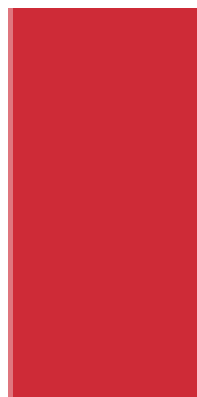
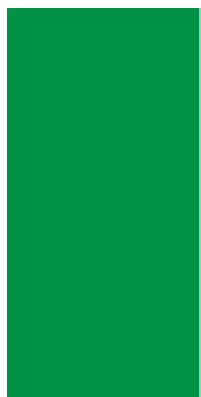


Lalli * *Presentation Seminars*
and your presentation will make a difference!

Presentation Essentials



1

Studenti & Apprendisti *



Benvenuti!



In questo depliant ho raccolto per Voi un paio di consigli preziosi, che Vi aiuteranno a fare una differenza con la Vostra presentazione Business. Sarò grato di approfondire l'argomento con Voi prossimamente in uno dei nostri seminari, Training o Coaching e Vi auguro buon divertimento con la presente lettura.

2

Because we are ONE world !

DR. ROBERTO LALLI DELLE MALEBRANCHE **Lalli * Executive Coaching**

Consigli essenziali per la presentazione business di successo per studenti e apprendisti *

“La cosa veramente grande non è essere questo o quello, ma essere se stessi.”

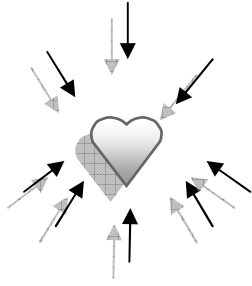
Søren Kierkegaard

Una grande differenza fra i giovani e le persone più anziane è la loro energia e la loro apertura di idee. Durante la nostra gioventù possediamo una buona dose di ambedue. Questa è la buona notizia. Quella meno buona: questa energia quasi sempre la usiamo in modo poco cosciente e focalizzato, forse perché all'inizio della nostra vita non sappiamo ancora esattamente, per chi vogliamo essere presi e per cosa vogliamo batterci.

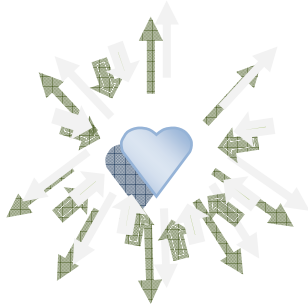
Vi chiederete: “Ma questo cosa c’entra con l’arte di presentare con successo”? C’entra, perché nel momento in ³ cui ci troviamo soli di fronte al nostro pubblico, ci tocca sempre presentare anche noi stessi. E con ogni movimento del nostro corpo, con ogni variazione della nostra voce e con ogni interpretazione della realtà, che portiamo avanti, raccontiamo molte cose su noi stessi, mostriamo agli altri come vediamo noi stessi e il mondo. Ed è questa la ragione, per la quale temiamo il giorno della nostra presentazione: anticipiamo questo nostro essere nudi emotivamente, in una fase della nostra vita, nella quale più che mai cerchiamo significato e nella quale perciò siamo più che mai vulnerabili.

Se vogliamo affrontare questa nostra paura, dobbiamo rinunciare all’istinto di “fuggire” e trovare il coraggio di confrontarci con le piccole e grandi sfide delle quali ogni crescita umana ha bisogno.

Sicuramente amare noi stessi ci aiuterebbe moltissimo a sviluppare amore per il tema della presentazione, per il nostro pubblico e perciò per la sfida che ci troviamo di fronte, ma purtroppo a gran parte di noi manca. Quasi sempre le nostre critiche a noi stessi sono più pesanti di quelle degli sconosciuti più esigenti, e le nostre ansie (esistenziali) quasi sempre traggono la loro forza distruttiva dalla nostra grande paura di venire meno alle nostre proprie aspettative. Perciò quando poi ci troviamo al centro dell’attenzione degli altri, il nostro sentimento non è gioia di potere crescere ed allo stesso tempo arricchire gli altri, ma un sentimento di minaccia imminente.



È questa la ragione per la quale “corriamo” attraverso la nostra presentazione e per la quale siamo contenti, quando finalmente è finita e possiamo ritornare nell’anonimato della massa. Se invece riuscissimo ad essere coscienti della nostra individualità e **ALLO STESSO TEMPO** del nostro nesso con tutti gli altri esseri viventi, potremmo vivere una vita molto diversa - e presentare con più impatto e successo.



Allora potremmo presentare con convinzione ciò che abbiamo “capito”, senza però perdere la nostra apertura verso le interpretazioni della realtà degli altri. A livello non verbale saremmo in grado di esprimerci con una presenza che emana fiducia e che allo stesso tempo controlla lo “spazio” ovvero la sala nella sua totalità, a livello verbale saremmo in grado di usare molti “noi” (invece dei “si”) e di seguire il filo rosso tematico, che sorge da una nostra interpretazione della realtà originale, audace e allo stesso tempo essenziale e chiara.

Ora Vi chiederete come potete arrivare a ciò. Una possibile risposta consiste nell’individuare le dimensioni rilevanti della Vostra presentazione business e delle migliorie che potrete effettuare su queste.

Diamo allora un’occhiata alle dimensioni rilevanti immaginando vicino ad ognuna un semaforo, che indica, se e quanto siete contenti della vostra padronanza attuale di essa:

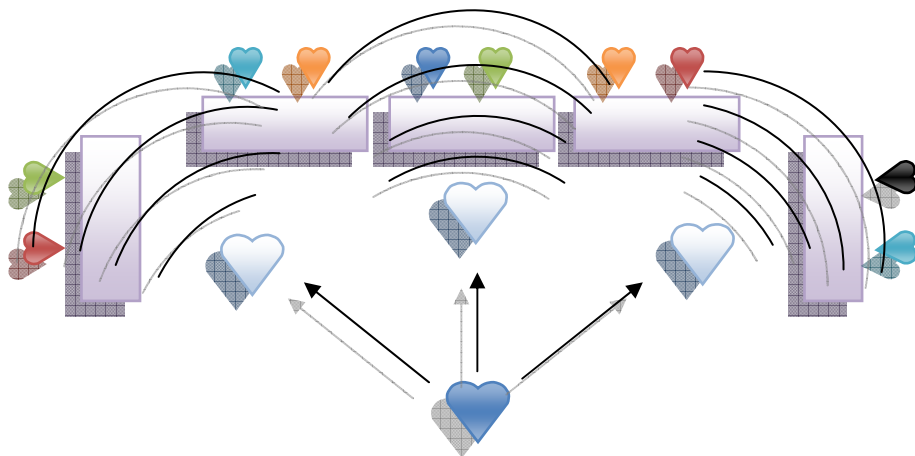


Cosa mostrano i Vostri semafori attualmente? Verde, giallo, oppure rosso? Il Vostro compito consisterà nell'esercitarvi, affinché col tempo tutti i vostri semafori scatteranno al verde. Questo potrà durare settimane, 5 mesi o anni, ma visto che siete giovani, avete ancora un sacco di tempo - e di divertimento - davanti a voi.



E adesso qualche consiglio essenziale riguardo ad ognuna delle dimensioni rilevanti:

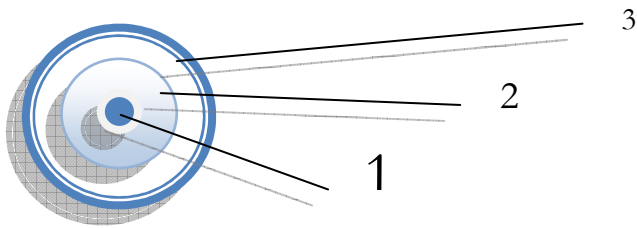
Meglio conoscete il LUOGO ovvero la sala dove si svolgerà la Vostra presentazione e meglio è. Se non la conoscete affatto, andate a vederla qualche giorno prima. Questo comporterà due vantaggi: Potrete visualizzare e anticipare meglio la vostra presentazione ed il successo che riscuoterà, e Vi farete da subito un'idea come "controllare" lo spazio nella sala. Questo lo farete esattamente, come un cantante pop, attraverso i Vostri movimenti nello spazio, "attivando" così a turno tutti i settori del pubblico.



Ovviamente questa padronanza dello spazio necessita la Vostra indipendenza dal computer e dalle diapositive proiettate al muro!

TEMPO: Gran parte delle presentazioni business sono troppo lunghe. Mirate ad una durata fra i 20 e 40 minuti e non di più. Il formato-presentazione *Pecha Kucha* giunto a noi da Tokio, vi servirà da buon esercizio: venti diapositive con una durata fissa di 20 secondi per ogni "slide" (ovvero fotografia, visto che il *Pecha Kucha* usa pochissimo testo), si sommano ad un totale di 6 minuti e 40 per la Vostra presentazione. Provatelo, il *Pecha Kucha* Vi aiuterà moltissimo a individuare il "cuore" della Vostra presentazione e a renderlo più essenziale e convincente visualmente, mettendovi così in grado di usare meno frasi e spreando così il meno possibile la preziosa attenzione del pubblico.

CONTENUTO: Quanto bene riuscirete a trasmettere il Vostro messaggio al pubblico (solo uno, per favore!) dipenderà in gran parte dal grado, nel quale sarà chiaro a Voi stessi. Cosa volete comunicare esattamente al Vostro pubblico, cosa volete che il Vostro pubblico senta, pensi e faccia? E perché ciò che ci fate vedere e sentire ha importanza per noi? ("So what?") Se il "cuore" del vostro messaggio Vi è chiaro oltre ogni dubbio, sarete in grado di tenere la Vostra presentazione in due minuti ("*Pitch* nell'ascensore") oppure in 40. Nella fase preparatoria potete usare il "bersaglio", individuando prima il "cuore" della Vostra presentazione (1), poi i punti che sono importanti, perché aiuteranno il pubblico a comprendere il "cuore"(2) e poi tutto ciò che aumenta ulteriormente la comprensione, ma che potrà - se necessario - anche essere omesso (3).



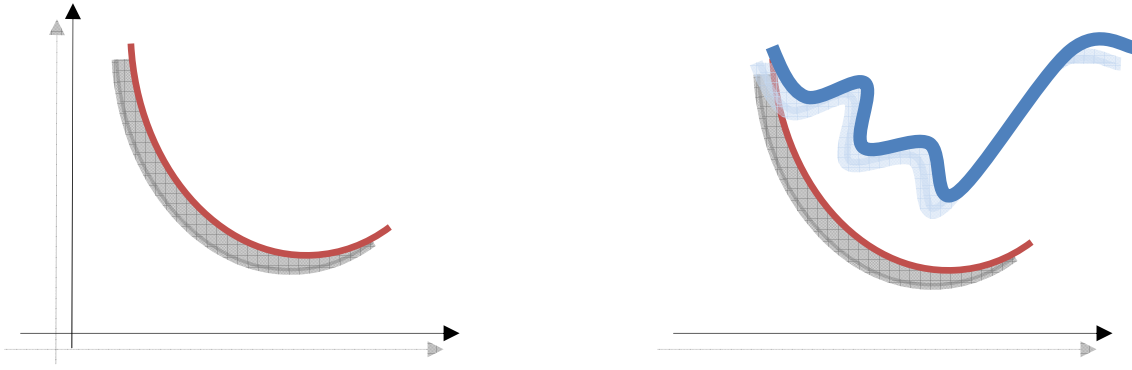
STRUTTURA/ DIDATTICA: Avere raggiunto chiarezza a proposito del proprio messaggio principale non vuol dire automaticamente che sappiate trasmetterlo al pubblico. In questo senso è certamente vantaggioso se conoscete il Vostro pubblico, ovvero le aspettative, i valori e gli interessi della Vostra “audience”. Ma anche in caso contrario una cosa è certa: ogni presentazione ha un inizio, una parte centrale e una fine, e questo Vi aiuterà comunque nella fase preparatoria. A proposito: Non iniziate la Vostra presentazione business con la introduzione della propria persona e posizione nella ditta o con la struttura del tema, ma piuttosto con un buon racconto. Un buon racconto è

concreto avvincente credibile emozionale figurativo

e dovrà contenere (o almeno introdurre) il messaggio centrale della Vostra presentazione. Solo dopo Vi presenterete come persona e darete il benvenuto al Vostro pubblico. Non usate la parola “presentazione” anche se naturalmente di una presentazione si tratta. Meglio entrare subito nel bel mezzo del problema, prodotto oppure risultato, e questo in modo talmente avvincente e concreto, che il Vostro pubblico si dimenticherà da subito, che si tratta di una presentazione business (così come il pubblico di un concerto di pianoforte dopo le prime note si dimentica del pianista e dell’aula e si immerge nella musica). 7

Inoltre farete bene a creare un “Claim”, con il quale potrete riassumere il Vostro messaggio in poche parole, e farete bene ad usarlo almeno tre volte nel corso della Vostra presentazione. Se la Vostra presentazione è lunga, farete bene ad aprire ogni parte logica con un breve annuncio e concluderla con un breve riassunto. Steve Jobs è molto bravo in ambedue le specialità: Il suo “Claim” nella presentazione ufficiale di un nuovo tipo di telefonino era poco modesto, ma ottimo nel riassumere il messaggio centrale, sostenendo che la sua ditta “oggi inventa il telefono un’altra volta”. E la struttura delle sue presentazioni emerge sempre con chiarezza - anche SENZA una diapositiva iniziale che mostra i contenuti.

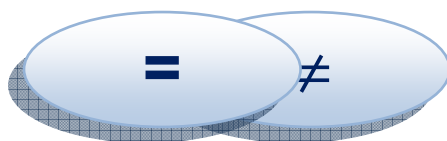
Un ultimo punto, che Vi potrà sembrare una bagatella, ma che in realtà è molto importante: sforzatevi a introdurre la parte conclusiva della Vostra presentazione con la frase “E con questo siamo quasi giunti alla fine” o una frase simile. Con questa semplice frase sarete in grado di aumentare drammaticamente l’attenzione nella sala e di ancorare il riassunto del Vostro messaggio centrale nella memoria del Vostro pubblico. Un piccolo “effetto speciale” alla fine Vi aiuterà in questo proposito: “You start with a bang and you end with a bang!” È importante comunicare alla fine il messaggio centrale un’ultima volta in modo chiaro e convincente e “caricarlo” con un’immagine, una domanda oppure un effetto “forte”.



A proposito, le vostre parole conclusive non dovranno mai essere “Va bene, questo è tutto” o qualcosa di simile. “Grazie per la Vostra gentile attenzione” o una domanda retorica finale, che resti “appesa” nell’aria e continui a “lavorare” nelle teste del pubblico, sono alternative che personalmente ritengo ben più convincenti.

Un’altra cosa a proposito del PUBBLICO: I Vostri spettatori/ ascoltatori devono sempre costituire il centro del Vostro show. Voi non effettuate la Vostra presentazione per Voi stessi oppure per il Vostro Professore o capo, ma per il Vostro pubblico. Il Vostro obiettivo dovrà essere la connessione con le altre persone nella sala, se volete potremmo chiamarla addirittura una “comunione”. Questo necessita da parte Vostra una buona dose di “inclusività” a livello verbale (“Qui vediamo”, “Adesso possiamo capire perché ...”), a livello non verbale (“abbracciare” il pubblico) e riguardo alla struttura della Vostra presentazione (creando e intromettendo “effetti speciali” in ogni parte saliente della Vostra presentazione).

A proposito del LINGUAGGIO: Il Vostro linguaggio non dovrà solamente essere “inclusivo” (usando sempre “noi” e mai “si”), ma anche “attivo” (meno soggetti e più aggettivi e verbi), ovvero consistere in frasi corte, semplici e positive. Dovete parlare delle cose che volete e non evocare le cose che non volete. Non dite perciò: “Metterlo in pratica non sarebbe un problema, e nessuno sarebbe più costretto a fare la coda”, ma: “Metterlo in pratica sarebbe facile, e ognuno di noi sarebbe in grado di pagare e uscire agevolmente”. Tutti noi pensiamo quasi esclusivamente in immagini, e le parole “non”, “nessun” e “mai” non cambiano niente a proposito. Facciamo un piccolo test: Per favore, non pensate per nessuna ragione ad un orso bianco! Avete pensato ad un orso bianco, anche se Vi ho espressamente chiesto di non farlo? Già. Ma ricordatevi: per evocare nelle teste del Vostro pubblico le immagini da Voi volute, non solo dovrete sapere esattamente cosa *non* volete (questo lo sappiamo quasi sempre), ma anche ciò che volete (ed essere coscienti di questo è un’arte).



TECNICA: Da quando il computer e il telefonino sono diventati i nostri compagni di tutti giorni alle volte mi pare di capire che ormai è la tecnica ad usare noi e non viceversa. Anche durante la presentazione è importante che siate Voi a controllare la tecnica, usandola solamente in modo da far diventare più chiaro e convincente il Vostro messaggio. Guai se l'uso della tecnica Vi costringe a restare appiccicati al Vostro "Notebook" (perché non Vi ricordate le vostre diapositive) o Vi porti in tentazione di girarvi tutto il tempo a leggere i dati essenziali proiettati al muro (perché non Vi siete preparati in generale). In questo caso avreste fatto meglio a restare a casa. Ricordatevi sempre: le Vostre diapositive sono semplicemente i Vostri aiuto-commentatori, il loro compito è di *accompagnarvi* durante la Vostra presentazione. Se le Vostre diapositive contengono la Vostra presentazione al completo, Voi come persona diventate superflui. Se le diapositive invece non rispecchiano o addirittura contrastano ciò che presentate di persona, sono loro ad essere superflue.

Il miglior possibile DESIGN per le Vostre diapositive a parere mio consiste in al massimo 20 foto di alta risoluzione con poco testo o numeri sovrapposti e tutto il resto su un apposito "Handout" informativo supplementare per ogni partecipante. Il compito del proiettore non è quello di incollare interi documenti al muro, perciò non create "docupositive". Imparate invece a presentare pochissimi dati con la massima chiarezza, comunicando allo stesso tempo direttamente con le emozioni del vostro pubblico, (senza cadere nella trappola di uno show multimediale senza contenuti però). Al Vostro pubblico piace "toccare con mano" le cose ovvero capirle a livello intellettuale e emozionale (anche se di "cose" nei tempi della società postindustriale sempre più raramente si tratta).

Conoscete il concetto della CORPORATE IDENTITY? Provate ad immaginare Voi stessi come marca (di lusso),⁹ capirete subito a cosa mira il concetto. Cosa Vi rende così piacevolmente (e alle volte anche spiacevolmente) diversi da tutte le altre persone al mondo? E da questo tesoro interno che dovrete alimentare la Vostra presentazione, perché solo se rimarrete sempre e comunque Voi stessi, il Vostro successo (ovvero ciò che Vi succede) Vi porterà del bene. Col passare degli anni dovrete diventare sempre più sicuri di fronte all'eterna domanda, chi volete essere e come volete presentarvi al mondo - in quali abiti, con quali foto, con quale atteggiamento e con quale linguaggio. Mirate a raggiungere armonia e autenticità, ovvero provate ad identificare la Vostra "temperatura base". Se siete un tipo estroverso e divertente esercitatevi in eleganza e "understatement", se invece siete un tipo più riservato, scegliete colori, abiti e dialoghi più "caldi", quando preparate la CI della Vostra presentazione.

La cosa più IMPORTANTE alla fine: Ricordatevi in ogni secondo della Vostra vita, che è una gran bella cosa che ci siete, e che è un gran bene che siete esattamente la persona che siete. Voi siete da sempre perfetti, così come siete nati! Tutte le volte che dovrete presentare qualcosa davanti ad altre persone, dovrete essere coscienti della Vostra bellezza e della Vostra unicità E ALLO STESSO TEMPO del fatto, che comunque tutti noi siamo connessi fra di noi e perciò chiamati a costruire la nostra realtà comune attraverso il dialogo e la discussione reciproca delle nostre idee. Ed è proprio questa nostra capacità di dialogare che possiamo e dobbiamo migliorare.

In questa apparente dualità si nascondono l'eterna bellezza del nostro essere e la nostra movimentata vita alla ricerca della felicità, le due realtà in contrasto fra di loro che però ambedue ci spingono allo sviluppo personale e così verso la creazione di un mondo migliore.



V.i.S.d.P.: Dr. Roberto Lalli, H7, 35 in 68159 Mannheim, Deutschland, Telefon: +49 (0)621 1816974.

© Dr. Roberto Lalli, L a l l i  Executive Coaching, 2012.

Download e stampa di una copia solo per l'uso personale. Tutti i diritti riservati. Riproduzione in qualsiasi forma - anche in parte - solo con permesso dell'autore.

10

Visit www.robortolalli.com 

Because we are ONE world !