



[Comprar el libro o audiolibro](#)

Presentaciones memorables

Crea experiencias únicas que cautiven a tu audiencia

Luke Jones • Empresa Activa © 2017 • 264 páginas

Comunicación corporativa / Relaciones Públicas

Ideas fundamentales

- Una presentación puede ser una experiencia que marque al público; es decir, una experiencia memorable.
- El proceso para crear una experiencia memorable tiene tres elementos: “Contenido interesante”, “Diseño sencillo y memorable” y “Exposición impactante”.
- La base para una buena presentación es investigar, no solo el tema a tratar sino también las características de la audiencia en cuestión.
- Iniciar una presentación contando una historia es una buena estrategia para llegar emocionalmente al público.
- Cada diapositiva debe expresar una sola idea, en pocas palabras.
- Todos los elementos empleados en las diapositivas juegan un rol importante en la creación de la experiencia, que debe ser memorable.
- La exposición es clave, pues de ella depende que el trabajo con el contenido y el diseño exploten todo su potencial y cautiven al público.
- Un expositor excelente conoce su energía y la maneja en el escenario. Perfecciona su tono de voz, su manejo del lenguaje y su empatía con el público.
- Con cada presentación hay que sembrar una experiencia que perdure por años, que genere una impresión profunda en las personas.
- Procure incluir los cinco sentidos en una presentación, esto hace que los asistentes se involucren e intensifica la experiencia.

Reseña

Una buena presentación puede hacer gran diferencia: puede hacer que una idea no tan buena mejore, que una buena idea resplandezca y que una idea extraordinaria emane todo su potencial. Kenny Nguyen, Gus Murillo, Robert Killeen y Luke Jones, integrantes de *Big Fish Presentations*, ofrecen en este libro, *Presentaciones memorables*, una serie de elementos importantes para perfeccionar la elaboración de una presentación y el desenvolvimiento de un orador. Quizá el tema no resulta novedoso, pero su objetivo sí lo es: crear una experiencia envolvente. *getAbstract* recomienda este libro a toda persona que requiera hacer presentaciones, en cualquier ámbito profesional y nivel de experiencia.

Resumen

La experiencia es todo

Una experiencia puede ser buena, regular, indiferente o mala, también una presentación. Las malas presentaciones abundan, las buenas son muy pocas, el resto pasan casi inadvertidas. Esto es así porque no se concibe a una presentación como una experiencia buena, memorable. *Big Fish Presentations* es una empresa que se dedica precisamente a conseguir que cada vez más personas hagan de sus presentaciones experiencias buenas, memorables.

“El público está tan acostumbrado a las malas presentaciones que de hecho se sorprende cuando la presentación es buena”.

¿Cómo se consigue hacer de una presentación una experiencia? El estilo de *Big Fish* está basado en un proceso muy sencillo, que consta de tres elementos:

1. **“Contenido interesante”** – Es clave para el éxito de una presentación que el contenido sea seleccionado adecuadamente. Lo que se dice debe ser atractivo para que el público se involucre.
2. **“Diseño sencillo y memorable”** – No menos importante es el diseño de las diapositivas. Hay que tener una visión previa de lo que se quiere decir y de la experiencia que se quiere crear. También es necesario considerar los sentimientos, la forma de pensar del público y lograr que el mensaje en las diapositivas llegue a ellos.
3. **“Exposición impactante”** – El orador debe proyectar toda su confianza, conectar con la gente, manejar con aplomo sus movimientos. Una buena presentación, con contenido interesante y diapositivas atractivas es algo valioso, pero impacta más el desenvolvimiento de un buen presentador.

“Contenido interesante + material visual memorable y sencillo + exposición impactante = experiencia inolvidable”.

Existen, además, diez “mandamientos” que deben ser considerados en la elaboración de toda presentación. Estos son los siguientes: explicar cada beneficio para el mundo; economizar el tiempo; la presentación debe gustar a quien la va a desarrollar; considerar que el orador impacta siempre más que la presentación; hay que apasionarse con el tema; es importante incluir historias; la presentación debe procurar hacer una invitación al público a realizar acciones concretas; siempre es necesario practicar una vez más; es

fundamental interactuar lo más posible con el auditorio y, no menos importante, el orador debe disfrutar la presentación, pasarla bien.

¿Qué se va a decir?

El contenido de una presentación es clave. Antes de diseñarla, es necesario saber qué es lo que se quiere decir. El mensaje debe ser claro, directo, debe impactar al público y ser divertido. Un aspecto fundamental es saber a quién se va a dirigir la presentación. ¿Cuáles son las características del público? Considérelo para perfilar cómo empleará el lenguaje para cautivar a la audiencia.

“Las grandes ideas son declaraciones que tienen que ver con el tema pero que también ofrecen una solución que podría suponer un desafío a la manera de pensar del público”.

La investigación es la base de todo y es indispensable para complementar el conocimiento del tema que se va a desarrollar. Se debe investigar hasta sentirse completamente cómodo para hablar, para contestar preguntas, para transmitir lo que se ha investigado. Hay que investigar también a la audiencia, sus características básicas, sus intereses, todo lo que se pueda saber de ella.

“Si los cinco primeros minutos de tu presentación entretienen al público, es más probable que les llegue tu mensaje y por tanto que lo recuerden después”.

Toda presentación debe tener una idea impactante, que concentre la propuesta central. Esta idea debe estar conectada con una historia, de preferencia personal, que sirva de contexto y de inspiración. Una historia que toque al público y una idea potente son una combinación valiosa. El complemento ideal es la sencillez. Hay que emplear la menor cantidad posible de palabras. También hay que evitar el exceso de información, de detalles, de referencias. En este sentido, menos, es más.

“En vez de números, verán ideas. En vez de hechos, tendrán conocimiento. En vez de asistir a una presentación, se habrán zambullido en una experiencia”.

Compartir una anécdota o una historia, de preferencia personal, es una excelente manera de iniciar una presentación. También se puede principiar con una pregunta. La primera opción ayuda a conectar con las emociones del público; la segunda, predispone a la audiencia a nuevas ideas. Otras alternativas para iniciar son: con chistes, con alguna frase de un personaje famoso, con fotografía o video, o incluso con algún objeto.

“Una declaración poderosa a modo de apertura prepara al público para tu mensaje, y un cierre memorable lo reafirma”.

Los datos y las estadísticas son un buen complemento para una buena presentación. Sin embargo, es preciso ofrecer también un contexto en el que esos datos sean relevantes, puede ser a través de una historia. También es importante incluir una invitación al público para que haga algo, para que la presentación se traduzca en una acción en su vida.

“El contenido es solo el principio. Si el contenido es el rey, entonces el diseño es la reina”.

La estructura marca el orden en que se van a abordar los aspectos relevantes del tema. No está de más procurar escribir algunas frases que concentren, en unas pocas palabras, lo más poderoso del mensaje a transmitir.

Las diapositivas

No basta con aterrizar las ideas en el papel. Para que una persona logre que otras cambien algo de su vida después de una presentación, el diseño es un elemento clave. Lo primero es saber que no se debe sobrecargar una diapositiva de texto. Cada diapositiva debe tener un propósito, una idea, y debe estar vinculada con el resto de la presentación. Hay que considerar un máximo de tres frases de alrededor de 15 palabras para cada imagen. No existe un parámetro de mínimo o máximo de diapositivas, sino que depende de las necesidades particulares que tenga la presentación específica. Incluso, es posible que lo mejor para alguna presentación sea prescindir de ellas.

“Una diapositiva ideal contiene solo una idea y capta la atención del público. Es decir, ofrece un enfoque absoluto”.

Antes de realizar las transparencias se puede realizar un guion visual de ellas. Es factible dibujar cada una de las diapositivas con la finalidad de valorar su pertinencia, su estructura, composición y otros rasgos. La gran ventaja que tiene esta práctica, es que permite borrar, modificar y reordenar todo hasta que quede bien, para después realizar con toda confianza las diapositivas. Una manera muy fácil de hacer esto es dibujando en pequeñas notas como si cada una fuera una transparencia. Hay también algunas aplicaciones que permiten realizar este trabajo.

“Usar una foto que el público ya ha visto mil veces es peor que no utilizar ninguna en absoluto”.

Hay muchas formas de hacer una buena diapositiva, depende siempre de su función. Algunas pueden tener unas cuantas palabras y emplear un par de colores, otras pueden mostrar diagramas y otras más pueden ser más atractivas estéticamente.

La selección de los colores es importante porque culturalmente tienen significados y psicológicamente impactan a las personas. También es clave la selección del tipo de letra, algunas pueden proyectar más formalidad y otras dotar de cierto aire moderno a la presentación. En cuanto al tamaño, lo primordial es escoger una letra que facilite la lectura al público.

“La gente se acordará de la foto, pero primero mirará qué dice la diapositiva”.

Emplear fotografías como fondo para una o varias diapositivas es una buena opción. Hay que cuidar que las fotos empleadas sean de buena resolución y que no estén “píxeleadas”. Otro criterio importante es evitar imágenes que sean muy comunes. Una opción más para personalizar la presentación es animar algunos elementos. En los programas para hacer presentaciones hay animaciones precargadas. Pueden emplearse para representar procesos a través del tiempo o para contrastar datos.

“Serás mejor presentador si estás a gusto contigo mismo. Si no estás intentando imitar el estilo de otro presentador, tus movimientos serán más naturales, hablarás con más confianza y tu voz sonará más fuerte”.

Transiciones, gráficas, infografías, dibujos y vídeo son otros recursos que se pueden integrar en una presentación. Para evitar una saturación de las diapositivas, su empleo debe estar sujeto a las necesidades del discurso. Además, puede entregarse al público algún documento con información complementaria a la presentación. Lo principal es elegir los recursos que contribuyan a crear una experiencia envolvente para el espectador.

“Dale a la gente una razón para escucharte y tu presentación será un éxito”.

Una buena presentación puede prescindir del uso de diapositivas. Lo fundamental es crear una experiencia memorable y esto puede lograrse también con el uso de un caballete, rotafolios o pizarrón blanco. En este caso el presentador acompaña su exposición con dibujos, esquemas sencillos o palabras clave. Es una buena opción para quienes tienen un gran dominio de su tema, mucha seguridad y confianza en sí mismos.

Exponer

Si el expositor es malo, de nada le servirá estructurar muy bien una presentación, seleccionar una historia conmovedora y envolvente, acompañar todo eso con diapositivas muy bien diseñadas. El expositor debe emplear su cuerpo, su tono de voz y el dominio que tiene del tema para cautivar a la audiencia. Cómo se expone el mensaje no es más importante que el mensaje, pero sí es determinante para ganar a la audiencia.

“Cuando decimos que creemos en ofrecer una experiencia nos referimos al sentimiento que experimenta la gente cuando se hace eco de una idea en su fuero interno”.

¿De qué depende una exposición excelente? De factores como el estilo del expositor, el manejo del tiempo, las expresiones corporales, el manejo de la energía, un uso adecuado de las pausas y ensayar una y otra vez.

El estilo de un presentador es fundamental en su desempeño. Toda persona tiene un estilo personal, una forma particular de decir las cosas, hay que descubrirlo y explotarlo. Una presentación única requiere de originalidad en el expositor. La originalidad viene de la mano de la confianza en uno mismo, de sentirse a gusto con quien uno es.

“En lo que se refiere a crear una experiencia para el público, tienes que ser muy disciplinado, diligente y orientado al detalle”.

El tiempo es un elemento clave. Todo presentador debe tener presente que la atención del público se agota. Es preciso terminar la presentación antes de que eso suceda. Hay que ser directos. Ir al grano es algo que siempre agradece la gente.

Un orador no debe anteponer el lucimiento personal a la economía del tiempo y del lenguaje. Siempre hay que preparar una presentación de una duración menor a la dispuesta. De esta forma, hay un tiempo disponible para imprevistos, para agregar alguna reflexión o anécdota. Algo que ayuda mucho a controlar el tiempo es cronometrar cada etapa de la exposición.

¿Qué es el manejo de la energía? Es el control que el expositor tiene del ritmo de sus palabras, del tono de su voz y de la empatía que genera con el público al momento. Manejar estos aspectos depende mucho de la práctica y del conocimiento de uno mismo. Un excelente expositor desarrolla constantemente un conocimiento profundo de estos puntos, los perfecciona.

Crear una experiencia

La gente que sale de una presentación puede llevarse algunas ideas, palabras o imágenes en la mente, pero no debe irse sin una experiencia nueva. Cada persona debe llevarse una impresión, debe recordar de cierta manera lo que ha presenciado.

Para crear una experiencia a través de una presentación es necesario saber qué memoria se quiere dejar en el público, cómo deben recordarla las personas. Esto no es algo que suceda aleatoriamente, debe ser elegido y trabajado conscientemente.

Una experiencia envolvente se logra con el uso de los cinco sentidos. Hay que encontrar las formas de integrar experiencia visuales, táctiles, olfativas, auditivas y, si es adecuado, también alguna degustación. De esta manera, la experiencia del público será una vivencia mucho más completa que una presentación tradicional. Quizá esto no siempre sea posible, pues depende del tema, del lugar y de otros factores. Sin embargo, es bueno plantearse siempre la posibilidad de hacerlo.

Antes de una presentación es recomendable invitar a contactos, usar las redes sociales para difundir el evento, generar interés y curiosidad en posibles interesados. Durante la presentación es indispensable interactuar con la audiencia, identificar grados de interés en algunos asistentes, hacer contacto visual con diferentes zonas del auditorio.

Después de la presentación, es factible difundirla a través de la red. Eso aumenta su penetración y la retroalimentación que puede recibir para mejorar su presentación. Hacer de una presentación una experiencia memorable no es difícil: la práctica constante y la retroalimentación son la clave para lograrlo.

Sobre el autor

Kenny Nguyen fundador y CEO de *Big Fish Presentations*. **Gus Murillo** es cofundador, presidente y director de operaciones de *Big Fish Presentations*. **Robert Killeen** es redactor principal y director creativo de *Big Fish Presentations*. **Luke Jones** es redactor asociado en *DEVENEY Comunicación*.



¿Le gustó este resumen?

[Comprar el libro o audiolibro](#)

<http://getab.li/30944>

Este resumen puede ser leído por Tesco empleados.

getAbstract asume completa responsabilidad editorial por todos los aspectos de este resumen. getAbstract reconoce los derechos de autor de autores y editoriales. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este resumen puede ser reproducida ni transmitida de ninguna forma y por ningún medio, ya sea electrónico, fotocopiado o de cualquier otro tipo, sin previa autorización por escrito de getAbstract AG (Suiza).