Presentar los resultados que surgieron de tus datos: Consejos y trucos

Con esta guía, podrás hacer que tu presentación se destaque a medida que explicas la historia que cuentan tus datos. Sigue los consejos que recomendamos en esta guía y la secuencia de diapositivas que incluimos para que tu presentación realmente cautive a tu audiencia. Usa los siguientes consejos y el formato que te brindamos como ejemplo para crear tu presentación.

## Consejo 1: Conoce cuál es tu mejor forma de organizarte

Al igual que con cualquier buena historia, las historias que cuenten tus datos deben tener un buen argumento (tema y organización), un buen diálogo (puntos para conversar) y un final increíble o una gran revelación (resultados y conclusiones). Una forma de organizarte puede incluir, primero, un resumen de lo que analizaste y, después, las tendencias que obtuviste como resultado y posibles áreas para seguir explorando.

Para saber cuál es la mejor forma de organizarte durante tu presentación, siempre ten en mente a tu audiencia. Estas dos preguntas pueden ayudarte a definir cuál es la mejor organización y a crear tu presentación.

### ¿Quién es mi audiencia?

* + Si tu audiencia está conformada, por ejemplo, por ejecutivos, miembros de la junta directiva u otros tipos de gerentes de primera línea, entonces la narración debería ser de alto nivel. Esta audiencia quiere escuchar tu historia, pero quizá no tenga tiempo para escucharla *completa*. Los ejecutivos tienden a enfocarse en cierres que motiven a mejorar, corregir o inventar algo. Tu presentación debería ser breve y deberías dedicar la mayor parte del tiempo a los resultados y las recomendaciones. Consulta uno de los temas que detallamos más adelante: "Consejo 3: finalizar tu presentación".
  + Si tu audiencia de destino son los interesados y gerentes, entonces es posible que haya un poco más de tiempo para contarles cómo llevaste a cabo tu análisis y quizá hasta hagan preguntas más relacionadas con los datos. Ten preparados puntos para conversar sobre los aspectos de tu análisis que te guiaron a tus resultados y conclusiones finales.
  + Si tu audiencia de destino incluye a otros analistas y colaboradores individuales, entonces tienes toda la libertad del mundo (y, probablemente, todo el tiempo del mundo) para ahondar más en los datos, procesos y resultados.

### ¿Cuál es el propósito de mi presentación?

* + Si el objetivo de tu presentación es solicitar o recomendar algo durante el cierre, puedes seguir el formato de una presentación de ventas, en la que cada diapositiva va apuntando al discurso de cierre.
  + Si el objetivo de tu presentación es enfocarte en los resultados de tu análisis, cada diapositiva puede ir armando un camino que lleve a los resultados. Como con Hansel y Gretel, asegúrate de incluir muchas migajas (visualizaciones de los pasos del análisis de datos) para mostrar el camino que hiciste con los datos.
  + Si el objetivo de tu presentación es brindar un reporte que explique el análisis de datos, tus diapositivas deberían resumir claramente tus datos y tus resultados clave. En este caso, está bien que los datos sean la estrella de la presentación o que hablen por sí solos.

## Consejo 2: Prepara puntos para conversar y limita la cantidad de texto que incluyes en tus diapositivas

A medida que vayas armando las diapositivas de tu presentación, prepara algunos **puntos para conversar** (también llamados **notas del presentador**) sobre lo que vas a decir.

No te olvides de que vas a hablar a la vez que la audiencia lee las diapositivas. Si tus diapositivas parecen más un documento que otra cosa, deberías volver a pensar en lo que vas a decir y, así, eliminar algo de texto de las diapositivas. Facilita el trabajo de la audiencia, que tiene que leer las diapositivas por arriba mientras presta atención a lo que dices. En general, deberías seguir la regla de los cinco segundos. La audiencia no debería tardar más de cinco segundos en leer el texto de tu diapositiva.

Otra forma de organizar tu historia de forma orgánica es saber exactamente qué vas a decir a la hora de explicar cada diapositiva de la presentación. Los puntos para conversar te ayudan a evitar pausas incómodas entre temas. Las diapositivas que resumen datos a veces son repetitivas (y aburridas). Si preparas distintos puntos interesantes para conversar sobre los datos, puedes mantener alerta a tu audiencia y enfocada en los datos y su análisis.

## Consejo 3: Finaliza tu presentación

Cuando escalas una montaña, el objetivo es llegar a la cima. Hacer un discurso de cierre o una recomendación al finalizar tu presentación es como llegar a la cima.

* Usa una diapositiva para tu discurso de cierre. Sé claro y conciso. Llevaste a tu audiencia por el camino de tus datos y ahora tienes que reforzarlo con tu discurso. Este es el momento de contarles lo que quieres (recomendación).
* Si quieres recomendar que se haga algo, entonces brinda los pasos a seguir y describe cuál sería, para ti, un resultado exitoso.

## Consejo 4: Deja suficiente tiempo para presentar los datos y que te hagan preguntas

Tienes que asumir de antemano que todos en la audiencia tienen vidas ocupadas. Tu presentación no puede irse por las ramas y tiene que ser lo más breve posible, así que puedes hacer lo siguiente:

* Sé consciente de tu manejo del tiempo. Esto aplica para la cantidad total de diapositivas que incluiste y el tiempo que destinas a cada una.
* Presenta tus datos de forma eficaz. Asegúrate de que cada diapositiva cuente una parte distinta e importante de la historia de tus datos. Si una diapositiva es parecida a alguna otra, entonces quizá quieras combinar la información de ambas.
* Destina suficiente tiempo para preguntas al final o da la posibilidad de responder preguntas durante la presentación.

# Organizarlo todo: el formato de tu presentación con diapositivas

En esta sección, te contamos cómo organizar todo en un ejemplo de formato de presentación con diapositivas.

## Primera diapositiva: Agenda

Brinda una lista exhaustiva con los temas que vas a abarcar y el tiempo que vas a destinar a cada uno. Las normas de todas las empresas son distintas pero, en general, las presentaciones se extienden entre 30 minutos y una hora como máximo.

Aquí hay un ejemplo de una agenda de 30 minutos de duración:

* Presentaciones (4 minutos)
* Resumen del proyecto y objetivos (5 minutos)
* Datos y su análisis (10 minutos)
* Recomendación (3 minutos)
* Pasos materializables (3 minutos)
* Preguntas (5 minutos)

## Segunda diapositiva: Propósito

No todos conocen tu proyecto ni saben por qué es importante. No pasaron las últimas dos semanas pensando en el análisis de los datos ni en los resultados del proyecto como tú. Esta diapositiva resume el propósito de tu proyecto y por qué le incumbe a tu audiencia.

Aquí tienes un ejemplo de una declaración de propósito:

El fortalecimiento del centro de servicio es una iniciativa importante para ahorrar dinero. El objetivo de este proyecto es definir qué repercusión tendría fortalecer el centro de servicio en los tiempos de respuesta a los clientes.

## Tercera diapositiva: Explica la historia que cuentan tus datos

Primero que nada, ten en cuenta que es posible contar la historia de tus datos en una sola diapositiva si resumes la información clave sobre los datos y el análisis. Quizá quieras incluir un apéndice con algunas diapositivas de respaldo que contengan datos o información al final de la presentación.

Pero si eliges contar tu historia con más de una diapositiva, ten en cuenta lo siguiente:

* Por lo general, las diapositivas siguen un orden lógico (principio, cuerpo y final) para contar la historia en su totalidad.
* Cada diapositiva debería presentar la que sigue con un orden lógico. Las indicaciones visuales en las diapositivas o las verbales de tus puntos para conversar deberían explicarle a la audiencia que estás por pasar a la diapositiva que sigue.
* Recuerda no usar demasiado texto en las diapositivas. Si tienes dudas, repasa el segundo consejo, que trata sobre cómo preparar los puntos para conversar y limitar la cantidad de texto en las diapositivas.
* La información de alto nivel que la audiencia lee en las diapositivas no debería ser la misma que tú incluyes en tus puntos para conversar. Debería haber un buen balance entre las dos cosas para que la historia sea buena. No está bueno leer las diapositivas o decir las palabras que ves allí.

¿Quieres agregar más elementos visuales en las diapositivas? Prueba con animaciones. Por ejemplo, podrías hacer lo siguiente:

* Hacer aparecer cada punto de la lista gradualmente a medida que lo explicas en la diapositiva.
* Mostrar solo el elemento visual importante para lo que estás diciendo (hacer desaparecer gradualmente los elementos visuales que no son importantes).
* Usar flechas o globos para apuntar a cierta zona de un elemento visual que estás usando.

## Cuarta diapositiva: Haz el discurso de cierre

Si contaste bien tu historia en las diapositivas anteriores, tu audiencia ya se imagina lo que dirás en el discurso de cierre. En esta parte, puede que recibas muchas preguntas sobre cómo tus datos respaldan tu recomendación. Prepárate para explicar de distintas formas cómo tus datos respaldan tu conclusión o recomendación. Si usas distintas palabras para decir lo mismo, también ayudas a algún miembro de la audiencia que no esté entendiendo esa explicación en particular.

## Quinta diapositiva: Anima a la audiencia con una llamada a la acción

A veces, puedes incluir la llamada a la acción en la diapositiva de discurso de cierre. Pero, si quieres incluir distintas acciones o actividades recomendadas, es mejor que uses una diapositiva para eso.

Volvamos al ejemplo de la declaración de propósito:

El fortalecimiento del centro de servicio es una iniciativa importante para ahorrar dinero. El objetivo de este proyecto es definir qué repercusión tendría fortalecer el centro de servicio en los tiempos de respuesta a los clientes.

Supongamos que, gracias al análisis de datos, descubriste que fortalecer el centro de servicio afecta los tiempos de respuesta a los clientes. Una posible llamada a la acción podría ser examinar si es necesario modificar los procesos para que los tiempos de respuesta a los clientes vuelvan a ser los mismos que antes del fortalecimiento.

# Cierre: Pide opiniones

Después de dar la presentación ante la audiencia, reflexiona sobre cómo contaste la historia de tus datos y cómo puedes obtener opiniones para seguir mejorando. Quizá puedas pedirle a tu gerente o a otro analista de datos que te diga lo que piensa sobre la forma en que contaste la historia o sobre la presentación en general.

Las opiniones de otros siempre nos ayudan a mejorar. Cuando tengas que escribir una nueva historia para tus datos (o una secuela para la que ya contaste), estarás listo para impresionar aún más a la audiencia.