

Cápsula de Formación;
**Comunicación para,
Convencer y Vender!**

Cómo preparar una
presentación eficiente
Cómo Ejecutar esa presentación
Cómo sobrevivir a los asistentes
Y además VENDER!

Adriana Rubio Peris

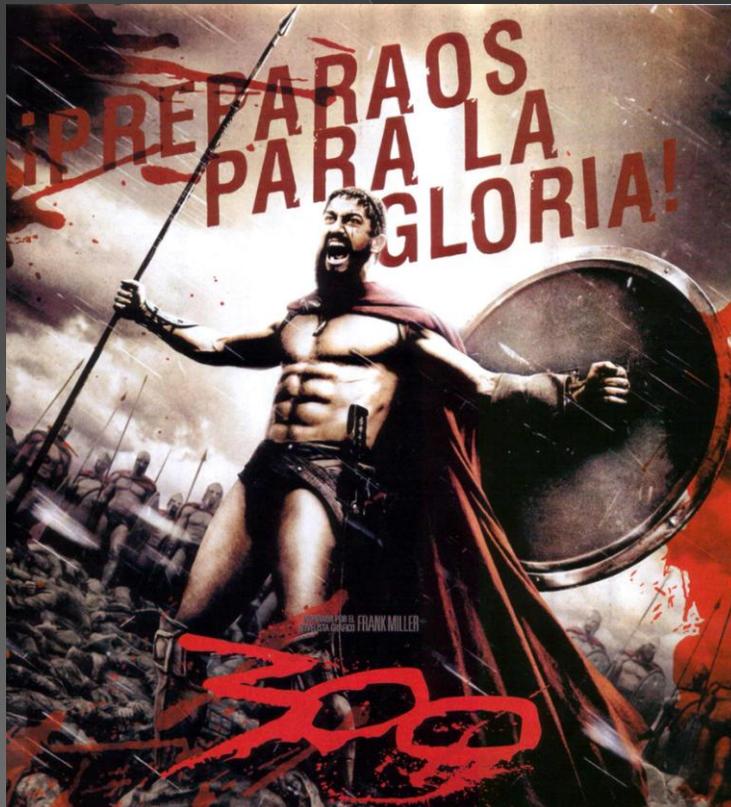
Adriana Rubio Peris @AdrianaRubioP
adriana.rubio.peris@gmail.com
www.adrianarubio.com

Introducción

- ◉ ¿Alguno de vosotr@s ha participado alguna vez en un concurso de deletreo?
- ◉ ¿y en un concurso de debates?
- ◉ Si os hago esas dos preguntas, enseguida qué es lo que se os viene a la cabeza?
 - > Eso se hace en EEUU
- ◉ Y si yo ahora os pregunto ¿algún orador famoso? ¿alguien que impacte cuando habla?
 - > ¿A que también te vienen a la cabeza personajes Americanos.?
- ◉ Pues bien, esto me da que pensar, quizá no sea tan absurdo eso de los concursos de debates o los de deletreo, quizá tengan algún sentido ¿no?
- ◉ Los Estadounidenses acostumbran a sus hijos a superar, a través de esta fórmula, el miedo al ridículo, y el miedo escénico. Dos términos que seguro que hemos oído, o peor VIVIDO!! en más de una ocasión. Pero no sólo sirven para vencer miedos, sino que sirven para desarrollar la mente y la capacidad de improvisación y éstas son las verdaderas claves para convencer al público.
- ◉ No sólo se trata de hacerlo, sino que se trata de hacerlo y convencer! Y para ello hemos de estar seguros de nuestro discurso y de nosotros mismos, y no hemos de tener miedo a “lo que pueda pasar”
- ◉ Pero TRANQUIL@!! Nunca es tarde para aprender, eso sí, recuerda apuntar a tus hijos a concursos de deletreos. Mientras, te dejo unas pautas en ésta cápsula de Conocimiento, patrocinada por el CEEI de Castellón, para que puedas ir practicando.

Introducción

- ◉ Entendemos por presentación, o por “hablar en público”:
 - > Cualquier situación en la que tengamos que exponer, **siendo el centro de atención**, una información de forma y manera que queramos captar la atención del público para que sientan interés por la información que le vamos a presentar.
- ◉ Entendemos por Público;
 - > Cualquier colectivo de personas, grande o pequeño, que me genere ansiedad, mal estar o en definitiva, pocas ganas de ejecutar esa acción.
 - > No existe un número de personas que compongan el “público”, ya sea una reunión de 3 personas o 300. Ya que cada uno de nosotros tenemos el umbral de “ansiedad” a la hora de hablar en público en límites diferentes.



Cómo preparar una presentación

- Existen dos tipos de presentaciones

INFORMATIVA

Introducción:
Presentar tema

Objetivo:
Informar de un tema

Estructura:
Lógica, ordenada.

Comunicación:
Pasiva.

Cierre:
Despedida

PERSUASIVA

Introducción:
Generar Deseo

Objetivo:
Vender

Estructura:
Impactante

Comunicación:
Activa, Feedback.

Cierre:
Venta.

Cómo preparar una presentación

PERSUASIVA

- Siempre has de partir desde el punto de vista de tu audiencia, nunca desde tu propio punto de vista.
- Recuerda que lo importante es que consigas captar el interés del público, sino estás perdido.
- Para preparar una buena presentación, has de recordar un básico; Y es que, **cada público es único y diferente, por lo que no existen dos presentaciones iguales**. Para ello has de pensar siempre cuando vayas a montar tu presentación en:

?	¿Quién va a venir?	Nivel Cultural / Conocimientos del producto o servicio, cuánto saben ya del tema...?
?	¿Por qué?	Objetivo por el cual yo quiero que Estén aquí.
?	¿Qué?	Contenido que les he de dar, y les interesará oír
?	¿Cómo?	Estilo, la voy a hacer más dinámica, más participativa...
?	¿Dónde?	Logística. Muy importante. Conocer el lugar nos puede ayudar a que todo salga bien
?	¿Cuándo?	Hora y duración, No hablar de más, ni hablar de menos. Exprime el tiempo que tienes al máximo.

Cómo preparar una presentación

- A la hora de preparar una presentación por lo tanto, tenemos que tener muy en cuenta el auditorio que va a escucharnos.
- Siempre partiremos nuestra presentación del punto de vista de nuestra audiencia.

- **IMPORTANTE:**

- > ¿Cómo aprendiste a andar?
- > ¿Cómo aprendiste a ir en bicicleta?
- > ¿Cómo aprendiste a nadar?
- > Si las respuestas son:
 - Andando
 - Yendo en bici
 - O nadando,
- > ¿Cómo crees que vas a aprender a hablar en público?
 - CORRECTO! Hablando.
- > Regla de oro:

- **PRACTICA PRACTICA Y PRACTICA**



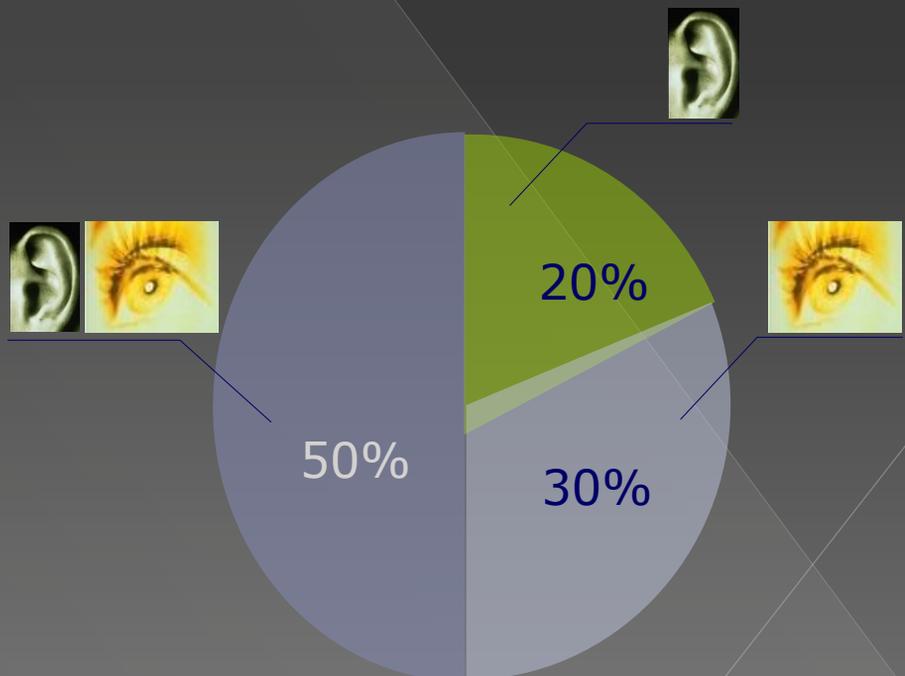
- **Cualquier excusa es buena para practicar, una reunión con amigos, el discurso de navidad, un monólogo del club de la comedia... pero práctica! NO HAY OTRA MANERA DE APRENDER.**

Qué ha de tener una presentación

1. **Imágenes:**

1. Ayudan a entender el mensaje, a reforzar lo que se quiere decir y sobre todo, ayudan a que el público recuerde lo que se quiere decir. Ya que:

- Retenemos un 20% de lo que oímos
- Retenemos un 30% de lo que vemos
- **Recordamos alrededor de un 50% de lo que oímos y vemos**



Qué ha de tener una presentación

2. Comparativas Reales

1. Ayuda a establecer vínculos emocionales con el público. Necesitas llegar a sus emociones, por lo tanto, haz que comprendan lo que les quieres decir a través de cosas que ya conocen.

3. Poca extensión teórica

1. Céntrate en VENTAJAS Y BENEFICIOS de tus productos, o de tus servicios, pero no les cuentes cómo lo consigues, cuéntales qué consiguen ellos.

1. Ejemplo:

1. Esta aspiradora tiene Tecnología Radial Root Cyclone™, Tecnología Ball™. Gira en un punto. Tiene 3 etapas de ciclones y Sistema Telescope Wrap™
2. Esta aspiradora tiene gran capacidad de succión gracias a su tecnología, además es más compacta y pequeña por lo que se guarda en cualquier sitio sin ocupar espacio, tiene el doble de potencia, de este modo termina antes el trabajo y permite llegar a todos los rincones de la casa, porque no pesa

$$CP = C + F + V + B$$

CP = Conocimientos del **producto** o servicio.

C = Características. Descripción de lo que es el producto

F= Funciones que el producto realiza. Es decir, esas características qué funciones hacen.

V = Ventajas. En que características y mejor, en que funciones somos superiores a la competencia.

B = Beneficios. Consecuencia de lo anterior, que beneficios aportamos al cliente, desde la óptica del cliente.

Qué ha de tener una presentación



4. Interacción y preguntas

- > Este punto es muy importante ya que nos puede jugar una mala pasada si no lo tenemos bien preparado o si no somos capaces de controlarlo.
- > Se trata de hacer que el auditorio forme parte de tú proyecto, la mejor manera es hacerlo a través de preguntas. Preguntas retóricas que no requieran contestación o preguntas directas que sí requieran contestación pero con respuesta del tipo Si o No.
 - *¿Alguna vez han pensado en....?*
 - *¿Seguro que alguna vez han...?*
 - *¿Quién no ha pensado en...?*
 - *¿verdad que si?*
 - *Estarán de acuerdo conmigo en que...*
- > PERO CUIDADO!!!
 - Has de ser capaz de dominar al auditorio, nunca dejes que una pregunta se apodere de tu guión. Ten el valor de cortar una interacción larga con frases como:
 - *Disculpe, cómo se llama Usted..*
 - *Muy bien Antonio, perdone que le corte, pero es un tema muy interesante que dejaremos para el final.*
 - Y si tienes un tiempo muy cerrado, no dejes que el público participe, ya que pueden apoderarse de tu tiempo, lanza preguntas, pero no esperes respuesta o puedes perder el control sobre el tiempo. Sólo si tienes tiempo, usa esta herramienta. Te ayudará a mantener la atención de la audiencia, dinamizará la sesión y denotará confianza en ti mismo.

GUIÓN de una Presentación Persuasiva ANSVA

A tención

N ecesidad

S olución

V isualización

A cción

Cuántos de ustedes piensan que, ¿cómo es posible que en pleno SXXI seamos capaces de volar al espacio, y clonar animales y no seamos capaces de inventar aspiradoras más pequeñas, que no hagan ruido y no pesen?

¿Nadie lo ha pensado nunca?

O el extractor de humos, ¿es necesario que haga tanto ruido? ¿qué parece que va a propulsión y nos va a lanzar al espacio

Pues si ustedes son como yo, y piensan que el silencio es un bien muy preciado, tienen que escucharme

Mi nombre es Adriana Rubio y mi empresa es Silence.

Nos dedicamos a la fabricación de electrodoméstico y pequeño electrodoméstico, eficiente, eficaz y sobre todo silencioso.

Les he traído de ejemplo ésta aspiradora, compacta, super absorbente y totalmente silenciosa, que les permitirá pasar la aspiradora los domingos sin miedo a los vecinos.

¿Quieren verlo?

Y para demostrar su eficiencia además les damos 5 años de garantía.

Mi empresa es Silence, www.silence.com, sólo por visitarnos recibirá un obsequio y un 15% de descuento en su compra.

GUIÓN de una Presentación Persuasiva ANSVA

Atención

Necesitamos ser originales, pensar en una manera diferente de presentar nuestro producto o servicio, algo que haga que la gente tenga ganas de escucharnos. Empezar con unas preguntas pueden ayudarnos a centrar el tema y preparar al público para lo que les vas a presentar.

Necesidad

Nuestro producto o servicio, idea o planteamiento ha de ser presentado de forma que satisfaga una necesidad, si no existe esa necesidad, debemos de intentar crearla, a través de las preguntas antes mencionadas. La mejor manera de convencer a alguien es que se den cuenta que "eso" es lo que quieren, aunque hasta ahora no lo sabían.

Solución

Este es el momento en el que realmente desvelamos el producto que tenemos en mente, la idea o el plan de acción que queremos que "nos compren".

Si desvelamos que Bruce Willies está muerto al principio de la película, el final ya no tiene gracia. ¿o no? Por eso, primero captamos la atención de la audidiencia, y luego les contamos la verdad.

Visualización

Ahora es cuando de verdad empezamos con nuestra presentación, ahora es cuando desvelamos la parte más teórica, la forma de trabajar, la forma de actuar etc. Por decirlo de otro modo, éste es el "NÚCLEO" de la presentación. Es el punto más largo de la misma, pero no el de más impacto. Los tres anteriores son los que nos garantizarán el éxito o fracaso de éste punto.

Acción

Concreta qué es lo que quieres de ellos, qué quieres que hagan y cómo quieres que lo hagan. Cierra la venta.

Cómo Comunicar para generar confianza y vender

Se basa en cuatro puntos fundamentales:



Contacto visual



Proyección vocal



Movimiento de manos y
brazos



Movimiento de pies y
caderas



Cómo Comunicar para generar confianza y vender

1. Contacto visual

Los principales problemas que tiene la gente a la hora de hablar en público respecto al punto del contacto visual son; que no se mira a la audiencia, que se mira sólo a una o dos personas, o que se está de espaldas al auditorio.

PROBLEMAS:

- ◉ Que no se establece relación con la audiencia, por lo que, si tu no miras al auditorio ¿Por qué te van a mirar a ti?
- ◉ No se produce feedback, la gente no está atenta a tu mensaje de la misma marea que si hay contacto visual.
- ◉ Se da apariencia de nerviosismo
- ◉ Pensamientos inconexos, puedes despistarte antes mirando al techo, que cuando miras al auditorio.

SOLUCIONES:

- > Establece deliberadamente contacto visual con los miembros de la audiencia, de uno en uno, **NO MIRES SOLO A UNA PERSONA**, es un error muy frecuente.
- > El contacto visual debe durar al menos cinco segundos o hasta finalizar una idea o concepto.
- > Y usa la técnica del abanico, mira al fondo a la izquierda y ve paseando tu mirada hasta llegar al fondo derecha.
- > Mira, si has de elegir, siempre hacia el fondo del auditorio, así los de delante sentirán que también los estás mirando a ellos. Nunca te quedes mirando sólo a las primeras filas, perderás el control del resto de gente.

OBJETIVO

Establecer una comunicación en dos direcciones, que puedan preguntarte y tú preguntar a ellos.

Proyectar una apariencia de control, de confianza y de seguridad

Cómo Comunicar para generar confianza y vender



2. Proyección Vocal

Los principales problemas que tiene la gente a la hora de hablar en público respecto al punto de Proyección vocal son; que no es capaz de transmitir ningún tipo de emoción o sentimiento con las palabras, porque no se oye o no se entiende.

PROBLEMAS:

- **Inaudible:** volumen bajo o pobre articulación
- **Monótono:** falta de inflexión o volumen bajo
- **Dubitativo:** inflexión y tono de voz suenan educados pero faltos de seguridad y persuasión
- **Falta de energía:** volumen bajo
- **Pérdida de atención:** un ritmo demasiado lento y causa agotamiento y pérdida de atención

SOLUCIONES:

- > Proyecta tu voz como si hablaras en una sala de doble tamaño y a un grupo mayor del que en realidad es - la audiencia no creerá que estás gritando sino que sentirá tu entusiasmo
- > Practica leyendo en voz alta y con música! Tienes que conseguir oírte a ti mismo.
- > Practica tu inflexión de voz grabándote a ti mismo, usar monólogos o teatro para darle diferentes entonaciones te pueden ayudar.
- > Consejo: Es mejor hablar rápido para vender que despacio, siempre que se te entienda. De esta manera la gente estará atenta a tu mensaje.

OBJETIVO

Conseguir dar ritmo al tema a tratar, el tono de voz, la velocidad y la respiración son factores muy difíciles de trabajar y son grandes generadores de confianza. El público confía en la gente que habla con seguridad.

Cómo Comunicar para generar confianza y vender



3. Manos y Brazos

Los principales problemas que tiene la gente a la hora de hablar en público respecto al punto de Manos y Brazos es que nadie se da cuenta que tiene brazos hasta que sale delante de un auditorio. En cuanto te enfrentas a él, no sabes qué hacer con los brazos ni donde esconderlos.

PROBLEMAS:

- Brazos sin vida, por ejemplo, dentro de los bolsillos.
- Brazos nerviosos, sobre todo la manos, pueden llegar a apoderarse nuestro discurso. OJO nunca salir con un boli que haga ruido ni con un folio que podamos arrugar.
- Brazos enfadados, en cruz por delante o por detrás de la espalda.

SOLUCIONES:

- > Brazos a los lados, en posición de descanso, puedes salir con un boli bic, pero sin tapa , así tendrás las manos ocupadas y estarás más tranquilo, y no se te caerá la tapa al suelo.
- > Gestos amplios alejados del cuerpo, pero de duración corta.
- > Los gestos pequeños no los verá la audiencia.
- > Los gestos han de acompañar al mensaje, no ir " a su rollo"

OBJETIVO:

Integrar los gestos en una conversación fluida y natural que acompañen y refuercen al mensaje. Conseguiremos:

- Remarcar las palabras y conceptos clave
- Generar y proyectar entusiasmo
- Dar apariencia de control

Cómo Comunicar para generar confianza y vender



4. Pies y Caderas

Los principales problemas que tiene la gente a la hora de hablar en público respecto al punto de Pies y Caderas es que o nos movemos en exceso, o no nos movemos nada.

PROBLEMAS:

- El movimiento de pies produce distracción, al ponente y al público
- Los paseos en exceso, denotan nerviosismo en el orador
- El presentador gesticula menos si mueve sus pies,

SOLUCIONES:

- > Distribuye tu peso en ambos pies, esto evitará que osciles de un lado a otro o que hagas "tics" con los pies.
- > Después de un desplazamiento, vuelve a una postura "sólida", haz pequeños paseos, pero despacio, como si estuvieras viendo escaparates muy muy interesantes y te parases a ver los precios.
- > Mantente a una distancia prudencial del público, pero atrévete a acercarte a ellos, **GENERARAS MUCHA CONFIANZA..**

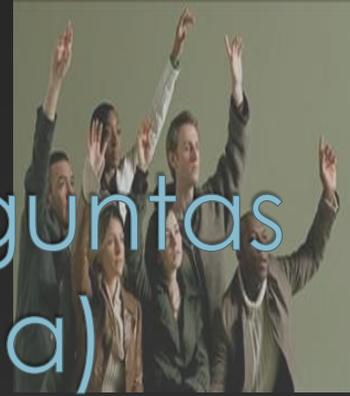
OBJETIVO:

Impresionar.

Recuerda que hay que ser muy valiente para atreverse a salir del atril, o de la mesa y dirigirse al público. Si lo consigues, demostraras que estás seguro de ti mismo, y por lo tanto de tu servicio o producto.

Recuerda que lo primero que compra un clientes, eres tú. Y luego, lo que les quieras ofrecer, pero si a ti no te compran, nunca comprarán tu producto.

Conclusión y Preguntas (Cierre de la venta)



1

Entender la naturaleza de la Objeción, deja que el público hable y asegúrate de entender bien lo que te preguntan.

2

Demostrar que comprendemos su derecho a objetar

3

Responder según sea la objeción

4

Comprobar que se ha resuelto la objeción

La conclusión es como el cierre de la venta, si no dejas todo claro, todas las dudas subsanadas nunca cierras una venta.

Prepara un listado de Preguntas y Respuestas y tenlo siempre a mano, te será muy útil y conforme te vayan saliendo preguntas nuevas, añádelas al listado, eso te ayudará a mejorar el contenido de tu presentación, ya que puede darte pistas sobre lo que realmente quiere saber la gente y quizá no hayas contemplado en tu presentación. Piensa que SIEMPRE que alguien te pregunta algo, es positivo, ya que significa que LE INTERESA lo que has dicho, por lo tanto;
ENHORABUENA

VENDE TÚ IDEA en 5 minutos! Ejercicio práctico.

1. Piensa en cómo obtener la atención de la audiencia
2. Consigue Establecer puentes/Relaciones con la audiencia, para ello has de saber ¿quién va a escucharte?
3. Presentarles la solución
4. Céntrate en describir beneficios/ventajas
5. Cierra el proceso. Diles lo que han de hacer.

5 minutos



ANIMO Y A VENDER!

Adriana Rubio Peris

www.adrianarubio.com

Adriana.rubio.peris@gmail.com

677 25 28 27