

i Quaderni di PharmaStar

A cura del Dr. Giacomo Mason

I LOVE PUBLIC SPEAKING



Perché i Quaderni

I "Quaderni" sono una serie di manuali di agevole lettura e di pratica consultazione dedicati principalmente all'aggiornamento sui vari aspetti della vita di un farmaco, dalla ricerca clinica, agli aspetti regolatori fino alla comunicazione scientifica. Per dare maggiore varietà alla collana, sono anche previsti Quaderni su tematiche legate alla comunicazione e all'organizzazione aziendale.

Si presentano come documenti disponibili come file in formato PDF, **scaricabili gratuitamente** dal sito www.pharmastar.it e con la possibilità di **condividerli facilmente con altre persone attraverso la posta elettronica**.

Scopo dei "Quaderni" è fornire un nuovo servizio informativo ai lettori di PharmaStar, il **giornale on-line sui farmaci**. Se i lettori li giudicheranno utili, potranno contribuire ad aumentare la diffusione del giornale elettronico attraverso il meccanismo del passaparola, il più efficace strumento di marketing e di comunicazione.

ISCRIVITI
A
www.pharmastar.it

MEDICALSTAR

MedicalStar è una casa editrice specializzata nell'informazione sulla salute che privilegia i moderni strumenti di comunicazione, la rete internet innanzitutto. Si rivolge al Medico, al Farmacista, alle Strutture sanitarie pubbliche e private, alle Aziende che operano nel mondo farmaceutico e alle Aziende che producono dispositivi medici e soluzioni per la salute.

La società realizza progetti editoriali efficaci e su misura, tra cui Newsletter cartacee ed elettroniche, Report congressuali, CD ROM e siti internet dedicati a congressi medici, Siti web per progetti clinici, Lavori scientifici tradotti e commentati e molto altro ancora. Tra le realizzazioni si evidenzia **PharmaStar**, il **giornale on-line sui farmaci**, un nuovo strumento informativo composto da Sito internet (www.pharmastar.it) e da una Newsletter elettronica.

MedicalStar può aiutarvi a costruire un progetto informativo, culturale ed educazionale dedicato alla medicina e rivolto al medico, al farmacista e a chi desidera essere aggiornato sulla salute.

LA MEDICINA È LA NOSTRA PASSIONE.

IN VIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGGI

Giacomo Mason

Dopo la laurea in filosofia si è occupato di teoria della comunicazione, in particolare modo di quella legata al mondo professionale. Specializzato nei progetti legati alla gestione degli spazi online ha sviluppato un solida esperienza su tutti gli strumenti legati alla comunicazione, sia tradizionale che digitale.

Alle presentazioni efficaci ha dedicato un libro ("Come si presenta con le slide" - Ed. Tecniche nuove, 2005) e un blog (www.presentazionefficaci.splinder.com). Da più di 4 anni gestisce anche un blog dedicato alla comunicazione in intranet (www.intranetmanagement.splinder.com). Nel 2008 è uscito il suo nuovo libro, scritto a quattro mani con il filosofo Paolo Artuso, dedicato alla comunicazione nelle organizzazioni ("La nuova comunicazione interna", Ed. Franco Angeli, 2008)

Oggi svolge, come libero professionista, attività di formazione e consulenza per enti pubblici e privati su intranet, web writing, Knowledge Management, comunicazione efficace.

giacomo.mason@gmail.com

PERCHÉ TI PUÒ ESSERE UTILE LEGGERE QUESTO QUADERNO

Presentare un progetto, tenere un seminario, intervenire ad una conferenza, partecipare ad un dibattito... Sono tantissime, per un professionista, le occasioni per parlare in pubblico. Momenti che ciascuno affronta a modo suo: a volte con entusiasmo, in qualche caso con terrore, spesso con tecniche "fai da te" apprese sul campo. Che faccia parte della vostra attività abituale o che si presenti come incombenza saltuaria, il "public speaking" è oggi certamente una competenza-chiave per essere convincenti, chiari, efficaci nelle più diverse occasioni. Quante volte abbiamo pensato: "argomento interessante, pessima presentazione", di fronte ad un oratore incerto, noioso o prolisso? E quante volte noi stessi ci siamo sentiti inadeguati di fronte ad una platea, magari senza capire bene il perché?

Questo quaderno vi darà dei consigli per perfezionare il vostro public speaking, gestire al meglio l'ansia, migliorare il vostro stile di comunicazione interpersonale a scopo professionale.

E per trasformare le occasioni nelle quali "vi tocca" parlare in pubblico in momenti utili, piacevoli e ricchi.

E davvero efficaci.



Si va in onda

In quali occasioni avete parlato in pubblico la prima volta?

Potrebbe essere stata una conferenza, una lezione, un meeting professionale, oppure un incontro informale tra addetti ai lavori.

Qualunque sia l'occasione, chi si trova per la prima volta ad affrontare un discorso pubblico a scopo professionale si accorge ben presto che le difficoltà possono essere maggiori del previsto e che non sempre tutto va come deve andare: può capitare che nel corso dell'esposizione il discorso si inceppi, l'ansia cresca, la platea dia segni di nervosismo, si accumulino i tempi morti e le nostre parole non producano gli effetti desiderati.

Questi problemi nascono quando non diamo sufficiente importanza, nella preparazione del nostro discorso, alla sua componente "dal vivo", concentrandoci, magari, unicamente sugli aspetti di contenuto e di sostanza.

La ragione di questa scarsa attenzione è per lo più legata al fatto che nella nostra formazione (scuola, università ecc) siamo stati abituati a sottovalutarla e a considerare il "copione" come l'unico aspetto determinante per una buona comunicazione.

Ma questo, in un discorso pubblico, in genere non è sufficiente.



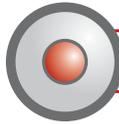


Ecco un breve elenco della cattive abitudini da cui in genere partiamo:

ATTENZIONE
AL PUBBLICO.

ATTENZIONE
DEL PUBBLICO.

- **Eccessivo orientamento al “copione”.** In genere tendiamo a dare troppa importanza a ciò che abbiamo da dire dimenticandoci di quello che abbiamo intorno, ovvero la situazione concreta nella quale stiamo parlando e le persone che abbiamo davanti. Ma se ci concentriamo solo sul copione, se l'unico scopo che abbiamo è leggere imperturbabili ciò che abbiamo scritto, creeremo un invisibile muro tra noi e la platea, che poco alla volta diventerà insuperabile.
- **Scarso rilievo della comunicazione non verbale.** Spesso, nella comunicazione professionale, ci concentriamo unicamente sull'aspetto informativo delle nozioni che vogliamo trasmettere: una volta preparate e strutturate pensiamo che tutto ciò che ci resta da fare sia trasmetterle verbalmente in qualche modo. Tuttavia, chiunque abbia parlato in pubblico almeno una volta sa bene che oltre alle informazioni c'è ben altro: i nostri movimenti, il modo in cui usiamo lo sguardo, le pause, il tono della voce e il modo con il quale ci rapportiamo al pubblico sono determinanti per una buona comunicazione. Nella comunicazione dal vivo gli aspetti informativi diventano secondari rispetto all'esperienza complessiva di comunicazione.
- **Setting inadeguati.** Spesso la comunicazione pubblica avviene in situazioni ad dir poco inadeguate. In lezioni o conferenze ci capita infatti di dover parlare dietro una cattedra, un tavolo riunioni, un palchetto. Questi setting, anche se a prima vista sembrano perfetti, sono in realtà delle vere trappole, poiché non ci permettono di operare in modo soddisfacente: sono adatti a trasmettere la nostra voce, ma tutto il resto viene posto in secondo piano. Possiamo parlare, certo, ma possiamo fare poco altro.
- **Scarsa attenzione ai destinatari.** Quando parliamo in pubblico a volte ci dimentichiamo che stiamo parlando, per l'appunto, ad un pubblico con il quale, che lo vogliamo o no, entreremo in relazione per un tempo definito. La scarsa attenzione alla dimensione “pubblica” del nostro parlare produce in genere due effetti: l'aumento del nostro livello d'ansia (poiché ci troviamo all'improvviso a dover gestire la presenza di altre persone che si aspettano qualcosa da noi), oppure una comunicazione neutra, monocorde e incurante dei feed back della platea, che tende molto in fretta a diventare distante e annoiata. Questi due stati d'animo (ansia eccessiva e indifferenza) sono due lati della stessa medaglia: se vogliamo riuscire a evitarli dobbiamo innanzitutto mettere da parte per un momento le cose che abbiamo da dire, il nostro “copione”, e affrontare a viso aperto il tema del nostro pubblico.



CHI C'È LÌ FUORI?

La prima cosa da capire, quando si affronta un discorso di fronte ad una platea, è che parlare in pubblico significa innanzitutto rivolgersi a qualcuno, e non a noi stessi. In altre parole, la comunicazione in pubblico è un **evento dinamico** nel quale non sono in gioco solo delle informazioni, ma anche delle relazioni tra esseri umani. In questo percorso relazionale e dinamico entreranno in gioco emozioni, contenuti, aspettative, motivazioni, culture, vissuti. Ricordate che questi aspetti sono sempre presenti, anche nelle occasioni più formali o scientifiche dove sembra che gli aspetti informativi siano l'elemento predominante.



Comunicare non è solo “informare”

Anche se le persone sono venute ad ascoltarci perché si aspettano di ricevere informazioni da noi il discorso pubblico resta tuttavia un evento dinamico, nel quale la comunicazione, oltre ad informare, attiva processi emotivi (positivi o negativi). In genere non comunichiamo solo per informare astrattamente una platea, ma anche per convincere, emozionare, insegnare, spingere ad una azione qualcuno. La comunicazione, quindi, è innanzitutto una azione concreta, che orienta un comportamento. E in questa azione i veri protagonisti sono le persone che partecipano. È per questo che, in genere, le migliori occasioni di public speaking sono quelle in cui:

- **vince la spontaneità** (l'oratore è così preparato che può dimenticarsi del copione e adottare un tono colloquiale);
- **vincono i vissuti** (le cose che l'oratore dice sono filtrate dalle sue emozioni, dalla sue storie, dalla sua testimonianza concreta);
- **vince l'orientamento agli altri** (il pubblico diventa il vero protagonista della scena. In genere in questi casi l'oratore non pensa: “come sto andando?” ma: “che sta succedendo in aula?”);
- **vince la relazione** (nessun copione è così importante da fare dimenticare all'oratore chi ha di fronte).

La comunicazione efficace, dunque, tenderà ad adattare il proprio stile e i propri contenuti all'audience. Il buon oratore penserà innanzitutto all'interesse del pubblico (qual è l'utilità per il pubblico di quello che sto dicendo? Quello che dico è adatto alla platea? Quali sono le emozioni che le persone stanno provando in questo momento?) e si regolerà di conseguenza.

Ricordate che, nella comunicazione in pubblico, voi siete solo una parte di un gioco comunicativo più ampio.

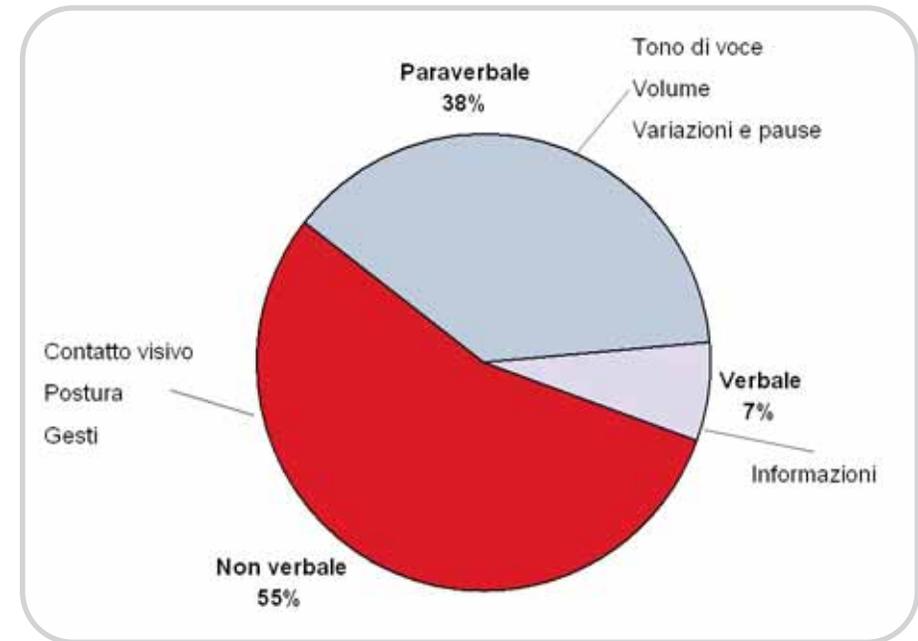


Non solo parole

INFORMAZIONI
E
INTEGRAZIONI

Lo sapevate che il 93% della comunicazione umana è non verbale? In genere siamo abituati a pensare che l'efficacia della comunicazione stia tutta nelle cose che diciamo e nell'originalità delle informazioni che trasmettiamo, ma la realtà è ben diversa. Più precisamente, secondo le ricerche dello psicologo Albert Mehrabian:

- il **55%** dell'efficacia della comunicazione è legato agli aspetti **non verbali** (gesti, postura, contatto visivo tra gli interlocutori);
- il **38%** dell'efficacia della comunicazione è legato agli aspetti **paraverbali** (tono di voce, volume della voce, interiezioni, variazioni e pause);
- il restante **7%** dell'efficacia della comunicazione è legato alle **informazioni** effettivamente trasmesse.



ASPETTI NON VERBALI, ASPETTI PARAVERBALI, ASPETTI INFORMATIVI

Queste percentuali non lasciano molti dubbi: gli elementi che fanno la differenza tra una comunicazione efficace e una deludente passano attraverso l'uso consapevole ed efficace degli aspetti non verbali e paraverbali.

Questo dato ci fa anche capire perché, a volte, la nostra comunicazione risulti inefficace, noiosa o prolissa a dispetto della bontà dei nostri argomenti.

Avevamo per le mani un discorso strabiliante; e allora perché le persone si sono addormentate?



Possiamo essere preparati ed essere in possesso di informazioni preziose, ma l'efficacia della nostra comunicazione resta legata ad aspetti che non hanno niente a che fare con le informazioni, e precisamente:

- il contatto oculare;
- il movimento del corpo;
- la postura;
- i gesti;
- Il volume della voce;
- l'uso della pause;
- il rapporto con gli interlocutori.

Senza il “come”, insomma, non vi è alcun “cosa”.

Ricordate che, mentre parlate, non state solo trasmettendo dei messaggi, ma state lanciando dei segnali, e il significato delle vostre parole ha senso solo all'interno della relazione che stabilite con la vostra platea.



E ricordate che, come scriveva P. Watzlawick, **“non si può non comunicare”**: che lo vogliamo o no il nostro corpo, la nostra voce, i nostri gesti e la nostra postura comunicheranno alla platea molto più di quanto pensiamo. L'unico modo per migliorare, quindi, è prendere consapevolezza di questi potenti strumenti di comunicazione che abbiamo a disposizione e cominciare ad usarli nel modo più efficace.



A me gli occhi

Forse non ci facciamo caso, ma il contatto oculare è la prima e più importante forma di comunicazione non verbale tra le persone. È tramite lo sguardo che attiviamo l'attenzione, ci manteniamo in relazione, condividiamo i nostri stati d'animo, diamo un contesto alle informazioni che trasmettiamo.

Il contatto oculare tra le persone è quindi una componente fondamentale in qualunque forma di comunicazione, a scopo privato o professionale. Provate a pensare a tutte le occasioni nelle quali avete partecipato ad un evento soddisfacente dal punto di vista del coinvolgimento e della comunicazione: potete stare certi che in quelle occasioni avete incontrato un oratore che guardava la platea. Al contrario, quando un oratore evita di guardare le persone a cui si rivolge, l'attenzione della platea, poco alla volta, si dirigerà altrove.



Guardare le persone mentre si parla è quindi la prima regola aurea del public speaking, e occorre una certa esperienza per metterla in pratica nel modo corretto, poiché richiede la capacità di gestire contemporaneamente il canale informativo e il canale “relazionale”, facendoli interagire.

Inoltre, sforzarsi di guardare in faccia i nostri interlocutori può provocare uno stress aggiuntivo, che in taluni casi sentiamo di non poter sostenere.

Tuttavia, paradossalmente, è proprio il lavoro sistematico sullo sguardo che ci permette di abbassare l'ansia e di sintonizzarci sulla platea: fino a che non guardiamo in faccia le persone a cui ci rivolgiamo la platea resterà una massa indistinta e ostile, e il panico non potrà che aumentare.

Al contrario, se vi sforzate di guardare, di volta in volta, le diverse persone a cui vi rivolgete, vi accorgete che la platea non è un muro silenzioso e uniforme, ma è fatta di tante individualità con le quali potete entrare in contatto. Usare lo sguardo, quindi, vi permette di:



- **Mantenere la padronanza della situazione.** Con lo sguardo siamo in grado di tenere sotto controllo le dinamiche che si sviluppano, di capire se c'è qualcosa che non va, se le persone stanno capendo ciò che diciamo, se e quanto sono interessate.
- **Controllare il nervosismo.** In genere siamo nervosi perché troppo concentrati su noi stessi e sulla nostra performance. Guardare gli altri permette di spostare l'attenzione da noi alla platea, diminuendo l'ansia.
- **Migliorare la propria sicurezza.** Guardare la platea permette di acquisire sicurezza poiché ci fa entrare più in sintonia con le persone a cui ci rivolgiamo.
- **Mostrare interesse verso gli interlocutori.** Usare lo sguardo significa, infine, spostare il baricentro dell'interesse da noi alle persone, e aumentare quindi la loro attenzione e il loro coinvolgimento.

Che cosa significa guardare la platea? Fate attenzione a queste semplici regole:

- mentre parlate, fate correre lo sguardo in modo tranquillo su ciascuna persona;
- mentre parlate al pubblico cercate di guardarlo veramente. Vi state rivolgendo a persone con le quali siete realmente in contatto;
- nel caso di una platea vasta, trovate una serie di "zone" della sala alle quali rivolgervi. Le persone avranno comunque l'impressione che vi rivolgiate a ciascuna di loro;
- fissate ogni persona per almeno 2-3 secondi, poi scegliete un altro punto per altri 2-3 secondi, e così via;
- fate in modo che ad ogni contatto visivo possiate dire, reciprocamente, "ci siamo visti!".

È importante che evitate i contatti oculari sbagliati:

- **Non guardare nel vuoto.** Parlare guardando nel vuoto, in un punto indefinito, rende l'oratore distante dal suo pubblico.
- **Non guardare solo una persona.** Cercate di guardare, man mano che procede l'esposizione, tutte le persone e non solo una o due.
- **Non fate lo scanning.** Guardare le persone non significa attraversare con lo sguardo la platea a velocità supersonica. Ricordate che perché il contatto oculare sia significativo lo sguardo deve durare almeno 2 o 3 secondi.
- **Non guardare indietro o in basso.** Cercate di evitare di dare le spalle alla platea o di guardare in basso. Dovreste parlare come se steste conversando con un amico.

Il lavoro sullo sguardo richiede un po' di pratica e non dovete prendervela se all'inizio farete un po' di fatica: cercate di esercitarvi ogni volta che potete e ricordate che il contatto oculare è la chiave per mantenere la relazione con la vostra platea.

UN OCCHIO
DI RIGUARDO



Chi si ferma è perduto

Come abbiamo visto, buona parte della nostra comunicazione passa attraverso il corpo. La postura, i movimenti, i gesti, le espressioni facciali, la vicinanza o la lontananza dai nostri interlocutori costituiscono un canale privilegiato attraverso il quale trasmettiamo informazioni che vanno ad arricchire il nostro discorso. Questi elementi, nella comunicazione in pubblico, sono sempre presenti e dobbiamo essere consapevoli della loro importanza per usarli al meglio.

Muovetevi!

La prima importante regola riguarda il movimento. Ricordate: recitare il proprio copione stando fermi o peggio ancora, stando seduti o arroccati dietro un palchetto o una cattedra è il modo migliore per perdere rapidamente l'attenzione della platea e per sprecare il capitale di energia e comunicazione costituito dal nostro corpo. I migliori oratori, al contrario, fanno in modo di muoversi durante il proprio discorso, percorrendo, durante l'esposizione, tutto lo spazio a disposizione, e avvicinandosi di volta in volta ai diversi partecipanti.

In genere, muoversi produce in modo immediato alcuni effetti benefici:

- **Aiuta a bruciare energia nervosa.** Se siete in ansia, la tendenza istintiva è quella di irrigidirsi, per evitare gaffe. In questo modo, però, tutta la vostra energia nervosa si accumula e non ha modo di esprimersi, se non in modo plateale e incontrollato (tremori, scatti ecc). Al contrario, muoversi aiuta a controllare e a bruciare questo capitale di energia. Muoversi è quindi il modo migliore per fare diminuire l'ansia e acquisire controllo.
- **Focalizza l'attenzione su di voi e non sui vostri materiali (slide).** Muovendovi siete in grado di focalizzare il pubblico su di voi, e quindi di aumentare il grado di attenzione.
- **Permette maggiori modulazioni.** Muovendovi siete in grado di dare enfasi e, più in generale, di accompagnare in modo coerente i vari passaggi del vostro discorso.
- **Tiene alto il livello di attenzione del pubblico.** Muovendovi aumentate l'interesse e l'attenzione del pubblico, evitando che vada fuori sintonia o si distraiga.



Ricordate quindi: è sempre meglio stare in piedi e in movimento. In particolare:

- state il più possibile al centro della sala, in modo da guardare tutti;
- mettetevi in modo da potervi avvicinare o allontanare dalle diverse persone durante il discorso;
- non camminate troppo velocemente, ma quel tanto che basta a permettere alla platea di seguirvi;
- usate tutto il corpo, e non solo una mano.

Anche in questo caso, come per il contatto oculare, è necessario un po' di allenamento, poiché il nostro istinto ci direbbe di restare fermi proprio nel momento in cui è invece necessario muoverci. Inoltre, fate attenzione ad alcuni possibili rischi e ai movimenti sbagliati. È sbagliato, ad esempio:

- camminare velocemente avanti e indietro senza guardare il pubblico;
- tenere le mani in tasca, come in un gesto di ostentata disinvoltura;
- usare solo una parte del corpo, tipicamente una mano, immobilizzando il resto;
- ogni tanto fermatevi, in modo coerente con l'andamento del discorso.

Oratore e schermo

Ricordatevi che il rapporto con il pubblico si basa sul contatto visivo: cercate quindi di non dare mai le spalle alla platea. Se proiettate dei materiali, evitate di girarvi e sbracciarvi toccando lo schermo. Citate il dato guardando la platea, dicendo, ad esempio: “la colonna verde evidenzia...”.

Parlate il più possibile vicino allo schermo, in modo da evitare che il pubblico sia in dubbio se seguire voi o le slide. Cercate quindi di restare vicini allo schermo quando commentate le slide e ogni volta che vi riferite ad esse. Per il resto del tempo, potete invece muovervi più liberamente.



Il valore di un gesto

In genere, chi è alle prime armi nella comunicazione in pubblico tende a ignorare la dimensione gestuale, per concentrarsi magari sugli aspetti meramente verbali e discorsivi. Questo avviene in special modo se l'evento provoca ansia o nervosismo. Tuttavia la gestualità fa parte del nostro registro comunicativo di esseri umani, e in genere non esitiamo a farne uso nelle occasioni informali.

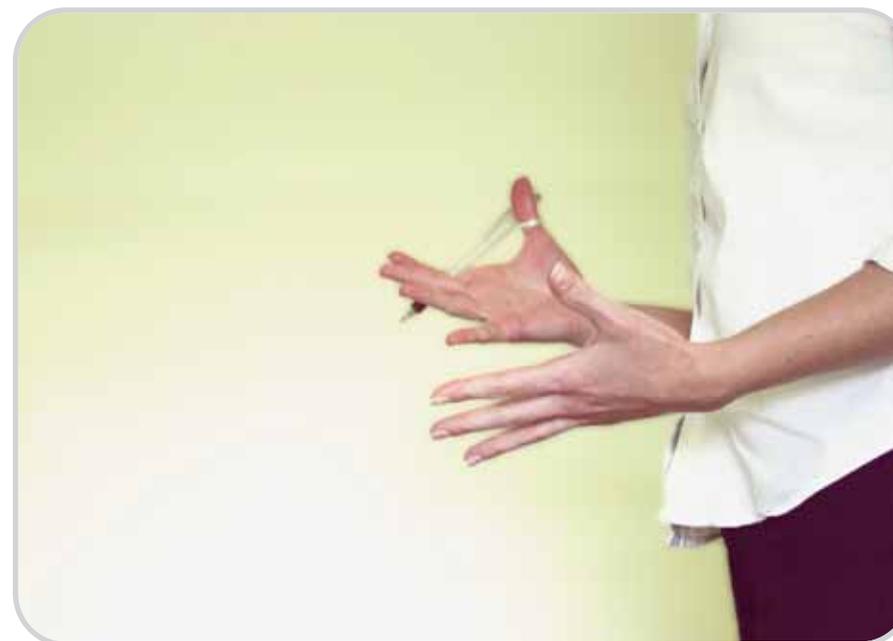
Il lavoro quindi consiste nell'imparare a metterla in gioco anche nelle occasioni "ufficiali": ricordatevi che un oratore rigido e "asettico" non risulta in genere più scientifico, ma solo più disinteressato al pubblico e all'argomento. Il risultato, in genere è di annoiare più velocemente. La gestualità non è quindi un fattore di disturbo, ma uno strumento in più per essere efficaci nel nostro discorso: i gesti danno "corpo" alle nostre parole e le rendono significative.

Usare la gestualità

Tutti noi usiamo i gesti per comunicare nelle più diverse occasioni. La gestualità, quindi, non va appresa, ma solo praticata spontaneamente. Dobbiamo solo fare attenzione al repertorio che abbiamo imparato a utilizzare e metterlo in gioco di fronte al pubblico. È importante che i vostri gesti siano in sintonia con le vostre abitudini e le vostre inclinazioni naturali. Trovate voi i vostri!

In generale, ad ogni modo, cercate di:

- usare gesti semplici e definiti con le mani per richiamare i concetti espressi;
- usare tutto il corpo e non solo una mano;
- essere semplici e naturali. Pensate alle situazioni più familiari che conoscete.





I gesti sono importanti, ma cercate di evitare una gestualità fuori controllo e incoerente rispetto al vostro discorso.

Tipicamente, gli errori che si commettono sono:

- sistemarsi in continuazione i vestiti;
- fare gesti ossessivi continuati, come aprire e chiudere il pennarello;
- tic nervosi, come toccarsi gli anelli o gli orecchini;
- tenere le braccia incrociate in modo difensivo.

CATTURARE L'ATTENZIONE

Attenzione! Queste operazioni sono sbagliate solo nel caso in cui siano fuori controllo e prolungate: nulla vieta, talvolta, di incrociare le braccia o giocherellare con il pennarello. L'importante è che queste operazioni siano naturali, consapevoli e risultino appropriate allo specifico contesto del momento.



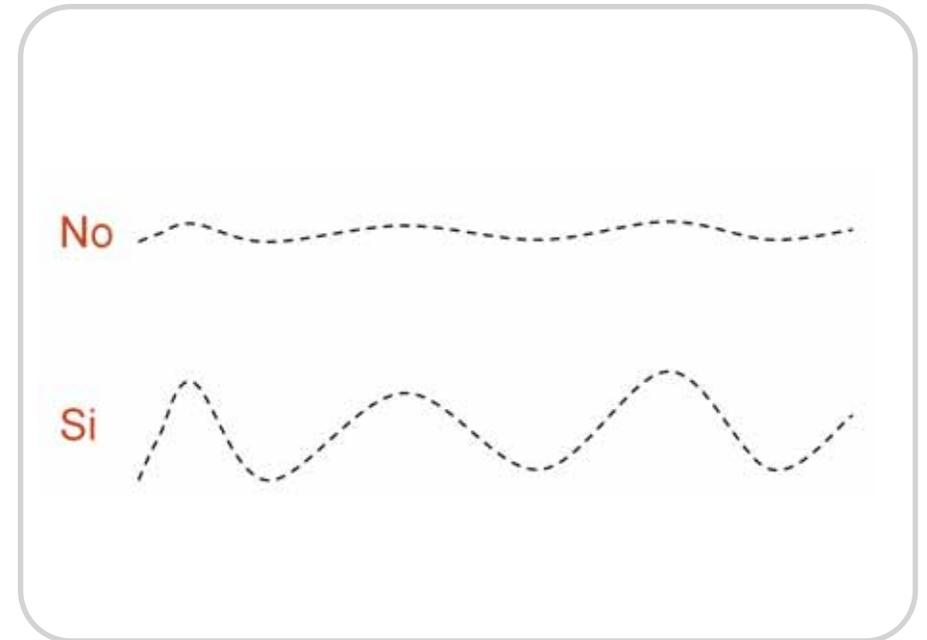


La tua voce, un alleato

La vostra voce è uno alleato preziosissimo, sia per aumentare e mantenere l'attenzione che per sottolineare il valore dei vostri contenuti: esercitarsi sul suo controllo è quindi indispensabile per rendere più efficace il vostro discorso.

Ricordate che la monotonia è nemica dell'attenzione: il modo migliore di usare la voce è quindi quello di variare il più possibile, durante l'esposizione:

- il volume;
- il tono;
- la velocità delle parole.



Una buona esposizione varierà questi elementi in modo coerente con l'argomento e con la situazione del momento. Ovviamente l'esperienza vi aiuterà nel calibrare nel modo giusto questi elementi, ma ricordate, in ogni caso, di evitare un andamento basso e monotono per tutta l'esposizione: il rischio di perdere l'attenzione della platea in questo caso è molto alto.



In generale seguite queste semplici regole:

- **Attaccate a volume alto.** Se iniziate a parlare a voce bassa, il volume tenderà a zero rapidamente. Nervosismo e ansia tendono infatti a spegnere e a strozzare le voci troppo basse. Cercate quindi di iniziare a volume sostenuto: è anche un ottimo modo per bruciare energia nervosa.
- **Parlate a voce un po' più alta del normale.** In generale cercate di regolarvi sulle ultime file e usate il volume che usereste se parlaste al fondo della platea.
- **Non badate al nervosismo.** Tenete conto che il nervosismo è percepito più da voi che dalla platea (voi percepite la vostra voce in modo diverso da come la percepisce il vostro pubblico).
- **Usate il "forte", ma anche il "piano".** Se attaccate ad un volume sostenuto sarete in grado, in particolari momenti, di abbassare il volume per evidenziare un particolare aspetto del vostro discorso o per variare l'andamento verso una dimensione più narrativa e confidenziale.
- **Se fate altro, fermatevi.** Cercate di non parlare mentre state facendo altro (sistemare fogli, prese di corrente ecc).



Facciamo una pausa?

Usare bene la voce, durante un'esposizione in pubblico, non significa certo inondare la platea di parole. Un oratore che parlasse ininterrottamente e in modo uniforme per tutta la durata del suo intervento sarebbe abbandonato molto in fretta. Anche se, in genere, siamo terrorizzati dal "vuoto" e dalle pause, dobbiamo capire che una buona comunicazione si nutre anche di spazi, di silenzi, di momenti di riflessione, di variazioni significative.

La nostra voce è ricchissima e permette un'ampia gamma di modulazioni sia nel volume che nell'intonazione: cercate quindi di usare intonazione e prosodia per variare i diversi aspetti del discorso. Proprio come quando parlate in modo colloquiale. Ricordate che:

- **le cose veramente importanti devono "suonare" importanti.** Proprio come quando sottolineate le parole in un libro. Dare enfasi a certi elementi del discorso aiuterà il pubblico a memorizzarli;

- **le pause nel discorso vanno usate in modo strategico**, per dare enfasi agli argomenti e per dare modo al pubblico di assimilarli. Ad esempio dopo una domanda retorica, dopo un concetto teorico nuovo, dopo l'apertura di un nuovo argomento, dopo l'esposizione di una tesi insolita.



USARE LE PAUSE: ESEMPIO

Ecco di seguito un esempio di uso delle pause in un semplice discorso:

Senza pause

Il progetto Nettuno nasce proprio per realizzare questo obiettivo ambizioso. Il progetto è fatto da tre step che partiranno a marzo, giugno e settembre, per le diverse fasce di clientela che abbiamo visto,

Con le pause

Ora, voi vi chiederete, ma come facciamo a realizzare un obiettivo tanto ambizioso?

(pausa lunga)

La risposta si chiama: progetto "Nettuno"

(pausa)

Le fasi del progetto sono 3:

(pausa)

La prima, che parte a marzo e riguarderà i clienti a

(pausa)

La seconda che partirà a giugno e riguarderà i clienti b

(pausa)

La terza, che partirà a settembre e riguarderà i clienti c

Usando le pause in questo modo sarete in grado di dare enfasi alle parti veramente importanti del vostro discorso, diminuirate il sovraccarico informativo, aiuterete le persone a memorizzare i concetti e creerete un ritmo che coinvolge la platea.



USARE LE INTONAZIONI: ESEMPIO

Ecco invece un esempio di uso delle intonazioni per sottolineare i concetti chiave del discorso:

Senza intonazioni

Le parole chiave di questi anni sono personalizzazione e libertà di accesso. Il progetto Nettuno serve proprio a diversificare i canali di accesso ai servizi bancari, ed è proprio questa la sua forza: ci consentirà non solo di allargare il portafoglio dei servizi, ma anche di renderli più flessibili

Con le intonazioni

(in grassetto le parole enfatizzate)

Le parole chiave di questi anni sono personalizzazione e libertà di accesso.

Il progetto Nettuno serve proprio a diversificare i canali di accesso ai servizi bancari, ed è proprio questa la sua forza

Ci consentirà non solo di allargare il portafoglio dei servizi, ma anche di renderli più flessibili

EVITARE LE
"CANTILENE"



Ansia benefica

In genere, parlare in pubblico crea ansia. A volte, solo l'idea di dover tenere un discorso di fronte ad un'audience ci agita e innervosisce: sentiamo di non essere in grado di sostenere la situazione. Per prima cosa va detto che questa sensazione, che a volte può sconfinare nel panico, è del tutto normale, ed è in parte legata al nostro vissuto: abbiamo imparato ad associare il discorso in pubblico a figure "autorevoli" (insegnanti, professori, manager ecc) e tendiamo quindi a sentirci inadeguati e non all'altezza della prestazione.

L'ansia è energia

In realtà, però, l'ansia può rivelarsi un alleato potente. Provate ad immaginare un oratore che inizi il suo discorso sbadigliando o ciondolando distrattamente qua e là: certamente non lo diremmo "vittima" dell'ansia, ma è probabile che la sua prestazione si riveli scadente.

Diciamo quindi che l'**ansia non va mai eliminata, ma semmai mantenuta a livelli accettabili.**

Un certo grado d'ansia è sempre necessario, e qualunque buon oratore sa che un certa dose di "stress preliminare" è un ingrediente fondamentale per il successo del discorso. Ricordatevi che la vostra ansia è un capitale di energia da spendere, e se riuscite a mantenerla entro limiti accettabili, questa energia è una risorsa da utilizzare nel vostro discorso. Una risorsa che verrà percepita dal vostro pubblico.





Come gestire l'ansia? Ricordate queste semplici regole:

- **Muovetevi.** Ricordatevi che per ridurre l'ansia è necessario muoversi, non irrigidirsi. Anche la prima tentazione, di fronte a un fattore di ansia, è quella di bloccarsi, la strategia migliore è quella di muoversi il più possibile nello spazio, in particolare verso il pubblico. Il movimento vi aiuterà a bruciare l'energia nervosa e vi farà acquisire sicurezza rispetto alla scena che occupate.
- **Concentratevi sul pubblico.** L'ansia aumenta quando siamo troppo concentrati su noi stessi e sulla nostra performance. In genere cominciamo a guardarci dall'esterno per vedere se "stiamo andando bene", ma questo corto circuito non farà che aumentare lo stress. Al contrario, più ci concentriamo sul pubblico (e non su noi stessi) e più l'ansia tenderà a diminuire.
- **Scegliete facce amiche.** Almeno all'inizio del vostro discorso, scegliete tra il pubblico delle "facce amiche", alle quali potrete rivolgervi per sciogliere il ghiaccio. In genere, le "facce amiche" sono quelle che annuiscono o sorridono. Ricordatevi però che un buon uso dello sguardo prevede che, durante l'esposizione, vi rivolgiate a ciascuno dei presenti.
- **Preparatevi.** Niente è più efficace, per ridurre l'ansia, di una buona preparazione. Attenzione: essere preparati, nel discorso pubblico, significa avere (nella nostra testa e nei nostri appunti) molto più materiale di quello che presenteremo. Una buona preparazione vi permetterà di affrontare il tema con sicurezza e di fare le opportune variazioni e digressioni a seconda dei casi. Ricordate: per arrivare preparati è necessario essersi ripassati, almeno a grandi linee, l'argomento.
- **Preventivate le domande.** Per ridurre l'ansia, fatevi un'immagine preliminare del pubblico: chi sono le persone che sono arrivate, e che cosa si aspettano da me? Immaginate quali saranno le domande che potranno farvi, e preparate le vostre risposte.
- **Evitare tic e interiezioni.** Ricordate che l'ansia può generare una gestualità fuori controllo. Fate attenzione in particolare ai giochi con mani e i capelli e agli oggetti che tenete in mano (pennarelli, microfono). Cercate di usare i gesti in modo efficace e ricordate che muoversi e usare il proprio corpo è il modo migliore per mantenere l'ansia a livelli accettabili.
- **Non cercate di nascondere i vostri stati d'animo.** In una situazione pubblica, nella quale l'attenzione è tutta su di voi, è impossibile nascondere i propri stati d'animo. Anzi, lo sforzo di apparire sereni se non lo siamo si noterà immediatamente. Molto meglio riuscire a "metacomunicare", avvisando magari la platea che al momento siete po' nervosi e provando a trasformare questo momento di difficoltà in una occasione per sdrammatizzare e familiarizzare con il pubblico. Siete esseri umani, non supereroi. E il vostro pubblico lo sa.



Conti tu, non le tue slide

Una presentazione è fatta da un oratore per una platea. Una serie di slide, tecnicamente perfette, ma recitate pedantemente dall'oratore non raggiungeranno il risultato atteso; un'introduzione orale povera, incerta, ambigua non predisporrà la platea a seguire i vostri ragionamenti. È l'oratore che trasforma dei supporti muti in qualcosa di vivo e interessante; è l'oratore che permette a questi supporti di dire cose precise e comprensibili a tutto l'uditorio: è l'oratore, infine, che crea ed aggiunge i contenuti non espressi dalle slide e rende la presentazione veramente utile.

In genere, gli elementi in gioco in una presentazione sono almeno tre:

- voi
- i materiali presentati
- la platea

In mezzo c'è l'argomento in discussione ovvero il tema discusso e illustrato, che deve essere compreso dalla platea attraverso l'esposizione e le slide. La comprensione di tema è la nostra "posta in palio", ovvero il nostro obiettivo.

Nell'economia della presentazione l'attenzione dovrebbe essere il più possibile mantenuta sulla persona che espone. Sul palco il "baricentro" dell'esposizione dovrebbe essere sempre posizionato su di voi.



OBIETTIVO
COMPrensIONE

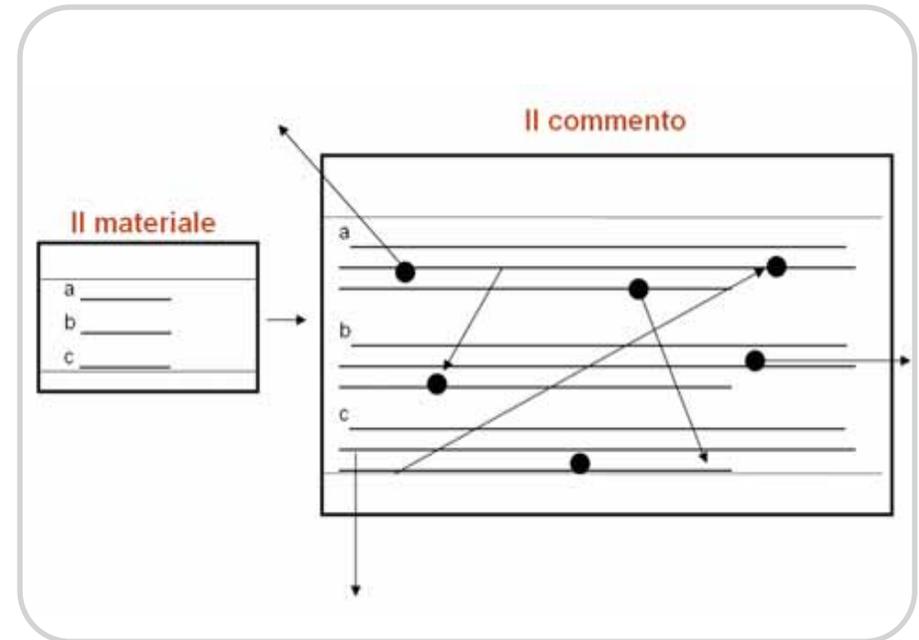


Vietato leggere

Le peggiori presentazioni a cui può capitare di assistere sono senza dubbio quelle nelle quali il relatore si mette a leggere il proprio discorso. In questi casi, potete stare certi che a metà della presentazione, in certi casi molto prima, la mente comincerà a vagare verso altre più allettanti destinazioni.

Non molto efficace, vero?

Ricordate: che abbiate con voi un discorso scritto o delle slide, questi materiali non vanno mai letti. Slide e appunti sono un supporto alla vostra esposizione, e non potranno mai sostituirsi a voi.



Per quanto il materiale sia ben fatto, sarà sempre e solo l'oratore ad arricchirne di valore il contenuto. E il valore in più risiede nella possibilità di allargare il discorso, portare esempi, integrare i contenuti, sottolineare e focalizzare alcuni aspetti, stabilire delle connessioni.

Solo allora la presentazione diventa una storia e non più una collezione di appunti. Ricordate che la pratica della semplice lettura, che sia di slide o di un discorso scritto, getta una pessima luce sia sull'oratore, che verrà immediatamente schedato come impreparato, sia sulla presentazione stessa, che sarà bollata come l'ennesima - noiosa - perdita di tempo.



Giocare d'anticipo

Quando usate le slide per supportare il discorso, ricordatevi che ad ogni nuova slide che proiettate perdetevi, per circa 30 secondi, l'attenzione della platea. È fatale: ogni nuova diapositiva cattura immancabilmente l'attenzione del pubblico, che ne leggerà immediatamente i contenuti. In questi momenti l'audience, concentrata a leggere, difficilmente presterà attenzione alle vostre parole.

Per assicurarvi di avere un livello di attenzione costante e, allo stesso tempo, facilitare il lavoro cognitivo della platea, è bene essere sempre un po' in anticipo rispetto ai contenuti che verranno proiettati. Non dovete, insomma, "inseguire" le slide, ma precederle, annunciandone i contenuti prima che essi siano proiettati.

Annunciando la slide il buio di attenzione si ridurrà, l'audience riuscirà a seguire meglio la spiegazione e il racconto risulterà più scorrevole.

Evitate, quindi, di proiettare la slide, girarvi, rendervi conto di quello che si sta proiettando e dire: *"Ecco, qui vediamo che..."*, perché a quel punto la vostra platea starà leggendo la slide e non vi ascolterà per un certo lasso di tempo.

Anticipando, invece, dovrete annunciare il titolo della slide successiva e i principali contenuti espressi, dicendo magari: *"Ecco, ora voglio farvi vedere una cosa che riguarda il problema specifico a cui abbiamo accennato prima. L'ho intitolata.....perché credo che questo sia il punto centrale della questione"*.

A questo punto la platea si sarà già fatta un'idea di cosa avverrà, avrà in parte già afferrato i contenuti e potrà guardare tranquillamente la vostra diapositiva in cui le cose vengono chiarite e illustrate.

Ricordate quindi di:

- **bruciare le informazioni.** Date fin da subito le informazioni chiave al vostro pubblico;
- **dare il "grande scenario" prima della piccola informazione.** Fate in modo di descrivere in anticipo lo scenario nel quale si collocano le vostre informazioni;
- **isolare i punti chiave.** Fate in modo di isolare i punti essenziali che volete che la vostra platea ricordi, e date loro un'enfasi particolare.



La dinamica dell'esposizione

Anche la dinamica con la quale presentate i vostri argomenti ha un'importanza fondamentale. Ricordate che il vostro pubblico è fatto di persone che hanno determinate aspettative, un grado maggiore o minore di preparazione rispetto ai vostri argomenti e possono essere più o meno predisposte ad accogliere quello che dite. In generale, attenetevi a queste tre regole:

- 1) **Procedete dal noto all'ignoto.** Partite da ciò che si suppone sia conosciuto, per introdurre cose nuove. Ad esempio, partite da alcuni numeri risaputi, da fatti noti al pubblico oppure da episodi noti, per arrivare poi alle cose nuove.
- 2) **Andate dal semplice verso il complesso.** Iniziate con le cose più facilmente comprensibili e aggiungete elementi via via che procedete. Ad esempio, partite da una descrizione di massima, per entrare poi nei dettagli.
- 3) **Partite dal condiviso per arrivare al discutibile.** Cominciate con lo stabilire dai fatti che siano condivisi da tutti per arrivare agli elementi più critici e frutto della vostra particolare visione. Ad esempio, partire da un'esigenza, un problema o un bisogno del pubblico per arrivare alla vostra particolare soluzione.

Ecco un esempio: immaginate un discorso che comincia in questo modo

Il nostro progetto prevede di riprogettare il sito usando ASP e XML come linguaggi di base. Riprogettare il sito web in linguaggio ASP e XML ci consentirà di avere delle pagine dinamiche a aggiornabili facilmente senza costi aggiuntivi. Inoltre sarà possibile avere con facilità flussi di dati alternativi, come i Feed RSS, che potranno essere visti anche da PDA e cellulari

E probabile che, di fronte a un esordio di questo tipo, alcune persone della platea potrebbero avere più di una perplessità e fare a se stesse delle domande (ad esempio: "Ma che ce ne facciamo delle pagine dinamiche?" "Flussi di dati alternativi? Ma questa è roba da informatici..."; "Ma alla fin fine quanto costerà mai aggiornare a mano qualche paginetta?"; "Ma che cosa saranno mai l'ASP, l'XML, i Feed RSS, i PDA?").



DAL NOTO
ALL'IGNOTO

Ecco un secondo esempio di esordio che tiene invece conto delle tre regole viste sopra:

Buongiorno, siamo qui perché abbiamo qualche problema:

- *Il primo e che tutte le volte che dobbiamo aggiornare una pagina sul nostro sito ci vuole mezz'ora. Noi aggiorniamo in media 8 pagine al giorno: in un anno fanno 15.000 euro di spese.*
- *Se gli utenti vogliono scaricare le notizie sul cellulare o su un computer più piccolo non possono farlo e stanno arrivano mail di clienti furenti.*
- *E infine non siamo in grado di erogare, oggi, i servizi evoluti di cui parliamo da tempo.*

La soluzione sta in due parole: ASP e XML. Se avete un attimo di pazienza vi spiego di che si tratta.

Osservate: linguaggio più concreto, esposizione che va da dal noto all'ignoto, messa in evidenza dei problemi in un linguaggio comprensibile, esposizione iniziale di ciò che condiviso a tutti. In questo modo la platea sarà più pronta ad ascoltare la vostra soluzione tecnica.

Colorate il vostro discorso

Che la vostra presentazione sia una relazione tecnica o un progetto di business, che si tratti di una lezione o di un momento di confronto, è sempre bene riuscire a “colorare” il proprio discorso.

Che cosa significa? Significa affiancare all’“esposizione “classica”, ovvero dichiarativa e astratta, altre forme che aumentino l’efficacia e aiutino la platea a fissare e memorizzare i concetti. In genere, è difficile per le persone farsi un’idea precisa di quello che diciamo se restiamo sempre sul piano tecnico e astratto: è necessario, ogni tanto, dare alla platea delle immagini e degli elementi concreti ai quali possano fare riferimento con la mente.

Questi elementi possono avere un ruolo emozionale (aumentare l’interesse) o un ruolo cognitivo (aiutare a spiegare qualcosa).



Ecco alcune possibilità:

- Esempi
- Metafore
- Paragoni
- Citazioni da film
- Immaginate che...
- Aneddoti personali
- Storie e narrazioni
- Parabole



Esempi

Ricordate che, al contrario dei riferimenti concreti, i concetti astratti (es: complessità, libertà, leggerezza, ecc) possono essere facilmente fraintesi: ogni persona tenderà quindi a dare loro un significato diverso. Proprio per questo è importante, per ogni concetto astratto, fornire sempre un esempio concreto: se, per ipotesi, dite che “è necessario un approccio strategico”, cercate di dare un esempio concreto di questo approccio.

Metafore

Anche le metafore sono un ottimo modo di aumentare l'efficacia del discorso.

In alcuni casi, l'uso di un'immagine metaforica permette al pubblico di farsi un'idea immediata di ciò che diciamo e questa idea sarà anche un motore di attenzione per il resto del discorso (alcuni esempi: “è lento come una tartaruga...”; “Se prima avevamo una Cinquecento, ora abbiamo una Ferrari...”; “Questo piano è solo il tassello di un puzzle...” “Scrivere bene significa passare dal tema in classe all'articolo di giornale...”).



Storie

È un luogo comune che l'esposizione debba essere asettica e impersonale. Al contrario, raccontare aneddoti o storie vissute in prima persona aumenta l'efficacia complessiva dell'esposizione. Questo perché le storie ci coinvolgono e perché nel particolare di una storia siamo in grado di cogliere meglio i concetti generali. Nelle storie, quindi, siamo in grado di trasformare l'astratto in concreto.

Cercate quindi, prima di andare "in onda", di prepararvi qualche storia o aneddoto che possa aiutarvi in particolari momenti. E non abbiate paura di risultare frivoli o di non interessare: anzi, potete stare certi che proprio in quei momenti avrete il massimo dell'attenzione dal vostro pubblico.

Cercate quindi, quando potete, di usare il linguaggio in modo creativo, uscendo dai binari stabiliti dalle vostre abitudini o dalla vostra storia professionale. In generale:

- evitate di trincerarvi dietro un **linguaggio specialistico** (marketing, tecnologia, scienza, ecc.);

- evitate un eloquio **pseudo-colto** (tale strategia è prodromica ad un'approccio omnicomprensivo...);

- evitate l'utilizzo di **frasi fatte** (vogliamo creare valore attraverso una sinergia costruttiva...).

Anche se parlate ad una platea di specialisti del vostro settore cercate comunque di parlare concretamente, usando un linguaggio semplice e colorito.

SEDURRE
LA PLATEA



Avrei una domanda...



Come è facilmente intuibile, quando siamo “dal vivo” gli elementi in gioco sono tanti: bisogna gestire il tempo, l'argomento, il rapporto tra esposizione e materiali, il proprio corpo, e la platea.

In particolare, la gestione della platea è uno dei fattori decisivi per il successo di una presentazione: le nostre slide possono essere perfette e noi possiamo avere una perfetta padronanza della presentazione, ma se non saremo capaci di avere un buon rapporto con la platea alla quale parliamo tutto questo lavoro potrebbe rivoltarsi contro di noi.

Dobbiamo quindi preoccuparci in modo particolare dell'interazione con il pubblico, pensando a momenti di stacco e di interazione sotto forma di domande e risposte, approfondimenti, aneddoti ecc. Ovviamente non è possibile pianificare rigorosamente questi momenti, ma dobbiamo almeno prevederli a grandi linee ed essere disponibili a tollerarlo ogni volta che si presentano. Ecco alcune buone pratiche da seguire:

- **Tempi.** Decidete subito il livello di interattività annunciando quando si raccoglieranno le domande (alla fine o si può interrompere?).
- **Ripetete le domande.** Se vi fanno una domanda cercate, prima di rispondere, di ripeterla ad alta voce per farla sentire a tutti e per allineare le aspettative sulla risposta.
- **Riformulate le domande.** Spesso è opportuno riformulare le domande, perché possano avere una risposta adeguata (domande confuse, polemiche, asserzioni mascherate da domande ecc).
- **Rispondete a tutti.** Ascoltate la domanda guardando la persona che la formula, ma rispondete a tutti. Evitate che l'interazione si trasformi in un dialogo a due.



Fate attenzione, nell'interazione con il pubblico, ad evitare alcuni comuni errori, fatti in genere in buona fede, ma che rischiano di compromettere la vostra performance trasformandosi in un boomerang.

Primo errore: buona domanda! Dire a qualcuno che ha fatto una buona domanda senza spiegare il perché esprime un giudizio di valore sulle altre domande. Cercate quindi di spiegare sempre perché una domanda è buona (ad es. *“questa è una buona domanda perché mi consente di approfondire un punto che avevo tralasciato...”*).

Secondo errore: polemizzare. Anche se a volte qualcuno può fare uscite provocatorie o aggressive, cercate di evitare assolutamente di entrare in polemica. Tenete conto che in genere le altre persone della platea tenderanno a coalizzarsi con il loro pari. Entrare in polemica rischia quindi di innescare una guerra tra oratore e platea.

Terzo errore: fare comunella con qualcuno. In generale ciò che va verso il rapporto privato andrebbe tenuto a parte.

Quarto errore: criticare gli interventi. Le persone vi stanno facendo un favore e vanno sempre gratificate per il loro sforzo (che in alcuni casi è notevole). Per ogni intervento ringraziate e date sempre segnali positivi.

Quinto errore: dare risposte confuse. Ricordate: se non sapete la risposta, ditelo! Eviterete di arrampicarvi sugli specchi in modo plateale. Di fronte ad una domanda alla quale non sappiamo rispondere è meglio ammetterlo e promettere una risposta più esauriente in futuro.

Sesto errore: non dare spiegazioni di ciò che fate. Spiegate sempre alla platea che cosa state facendo e perché. Se armeggiate con il Pc o se chiudete una finestra cercate sempre di illustrare alle persone che cosa sta succedendo.

Mantenere alta l'attenzione

Tenete conto che, per quanto il vostro argomento possa essere interessante, il vostro materiale perfetto e il vostro approccio accattivante, l'attenzione della platea tenderà a calare dopo un po' di tempo. Si è calcolato che, in generale, ogni 7-8 minuti di esposizione l'attenzione cala, ed è quindi necessario fare qualcosa per recuperarla.



Come mantenere alta l'attenzione?

I modi posso essere tanti, ma in generale è necessario introdurre delle varianti al nostro discorso. Le varianti possono essere:

- **cambio di registro** (ad esempio da scientifico a aneddótico, da teorico a esemplificativo, ecc.);
- **domande alla platea** (ad esempio, trasformare un punto della propria relazione in una domanda aperta);
- **voto per alzata di mano** (ad esempio: *“quanti di voi hanno mai scritto un articolo scientifico?”*);
- **giochi** (ad esempio: *“ora facciamo finta di essere una redazione...”*);
- **metacomunicare** (ad esempio: *“oh, vi vedo attentissimi, sono un docente veramente rispettato”*, nel caso facciano baccano).



Infine, mantenere alta l'attenzione significa ascoltare attivamente le parole e i segnali che arrivano dalla platea. Che cosa significa ascoltare attivamente? Significa dare continuamente **segnali di feed-back** (ad esempio con il capo o con la voce), usare **una postura appropriata** (sguardo attento, corpo non stravaccato...), e **negoziare la “rotta” che deve prendere il discorso** (ad esempio facendo domande di rinforzo).

Ricordatevi che la platea percepirà in modo immediato se la state ascoltando attivamente oppure no. E se voi non siete sintonizzati e molto probabile che in breve tempo lo sarà anche il vostro pubblico.



10 suggerimenti

Concludiamo questo quaderno con 10 suggerimenti che vi aiuteranno a migliorare, nel tempo, il vostro approccio al public speaking.

1) Raccontate storie

Le presentazioni migliori non espongono fatti, ma raccontano una storia. Cercate, tutte le volte che potete, di uscire dal vostro ruolo e di diventare dei narratori: mettetevi voi e il vostro pubblico al centro di una scena e raccontate aneddoti. Quello che direte sarà certamente ricordato.

2) Preparatevi

La vostra preparazione preliminare è fondamentale. Dovete conoscere perfettamente i contenuti con tanto di approfondimenti, connessioni, divagazioni. Paradossalmente, questa preparazione molto meticolosa del discorso sarà quella che poi lo renderà più scorrevole, ed è l'unica maniera per poter improvvisare o divagare senza perdere il filo.

3) Gestite l'ansia

Ricordate che entro una certa soglia l'ansia è un vostro alleato e una fonte preziosa di energia. Imparate a dosare questo capitale di energia senza farvene sopraffare e sarete in grado di trascinare il pubblico e tenere alta la sua attenzione.

4) Gestite il vostro pubblico

Ricordate che il vostro pubblico è fatto di persone con le quali state entrando in relazione. Non nascondetevi dietro il vostro materiale e curate costantemente il rapporto con il vostro pubblico. Muovetevi, avvicinatevi, guardate il faccia le persone alle quali vi rivolgete. Se date attenzione alle persone riceverete attenzione in cambio. E la presentazione sarà qualcosa di più di un semplice copione da recitare.

5) Curate l'attacco

Un buon attacco è molto importante per la buona riuscita di tutta la presentazione. Dovete fin da subito dare una buona impressione, interessare la platea, iniziare il modo vitale ed energetico. Provate ad esempio a raccontare un aneddoto, fate una citazione, citate un dato scioccante o sorprendente. Lavorate sull'immaginazione del vostro pubblico. A volte può essere utile partire con una semplice domanda sospesa, in modo da entrare in sintonia con le persone e incuriosirle rispetto all'argomento. La tecnica di cominciare con una domanda può essere ripetuta anche in altri punti della presentazione, ad esempio



all'inizio di un nuovo capitolo o per introdurre un argomento diverso. In ogni caso ricordate che, anche se “non c'è mai una seconda possibilità per fare una buona prima impressione”, niente è veramente perduto fino alla fine della presentazione.

6) Eccedete in materiale

Tenete sott'occhio il materiale che illustrate e portate con voi più materiale di quello che illustrate. Un ottimo strumento è quello delle note in calce ad ogni diapositiva. È possibile abbozzare nelle note gli approfondimenti e le divagazioni che farete, in modo da averle sempre a portata di mano. Durante l'esposizione avrete costantemente sott'occhio le miniature delle slide, associate alle note, e potrete controllare agevolmente la regia della presentazione.

7) Repetita iuvant

Durante una presentazione dopo un po' la curva dell'attenzione della platea scende: è questo il momento per ricapitolare il percorso compiuto ed esporre nuovamente i punti principali. Ricapitolare ogni tanto il percorso fatto e i punti principali affrontati permette al pubblico di fissare definitivamente questi punti nella mente, arricchiti e trasformati grazie agli approfondimenti che avranno ricevuto nel corso dell'esposizione.

8) Preparete una conclusione memorabile

Curate attentamente i momenti conclusivi della vostra presentazione. Spesso la conclusione viene poco curata e lasciata un po' a se stessa. Al contrario la conclusione, se usata strategicamente, può aiutare la platea a memorizzare i concetti e a dare un'emozione finale. Provate a riassumere il succo del tema in una frase, invitate all'azione, lanciate un'ispirazione. Cercate un elemento, verbale o visuale, che possa rimanere impresso come la “cifra” della vostra presentazione.

9) Sperimentate

Non esiste una presentazione buona per tutte le occasioni. Imparate a introdurre delle variazioni e sperimentate ogni volta che potete delle soluzioni nuove. Nel tempo collezionerete un repertorio di casi che vi sarà utile nelle diverse situazioni. Mettetevi alla prova in situazioni semplici e controllate, e provate poco alla volta ad avventurarvi in territori più impervi.

10) Divertitevi

Una buona presentazione in pubblico può essere una cosa assai piacevole. Imparate a percepirla gli aspetti gratificanti e cercate di divertirvi.

6
7
8
9
10

SEGUICI SU



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



REDAZIONE@PHARMASTAR.IT

PHARMASTAR[★]
il Giornale on-line sui Farmaci
WWW.PHARMASTAR.IT