



## Presentación S.O.S.

De transpiración a persuasión en 9 sencillos pasos

por Mark Wiskup

### RESUMEN EJECUTIVO

No cabe duda de la importancia que tienen las presentaciones, sobre todo en el ámbito gerencial. Sin embargo, es muy común que sintamos terror ante la posibilidad de tener que hacer una presentación en público.

En buena medida, nuestros temores ante dicha posibilidad no son infundados, pero es posible superarlos si aprendemos a crear empatía con el público. Y esto sólo es posible si procuramos que nuestra presentación incluya ciertos elementos fundamentales.

En Presentación S.O.S, conseguiremos un método general para preparar presentaciones capaces de influir en el público, y consejos sobre cómo superar los temores que se suscitan ante un auditorio.

### Sáquele provecho a sus lágrimas

Cuando se trata de hacer presentaciones frente a un público, existen cinco temores que podríamos sentir:

1. El público nos juzgará duramente porque le estamos quitando su tiempo: y esto es cierto. Pero siempre es posible darle la vuelta a esta situación. Si logramos hacer una buena presentación y así conectarnos con el público, este nos juzgará positivamente. Para superar este miedo, muéstrese afable y presente algo interesante.
2. El público no está dispuesto a escuchar porque ya se cansó con otras presentaciones aburridas y, por tanto, se mostrará cáustico: de nuevo, esto puede ser cierto. Pero también es una gran oportunidad. Si logramos ganarnos la confianza del público, este responderá entusiastamente. Ofrezcale al público un rato agradable.
3. El público no nos prestará atención porque, a pesar de que estamos frente a este, hay a la vez demasiados tipos de medios llamando la atención: si logramos conectarnos con el público, este nos prestará atención independientemente de que sea bombardeado desde otras fuentes. Lo bueno es que está en nuestro poder lograr que el público nos preste atención o no. Haga una presentación divertida y atractiva.
4. No le agradaremos al público debido a ciertos errores en la presentación: olvídense de ser perfecto y concéntrese en dejar huella. Por otra parte, los errores permiten que el público nos considere más humanos.

5. El público rechazará nuestras ideas y pensará que somos poco profundos: es posible evitar esto si entramos en sintonía con el público. Prepárese bien para que nunca haya duda de que conoce bien la materia.

Estos cinco temores pueden ser superados con preparación.

### Invente una frase memorable

Las frases funcionan como un anzuelo mental. Además, son un gran recurso para que la gente les pueda explicar nuestras ideas a sus amigos y socios. Algunas de las mejores frases de la historia son:

1. “He tenido un sueño” - Martin Luther King, Jr.
2. “A lo único que debemos temer es al temor mismo” - Franklin Roosevelt.
3. “¿Está usted mejor que hace cuatro años?” - Ronald Reagan.
4. “Ser o no ser” - William Shakespeare.
5. “¡Estás despedido!” - Donald Trump.

Para crear una frase memorable:

1. Expresar su idea desde el punto de vista del público: y modélela en torno a lo que este debería hacer para mejorar su vida.
2. La frase debe ser directa, vigorosa y simple: debe expresar claramente una idea.
3. Nunca debe ser defensiva: concéntrese en un futuro glorioso en vez de en los problemas del pasado.
4. Llaman a la acción: le indican a la gente lo que queremos lograr.

La frase será el marco en torno al cual estructuraremos la presentación. Luego, se deben crear tres afirmaciones que apoyen a la frase. A medida que ahondamos en el contenido de cada una de estas afirmaciones, estaremos repitiendo la frase así como expresándola de diversos modos. Esto es importante porque permitirá hacer hincapié en mensaje.

Ejemplo:

Frase: “Cuando invierte en nuestros productos, está invirtiendo en un socio que se interesa por su éxito”.

Afirmación 1: “Cuando invierte en nuestros productos, está invirtiendo en un socio que se interesa por su éxito. Nosotros

nos preocupamos por el éxito de su producto, y nos aseguramos de ofrecerle exactamente lo que necesita”.

**Afirmación 2:** “Cuando invierte en nuestros productos, está invirtiendo en un socio que se interesa por su éxito. Mantenemos nuestra base de datos al día para poder ofrecerle un mejor servicio”.

**Afirmación 3:** “Cuando invierte en nuestros productos, está invirtiendo en un socio que se interesa por su éxito. Y por esto felicitamos a George que acaba de ser ascendido a gerente regional de ventas”.

### Cuenta una buena historia

Cuando mezclamos nuestra frase con una buena historia, la presentación pasa de ser útil a ser inspiradora. Si contamos una historia corta por cada una de las afirmaciones, estas cobrarán vida ante nuestros escuchas.

Para contar una buena historia que forme parte de la presentación:

1. Presente a su héroe o heroína: una persona real o ficticia.
2. Traduzca el lenguaje técnico en las decisiones y retos que enfrentará el personaje: esto permitirá convertir la teoría en acciones visibles.
3. Describa en detalle dichas acciones: para que los escuchas puedan visualizarlo todo con claridad.
4. Explíquelo al público por qué esto es de su interés: esto le dará relevancia a las historias.

A medida que mejoramos nuestra habilidad para contar historias, comenzaremos a inspirar a los demás.

Ejemplo:

“El mejor modo de hablarles sobre nuestra compañía es hablarles sobre George, nuestro gerente de proyectos para la Costa Oeste. La semana pasada le tocó trabajar con un cliente que acababa de comprar una compañía y que no sabía como integrar los sistemas informáticos de ambas compañías. El cliente había asumido que tendría que empezar desde cero. Pero George le recomendó que no comprara ningún equipo nuevo porque ambos sistemas podían funcionar bien. Así pues, el cliente terminó gastando US\$ 700.000 en vez de los US\$ 2,5 millones que tenía presupuestados. El presidente de la compañía no lo podía creer y le prestó a George una cabaña en las montañas para que pasara el verano con su familia. Nuestros clientes siempre trabajan con gente como George. Nosotros sabemos qué es lo que usted necesita para ser exitoso y estamos ansiosos de trabajar con usted”.

Las historias marcan la diferencia entre una presentación aburrida y otra interesante. Esto le encantará al cliente.

### Inicie su presentación dramáticamente

Muchos presentadores empiezan de un modo aburrido y nunca se recuperan. Siga estos consejos para evitarlo:

1. Nunca comience por agradecer la asistencia de su público: es mejor crear una conexión emocional. Ya habrá tiempo de agradecer una vez que la presentación haya terminado. Desde un principio, convenga a sus escuchas de que la presentación no será una pérdida de tiempo.
2. No le diga al público cuánto le complace su presencia: esto siempre parece poco sincero. Demuestre respeto por el tiempo del público y motívelo.
3. No comience con una broma: es muy fácil caer en temas de mal gusto o inapropiados. No trate de ser un comediante; haga exactamente lo que vino a hacer.
4. Nunca comience la presentación diciendo: “Me pidieron que hablara...”: pareciera que usted quisiera hablar sobre algo más interesante. Presente su frase y cuente una historia que la ilustre. Al público no le interesa si usted está complacido de estar ahí.
5. Nunca comience gritando: “¡Buenos días!” o “¡Buenas tardes!” o “¡Buenas noches!”: y espere a que el público responda. Es innecesario. El público no se quiere sentir obligado a responder. No empiece como si usted estuviera esperando que el público vaya a hacer lo que usted quiera.

Hay dos formas de comenzar una presentación:

1. Diga su frase desde un principio: y cree cierta intimidad con el público. Decir desde un principio la frase es como decir: “Esto será bueno, así que ¡escuchen!”.
2. Comience con una buena historia y finalícela con su frase: esto le permitirá atrapar al público.

### Herramientas para la presentación

Casi ningún presentador utiliza ya transparencias. Por el contrario, casi todo el mundo utiliza proyectores y programas de presentaciones como PowerPoint. Este programa es de mucha ayuda cuando el presentador sabe lo que está haciendo. Hay ciertas reglas a seguir cuando se lo utiliza:

1. Recuerde que está utilizando PowerPoint para ayudar a la gente, no para confundirla: lo que la gente ve en la pantalla debe ser cónsono con lo que decimos. De lo contrario, todo el mundo se perderá.
2. Recuerde que menos es más cuando se trata de textos: es preferible un texto corto que un texto largo. Trate de que el público pueda leer las diapositivas con facilidad. Estas deben ser divertidas.
3. Los gráficos y los cuadros deben ser extremadamente simples: ya nadie está muy interesado en los recursos que ofrece PowerPoint sino en entender lo que se está exponiendo. Los gráficos detallados son demasiado difíciles de com-

prender en una presentación, así que estos deben ser simples.

4. Olvídese de utilizar dibujos: nunca funcionan y hacen que el espectador no nos preste atención. Es mucho mejor colocar “Dinero” que un sofisticado “\$” en tres dimensiones. Concéntrese en conectarse con el público.

5. Utilice sólo fotos verdaderas: nunca use fotos de estudio. No utilice fotos de gente perfecta que consiguió en la Internet. El público se distraerá con esta imagen tan genérica. Lo importante es que la gente se concentre en lo que estamos diciendo sin distraerse con los elementos de la presentación.

6. El fondo de las diapositivas debe ser simple: no deben interferir con el impacto emocional de la presentación.

7. Use efectos de animación con moderación: y sea consistente, es decir, mantenga dichos efectos durante toda la presentación.

8. Prepare todo bien con antelación: asegúrese de que su proyector y su computadora están funcionando bien. Asegúrese de que la imagen sea clara. Revise que la presentación esté completa y que funciona bien.

Es necesario tener una visión de arriba hacia abajo de nuestra presentación. Las grandes presentaciones no se valen demasiado de PowerPoint u otros programas de gráficos.

La presentación no debería constar más que de 16 diapositivas, estructuradas del siguiente modo:

1. Comience con el título de la presentación (diapositiva 1).
2. Siga con alguna frase que quisiéramos que la gente recordara tras la presentación (diapositiva 2).
3. Divida el contenido en tres partes, cada una de las cuales comienza con una diapositiva de introducción, dos de resumen y otra en la que se ilustra cada punto de un modo memorable (diapositivas 3 a 14).
4. Cierre de nuevo con su frase (diapositiva 15) y de nuevo con el título (diapositiva 16).

### Use pocos o ningún número

Los números son importantes en los negocios. El problema es que no todo el mundo los procesa a la misma velocidad. Algunas personas se aburren si hablamos demasiado de las cifras y otras necesitan una calculadora para entenderlas a cabalidad. La moraleja es que, si utilizamos muchos números en la presentación, perderemos parte del público.

Además, tienen otras desventajas:

1. Los números disminuyen el impacto emocional de la presentación: la frase, las afirmaciones y las historias quedan relegadas a un segundo plano.
2. Las conversaciones más importantes de la vida tienen que ver más con números contextualizados que con números sin

más. Por ejemplo, nadie es ascendido por lograr 94,576% de éxito, sino porque logró todos los objetivos que habían sido establecidos. Lo importante es el contexto, no los números.

3. Los números funcionan mejor cuando son vistos que cuando son oídos: nunca suenan bien cuando estamos hablando. La gente se confunde cuando decimos “millón”, “billón” o “trillón”. Mientras tratan de entender lo que dijimos, dejan de prestarle atención a lo que estamos diciendo.

4. Cuando utilizamos números, damos la impresión de ser presentadores sin imaginación: esto aburrirá al público.

5. Cuando utilizamos porcentajes, la gente siempre trata de entender por qué la suma no es 100%: así dejan de escuchar lo que estamos diciendo. Los porcentajes funcionan mejor cuando están escritos.

6. Cuando lo reducimos todo a números, diluimos el poder de nuestra frase: decir que “el nuevo gerente de ventas habla ocho idiomas” no es tan impresionante como decir “el nuevo gerente de ventas hablará en alemán con los clientes de Bonn, hablará en italiano con los clientes de Milán...”, etc.

Al utilizar números en las presentaciones:

1. Reduzca la cantidad de números: y concéntrese más en desarrollar su relación con el público. Haga siempre dos presentaciones, una con pocos números y otra con muchos números. Utilice esta última si es necesario.
2. Cada vez que utilice un número, explique lo que este quiere decir: así pondrá los números siempre en contexto.

### Olvídese de los clichés y frases comunes

Hay frases que sencillamente hacen que el público se ponga en nuestra contra, pues presuponen que los escuchas no son capaces de pensar por sí mismos. Entre dichas frases están:

1. “Lo que yo sé es que...”.
2. “Probablemente...”.
3. “En general...”.
4. “En cierto sentido...”.
5. “Bastante...”.
6. “Básicamente...”.
7. “Esencialmente...”.
8. “Principalmente...”.
9. “Como dije antes...”.
10. “Honestamente...”.
11. “Para serte franco...”.
12. “Repito...”.

Estas expresiones demuestran que no estamos seguros de lo que estamos diciendo, y que no estamos interesados en ser claros. Esto es lo contrario de lo que quiere un público. Este quiere ideas claras.

Si no estamos seguros de lo que vamos a decir, lo mejor es utilizar frases como las siguientes:

1. “Dado el rendimiento de la firma en los últimos dos trimestres y dado que estamos lanzando nuevos productos, este es un patrón de crecimiento muy probable. Estamos creciendo como organización”.
2. “Estos dos candidatos son muy interesantes y, si tuviera el presupuesto, los contrataría a ambos. Mi experiencia me dice que necesitaremos más de las habilidades financieras de George que de la experiencia en marketing de David. Así que voto por George, pero me encantaría trabajar con David si el equipo considera que él es más importante”.

Sea directo y vigoroso en sus presentaciones. Evite los lugares comunes: esto le alejará del público. No utilice palabras que ocupan mucho espacio pero que no dicen mucho.

### Termine su presentación con algo extraordinario

Hay dos modos de terminar una presentación vigorosamente:

1. Resumiendo lo dicho: y repitiendo nuestra frase y las tres afirmaciones. Esto le demuestra al público que hicimos lo que habíamos prometido. Además, la repetición crea un ritmo que le gustará al público.
2. Contando una historia que ilustre bien nuestra frase: y que dejará pensando al auditorio.

Nunca diga: “En conclusión...”. Esto diluirá el impacto de su comentario final. Es mejor ir directamente al comentario final y retirarse del podio antes de que la gente comience a recoger sus cosas.

A ciertos presentadores les gusta dejarle retos al auditorio. Esto es bueno mientras lo que pidamos sea fácil de entender y directo. Presente el reto y termine diciendo: “Gracias”. De este modo, la gente sabrá que es el momento justo para aplaudir.

Si incluimos una sesión de preguntas y respuestas en la presentación:

1. Nunca responda preguntas con un sí o un no: explíquese.
2. No tenga miedo de decir que no sabe la respuesta a cierta pregunta: pero responda la pregunta por correo electrónico al día siguiente.
3. No repita o parafrasee la pregunta que le están formulando: porque pudiera parecer que está adulando a quien interroga. El auditorio no está buscando su simpatía. Respete a quien formula la pregunta y respóndale sencillamente.
4. Nunca diga: “Esa es una buena pregunta”: porque de ahí se infiere que las demás preguntas no eran buenas. Océpese de todas las preguntas con el mismo entusiasmo.

Es muy fácil tirar fuera de borda todo el prestigio que hemos ganado en la presentación si al final mostramos una falsa

modestia. Cuando la gente se le acerque luego de la presentación para felicitarlo, acepte las felicitaciones y simplemente dé las gracias. Aproveche la oportunidad para presentarse, intercambiar tarjetas personales, etc.

### Practique, practique y practique

Para que una presentación sea realmente excepcional, es necesario prepararse. Esto es posible en tres etapas:

1. Establecer objetivos: es importante determinar qué queremos lograr con la presentación. En este sentido, debemos formularnos las siguientes preguntas:

- 1.1. ¿Qué debería saber el auditorio después de la presentación?
- 1.2. ¿Qué debería entender mejor?
- 1.3. ¿Qué se espera que haga diferente?

Tras responder estas preguntas, podremos crear nuestra frase. No continúe hasta que no haya creado la frase.

2. La carpintería: dedíquese a las 16 diapositivas:

- 2.1. Invente un buen título para su presentación.
- 2.2. Divida la frase en tres afirmaciones.
- 2.3. Complemente cada una de estas afirmaciones con dos diapositivas de información e ilústrelas con una historia.
- 2.4. Trate de encontrar una conexión con su auditorio. Planifique cómo profundizará dicha conexión.
- 2.5. Piense en el inicio y el cierre de la presentación. Trate de que estos dos elementos sean inspiradores. Probablemente no necesitará diapositivas para estas partes, pero asegúrese de que su frase esté en pantalla.
- 2.6. Revise el título de la presentación. Recuerde que esto es lo primero que verá su auditorio.

3. Practicar: por lo menos dos días antes de la presentación. La idea es saber cuál es el orden de la presentación y así poder manejar todos los matices posibles. La presentación debe ir *in crescendo*. Piense en cómo lograr este efecto.

Practicar no significa repasar las diapositivas sino hablar en voz alta en una sala. Utilice los mismos materiales que utilizará en la verdadera presentación. Practique toda la presentación por lo menos tres veces a dos días de la verdadera presentación.

Luego, la noche anterior, haga la presentación tres veces más. Hágalo con tiempo, no a la medianoche. Practicar le dará confianza en sí mismo. El día de la presentación, repásela por completo. Llegue temprano al sitio de la presentación para instalar todos los equipos necesarios y asegurarse de que están funcionando correctamente.

Este Resumido ha sido parcialmente patrocinado por:



La gerencia en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



El portal del libro gerencial

**Título original:** Presentation S.O.S.

**Editorial:** Warner Business Books

**Publicado el:** septiembre de 2005

¿Le gustó el Resumido? Compre el libro en:  
<http://www.resumido.com/es/libro.php/400>

Resumido.com, respetando la propiedad intelectual y los respectivos derechos de autor de las diferentes publicaciones citadas, no pretende reproducir ni parcial ni totalmente el contenido de las mismas ni el modo en el que su contenido se presenta aquí. Por el contrario, ofrecemos la oportunidad de que dichas obras no sólo sean conocidas sino adquiridas en beneficio de sus respectivos creadores; motivo por el cual, Meltom Technologies se reserva el derecho de excluir cualquier título, cuando se presuma la vulneración de derechos subjetivos, particulares o directos del mismo.