

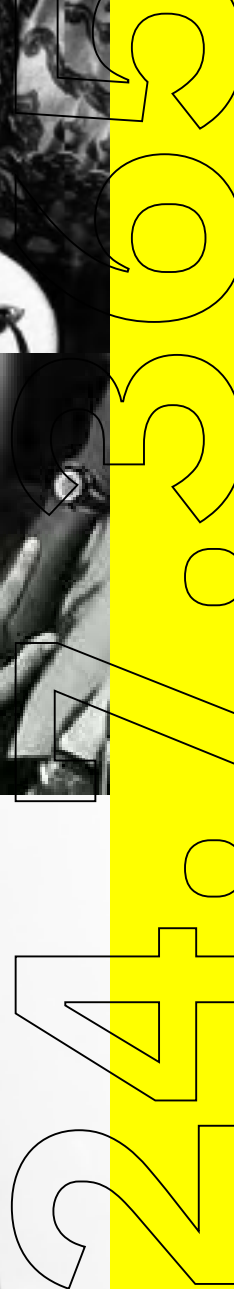


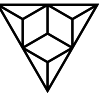
ou vai ou voa

CURSO DE **oratória**

escola Conquer

coragem para
compartilhar
suas ideias





01 ORATÓRIA E VOCÊ

02 CONSCIÊNCIA CORPORAL AUTOPERCEPÇÃO

03 CONHECENDO A VOZ

04 CONTEÚDO I - FALAS QUE ENGAJAM

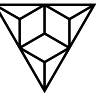
05 CONTEÚDO II - TACADA DE MESTRE

06 HACKS DE VOZ PARA ORATÓRIA

07 USANDO O CORPO A SEU FAVOR

08 ORATÓRIA DO DIA A DIA





NETFLIX

Segundo estudos internos, **a Netflix tem 90 segundos para capturar a atenção do usuário** antes que ele desista e vá fazer outra coisa. Ou seja, é aquele tempo que você passa navegando pelo conteúdo e muitas vezes chega a conclusão de que “não tem nada pra assistir”. Sempre tem, é tudo questão de dar uma amostra certa por meio das imagens e thumbnails.

O cérebro humano consegue processar imagens em meros 13 milissegundos, e a empresa descobriu que elas não apenas se tornaram a maior influência na nossa decisão de assistir algo, como também são responsáveis pelo aumento de 82% de tempo gasto navegando na plataforma. Outro dado interessante é que **cada pessoa leva em média 1.8 segundo para decidir se quer ver ou não determinado título**.

Com esses números em mente, o mais importante trabalho dos departamentos de criação e tecnologia desde 2014 é otimizar como essas imagens ilustram os filmes e séries. **Os cientistas de dados da Netflix usam as estatísticas para alterar cores, emoções, personagens e palavras que aparecem nas fotos**. É por isso que nenhuma Netflix é igual a outra.

Fonte: [<https://www.b9.com.br>].



contar histórias **conecta pessoas.**

ORATÓRIA
MÓDULO 04

CONTEÚDO I - FALAS QUE ENGAJAM



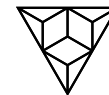
missão da aula



Aprender a utilizar técnicas de **storytelling** para construir seu conteúdo de forma a gerar mais engajamento com o seu público desde os primeiros segundos.



missão



story telling

a história em si

a forma de contar

STORYTELLING: O QUE É E PARA QUE SERVE?

por que storytelling é importante?

porque nós nascemos para ouvir, assistir e sentir.

contar histórias conecta pessoas.

o que a **alma**
realmente deseja
é uma **história**

Joseph Campbell

quando e por que usar histórias?

- > para estruturar a apresentação como um todo;
- > para se conectar com o público já no início;
- > para ilustrar um tema da apresentação;
- > para finalizar de forma inspiradora.

tipos de histórias

- > cronológico
- > ponto de virada
- > superação de um desafio

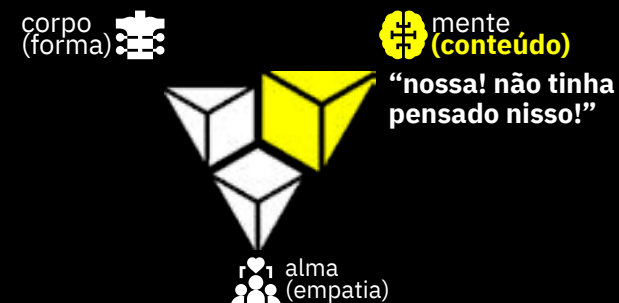
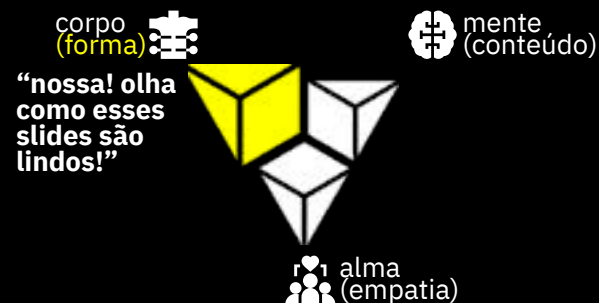


03

elementos

INTRODUÇÃO AO 3X4

1. Corpo - Forma: design, apresentação, sons, cheiros (tudo que é sensorial).
2. Mente - Conteúdo: título e assunto que o aluno vai tratar na apresentação.
3. Alma - Empatia: garantir que o público esteja o tempo todo se conectando com a história.





04

momentos

INTRODUÇÃO AO 3X4



conexão com o público



criação do vilão



solução matadora



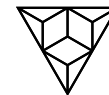
moral da história



os 12 passos da jornada do herói

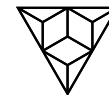






3X4 _a ferramenta para a construção de histórias envolventes

CONTEÚDO	<ul style="list-style-type: none"> > por que as pessoas deveriam me ouvir? > “hoje vamos falar sobre 3 coisas que podem mudar sua percepção sobre...” > “minha jornada começa com...” 	<ul style="list-style-type: none"> > apresentar estatísticas e dar força aos números. > mostrar o que pode acontecer de ruim se não for feito algo a respeito. 	<ul style="list-style-type: none"> > “diante do problema, precisávamos de uma solução revolucionária/diferente...” > “a partir de hoje, apresento a vocês o(a) novo(a) _____”. 	<ul style="list-style-type: none"> > “não esqueçam nunca que ____”.
FORMA	<ul style="list-style-type: none"> > tela inicial atraente e personalizada para o público. > fundo em vídeo ou cinematografia. > música que transmite a energia da história. 	<ul style="list-style-type: none"> > “estourar” os números na tela. > personificar o vilão em alguma imagem/vídeo. 	<ul style="list-style-type: none"> > apresentação simplificada e usual da solução, de um jeito simples, para que todos possam entender. 	<ul style="list-style-type: none"> > criar e destacar na tela um slogan, frase ou imagem que possa ficar na memória.
EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> > “quem nunca teve problemas com...”. > “você está preocupado com o futuro do/da _____?”. 	<ul style="list-style-type: none"> > “temos um inimigo em comum, e ele se chama...”. > “eu também já passei por isso...”. 	<ul style="list-style-type: none"> > trazer histórias pessoais e/ou de pessoas que utilizaram a solução. 	<ul style="list-style-type: none"> > “chegamos aqui _____”. > “aprendemos que _____”. > “a partir de hoje _____”.
SUA HISTÓRIA				



**criar uma conexão
com seu público
é um presente
de mão dupla.**



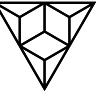
O elemento fundamental de uma apresentação é o **ser humano se conectando a outros seres humanos** de maneira direta e quase vulnerável. Você fica, por assim dizer, nu no palco.

*Chris Anderson,
Curador do TED*



#pulodogato

- > saia do óbvio
- > conheça seu público
- > estereótipos estão fora de moda!



02 perguntas que fazemos automaticamente quando vemos alguém

? posso confiar nessa pessoa

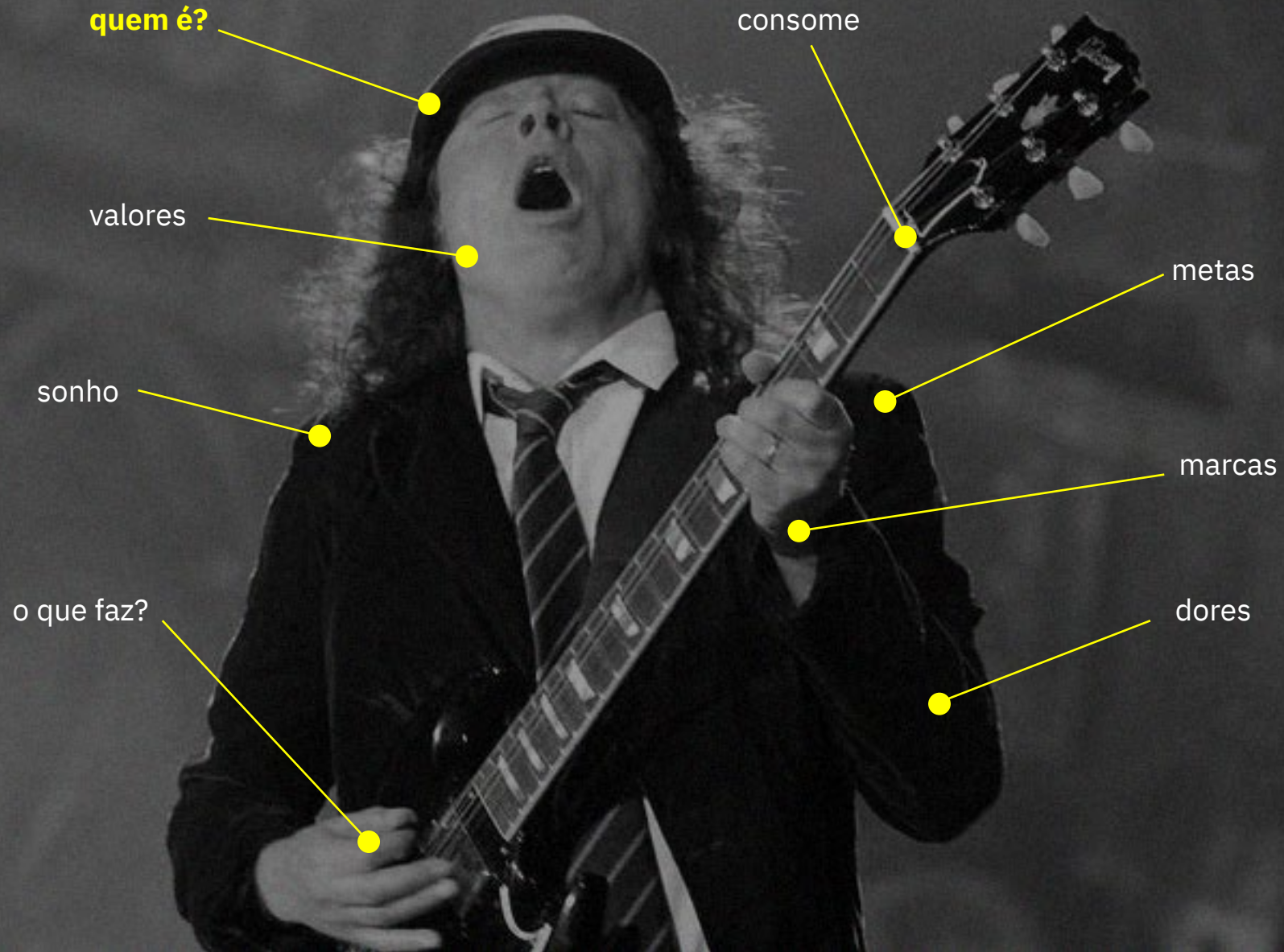
? posso respeitar essa pessoa

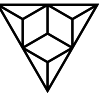
**mos
ndo**



impacto do meu negócio

CONHECENDO E CONECTANDO COM SEU PÚBLICO



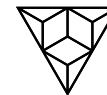


mão na massa

Crie sua **persona**
(avatar)

No quadro da próxima página, você responderá questões sobre sua persona.

Ao terminar, você terá maiores informações para criar uma estratégia mais completa.



hey, conquer

CRIE SUA PERSONA::

ou vai ou voa

quais são seus valores?



idade?

o que ele (a) faz no dia a dia?

onde mora?

quais são suas dores?

onde trabalha?

como meu negócio pode impactar de forma positiva a vida dessa persona?

qual é seu cargo?

fale sobre a educação e personalidade da persona

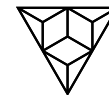
quais são seus medos?

o que ele(a) consome no dia?

qual é seu sonho?

quais são as marcas que costuma consumir?

CONHECENDO E CONECTANDO COM SEU PÚBLICO



um discurso emocionante

faz as pessoas se reconhecerem



ETHOS
credibility



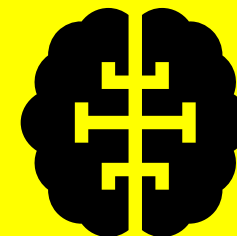
credibilidade

PATHOS
emotion



emoção

LOGOS
logic



lógica

técnicas

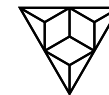
- > humor (pontual);
- > admitir algo sobre você mesmo;
- > utilizar exemplos reais e próximos a você;
- > faça o outro se imaginar na conversa (“você já...”).



vulnerável não
é **dizer tudo o
que pensa.**

vulnerável
não é **contar
tudo para
todo mundo.**

vulnerável
é **aceitar
seus erros** e
compartilhar
com os outros. **é
reconhecer que
não acertamos
sempre.**



apresentação pessoal

5 MINUTOS::

CONHECENDO E CONECTANDO COM SEU PÚBLICO

ou vai ou voa

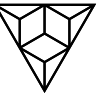
PILAR	O QUE FALAR	O QUE O ALUNO VAI PENSAR
empatia	Sobre sua família, amigos, interesses, esportes que pratica, atividades, animais de estimação, um fato engraçado/curioso sobre você.	“Que legal! Temos bastante coisa em comum. Gostei dele(a), somos parecidos em alguns aspectos.”
credibilidade	Sua posição atual na empresa, experiência profissional quantificada (anos de experiência, quantidade de clientes atendidos), empresas onde já trabalhou e/ou clientes que já atendeu ou impactou.	“Ele(a) é foda! E sabe mesmo do que está falando. Posso confiar que é a pessoa certa para eu ouvir sobre isso.”
jornada do herói (humanidade)	Sua trajetória desenvolvendo essa habilidade. Como começou, erros que cometeu, momentos de superação, aprendizados e como sua carreira se beneficiou com a habilidade.	“Ele(a) também passou pelas dificuldades que eu passo hoje e já cometeu erros parecidos com os meus, então deve entender minha realidade. Portanto, é possível que eu me envolva com esse tema também e me desenvolva, assim como ele(a)”.

escreva::

abertura matadora

- 01 comece pelo fim
- 02 pergunta/interação
- 03 segredo
- 04 impacto

se o conteúdo não disser a que veio já no primeiro momento, as pessoas vão abandonar.





01
02
03
04

comece pelo fim

> “Precisamos de uma revolução na forma como ensinamos nossas crianças.”

> “O modelo tradicional de ensino não funciona mais. E eu gostaria de mostrar o porquê.”

pergunta/interação

> “Quando foi a última vez que você...?”

> “Eu gostaria que levantasse a mão todos aqueles que algum dia já...”

segredo

> “Deixe eu contar um segredo para vocês: eu sou extremamente tímido(a)...”

> “Recentemente, tive a coragem de perceber e assumir um fato da minha própria história que gostaria de compartilhar com vocês...”

impacto

> Imagens/vídeos impactantes;

> Estatísticas marcantes sobre o tema;

> História emotiva sobre o assunto.



##pulo do gato

Recepção calorosa

Comece com confiança;

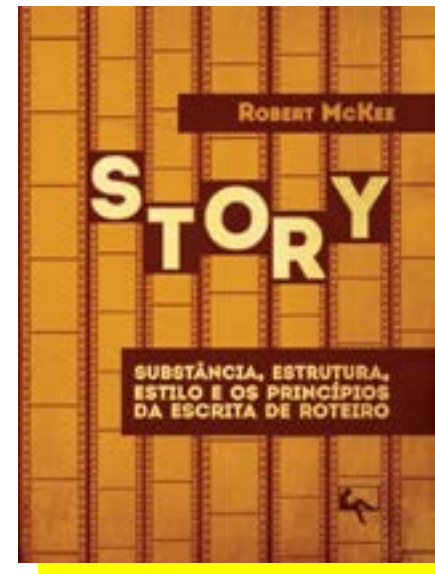
Olhe ao redor;

Olhe nos olhos;

Sorria e cumprimente os convidados.



quero mais ::



TED – A Jornada do herói

www.bit.ly/COR_JORNADADOHEROI

TED sobre Storytelling

www.bit.ly/COR_storytellingTED



#desafio conquer 04

04.A

Grave sua apresentação pessoal conforme o roteiro fornecido na aula. Deixe o celular na vertical para pegar o corpo inteiro. Na sua fala, inclua uma das técnicas de abertura, e lembre-se de utilizar todas as demais técnicas de corpo e voz já vistas até agora no curso. Avalie sua gravação utilizando o Canvas de Oratória.

04.B

Identifique, ao menos, 2 tipos de persona diferentes que você irá apresentar e adapte seus exemplos/ histórias de acordo com a persona. Deixe as histórias escritas e salvas em algum lugar de fácil acesso.





contar histórias
conecta pessoas.

@escolaconquer

ou vai ou voa