc.hu)
- Morgue File (www.morguefile.com)
- Flickr Creative Commons Pool (www.flickr.com/creativecommons)
- Image After (www.imageafter.com)
- Everystockphoto search engine (www.everystockphoto.com)

9.2 Siti web

- <http://publicwords.typepad.com/>
- <http://www.presentationzen.com/>
- <http://blog.duarte.com/>
- <http://TED.com>
- www.slideshare.net/
- <http://www.public-speaking.org/public-speaking-articles.htm>
- <http://www.slideshare.net/cperrone/outsanding-presentations-4351640>
- http://www.youtube.com/watch?v=NFeDe_0wgvU

9.3 Libri

- **Allan Pease** – Body Language
- **Nick Stanton** – Mastering Communication
- **Garr Reynolds** – Presentation zen
- **Nancy Duarte** – Slide:ology
- **Chip & Dan Heath** – Made to stick
- **Jerry Weissman** – Presenting to win: the Art of telling your story
- **Carmine Gallo** – The presentation secrets of Steve Jobs
- **Keith Johnstone** – Improv for Storytellers