

Paolo Pelloni

5 principi guida
per realizzare
e tenere

**presentazioni
persuasive**



*"Questo libro è il miglior inizio per
diventare un presentatore di successo!"*

“Man mano che avanzi in carriera, sei giudicato in base alla capacità di articolare un punto di vista. Quando raggiungi certi livelli dirigenziali, l'abilità nel comunicare un poco meglio è un vantaggio enorme.”

Don Keough – ex presidente della Coca-Cola

Impara i 5 principi guida per presentazioni persuasive

Hara Hachi Bu

Sii te stesso (se non puoi essere Batman)

Parla a tutti i cervelli

L'audience è sovrana

Il visivo è dominante

1

Introduzione

Benvenuto in questo e-book introduttivo.

Sono Paolo e sono appassionato di public speaking! Aiuto le persone a comunicare meglio da quasi 20 anni. Lo faccio con seminari, coaching, video-corsi, presentation design e libri come questo.

Saper parlare in pubblico è una capacità straordinariamente importante per tutti noi: per promuovere le nostre idee, i nostri messaggi e le nostre carriere. Malgrado ciò la grande maggioranza delle presentazioni non sono efficaci, e falliscono nel motivare l'audience ad un'azione. Concordi? Credi che potresti essere più persuasivo quando parli ad una platea? E magari anche più rilassato!

Buone notizie: diventare abili nel fare le presentazioni è alla portata di tutti, anche tua. Nella mia lunga esperienza ho imparato che non esistono regole, o un modello da seguire, per avere successo.

Esistono invece dei principi guida che sono fondamentali per essere efficaci. Non sono complessi o difficili da adottare, ma neanche necessariamente ovvi. Non vengono a noi naturalmente e questo è probabilmente uno dei motivi per cui molti di noi non sono *nati* presentatori efficaci.

diventare abili nel fare
le presentazioni è alla
portata di tutti

In questo libro ti mostrerò 5 principi, 5 linee guida che devi conoscere, ognuna con un esempio di come applicarla. Consigli pratici ed attuabili.

Come ho detto sopra chiunque può farlo e questo libro è un ottimo punto di partenza, quindi *gira la pagina* e diventa anche tu uno straordinario oratore.

2 Cosa c'è nel libro e cosa invece no (batterie non incluse)

Questo è un libro introduttivo per fare presentazioni migliori. C'è molto da dire in merito al parlare in pubblico, o public speaking come si usa dire, e durante i miei seminari e video-corsi copro uno spettro più ampio di argomenti ed in maniera più approfondita. Sebbene questo testo sia breve è un ottimo punto di partenza per imparare e migliorare.

Il fatto è: per motivare l'audience, persuaderla, tenere e scrivere grandi presentazioni non esiste un libro di testo. Intendo dire non c'è una sequenza di passi, o regole, da seguire per diventare un

non c'è una sequenza di passi, o regole, da seguire

oratore efficace. Se guardiamo chi ha successo quando parla in pubblico, possiamo notare delle caratteristiche comuni. Alcuni tratti fondamentali che sono importanti. Ed è proprio questo che il libro copre. Vedremo 5 principi da tenere sempre a memoria, sia quando prepari un intervento, sia quando ti trovi davanti alla platea a presentare.

Nella mia carriera ho tenuto centinaia di corsi ma ho anche assistito a molti di essi. Alcuni sono più didattici, altri molto teorici: non questo libro. Il mio obiettivo non è solo quello di trasferire della conoscenza, ma soprattutto di provocare un cambiamento, per il meglio, del tuo modo di presentare. Per questo motivo oltre a vedere ognuno di questi principi, capiremo perché è importante e come passare dalla teoria alla pratica. Cosa fare subito, per darti un'opportunità di imparare facendo, che è estremamente più efficace, e diventa un apprendimento permanente.

Sono estremamente contento di poter condividere queste idee, c'è da fare per cui iniziamo subito.

3 L'audience è sovrana

Cominciamo da uno dei punti più importanti, se non il più importante in assoluto: l'audience è sovrana. Semplice, per alcuni magari ovvio, ma malgrado ciò spesso trascurato. Peggio ancora, completamente dimenticato.

Cosa significa? Vuol dire che la presentazione non riguarda te (l'oratore), ma loro. Questo è sempre vero, si tratti di un discorso formale, una presentazione di lavoro, un corso di formazione o un'altra situazione. Pensaci: tu sai già di cosa andrai a parlare e sei già persuaso della tua idea. Sono loro che contano!

Per chiarire meglio questo punto prendo a prestito un'ottima analogia da Nancy Duarte. Guarda questi due personaggi molto popolari. Li riconosci? Suggerimento: appartengono alla serie Guerre Stellari. Fra loro due chi pensi rappresenti il tuo ruolo come presentatore?



Se hai risposto Yoda, il maestro jedi, hai centrato il punto! Tu hai la conoscenza, l'esperienza del soggetto che vai a trattare. Loro, il pubblico, sono Luke, l'eroe. Sono quelli che dovrebbero “andare e fare qualcosa” con il messaggio che vuoi trasmettergli: potrebbe essere comportarsi diversamente, pensare in altro modo, comprare qualcosa, riportare le informazioni ad altre persone e così via. Se non c'è azione da parte loro non c'è successo da parte tua.

Come puoi applicare questo concetto? Innanzitutto l'audience è sovrana è uno stato mentale, un principio guida che dovrebbe illuminare ed ispirare ogni azione sia durante la preparazione sia mentre avviene la presentazione. Ecco però un paio di idee pratiche.

Quando concepisci la presentazioni preoccupati che sia articolata perché il pubblico sia al centro e



design your
presentation not to
make you look good,
but your public

loro siano le star del tuo intervento, non tu. Loro devono brillare. Non c'è niente di male se brilli anche tu e, a volte, può essere necessario, soprattutto all'inizio, per guadagnare credibilità. Ma questo è ciò che facciamo già normalmente: ci assicuriamo di fare bella figura, di apparire preparati. L'audience è l'eroe; dedica la tua attenzione non a ciò che è importante per te ma per loro, chiediti cosa li metterà al centro. Cosa davvero interessa loro al punto da motivarli ad un'azione.

Inoltre parla il loro linguaggio, tratta l'argomento perché sia comprensibile a loro, e possibilmente dal loro punto di vista.

C'è un semplicissimo test che può essere di grande aiuto. Quando hai finito di preparare la presentazione, prova a *sederti* nel pubblico pensando di essere uno di loro, non te stesso. Adesso chiediti: mi interessa? Mi riguarda? Dovrei occuparmene? Devo davvero fare qualcosa? Se le risposte sono negative capisci perché e poni rimedio.

Tu dovresti essere, e vorresti essere, il miglior oratore possibile, ma non lo sarai a meno che l'audience non è sovrana.

4 Hara Hachi Bu

Hai mai sentito l'espressione Hara Hachi Bu? Questo principio confuciano non è certo nato in relazione alla comunicazione sebbene possa adattarsi ad essa in maniera egregia. Tradotto grossolanamente significa *mangia fino ad essere 80% pieno*. Non strafogarti, lascia un poco di spazio. Se ci pensi, quando eviti di rimpinzarti lo stomaco troppo, sei soddisfatto del tuo pasto senza contemporaneamente avere quella pesantezza o sonnolenza addosso. Traslato nel mondo delle presentazioni può essere letto: “Non sovraccaricare il tuo pubblico con troppe informazioni”.

Qualcosa di simile lo diceva anche un mio vecchio capo: “Dì loro più di quello che si aspettano, ma meno di quello che vorresti dirgli tu”. Soddisfa le loro aspettative, magari eccedile, ma poi limitati.

dì loro più di quello
che si aspettano, ma
meno di quello che
vorresti dirgli tu

La maggior parte di noi tende a parlare e dire troppo se non applica un po' di autocontrollo. Siamo portati ad aggiungere sempre un qualcosa in più. Ci sono svariate ragioni per cui lo facciamo: amiamo l'argomento di cui parliamo, ci lasciamo trasportare, vogliamo far vedere quanto siamo competenti e così via. Sfortunatamente è una pratica poco efficace vista dal punto

di vista della platea e, lo abbiamo detto prima, l'audience è sovrana! La quantità di informazioni che presentiamo non dovrebbe essere stabilita in base a quanto possiamo dire ma, piuttosto, in funzione di quanto il pubblico possa assorbire confortevolmente. Quindi come puoi applicare Hara Hachi Bu alle tue presentazioni?

Anche questa è una linea guida generale e vi sono più modi di metterla in pratica, vediamo almeno due applicazioni. Primo, il numero di messaggi che vuoi lasciare all'audience: solo un messaggio principale. Se riesci a persuaderli di una idea quello è già un gran successo. Prova a metterne troppe ed è probabile che non si portino a casa nulla di tutto ciò che hai detto. Secondo punto, la gestione del tempo. Hai mezz'ora in agenda per il tuo intervento? Non cercare di comprimere 35 minuti di contenuti, ma invece lascia che 25 minuti possano essere espressi e compresi con agio. Saziali ma lascia loro un po' di energia per far loro il tuo discorso (e magari lasciali con un poco di appetito per saperne di più da te all'occasione successiva).

5 Il visivo è dominante

Viviamo in un mondo *visuale*. La vista è probabilmente il più importante dei nostri sensi e noi umani lo abbiamo sviluppato in maniera incredibile. Si usa dire che “un'immagine vale mille parole” ed è sicuramente vero, si stima che il 90% delle informazioni sensoriali che il nostro cervello elabora siano visive. Non solo la nostra testa processa gli elementi visivi più velocemente (60.000 volte più rapidamente del testo secondo dati della 3M), ma il tasso di memorizzazione aumenta. Ovvero quando riceviamo messaggi in forma visiva li ricordiamo più facilmente. In qualità di oratore vuoi che il tuo pubblico ricordi le idee che hai presentato loro? Allora non dare loro solo parole ma anche immagini a corredo.

Cerca di visualizzare i tuoi concetti con la grafica, si può trattare di immagini, fotografie, mappe, diagrammi, o altro, a seconda del contesto. Renderanno la tua idea più comprensibile, più semplice per te da spiegare e più mnemonica. L'unico vero rischio con i supporti visivi è quello di esagerare. Ancora una volta Hara Hachi Bu, ricordi? Usa solo gli elementi grafici che aiutano a trasferire il tuo messaggio, non usarli per il mero aspetto estetico. Applica il design grafico per comunicare, per aiutare il pubblico a comprendere meglio il tuo messaggio, non per appagare l'occhio o fine a se stesso.

design grafico per
comunicare, non per
appagare l'occhio

Applicare questo principio è abbastanza immediato. Quando prepari una presentazione chiedi: “Quali elementi visivi posso utilizzare per rappresentare questa idea?”. Usa il testo solo quando è strettamente necessario e cerca di utilizzare immagini evocative e semplice da comprendere per il tuo pubblico.

La maggiore parte dei recettori del tuo pubblico sono dediti alla vista. Se tu non li coinvolgi, beh qualcos'altro lo farà, e ciò li distrarrà dal tuo messaggio!

6 Parla a tutti i cervelli

Voglio introdurre un concetto che potrebbe non suonare totalmente nuovo: il lato sinistro del cervello ed il lato destro. È probabile che tu ne abbia già sentito parlare, anche se magari con terminologie diverse.

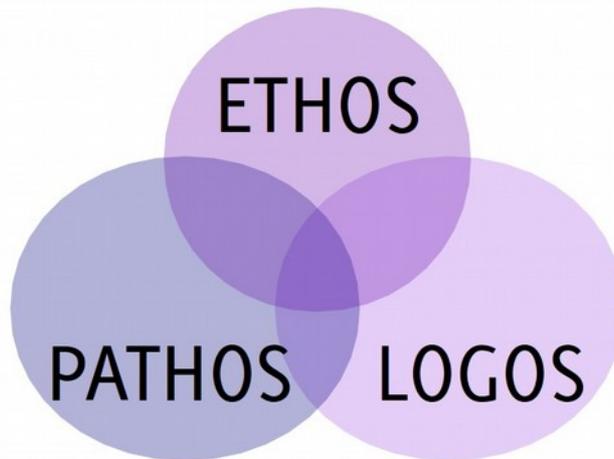
La scienza dice che il tuo cervello (e quello del tuo pubblico!) è diviso in due emisferi ognuno dei quali svolge una serie di compiti specifici e distinti. Sappiamo che l'emisfero sinistro controlla i muscoli sul lato destro del tuo corpo e, viceversa, l'emisfero destro i muscoli sul lato sinistro. Sappiamo anche che il lato sinistro si occupa maggiormente del ragionamento logico mentre l'altro lato ha più a che fare con le informazioni sensoriali e le abilità spaziali. Semplificando il concetto si usa dire che il lato sinistro è quello della logica e quello destro della creatività. La realtà è un po' più complessa ma è una rappresentazione abbastanza veritiera.

Venendo a noi l'aspetto importante è: quando prendiamo delle decisioni non ci affidiamo solo alla logica pura, ma entra in gioco molto di più. Le emozioni ad esempio hanno un ruolo molto importante. Durante le presentazioni noi chiediamo alla nostra platea di prendere delle decisioni, una su tutte: abbracciare la nostra idea. Per questo motivo, per avere successo, è cruciale rivolgerci non a un solo emisfero del cervello del nostro pubblico.

**durante le presentazioni
noi chiediamo alla nostra
platea di prendere delle
decisioni**

Chiaramente lato sinistro e destro è solo una rappresentazione di questo concetto. Se non ti piace puoi pensare al modello dei quattro organi decisionali: il cervello, l'anima, lo stomaco ed i genitali. Un'altra metafora su come prendiamo le decisioni. In questo specifico esempio il cervello rappresenta la logica mentre l'anima concerne più i nostri valori spirituali, chi siamo e chi vogliamo essere. Lo stomaco è la componente emotiva, la parte più istintiva (anche se a volte si dice “a pelle”). Infine i genitali rappresentano i nostri istinti primordiali, basilari e tuttora fondamentali.

Non importa quale di queste analogie vuoi usare, l'importante è ricordare che la sola logica non è sufficiente a motivare all'azione le persone. Quando prepari una presentazione devi tenere a mente tutti gli aspetti e non solo uno. Non è del resto una novità, lo sapevano già gli antichi greci ed è parte della retorica classica: ethos, pathos e logos. Ethos è la credibilità dell'oratore. Logos persuade il pubblico attraverso il ragionamento. Infine pathos è convincere facendo appello alle emozioni.



Come puoi parlare a tutti i cervelli, ovvero come mettere in pratica questo principio?

Inizia già dalla preparazione: non concentrarti unicamente sui contenuti e sul loro flusso logico.

Chiediti: come posso aggiungere una componente emotiva? Quali emozioni sono opportune, quali faranno vibrare una corda nel pubblico? Posso raccontare una storia o una metafora per catturare l'attenzione della platea? Architetta un intervento che parli a tutti i cervelli per così dire.

Quando poi è il momento di tenere la presentazione, metti la tua passione, lascia che le tue emozioni positive fluiscono e ti aiutino a creare un rapporto con l'audience. Non mirare ad un'esposizione fredda e "professionale", non darà alcun beneficio.

Coinvolgili e persuadili a tutti i livelli, logico, emozionale, ed il pubblico risponderà al tuo messaggio.

7 Sii te stesso, (se non puoi essere Batman)

Spesso nelle aspettative dei miei seminari trovo richieste sulla falsariga di “Imparare tecniche per presentazioni efficaci”. All'inizio del workshop esordisco spiegando che purtroppo non esiste un libro di testo del bravo oratore e neanche un modello prefissato da seguire pedissequamente. In realtà è un fatto tutt'altro che sfortunato, anzi, significa che per essere un presentatore efficace non devi cambiare chi sei. Un relatore di successo crea un rapporto con il proprio pubblico, e non riuscirai certo a farlo pretendendo di essere chi non sei.

Ciò non significa che sei già pronto per esprimerti al meglio. La prima cosa da fare è cercare di compiere una valutazione obiettiva di te stesso in qualità di presentatore. In cosa sei bravo? Dove sei meno efficace? Le risposte in questo caso possono essere del tipo: coinvolgimento del pubblico, capacità di spiegare concetti difficili, presentare con le slide, umorismo, discussioni di gruppo, presentazioni informative, uso delle emozioni, sorriso e così via. Non essere troppo critico e neanche troppo accondiscendente, cerca di essere realistico. Se serve puoi sempre confrontarti con altre persone che conoscono e possono valutare le tue capacità nel parlare in pubblico.

progetta il tuo
intervento perché
capitalizzi sulle tue
capacità

Capire i tuoi punti di forza, e debolezza, è molto importante per la preparazione di una presentazione. Progetta il tuo intervento perché capitalizzi sulle tue capacità e possibilmente eviti, o minimizzi, gli aspetti che ti mettono in maggiore difficoltà. Ad esempio, se il tuo punto forte è creare un dialogo con la platea, pianifica perché avvenga, incoraggialo, evita sicuramente di preparare un massiccio set di slide che non lascia spazio all'interazione ed al dibattito. L'umorismo è un'ottima cosa ma, se non ti mette a tuo agio, evitalo.

Poi, quando è il momento di presentare, accresci la tua sicurezza sapendo che stai facendo quello che ti riesce meglio, e dove hai risultati migliori. Infine quando presenti ricordati di essere te stesso, di essere umano, cerca di stabilire una relazione con il pubblico. Se sei troppo rigido, troppo distaccato (troppo *professionale* in un certo senso) sarà molto più difficile entrare in contatto con loro, lascia spazio al tuo vero modo di essere. Le platee lo apprezzano e rispondono di conseguenza. Garr Reynolds, grande fonte di ispirazione, lo chiama *naked presenter* con il significato di spogliarsi di tutte le barriere per avvicinare il pubblico.

Non avere paura di essere naturale, sii te stesso e nessun altro.
A meno che non puoi essere Batman, che è sempre fantastico. :)

8 Ripasso

Siamo quasi al termine ed è il momento di rivedere velocemente i punti che abbiamo trattato.

Come ho detto più volte non esiste un libro di testo da seguire o delle regole metodiche ma ci sono principi che risultano essere fondamentali per presentazioni efficaci. Il primo è che tutto è in funzione dell'audience. Quando prepari una presentazione dedica del tempo a pensare e capire chi sono, cosa già sanno dell'argomento e cosa vorrebbero sentire. Progetta il tuo intervento intorno a loro.

Un altro aspetto da tenere in mente durante la fase di stesura di una presentazione è che il numero di idee ed informazioni che possiamo *riversare* sul pubblico è limitato. Riesamina i tuoi contenuti e decidi cosa davvero è importante e deve essere mantenuto e cosa invece può essere eliminato perché non è necessario a comunicare il tuo punto. Meno è di più, poiché tagliando il superfluo porti tutta l'attenzione sul messaggio centrale della tua presentazione.

il numero di idee ed informazioni che possiamo riversare sul pubblico è limitato

Comunichi al pubblico con tutti i sensi e, di questi, quello visivo è il più importante. Non si tratta solo di come apparire, sebbene anch'esso abbia il suo peso, ma di sfruttare questo senso per comunicare con più efficacia. Cerca di visualizzare le tue idee il più possibile: diventeranno più semplici da afferrare e più memorabili. Inoltre le immagini sono straordinarie per aggiungere al messaggio un aspetto emotivo, il che ci porta al prossimo punto.

Sin dall'alba della retorica è risaputo che per persuadere la platea devi essere credibile, logico e colpire il piano emotivo. Un oratore efficace riesce in tutti e tre gli aspetti, ricordalo quando preparerai la tua prossima presentazione.

Infine, è vero che l'audience è sovrana, ma considera che partecipano per ascoltare te. Tu e nessun altro, perciò sii te stesso. Non metterti una maschera, non cercare di essere troppo serio o asettico per guadagnare in autorevolezza. Cerca piuttosto di entrare umanamente in contatto con l'audience, se lo farai saranno più disposti ad ascoltarti ed ad accettare il tuo messaggio. Una ricetta per un sicuro fallimento è cercare di imitare chi non sei. Ti piace il modo di presentare di Steve Jobs? Ottimo, cerca di capire quali dei suoi tratti sono nelle tue corde e falli diventare tuoi. Integrali con chi sei, il tuo modo di essere, il tuo modo di parlare in pubblico. Assimilali nel tuo stile. Non provare invece di essere lui copiando: non funzionerà!

Tu puoi essere uno straordinario presentatore e questi cinque principi sono un ottimo punto di partenza. Ci sarebbe molto di più da dire, e per quello ho un corso esteso, ma di quello ne parlerò nel prossimo capitolo.

parlare in pubblico
non è una capacità
teorica

Prima però vorrei ricordarti che parlare in pubblico non è una capacità teorica, si impara solo facendolo. Quindi prima cerchi di applicare le idee di cui abbiamo parlato, meglio è. Vedrai che presentando un poco meglio, guadagnerai in sicurezza, la quale a sua volta ti farà presentare più efficacemente e così via per un miglioramento continuo.

Le tue idee si meritano presentazioni migliori: vai, scrivile e tienile!

9 Un'offerta speciale per te

Come detto sin dall'inizio questo è un libro introduttivo alla magnifica arte del parlare in pubblico. Un ottimo punto di partenza e sono certo che sarai un presentatore più efficace già applicando queste linee guida.

C'è molto di più da dire, e più aiuto che posso dare, per questo ho creato un video-corso di oltre 5 ore che copre esaustivamente tutto quello che serve sia per realizzare che per tenere presentazioni persuasive. Contiene un'intera sezione solo sulla preparazione, una sui supporti visivi, una sul coinvolgimento del pubblico, gestione di domande e risposte e altro ancora. Sostanzialmente la mia esperienza in 20 anni di corsi condensata in un corso da usufruire quando vuoi e quante volte vuoi. Normalmente è in vendita a 199 dollari ma per un periodo limitato lo offro ad un prezzo speciale per tutti coloro i quali hanno letto questo libro, fino ad esaurimento dei coupon. Se l'offerta non è ancora scaduta puoi ottenere il corso completo a solo 49 dollari, circa un quarto del prezzo normale. Per farlo segui questo link: www.paolopelloni.it/lim4sqit

Infine vorrei ringraziarti per il tuo interesse per il public speaking, una delle mie grandi passioni ed un'abilità così importante. Se hai tratto beneficio da 5 principi per realizzare e tenere presentazioni persuasive ti invito a spargere la voce, diffondere il libro. Aiuterai altre persone, ed un poco anche me, e di ciò te ne sono grato.

Questo è tutto, spero di vederti in uno dei miei corsi, se puoi usa l'offerta menzionata è davvero conveniente.

Ti auguro il meglio e presentazioni di successo!

Questo ebook è distribuito sotto licenza Creative Commons license by-sa 4.0 Internazionale

La licenza completa è disponibile qui: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format

Adapt — remix, transform, and build upon the material

for any purpose, even commercially.

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:



Attribution — You must give **appropriate credit**, provide a link to the license, and **indicate if changes were made**. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.



ShareAlike — If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the **same license** as the original.

No additional restrictions — You may not apply legal terms or **technological measures** that legally restrict others from doing anything the license permits.

Notices:

You do not have to comply with the license for elements of the material in the public domain or where your use is permitted by an applicable **exception or limitation**.

No warranties are given. The license may not give you all of the permissions necessary for your intended use. For example, other rights such as **publicity, privacy, or moral rights** may limit how you use the material.