

TÉCNICA DE PRESENTACIONES



Presentaciones eficaces Y Persuasión

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1	LA COMUNICACIÓN EFECTIVA CLAVE PARA EL ÉXITO	4
1.1	¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?	5
1.2	ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN:	11
1.3	COMUNICACION EFECTIVA	12
1.4	PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN:	13
1.5	EL CICLO DE LA COMUNICACIÓN:	14
1.5.1	Barreras y vías de acceso:	14
1.6	ADAPTARSE AL VOCABULARIO DEL DESTINATARIO:	16
1.7	LAS DEDUCCIONES:	16
1.8	COMO CONSEGUIR UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA:	17
2	TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN	18
2.1	BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN (...II)	19
2.1.1	- El presentador no inspira respeto	19
2.1.2	- El presentador no habla con claridad	19
2.1.3	- El ritmo es demasiado lento o demasiado rápido	20
2.1.4	- La presentación es monótona.	20
2.1.5	- Los participantes están cansados física y mentalmente	20
2.1.6	- La información está mal organizada	20
2.1.7	- Horario retrasado	20
2.2	ORGANIZACIÓN DE TU PRESENTACIÓN	22
2.2.1	Dividir las ideas complejas en ideas más breves y sencillas.	22
2.2.2	Basar sobre Información anterior la información presente	22
2.2.3	Pasar de información general a información específica.	22
2.2.4	Relacionar la información.	23
2.2.5	Concentrarse en una sola idea importante.	23
2.3	REPITE. USA PALABRAS DIFERENTES. REITERA. ENFATIZA E INSISTE EN LAS IDEAS IMPORTANTES.	30
2.4	PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN AL RITMO ADECUADO	31
2.5	COMPROBANDO LA COMPRESIÓN	33
2.5.1	Cuando probar la comprensión	33
2.5.2	Cómo comprobar la comprensión	33
2.6	EL ARTE DE ESCUCHAR	35
2.7	RELACIÓN ENTRE LA PRUEBA DE COMPRESIÓN Y LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
2.8	TÉCNICAS DE LA PREPARACIÓN	37
2.8.1	La Fase Preliminar	37
2.8.1.1	Atención	38
2.8.1.2	Importancia	38
2.8.1.3	Relación	40
2.8.1.4	Esquema	40
2.8.1.5	Expectativas	41
2.9	ESTRUCTURA DEL DESARROLLO DE LA PRESENTACIÓN	42
2.9.1	Conclusión	43
2.9.1.1	Análisis de las objeciones negativas	43
2.10	RECOGIDA DE PREGUNTAS	45
2.10.1	Formato para responder a las preguntas	46
2.11	PREPARACIONES QUE AHORRAN TIEMPO	48
2.11.1	.- Preparación:	48
2.11.2	.- Claves de presentación:	48
2.11.3	.- Parte principal del discurso (desarrollo):	48
2.11.4	.- Análisis del público:	49
2.11.5	.- Repaso de parte principal y preparación de preguntas:	49
2.11.6	.- Introducción:	50
2.11.7	.- Conclusión:	50
2.11.8	.- Transiciones	50
2.11.9	.- Ensayo:	51
3	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN	52
3.1	ELEMENTOS CLAVE DE PROYECCIÓN FÍSICA	53

3.1.1	Actitud	53
3.1.2	Gestos	53
3.1.3	Aspecto	54
3.1.4	Contacto ocular	54
3.1.5	Expresión facial	54
3.2	ELEMENTOS CLAVE DE PROYECCIÓN VOCAL	55
3.2.1	Expresión verbal	57
3.2.1.1	Calidad de voz	57
3.2.1.2	Entonación vocal	57
3.2.1.3	Volumen	58
3.2.1.4	Énfasis	58
3.2.1.5	Dicción	59
3.2.1.6	Velocidad	59
3.3	RECOMENDACIONES	61
3.3.1	Cinco necesidades del publico para "sintonizar" con el orador	61
3.3.2	Estructura de la presentación	61
3.3.3	Análisis de objeciones negativas	61
3.3.4	Recogida de respuestas	61
3.3.5	Comunicación No Verbal	62
3.3.5.1	Actitud:	62
3.3.5.2	Gestos:	62
3.3.5.3	Contacto ocular:	62
3.3.5.4	Expresión facial:	62
3.3.6	Comunicación Verbal	62
3.3.6.1	calidad de la voz:	62
3.3.6.2	Entonación vocal:	62
3.3.6.3	Volumen:	62
3.3.6.4	Énfasis:	63
3.3.6.5	Dicción:	63
3.3.6.6	Velocidad:	63
4	GUÍA BREVE PARA TRATAR A CADA PARTICIPANTE SEGUN SU PERSONALIDAD	64
4.1	El eterno preguntón	65
4.2	El querellador	65
4.3	El embrollón	66
4.4	El obstinado	66
4.5	El sabelotodo	66
4.6	El mudo voluntario	67
4.7	El tipo "chic"	67
4.8	El charlatán	67
4.9	Tímido	67
4.10	El Tipo De Ideas Fijas	68
4.11	El hombre de los apartes	68
4.12	El Tipo Del Cuello Duro	68
5	S.A.I, ANÁLISIS PARA LA VENTA DE IDEAS	69
5.1	CAJA DE HERRAMIENTAS, CUADRO DE MOTIVADORES	72
5.1.1	Motivador Beneficio :	75
5.1.2	Motivador Buena Calidad	76
5.1.3	Razón Porque	78
5.1.4	Motivadores Calida Pobre Y Pérdida	80
5.1.5	Obteniendo Atención Favorable (Motivadores Emocionales)	82
5.1.6	Atención Favorable	83

OBJETIVOS DEL CURSO

- Lograr una comunicación efectiva
 - Realizar presentaciones persuasivas
 - Conocimientos para aplicar técnicas de organización
 - Conocimientos para aplicar una metodología profesional de comunicación
 - Argumentar y tratar objeciones
-
- Dar a los asistentes al curso un conocimiento de los principios y normas básicas para desarrollar una acción de comunicación efectiva.
 - Desarrollar un mayor conocimiento y comprensión de los factores que influyen a una persona en la compra.
 - Oportunidad de practicar los conceptos de la utilización de un método centrado en el cliente.
 - Demostrar la necesidad e importancia de la organización y planificación de la comunicación.
 - Ampliar la experiencia de los asistentes con ejercicios prácticos

1 LA COMUNICACIÓN EFECTIVA CLAVE PARA EL ÉXITO

1.1 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

El "Homo sapiens" prehistórico consagraba casi todo su tiempo durante el día a la caza y poco tiempo a los contactos sociales. Todavía no hace muchos siglos sucedía casi lo mismo a la mayoría de los humanos, agricultores, en un trabajo las más de las veces solitario.

Ahora se han invertido estas proporciones para el ciudadano de las modernas sociedades opulentas, "conectado" la mayor parte de su tiempo a circuitos de "comunicación": audición de la radio desde la mañana, lectura del periódico en el tren o en el metro, comida en común, escucha y visión de la televisión, lectura de libros y de documentos por la noche. Y la actividad profesional se desenvuelve basándose en la comunicación:

Casi totalmente, para un directivo que divide su tiempo entre reuniones, la lectura o el dictado de cartas o informes; para un administrativo (diálogos ya con la dirección ya con el personal obrero); parcialmente, pero de un modo importante, para un empleado o un obrero, que tiene que recibir instrucciones orales o escritas, coordinar sus actividades con los miembros de un equipo de trabajo, anotar estadísticas de producción y de calidad en las tablas de control... Comunicarse se ha convertido, por tanto, en una de las actividades esenciales, probablemente, incluso, en la actividad principal del hombre y de la mujer, modernos.

Y sin embargo, la mayoría de ellos, que padecen ausencia de contacto con sus semejantes, son de hecho solitarios en medio de los hormigueros de las ciudades o de las empresas gigantes de nuestra época. Esta paradoja de "la multitud solitaria", título de la célebre obra del **sociólogo** americano **David Reisman**, que estudia el comportamiento del "individuo consumidor" en el seno de la civilización opulenta.

Las únicas voces que le hacen compañía son las del transistor o de la televisión, pero son contactos en sentido único: no puede responderles, el diálogo está prohibido.

Si quiere conjurar la neurosis de la "multitud solitaria", necesita poder establecer ese diálogo con otros "solitarios", atreverse a hablar, hacerse oír, hacerse escuchar, saber escuchar, saber responder..., en resumen, "comunicarse".

Pero con demasiada frecuencia nadie nos ha enseñado cómo comunicarnos. De ahí la necesidad cada vez mayor de una pedagogía de la comunicación.

DEFINICIÓN COMUNICAR:

- Hacer a otro partícipe de lo que uno tiene.
- Hacerlo común
- Descubrir, manifestar o hacer saber a uno (o varios) alguna cosa
- Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito
- Consultar con otros un asunto tomando su parecer
- Transmitir, hacer conocer a otros pensamientos o acciones propias
- Entrar en relación de ideas-, de intereses, etc. con alguien

APUNTES TEORICOS

La frontera clara y profunda entre los animales y el hombre están en la inteligencia y el lenguaje.

El hombre se diferencia del animal en que se encuentra en condiciones de pensar y organizar su conducta en los límites de las "formas simbólicas" y no solamente en los límites de la experiencia inmediata.

Solo en el cerebro, nuestro sistema nervioso tiene nueve mil millones de células y a lo más una decena de tipos diferentes de ellas.

El segundo factor decisivo que determina el paso de la conducta del animal, a la actividad consciente del hombre es la aparición del lenguaje.

Si el lenguaje del hombre designa cosas o acciones, propiedades, relaciones, etc. y transmite de esta forma una información objetiva, elaborándola, el "lenguaje" natural de los animales no designa una cosa permanente, una característica, una propiedad, una relación, sino que expresa solamente un estado o una vivencia del animal. Es por ello que este lenguaje animal no da una información objetiva, sino que sólo contagia los estados que tienen lugar en el animal que emite el sonido (como ocurre en el caso del guía de la bandada de grullas o de la manada de ciervos) y provoca ciertos movimientos determinados por el afecto. La grulla experimenta ansiedad, esta ansiedad se manifiesta en su grito y este grito excita al resto de la bandada. El ciervo que reacciona ante el peligro levantando las orejas, dando vuelta la cabeza, contrayendo los músculos del cuerpo y que huye gritando expresa de esta manera su estado, y los demás animales se "contagian" de ese estado, se "incluyen" en él. En consecuencia, la señal de los animales es una expresión de su estado afectivo y la transmisión de la señal es la transmisión de este estado, la inclusión en él de los otros animales y nada más.

¿Ha precedido el pensamiento al lenguaje, o el lenguaje al pensamiento?. A lo largo de la evolución de la raza humana hay interacciones continuas entre las estructuras del lenguaje y del pensamiento. El pensamiento no es otra cosa que la asociación de las representaciones sensoriales.

Los sonidos emitidos por un bebé son de hecho la expresión de estados y de ninguna manera la designación de objetos; es característico que estos sonidos no se fijan posteriormente en el habla del niño. Las primeras palabras del niño no nacen de los primeros sonidos que emite sino de aquellos sonidos del lenguaje que el niño asimila del habla del adulto que él escucha.

La palabra no solo designa objetos del mundo externo, acciones, rasgos, relaciones, sino que también analiza y generaliza los objetos del mundo externo, es decir, es el instrumento de análisis de la información que el sujeto recibe del mundo externo.

Si la palabra aislada designa el objeto (la acción o la cualidad) y lo generaliza (lo introduce en una determinada categoría) la frase es la expresión de un pensamiento, de un juicio determinado.

El motivo de la locución o enunciación verbal puede ser LA EXIGENCIA que **Skinner** (1957) designa con el término "mand" (demanda) o cualquier comunicación de carácter INFORMATIVO. Este acto **Skinner** lo denomina "tact" (,contacto). A esto se puede agregar el MOTIVO, ligado con el deseo de formular más claramente la idea o el pensamiento propio; a lo cual nosotros largaremos convencionalmente "cept" (concepto) Estos tres tipos fundamentales de motivos pueden ser la base de la alocución verbal. Si no existe ninguno de ellos, la comunicación verbal no tiene lugar.

Existen formas muy simples de lenguaje efectivo que no exigen una especial motivación y que no pueden ser llamadas alocuciones verbales en el sentido propio de la palabra. Se trata de las así llamadas exclamaciones, que surgen en respuesta a algún estado afectivo inesperado.' A este tipo pertenecen las exclamaciones efectivas como "¡Oh!", "¡Vaya!", "¡Ahí!", etc. No presentan ninguna "carga semántica", y aparecen por lo general en forma involuntaria.

En estos casos las exclamaciones no están reguladas por ningún motivo de índole cognoscitiva y no pueden ser consideradas unidades de la verdadera comunicación verbal.

El diálogo tiene una estructura particular que permite una formulación considerablemente incompleta desde el punto de vista gramatical. Ciertas partes de la alocución pueden faltar y ser sustituidas por el conocimiento de, la situación o por la inclusión de gestos, mímica, etc.

Este fenómeno es bien conocido en lingüística bajo el nombre de elipsis o elisión. Ejemplo: un grupo de personas que esperan el autobús y que intercambian cortas réplicas:"¿viene?", "¡sí!", "¿cuál?", el 35".

La percepción de cada comunicación verbal, oral o escrita, comienza con la percepción de frases aisladas, después de lo cual se llega a la percepción de todo el texto tras lo cual se produce la identificación de su sentido general.-Esta sucesión, sin embargo, debe entenderse solo como sucesión lógica pero esto no significa, en absoluto, que la comprensión fáctica del texto siga este camino y consista en el paso sucesivo de la palabra a la frase y de la frase al texto.

Los especialistas consideran que cada uno de nosotros dispone de dos tipos, de dos niveles de memoria:

- El primero, llamada memoria "inmediata", "fosforescente", conserva nuestros recuerdos algunos segundos. Es esta memoria la que nos permite acabar el gesto iniciado unas decenas de segundos antes, conforme a un programa coherente; es también la que nos permite encontrar la página de un artículo de un periódico, en función de las indicaciones del índice examinado poco antes, y componer un número de teléfono, poco después de haber consultado la guía;

- El segundo, una especie de memoria a "medio y largo plazo", funciona sobre duraciones temporales mucho más largas: de algunas horas a una vida entera.

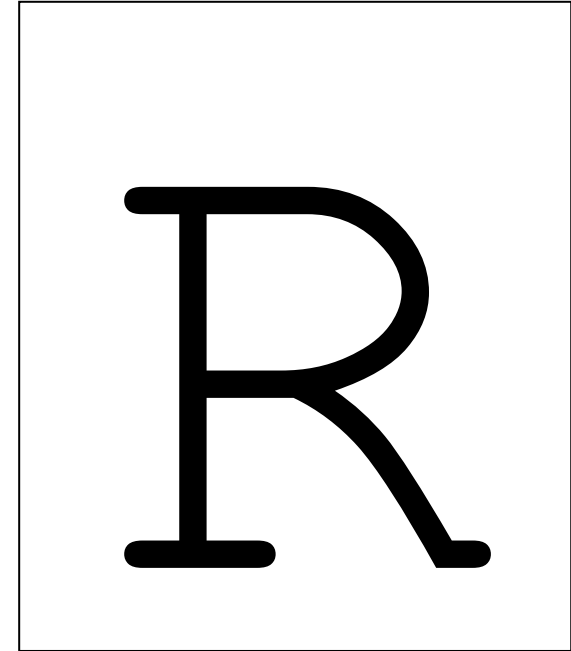
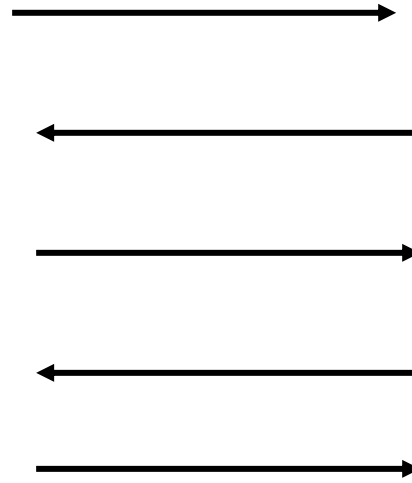
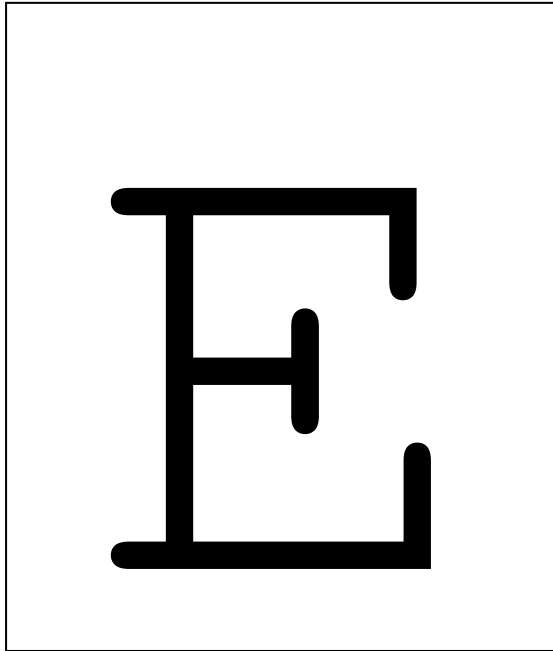
Nuestro primer nivel de memoria parece ser de naturaleza eléctrica y ha atraído la atención, guardadas las proporciones, de pocos investigadores.

El segundo nivel de memoria parece haber fascinado a psicólogos y neurólogos, lo cual se comprende fácilmente, porque los mecanismos de memorización, de pensamiento y de creación están inextricablemente ligados, hasta el punto de poderse decir que "pensar es recordar". Por tanto, el secreto de la memoria humana sería tal vez el secreto de la inteligencia humana.

-La memoria inmediata retiene el "palabra por palabra" durante algunos segundos; trasmite su sustancia a la memoria a largo plazo; después olvida, borra esa secuencia y vuelve a comenzar enseguida sobre una segunda secuencia;

-La memoria a largo plazo conserva algunas horas o algunos años o toda la vida esta sustancia, en una forma potencial, las más de las veces liberada de palabras, en forma de lo que se llaman imágenes mentales o "patterns"

MODELOS DE COMUNICACIÓN

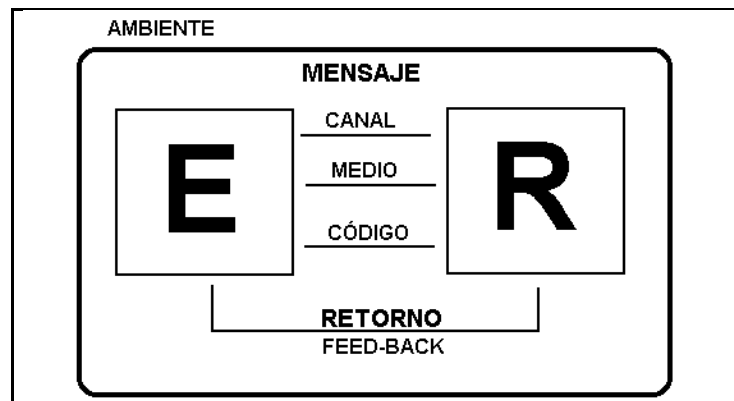


LA COMUNICACIÓN

NO ES
SINO

ENTRE LAS PERSONAS
EN LAS PERSONAS

1.2 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN:



Emisor: Da la información.

Receptor: Recibe la información.

Canal: Por dónde va la información (visual, auditivo, táctil,..etc.)

Medio: Elemento físico por el cual se hace posible la transmisión de información.

Mensaje: La información (es referente).

Código: Sistema de signos y de reglas que permiten formular y comprender un mensaje.

Retorno (feed-back):

Mecanismo que va del receptor al emisor, por el cual, este (el emisor) sabe si su información (mensaje) lo está entendiendo el receptor.

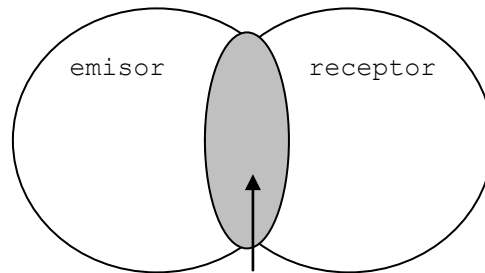
Ambiente: Situación general en que está envuelto el emisor y el receptor.

1.3 COMUNICACION EFECTIVA

"Comunicación es el proceso de transmitir ideas, significados, instrucciones Y actitudes de forma efectiva entre individuos y grupos, de forma que se consiga una mutua comprensión".

La comunicación generalmente se produce entre una persona y otra (u otras) y puede representarse así:

SITUACIONES
PROBLEMAS
DECISIONES
INSTRUCCIONES
APTITUDES



ZONA DE CONTACTO Y COMPRENSIÓN

Mejorando nuestra comunicación podemos ampliar la zona sombreada. Algunos ejemplos de medios de comunicación que utilizamos son:

LA PALABRA HABLADA	Conversación, entrevista, reunión, discusión instrucción, conferencia
LA PALABRA ESCRITA	Carta, memorando, informe, documentación
EL EJEMPLO	Exhibición, demostración
METODO VISUAL	Tabla, película, diapositiva

Pero lo más importantes sigue siendo:

LA ESCUCHA Y LA OBSERVACION

EL AMBIENTE es también importante, así como, el LUGAR y EL MOMENTO en que la comunicación se realiza, pueden tener influencias sobre su efectividad, su legibilidad y comprensión por parte del RECEPTOR.

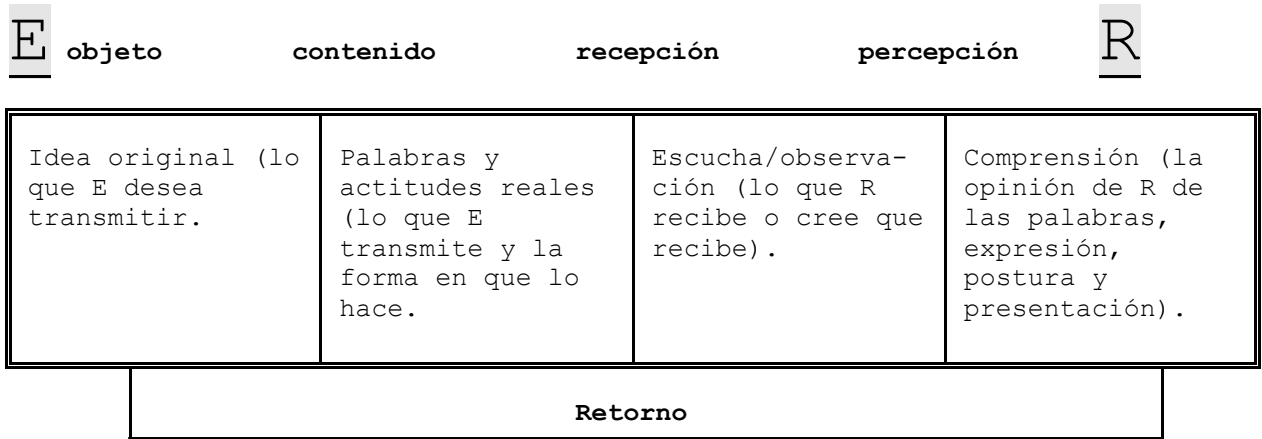
1.4 PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN:

Los siete pasos previos para una comunicación efectiva son:

- ¿por qué?**
- ¿por qué necesito comunicarme?
 - ¿cuál es mi objetivo?:
 - . Instruir
 - . Informar/decir
 - . Persuadir/convencer/involucrar.
 - . Vender una idea/producto.
- ¿qué?**
- ¿qué podría decirse?
 - ¿qué debería comunicarse?
 - ¿qué ha de comunicarse?:
 - ¿cuál es el deber de comprensión del receptor?.
 - ¿cuales son sus necesidades en esta situación?.
- ¿cuándo?**
- ¿cuándo es el momento adecuado para comunicarse?
(ser oportuno).
- ¿dónde?**
- ¿donde es el lugar mejor/adecuado para comunicarse?
- ¿cómo?**
- ¿cómo debo comunicarme?
 - ¿cuál es la forma mejor/correcta en esta ocasión?
(medio /canal).
- ¿quién?**
- ¿quién está afectado?
 - ¿quién necesita saber?
 - ¿quién ha de tomar medidas?
- ¿a quién?**
- ¿con quién debo comunicarme para alcanzar mi objetivo o respuesta que deseo?

1.5 EL CICLO DE LA COMUNICACIÓN:

El ciclo de comunicación consta de los cinco aspectos específicos siguientes: (suponiendo que E se comunica con R).



1.5.1 Barreras y vías de acceso:

Paso entre Objeto y Contenido:

Barreras	Vías de acceso.
Educación (dificultades de expresar las propias ideas)	Piense antes de hablar.
Mala utilización de las palabras.	Planifique, si el tiempo lo permite.
Falta de planificación y preparación previa.	sea sencillo sea claro sea lógico