

SUPERAPRESENTAÇÕES- COMO VENDER IDEIAS E CONQUISTAR AUDIÊNCIAS

Resumo do Livro

Autores:

Eduardo Adas

Joni Galvao

Resumo feito por:

Jéssica Motta

Salvador

Bahia, Brasil

Junho de 2020

RESUMO

Este resumo tem por finalidade trazer os pontos chaves do livro Superapresentações- COMO VENDER IDEIAS E CONQUISTAR AUDIÊNCIAS, para ajudar estagiários, bolsistas e profissionais do laboratório RoSA (Robótica e Sistemas Autônomos) a construirem apresentações incríveis e venderem suas ideias.

SUMÁRIO

1	PONTOS CHAVES	3
2	CONCEITO DO SISTEMA	11

1 PONTOS CHAVES

- É preciso que o cliente visualize o valor do negócio que você está vendendo;
- Sempre se reinventar;
- Fazer avaliações internas, pesquisa de satisfação dos clientes etc.;
- Fazer as seguintes perguntas: "Usaremos metáforas ou analogias? O ouro será entregue no início ou no final? Quais serão as principais emoções incorporadas a essa história? Que recursos visuais e de linguagem usaremos para impactar a audiência?"
- Equilíbrio entre razão e emoção acompanhada de uma linguagem visual sofisticada a partir de uma visão estratégica da comunicação em apresentações e coerente com o estilo do cliente;
- Conhecer a audiência para preparar uma apresentação para esta, pesquisar no site da empresa, chegar antes do horário para conversar com pessoas e identificar a dinâmica local, fazer perguntas no início da apresentação para identificar se precisa aprofundar em alguns conceitos ou passar rápido por outros ou até mesmo improvisar;
- Necessário criar um vínculo emocional com a audiência;
- A apresentação precisa impactar, encantar e imprimir uma mensagem na audiência até levá-la à ação;
- É a mídia dos 30 segundos;
- A principal maneira de comunicar ideias é através de apresentações;
- O objetivo da apresentação é levar a audiência a aderir algo seja: um produto, um conceito ou mesmo uma mudança de comportamento
- Uma apresentação SOAP (State of the art presentation) é conduzida por uma história coerente, bem estruturada e atraente;
- A história deve revelar uma mensagem principal, valorizá-la e sustentá-la com bons argumentos;
- A mensagem principal deve representar um benefício para a audiência;
- O apoio visual deve reforçar as mensagens presentes no discurso do apresentador;
- SOAP alinha todos os aspectos citados por meio de soluções de comunicação criativas e impactantes;

- Etapas essenciais: 1- Diagnóstico em torno da apresentação; 2- confecção de um roteiro; 3- desenvolvimento de apoio visual e 4- treinamento do apresentador;
- Em apresentações corporativas as histórias não devem roubar o espaço de dados importantes;
- Apresentações para públicos menores costumam ser intimistas, com uma abordagem mais pessoal;
- Para públicos maiores é necessário ter cuidado com dimensões das fontes e das imagens que ilustram os slides para que todos consigam ver o que está neles;
- **Tempo:** palestras e eventos possuem tempo predeterminado, no caso de reuniões perguntar quanto tempo disponível as pessoas têm e verificar se a pessoa essencial para a aprovação do projeto quer detalhamento do projeto ou se será necessário omitir algumas coisas;
- **Apresentador:** o tom da apresentação deverá ser de acordo com o perfil do apresentador: mais sério ou mais desinibido, respeitando sempre o seu perfil;
- A ousadia na apresentação é bem vinda desde que compatível com o perfil do apresentador, se a apresentação ousada não é compatível com este é necessário que treine até que tenha incorporado o roteiro;
- A partir do objetivo identificado que irá brotar o tema da apresentação, aquele que servirá de base para o desenvolvimento de todo o roteiro;
- A apresentação deve mesclar razão, emoção, conteúdo e entretenimento;
- E deve garantir: interesse imediato da audiência, a manutenção da atenção e o entendimento das mensagens;
- O discurso deve ser centrado na audiência;
- **A mensagem principal:** deve trazer benefício para sua audiência (foque nisso);
- **Mensagens de suporte:** sustentam a mensagem principal, dependendo do contexto podem ser positivas ou negativas. Caso estas não estejam a serviço da principal avalie se são mesmo relevantes;
- **Slogan:** título ou chamada da matéria, devido ao destaque este fica na mente da audiência;
- **Estruturação de raciocínio:** a sequência dos slides culminam em determinada conclusão;

- **Inserção do conteúdo:** depois de criar a história é inserido o conteúdo de forma a sustentá-lo (números, dados, casos de sucesso e outras informações relevantes), um conteúdo impactante precisa ser consistente, objetivo e conciso;
- Caso tenha muitos dados para mostrar a audiência e nenhuma história para contar, mande tudo por e-mail;
- No contexto da história dê foco apenas aos números mais importantes, se os números forem vários entregue para a audiência um documento a parte;
- **Adequação da linguagem:** ser conciso e facilitar a compreensão da audiência sem distorções;
- **Direto ao ponto:** revela a mensagem principal nos primeiros minutos, é usado para pessoas que tem agenda atribulada e pouco tempo. Quando a pessoa já conhece o tema a ser tratado e deseja se aprofundar mais no assunto, também quando os ouvintes são sabidamente ansiosos e inquietos, ou quando uma notícia ruim precisa ser revelada (dedicar o tempo a breves justificativas e propostas de reverter o cenário);
- **Metáfora:** usada para audiência leiga e quando há a necessidade de transmitir conceitos técnicos, quando bem empregadas geram identificação entre uma audiência e um tema;
- **Suspense:** usada apenas quando se tem uma boa notícia para dar, uma bonificação, uma vitória diante de uma concorrência;
- **Suspense:** uma imagem divertida ou passagens atraentes no geral cria a expectativa na audiência que o apresentador pode surpreendê-la;
- **Conflito x solução:** chamar a atenção da audiência para determinado problema, envolvê-la nos pormenores e mostrar-lhe uma solução;
- **Humor:** não é contar piadas e sim inserir passagens divertidas, o humor funciona bem com pessoas naturalmente engraçadas, boa alternativa é usar a autoironia, se expor e criar empatia e estreitar a comunicação, se o apresentador não for naturalmente engraçado a solução é usar vídeos ou imagens engraçadas coerentes com o roteiro;
- **Questionamento:** levantar questionamento durante a apresentação gera inquietação mental e corporal;
- **Drama:** depois de revelado o drama o apresentador mostra uma proposta de mudança de abordagem;
- **Tom provocativo:** baseia-se em comentários e questionamentos sobre os pontos fracos da audiência e logo após oferece-se soluções de melhorias;

- A primeira impressão é o gatilho para empatia ou desinteresse;
- A primeira tela deve ter uma imagem, slogan ou até um questionamento que gere expectativa à audiência;
- Três atos da apresentação: **ato 1:** revelar logo ou deixar um ar de suspense sobre o que será tratado; **ato 2:** é 90% do tempo da apresentação deve responder: quem?(ou o quê?), quando? onde? quanto? como? por quê? para quê? **ato 3:** consolida a mensagem principal;
- Foco no que é relevante;
- **Nível de detalhamento:** evitar atirar para todos os lados, ter claro os objetivos em cada transação, para maiores detalhes marque outra reunião ou mande-os por email;
- Informações precisam impactar a audiência;
- Tornando um fato palpável ajuda a audiência a reter a informação;
- Evite se elogiar, dê foco ao produto ou ao projeto, os elogios formulados pela audiência têm muito mais impacto;
- As mensagens visuais e verbais devem ser assertivas não dando margem para outras interpretações;
- Estruture uma agenda da apresentação a partir da identificação dos temas para fragmentar o roteiro. Uso de tela de transição para situar a audiência;
- Decidir o que vai para o slide e o que vai para o discurso, para o slide (imagens, palavras-chaves, ou sentenças breves);
- A fala do apresentador em uma apresentação composta de imagens e palavras-chaves passa confiança e credibilidade ao público;
- Eleja a mensagem que quer passar naquele slide e ilustre-a da melhor maneira;
- A quantidade de slides vai depender de cada apresentador e ele que dita o ritmo de apresentação não a quantidade de slides;
- Fugir de textos grandes independente do contexto ou abordagem;
- Pensar em como quer que a mensagem chegue a audiência e a sequência entre discurso e imagem;
- Cada slide deve ser pensado individualmente;

- O ideal é que os slides possam ser decifrados em no máximo 5 segundos para que o público capte a mensagem principal sem se desconectar do seu discurso;
- Não usar efeitos nos textos, isso irrita o público;
- Escolher as imagens conforme as emoções que se deseja provocar no público. É válido o uso de imagens, ícones, grafismos, montagens;
- Atenção a estética na construção dos slides, o ser humano procura padrões e alinhamentos, as imagens devem estar alinhadas no slide;
- Usar as linhas de orientação visual para colocar as imagens no slide;
- Importante confeccionar um slide de apresentação e uma tela de espera;
- Se achar adequado o apresentador pode mostrar alguns conceitos na introdução e só em seguida revelar o tema e a capa, esta será o desfecho da introdução;
- A tela de descanso é usada antes da apresentação começar e já antecipa a mensagem principal que será passada;
- Usar os bullets points com parcimônia (na exposição da agenda da apresentação, na síntese de pontos que foram abordados anteriormente, para relacionar funções ou características de um produto ou serviço, para rever passos de um projeto);
- Se for necessário ter muitas informações no slide, chame atenção para as informações mais relevantes;
- Deixar os dados extras em documento a parte para ficar em mãos e consultar caso necessário;
- Criar uma identidade visual é importante para associar a marca ou tema, manter uma homogeneidade nos slides;
- Uso de tons que tenham distinção sutis ou cores complementares que causam maior impacto, rosa com verde, laranja com azul;
- Verificar as cores que estão relacionados com o tema ou marca. Ex.: Petrobras apresentações nacionais usa verde e amarelo e nas internacionais azul;
- Fontes: Arial ou Helvetica, Trebuchet ou Century Gothic. Títulos: 20 a 25 e textos corridos 16 a 18, se for uma platéia de mais de 200 pessoas usar 18 como mínimo. Cuidado ao usar letras em maiúsculo para não atrapalhar a leitura de textos;
- **Linhas:** ângulos agudos e pontas: denotam tensão, tecnologia, formalidade; Linhas curvas e suaves: expressam mais leveza e criatividade; Linhas verticais sequenciais:

revelam organização e certa rigidez. Servem para dar ênfase, emoldurar imagens e até delimitar margens;

- O uso de formas fazer o mesmo trabalho das linhas;
- Usar o fundo de página branco ou preto;
- Fuja dos templates e da inserção da logo em todos os slides, acabam por poluir a apresentação;
- Elementos gráficos ajudam a compor a identidade visual dos slides;
- As fotos são âncoras, estímulos externos provocam sensações e emoções ao público, saiba o que quer passar à eles. Conexões positivas são melhores;
- **Foto-objeto:** são fotos recortadas, sem fundo, usada para quem faz apresentação com poucos recursos;
- **Clip-art:** em apresentações corporativas fuja delas, acabam por banalizar a apresentação, e fica difícil surpreender a audiência;
- **Ícones customizados:** não requer grandes habilidades artísticas;
- **Fonte como imagem:** transfere uma mensagem além da verbal, exemplo "reservatórios de água" com letras vazadas que mostrem por trás um volume de água reduzindo gradativamente da primeira à última letra;
- **Desenhos e ilustrações:** quanto mais humanos os desenhos, mais humana a resposta à eles. A combinação dos desenhos feito à mão e no computador ajudam a estruturar uma boa apresentação;
- Depois de estar com o roteiro, slide e mensagem principal prontos é hora de treinar o texto até que tenha se tornado um bom contador de histórias, é importante atentar para o tom de voz e as expressões se quer fazer o público focar em você;
- O apresentador pode começar a introduzir um conceito e daí passar para o slide com essa informação, isso gera suspense, mas para esse timing funcionar é preciso que o apresentador esteja afinado com a apresentação e saiba a sequência de slides;
- Estar atento ao tempo de apresentação, lembrando de deixar tempo reservado a perguntas, atividades e intervalos. Se necessário até levar um alarme no bolso nos 10 a 15 min finais;
- Conheça sua platéia;
- Usar linguagem de bate-papo com os amigos, evitando jargões, clichês e abordagens negativas;

- Dê uma margem para improviso, tenha um pequeno repertório e use conforme feeling em relação a audiência e tempo, contando uma experiência pessoal ou de terceiros;
- **Fala:**
 1. Entonação e melodia: sem variações de entonação fica entediante, mas cuidado para não soar forçado, isso depõe contra você;
 2. Volume: fale de forma a ser ouvido, e varie o volume afim de chamar atenção para alguns trechos, mesmo que esteja usando o microfone;
 3. Clareza: articule bem as palavras;
 4. Ênfase: a ênfase em uma ou outra palavra pode mudar o foco da mensagem;
 5. Pausas: são bem-vindas, usada para respirar, pensar no que vai falar, tempo para o público absorver o que acabou de ser dito e até criar expectativa ao que será dito;
 6. Velocidade do discurso: falas apressadas criam ansiedade e lentas de mais cansaço na audiência;
 7. O tom do discurso: deve estar condizente ao que será dito, indignação não pode ser dita de forma suave, nem demonstrar controle de uma situação em tom desesperador;
 8. Cuide da sua voz: beba bastante água;
- Não force entusiasmo, seja autêntico, conte vivências pessoais relacionadas ao que está sem apresentado isso estreitará o elo com a audiência;
- Foque o olhar na audiência, dê menos atenção aos slides e ao roteiro, estabeleça conexão com esta;
- Uso de apresentador de slide e laser point ajuda na apresentação;
- Ter uma versão elevador da apresentação (ter a versão resumida dos slides no celular) é bem-vinda caso surja oportunidade em um voo ou algo similar;
- Uso de apresentações autoexplicativas são bem-vindas quando se tem repetidos pedidos de demonstração e não têm pessoal suficiente disponível.

2 CONCEITO DO SISTEMA