Comunicación y Oratoria

Rafaelsanchozamora@gmail.com

Rafa Sancho

7 de abril 2021

En primer lugar…

Nadie nace con una habilidad o capacidad especial para hablar en público…

Todo consiste en: PRÁCTICA, PRÁCTICA Y PRÁCTICA

REQUISITOS BÁSICOS PARA HABLAR EN PÚBLICO

REQUISITOS

- El orador tiene que dominar las técnicas de la comunicación para poder interesar al público.

- Debe resultar sugerente, convincente e interesante.

- Hay que conocer una materia y saber exponerla de forma atractiva para atraer la atención del público.

REQUISITOS

- No explicar temas que no se dominen.

- Hay que estar pendiente de lo que se dice, pero más de cómo se dice, el vocabulario empleado, los gestos, movimientos y manera de vestir, etc.

EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

Tener miedo antes de una intervención es algo natural, pero pensemos…

- El público no es nuestro enemigo.
- ¿Cuáles son las causas que originan nuestro miedo?
- Gran parte de este miedo es irracional: hay que rechazarlo por absurdo.

EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

Frente al miedo racional (a quedarnos en blanco, no saber contestar a una pregunta, que no funcione el proyector, etc.): tomar todas las medidas posibles para **reducir las posibilidades de que estas situaciones sucedan**.

EL MIEDO

¿Qué puedo hacer para que el público no perciba mi miedo?

Es muy difícil que lo perciba, pero aún así...

EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

- La mejor forma de combatir el miedo es con una **rigurosa preparación** de la intervención.
- También **pensar en positivo**: obtendremos el éxito con una adecuada preparación.
- Otra alternativa: realizar **ejercicio físico** intenso durante horas previas (el cansancio calma los nervios)
- **Autoimponerse tranquilidad** antes de comenzar.

LA INTERVENCIÓN

PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

Cuando preparamos un discurso debemos tener en cuenta:

- ¿Hacia qué **público** va dirigido?
- ¿Cuál es el **objeto** de la intervención?
- ¿Qué **temas** se van a tratar?
- ¿**Dónde** va a tener lugar?
- ¿Cuánto **tiempo** va a durar?

PREPARACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

Las características que definen el **estilo** de una intervención son numerosas:

- Formal/informal
- Serio/desenfadado
- Sobrio/entusiasta
- Cercano/distante
- Riguroso/generalista
- Monólogo/participativo
- Con apoyo visual/no apoyo visual

EL PÚBLICO

EL PÚBLICO

El público asiste al acto porque le interesa, así que intentaremos no defraudarle.

Prepararemos el discurso en función del público.

En primer lugar…

¿QUÉ TIPO DE PÚBLICO ESPERAMOS?

EL PÚBLICO

- Trata un **tema que interese** al público y con un lenguaje apropiado
- Hay que saber si **el grupo es homogéneo**
- Ten en cuenta el posible **conocimiento** del público sobre el tema, utilizando términos que todos conozcan

LUGAR
DE LA INTERVENCIÓN

LUGAR DE LA INTERVENCIÓN

Para familiarizarte con el sitio y calmar los nervios, lo ideal es…

- Conocer el lugar de la intervención
- Hacer allí el último ensayo general

Evita cualquier imprevisto que pueda estropear la intervención

DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

- Intenta ajustarte a un **tiempo inferior** al previsto, dedicando el tiempo necesario a la conclusión.

- Es mejor ser breve que sobrepasar el tiempo asignado: el público agradece la **brevedad**.

- Es recomendable llevar **material adicional** por si debes alargar la intervención, y saber **qué partes puedes suprimir** en caso de tener que acortarla.

DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

¡CONTROLA
EL
TIEMPO!

EL DISCURSO

EL DISCURSO

DEFINIR EL TEMA

DETERMINAR LA IDEA CLAVE

BUSCAR ARGUMENTOS → Imaginación

SELECCIONAR LOS 4 Ó 5 MÁS RELEVANTES

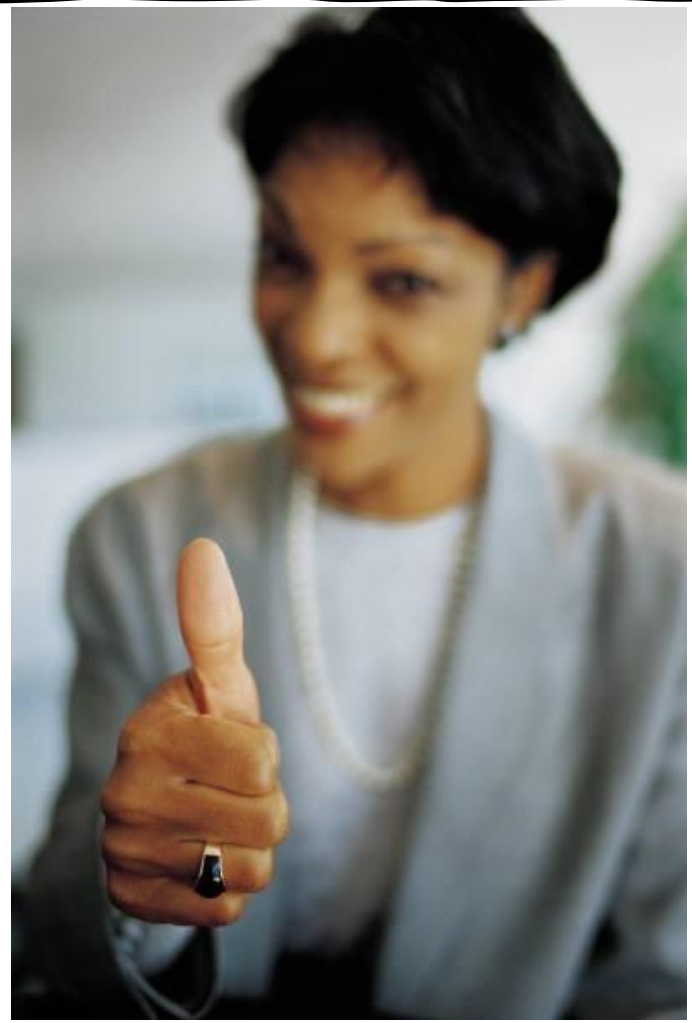
DESARROLLARLOS

EL DISCURSO

Partes del discurso:

1. **INTRODUCCIÓN**: Plantea el tema y la idea
2. **DESARROLLO**: Se presentan los argumentos que apoyan la idea
3. **CONCLUSIÓN**: Se recuerda la idea principal y los argumentos empleados

EL DISCURSO



- ✓ Lenguaje claro y directo
- ✓ Frases cortas y sencillas
- ✓ Que resulte atractivo, novedoso, ameno, bien fundamentado, interesante
- ✓ Brevedad= sin rodeos que terminan aburriendo

LA IDEA CLAVE

LA IDEA CLAVE

Es la idea principal sobre la cual gira el discurso. Resume el **punto de vista del orador** sobre el tema tratado.

¡Aprovecha tu oportunidad para hablar en público!

LA IDEA CLAVE

- Tómate tu tiempo para definir la idea clave.

- Expresa la idea principal en la introducción, arguméntala en el desarrollo y recuérdala en la conclusión.

- Sé claro y **conciso**, yendo al núcleo del tema.

LA IDEA CLAVE

Habrás conseguido tu objetivo si al terminar el discurso, los oyentes conocen perfectamente tu opinión y los argumentos en los que te apoyas

EL ENSAYO

EL ENSAYO

Un correcto ensayo te permitirá conseguir un gran discurso

Pero...

¿Cómo debo ensayar?

EL ENSAYO

1. Lee el discurso **en voz alta** varias veces
2. Expón el discurso **recreando** las condiciones que encontrarás en su día
3. **Practica** la voz, los silencios, las miradas, los movimientos, las manos, los gestos de la cara, etc.
4. Muestra **serenidad, entusiasmo, convicción** y enfatiza lo más importante

EL ENSAYO

- ¡Sácale jugo a tu discurso!
- Grábate en vídeo y podrás corregir
- fallos
- Puedes ensayar con público (amigos)
- Ensaya hasta el día previo a la
- actuación

EL ENSAYO

¡¡No ensayes el mismo día!! No tendrás tiempo para corregir fallos y te pondrás más nervioso

EL DÍA DEL ACTO

EL DÍA DEL ACTO

- ✓ Debes estar relajado y en plena forma
- ✓ Agenda despejada
- ✓ Come varias horas antes del acto
- ✓ Acude al lugar de la intervención con tiempo de sobra
- ✓ Comprueba que todo está en orden

EL DÍA DEL ACTO

- ✓NO ENSAYES
- ✓NO comidas pesadas
- ✓NO abuses del café
- ✓NO alcohol
- ✓NO pastillas tranquilizantes
- ✓NO desplazamientos desde otra ciudad

LA PRESENTACIÓN

LA PRESENTACIÓN

Realizada por el organizador del acto, no debe ser exagerada ni excesivamente halagadora para el orador.

Se debe presentar centrándose en el tema que se va a tratar en el acto

LA PRESENTACIÓN

Una vez que el orador tiene la palabra…

1) Gracias al presentador por sus palabras de elogio
2) Saludos al público, **abarcando con la mirada toda la sala**
3) Datos básicos de su **biografía**
4) **NO mencionar posibles condecoraciones**
5) El público agradece la **humildad**

LA INTERVENCIÓN

LA INTERVENCIÓN

OBJETIVOS PRINCIPALES

- Captar y mantener la atención del público
- Llegar al público de forma más directa, más fácil y más sugerente

LA INTERVENCIÓN

Como orador, tienes que…

- Cuidar el ritmo de la intervención (mantener la emoción)
- Utilizar bien el lenguaje verbal y el **corporal**
- Proyectar una imagen de profesionalidad
- Mostrar entusiasmo
- Mantener un rostro amable y sonriente

LA INTERVENCIÓN

Factor clave en la intervención = **EL SILENCIO**

LA INTERVENCIÓN

SILENCIO: para establecer pausas, destacar ideas, dar tiempo al público a asimilar un concepto, no caer en la monotonía, etc.

NO LO UTILICES INCONSCIENTEMENTE

NO LO UTILICES ALEATORIAMENTE

LA INTERVENCIÓN

¡RECUERDA!

EL PÚBLICO VALORARÁ TU NATURALIDAD

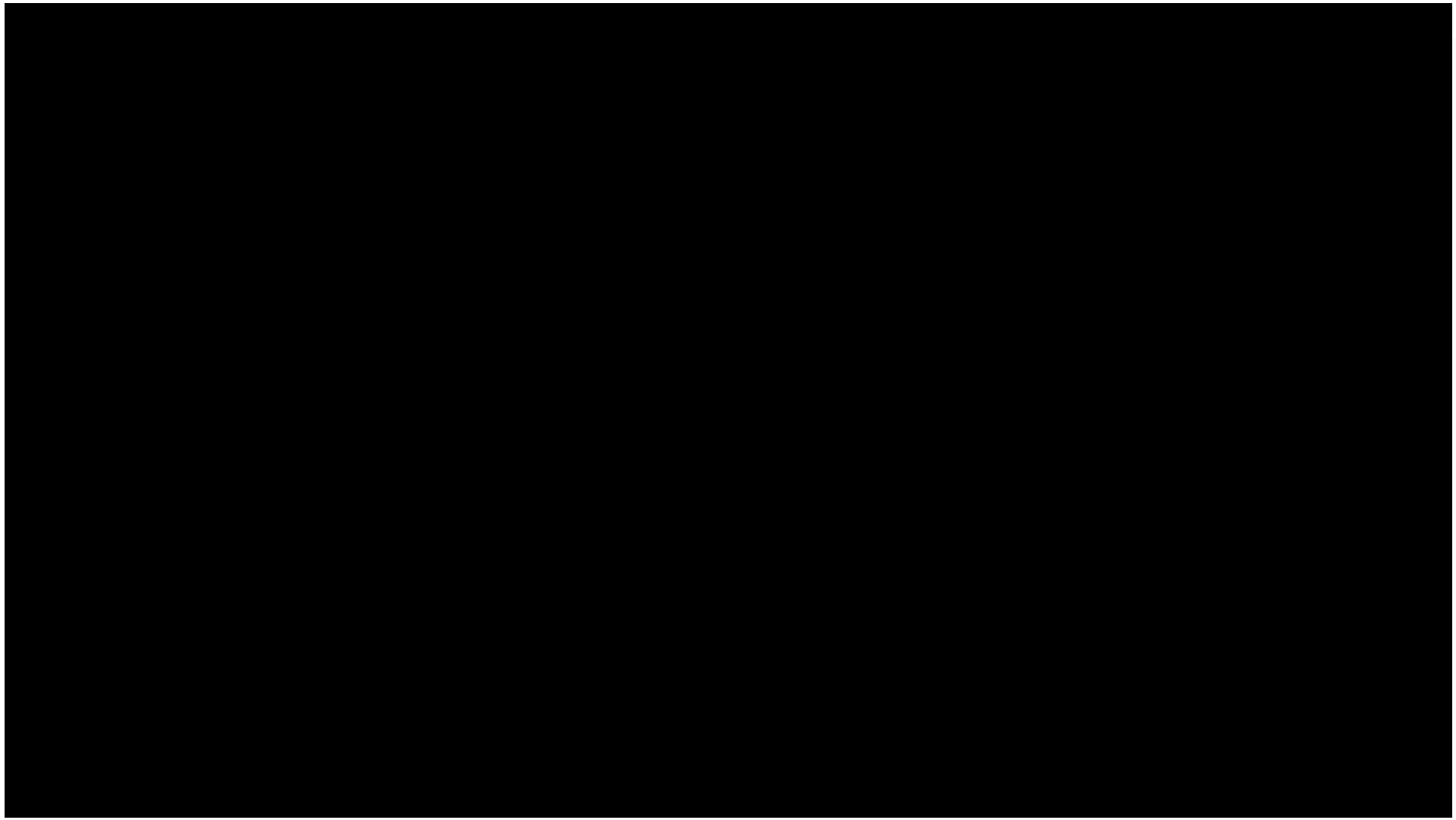
LA INTERVENCIÓN

Y NO OLVIDES…

- Un vaso de agua
- Un reloj
- Un pañuelo

LA COMUNICACIÓN CORPORAL

VOZ y Gestos



VOZ

La voz es un punto esencial para atraer la atención del público, por ello debemos prestarle especial atención y conseguir dominarla.

DOMINAR LA VOZ SÓLO SE LOGRA CON ENSAYO

VOZ

a) Graba el discurso y escúchalo.
b) Pide opinión a alguien
c) Al detectar fallos, trabaja sobre ellos hasta suprimirlos

VOZ

- **Habla alto** para ser escuchado en toda la sala
- **Habla tranquilamente,** hablar demasiado deprisa refleja nervios
- **NATURALIDAD**
- Si utilizas micrófono, mantén siempre la misma distancia, con el volumen adecuado

VOZ

Tienes que…

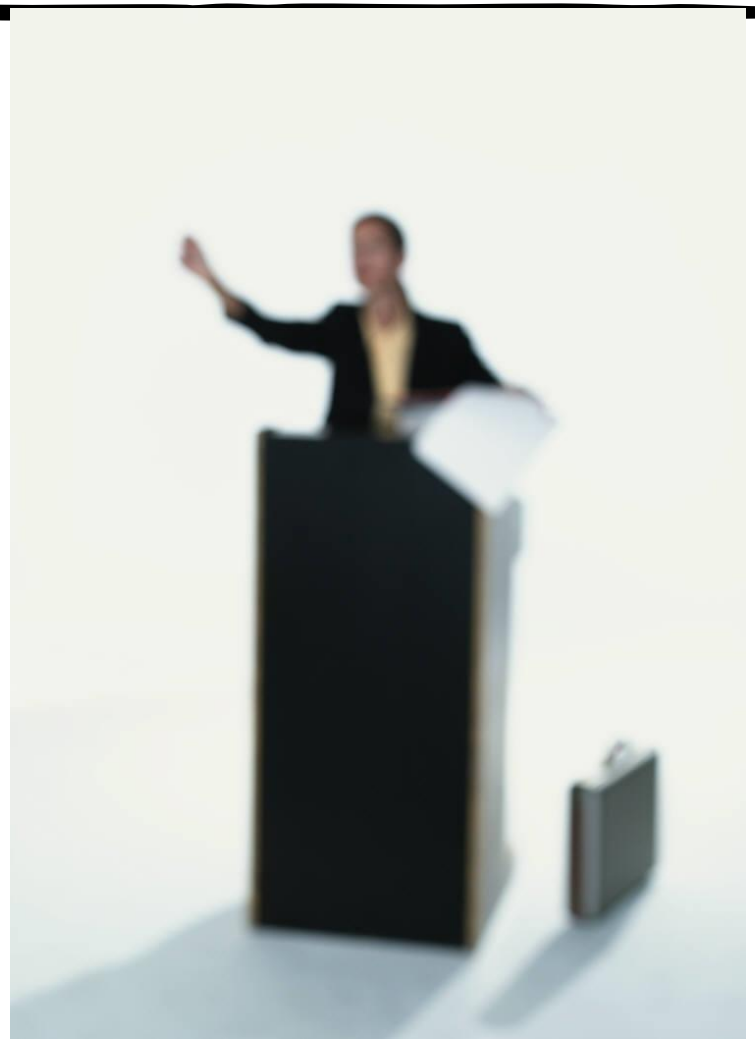
- **Modular la voz**: subir-bajar el volumen, cambiar el ritmo, acentuar palabras
- **Jugar con la voz:** enfatizar puntos importantes, introducir anécdotas
- **Hablar claro:** vocaliza correctamente y termina siempre los finales de palabra

LENGUAJE

LENGUAJE

- Enfocado al público
- Explica abreviaturas y acrónimos en caso de dudas
- Evita palabras extranjeras
- Evita pedantería, frases rebuscadas y complejas
- Evita *coletillas*

LENGUAJE



El lenguaje debe ser directo y preciso, frases sencillas y cortas, tiempos verbales simples.

La clave:
SENCILLEZ

MIRADA

MIRADA

Excelente enlace conector orador-público

MIRADA

Al público le gusta que le **dirijan la mirada**.

Agradecen la **simpatía**: ofréceles una imagen abierta, sonriente, optimista.

Lo primero al subir al estrado: saluda y **mira a los ojos** al público.

MIRADA

- Abarca toda la sala con la mirada
- Individualiza rostros concretos
- NO mires sólo a una zona
- Aunque el discurso sea leído, intenta mantener el contacto visual con el público
- En momentos de silencio: mira al público

LENGUAJE CORPORAL

A veces es mas importante saber *transmitir y resumir* que ser experto

Es preferible saber transmitir bien la idea que ser el que más sabe sobre ella.

LENGUAJE CORPORAL: TIPS

Fuente: www.lenguajecorporal.org

LENGUAJE CORPORAL: TIPS

Fuente: www.lenguajecorporal.org

LENGUAJE CORPORAL: TIPS

Fuente: www.lenguajecorporal.org

LENGUAJE CORPORAL: TIPS

Fuente: www.lenguajecorporal.org

LENGUAJE CORPORAL: TIPS

Fuente: www.lenguajecorporal.org

LENGUAJE CORPORAL

Muchas veces no somos conscientes de nuestro lenguaje corporal, pero a través de él emitimos mensajes, **mensajes que la audiencia capta con total nitidez.**

Para percibir tu propio lenguaje corporal:
GRÁBATE EN VÍDEO

LENGUAJE CORPORAL

serenidad

naturalidad

Postura cómoda y erguida

seguridad

movilidad

tranquilidad

LENGUAJE CORPORAL

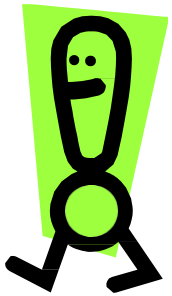
- Supera la timidez
- Gestos de la cara relajados
- Ensaya movimientos de manos previamente
- Movimientos sobrios, acordes con las palabras

IMAGEN

IMAGEN

Imagen **agradable**, abierta ⇨ Gana el estima del público

Imagen descuidada, antipática ⇨ Pone al público en contra



IMAGEN

Respecto a tu imagen…

- Vestir de forma adecuada a la ocasión
- NO desentonar con el público, sólo algo mejor que él
- Cómodo, sin excesos

IMAGEN

Antes de empezar

REALIZA UNA ÚLTIMA REVISIÓN A TU IMAGEN

CAPTAR LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO

CAPTAR LA ATENCIÓN

- ¿Cómo lo puedo conseguir?

✓ Con amabilidad y simpatía

✓ Dándole participación

✓ Saludándole sonriendo y mirando individualmente y agradeciendo su presencia

✓ Contar anécdotas

✓ Toques adecuados de humor

✓ Al final, volviendo a agradecer su asistencia

FLEXIBILIDAD E IMPROVISACIÓN

EJERCICIO

Storytelling con tu vida…90 segundos

FLEXIBILIDAD E IMPROVISACIÓN

NO OLVIDES NUNCA...

- ✓NATURALIDAD
- ✓SENTIDO DEL HUMOR
- ✓CALMA
- ✓CONTROL

REACCIÓN DEL PÚBLICO

REACCIÓN DEL PÚBLICO

- Intenta captar la atención del público desde el primer momento.
- Lo peor: no conseguir su atención
- Debes reaccionar pronto
- Recuerda: BREVEDAD
- Hazles participar
- Al terminar: gracias y pregunta opinión

SITUACIONES DIFÍCILES

SITUACIONES DIFÍCILES

Frente a una persona que te increpe con dureza:

- ❑ Si interrumpe: pedir que espere turno
- ❑ Si persiste: indicarle educadamente que abandone la sala
- ❑ Si es en el turno de preguntas: con ese tono no se le responderá
- ❑ Si persiste: indicarle la posibilidad de discutirlo cuando acabe la sesión

SITUACIONES DIFÍCILES

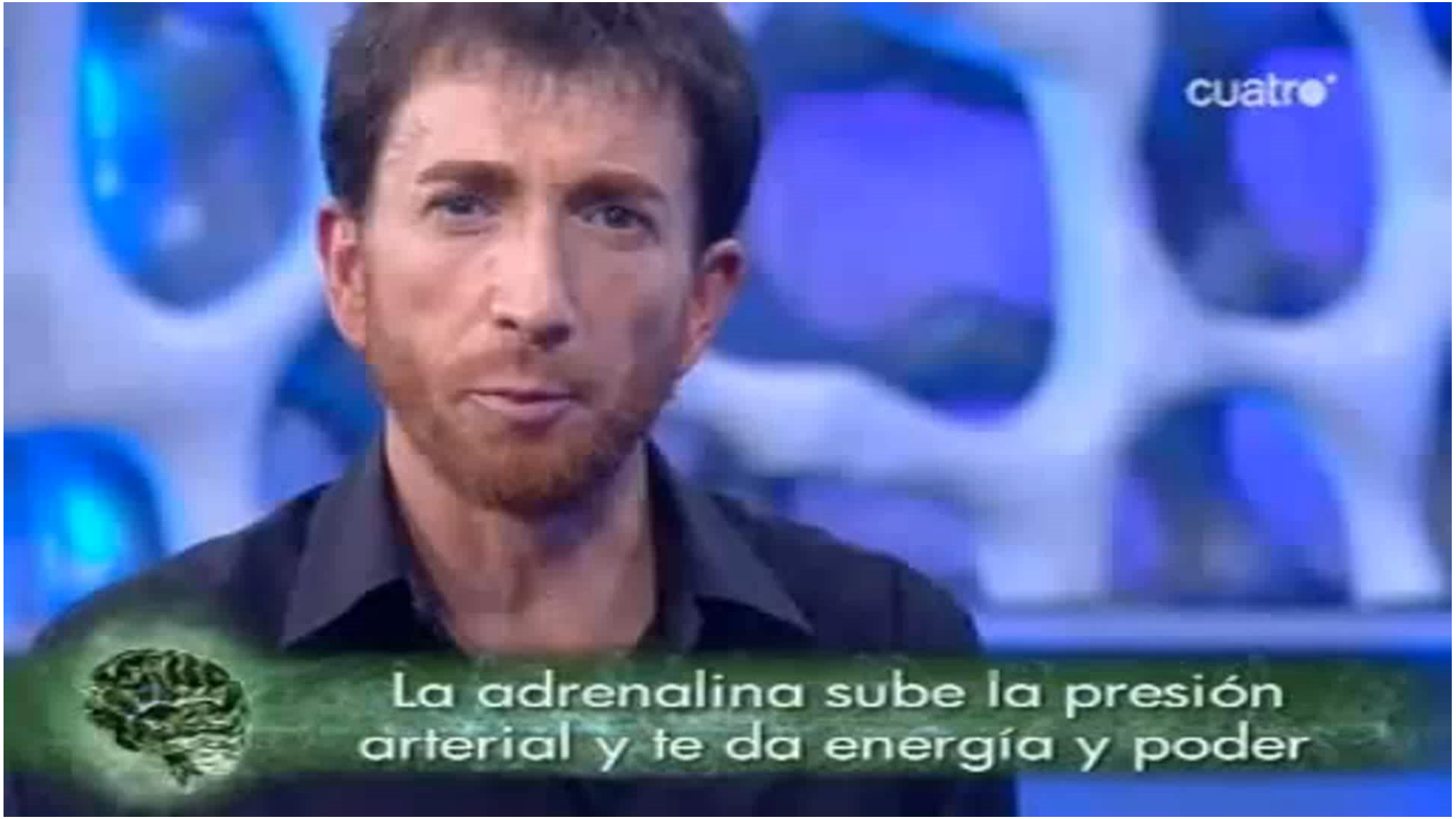
SÍ

- Aceptar críticas
- Calma y educación
- Mantener a la audiencia tranquila

NO

- Permitir que te falten al respeto
- Ironía y desprecio
- Alterarse e iniciar una trifulca

LA COMUNICACIÓN INFLUYE



LAS CRÍTICAS

LAS CRÍTICAS

Y ante todo…

¡¡PRACTICA!!

Es la mejor forma de mejorar

Gestiona los tonos de tu voz

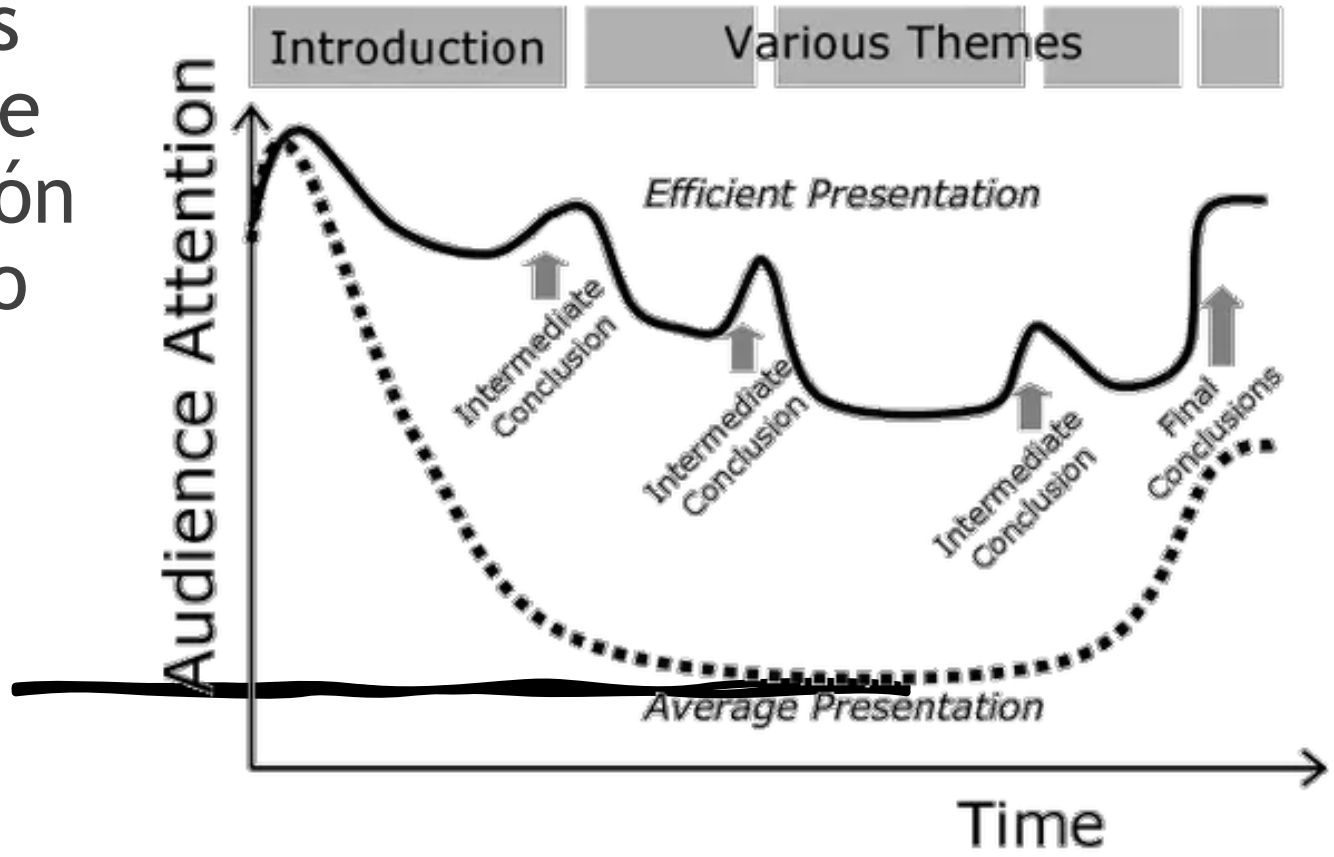
Una de las claves para no aburrir a la audiencia es cambiar los tonos de la voz, el volumen o la velocidad.

Utiliza bien los silencios.

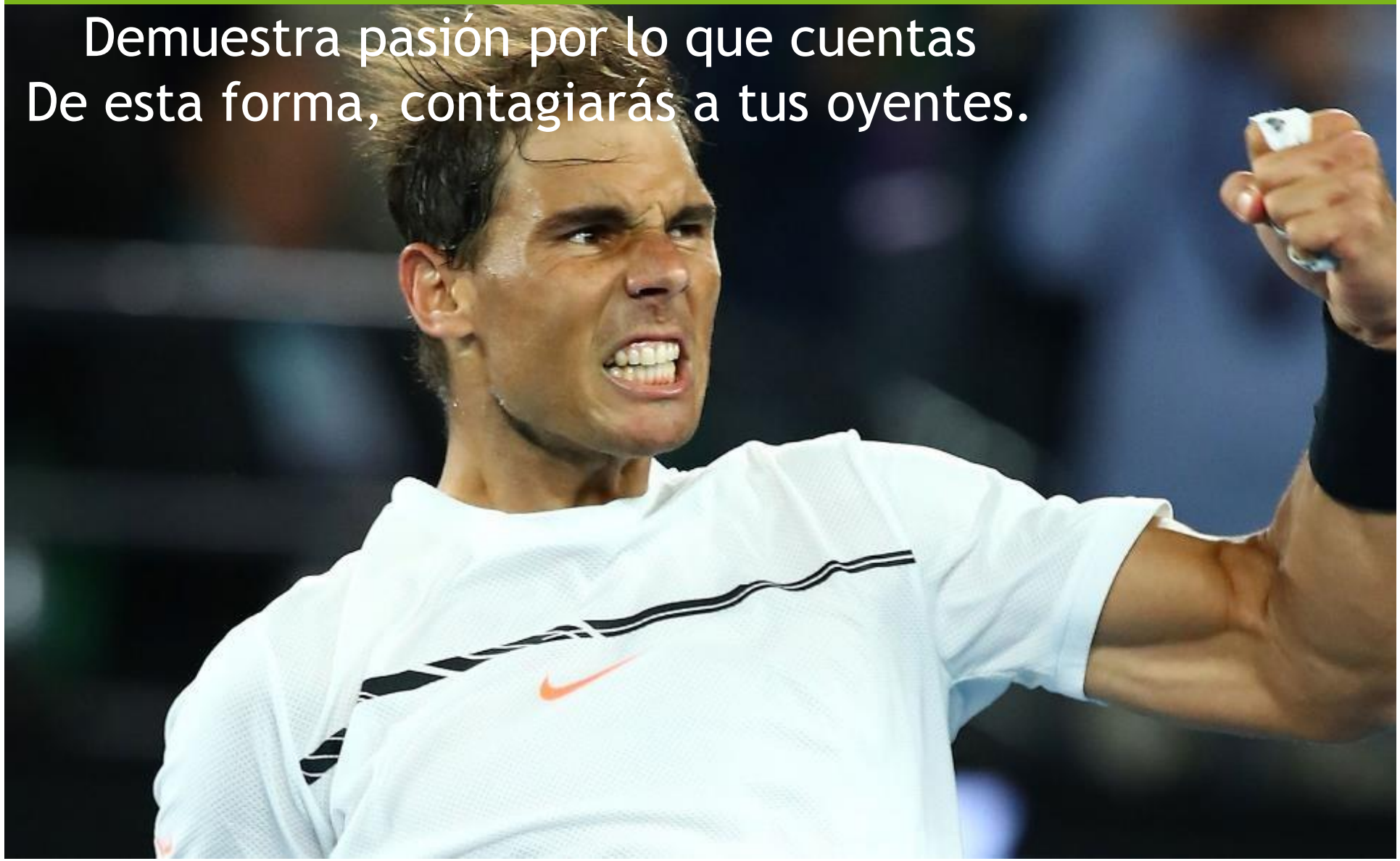
La voz nervios en muchas ocasiones no es captado por los oyentes.

Un error suele ser hablar muy deprisa.

Entiende los momentos de mayor atención para decir lo importante



Demuestra pasión por lo que cuentas
De esta forma, contagiarás a tus oyentes.



Para rebajar el nivel de ansiedad
Beber agua antes de salir.
Respirar profundo y mantener unos segundos.

No leas, habla, pero despacio.

No es recomendable redactar discursos, pero sí lo es llevar notas para recordar lo que quieres decir, y saber en qué parte va uno.

Una buena idea es hacer fichas con los puntos principales o con datos importantes que quieras dar a conocer.

Engáñate a ti mismo. ¡Funciona!

La audiencia no suele notar los nervios del ponente, o los nota mucho menos que él mismo.

Piensa que no estás nervioso, solo estás PREPARADO, con la adrenalina suficiente para que salga todo rodado.

Hablar en público no se limita a tomar la palabra y “soltar” un discurso; hablar en público consiste en lograr establecer una comunicación efectiva con el mismo, en la que uno sea capaz de transmitir sus ideas.

Presentar es un arte

avanzza
trainingservices

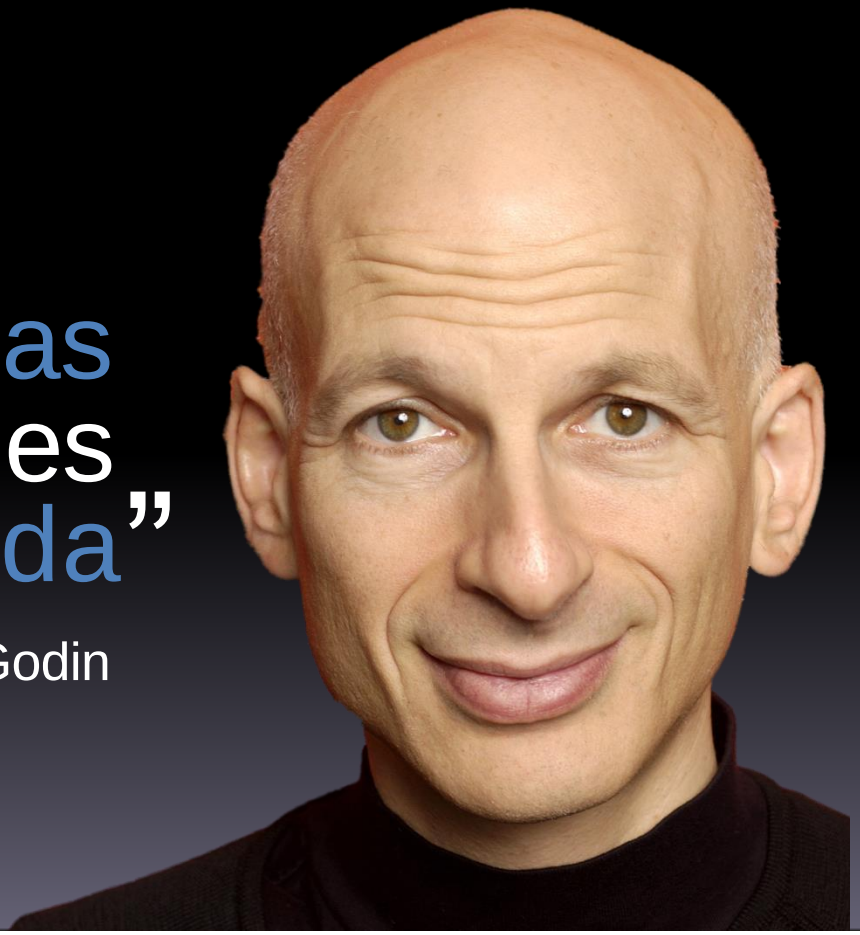
Eficiencia en la Comunicación

Palabras por Minuto

UN PUÑADO DE ESTADÍSTICAS

“Prácticamente todas las presentaciones son una mierda”

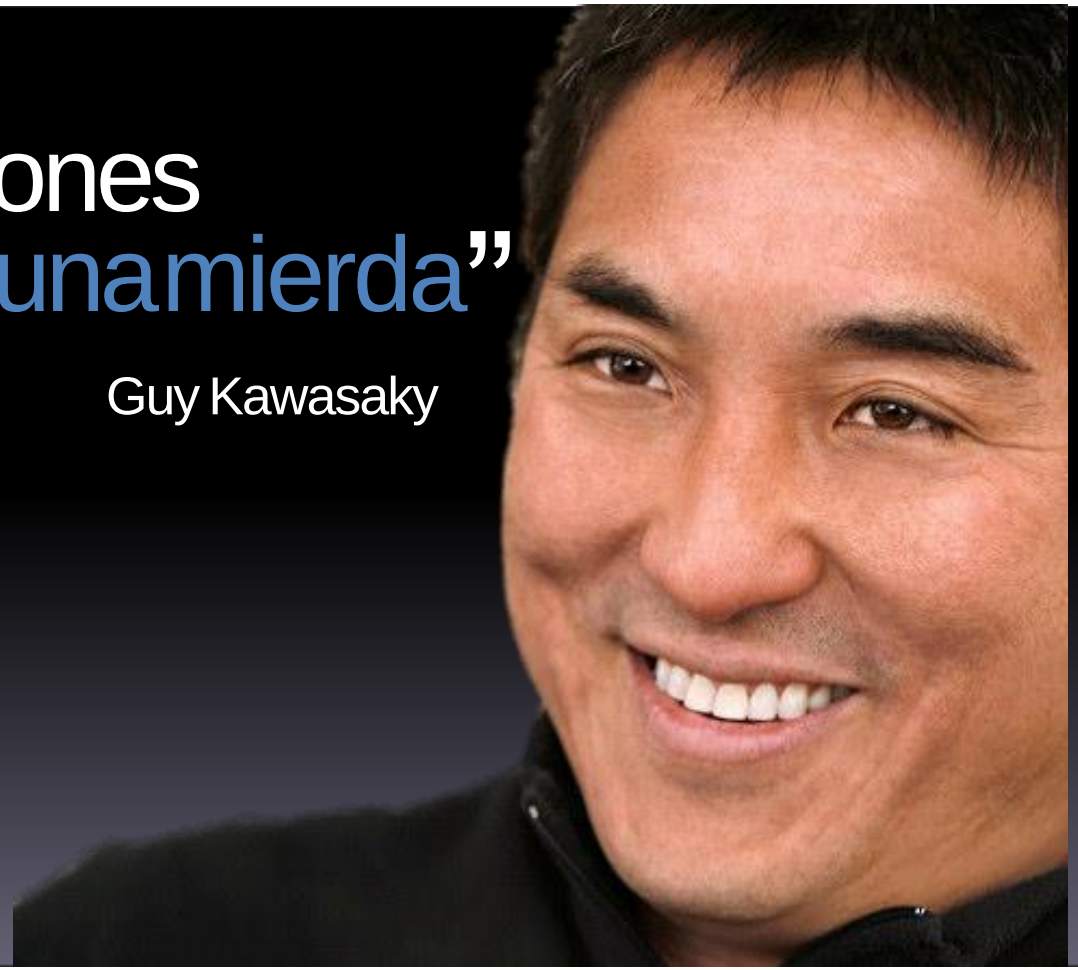
Seth Godin



UN PUÑADO DE ESTADÍSTICAS

"El 95% de las presentaciones son una mierda"

Guy Kawasaky

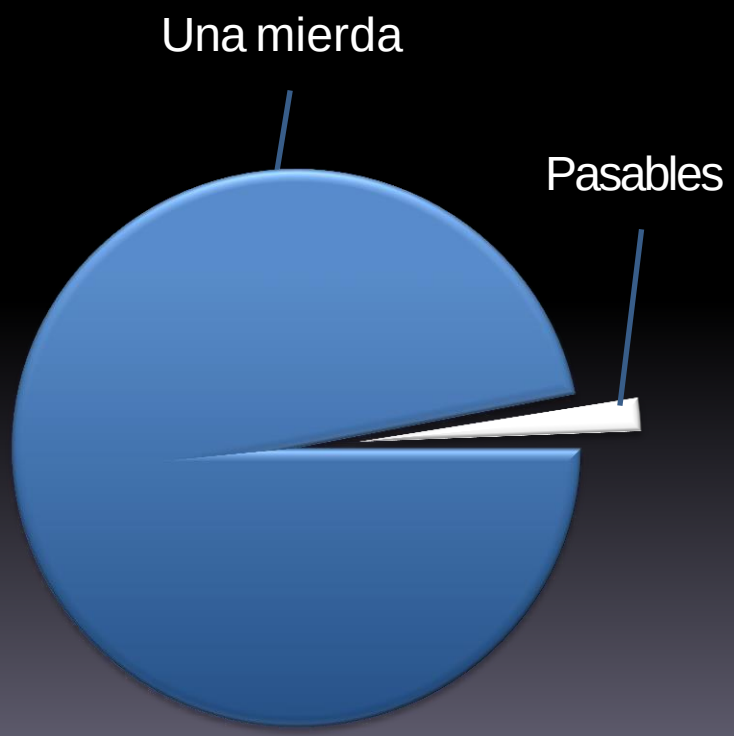


UN PUÑADO DE ESTADÍSTICAS

"Vale, quizás exagere. . .

de hecho, es el 99%"

Guy Kawasaky



UN PUÑADO DE

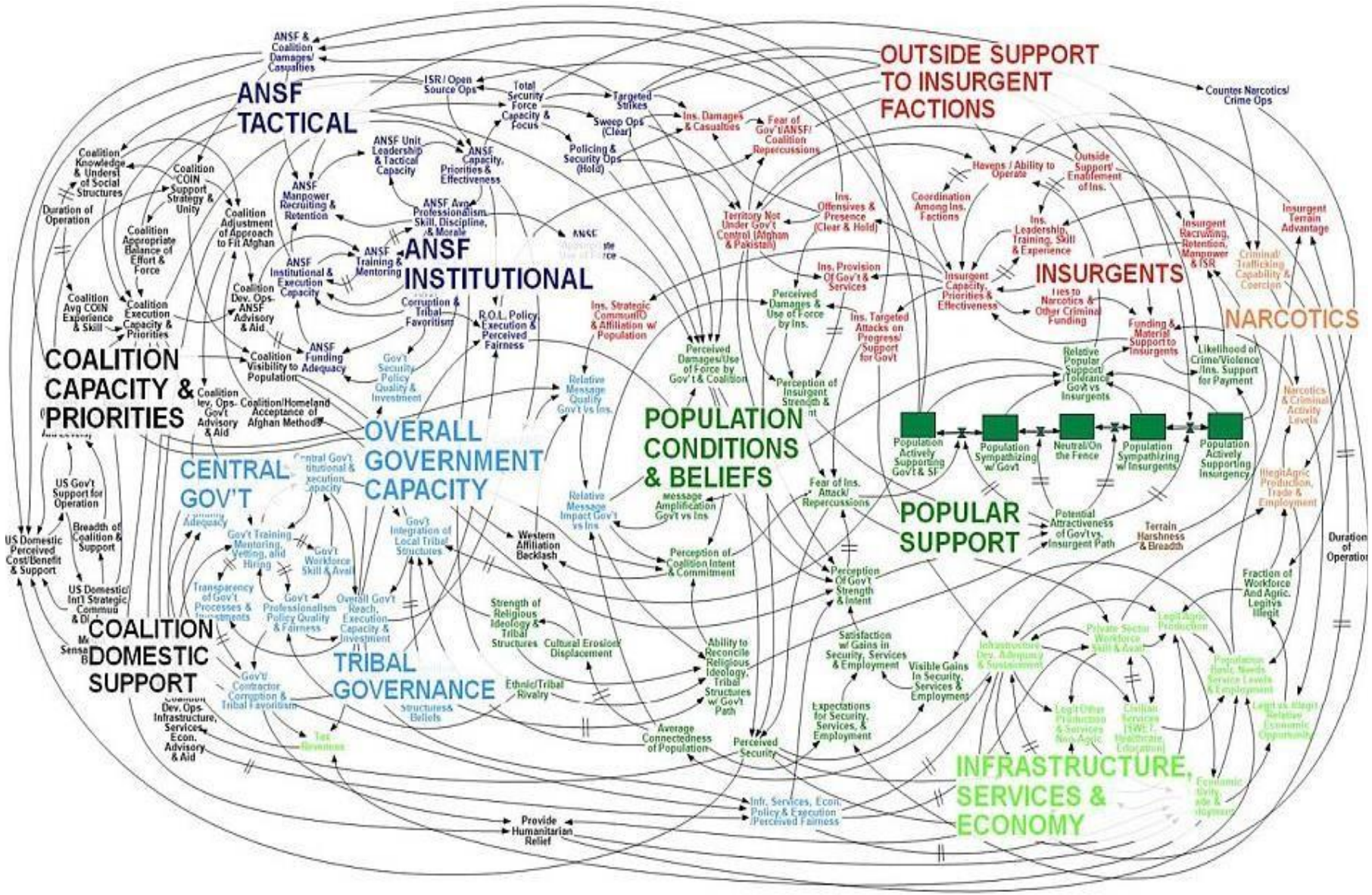
ESTADÍSTICAS

“He visto presentaciones que harían vomitar a una cabra”

John Rambo

UN PUÑADO DE

ESTADÍSTICAS



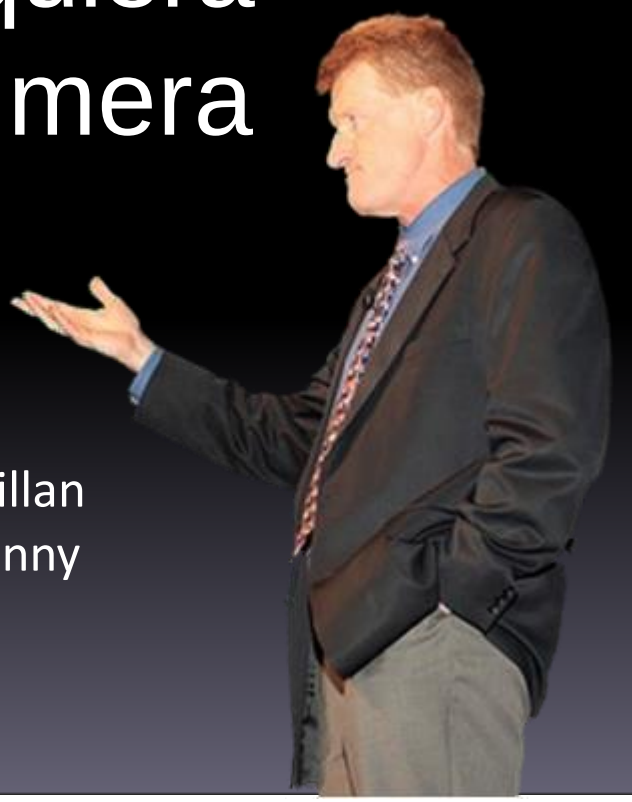
TELEPROMPTING

La gente tiende a poner cada palabra que van a decir en sus diapositivas de PowerPoint. Aunque esto elimina la necesidad de memorizar tu charla, esto hace que tus diapositivas estén saturadas de texto y sean aburridas. Perderás la atención de tu audiencia antes de…

2008. Don McMillan. Life After Death By PowerPoint. All rights reserved

TELEPROMPTING

Continúa) … que ni siquiera llegues al final de tu primera diapositiva.



Don McMillan
Technically Funny

2008. Don McMillan. Life After Death By PowerPoint. All rights reserved

BULLET POINTING

- Evita
- El uso
- Excesivo
- De Bullet-Points
- Sólo
- Bullet
- Points
- Clave
- Demasiados
- Bullet-Points

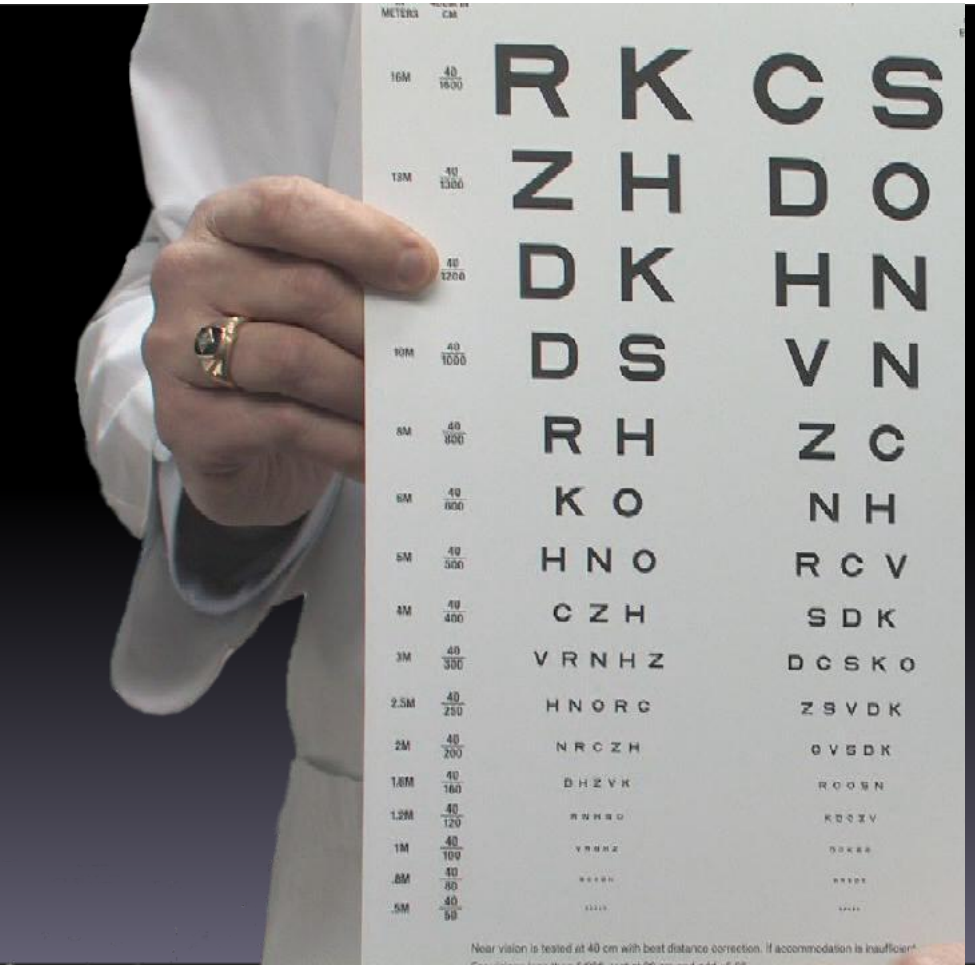
- Y
- Tus
- Mensajes
- Clave
- NO
- Sobresaldrán
- De hecho
- El término
- “Bullet-Point”
- Viene

- De
- Que
- La
- Gente
- Dispara
- A
- Los presentadores
- Aburridos

2008. Don McMillan. Life After Death By PowerPoint. All rights reserved

DEMASIADOS NIVELES

- O lo que es peor
  - Se muestran demasiados niveles de bullet points
    - La letra se va haciendo cada vez más pequeña
      - Hasta resultar ilegible
        - Incluso para el público en la cuarta fila
  - Así que es mejor dejar las cosas en un único nivel
    - O mejor aún, abandonar los bullet points
      - Salvo en ciertas ocasiones
        - Hay otras maneras de mostrar nuestras ideas



PALETAS DE COLOR HORRIBLES

Una mala elección de la **paleta** puede conducir a…

- Distracción
- Confusión
- Dolor de Cabeza
- Náusea
- Vómitos
- Incontinencia urinaria …

2008. Don McMillan. Life After Death By PowerPoint. All rights reserved

TRANSPARENCIAS DE

EJEMPLO

TRANSPARENCIAS DE

EJEMPLO

Atención

Las siguientes diapositivas pueden producir daños permanentes.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur tortor libero, fermentum vitae sodales nec, pellentesque vitae nulla

- Aliquam fringilla urna ut augue mollis egestas.
- Sed elementum scelerisque imperdiet. Aliquam commodo, erat sit amet feugiat lobortis, urna ligula placerat sem, sit amet fermentum mauris est at ante.
- Nunc a augue augue. Aliquam placerat ipsum a enim sollicitudin sagittis. Donec pellentesque volutpat nunc, eget eleifend tellus accumsan ac.
- Phasellus nulla lorem, posuere eget ultrices sed, congue ut lectus. Donec sed libero turpis, at imperdiet metus. Pellentesque pretium quam sed est adipiscing aliquet. Proin eu sapien elit, eu porta risus.
- Praesent accumsan, sem eget sollicitudin vulputate, tortor metus ultrices ligula, at lacinia felis neque id nunc. Sed nunc nisi, lobortis in aliquam sed, pulvinar vitae ipsum.

ACME
CORPORATION

DESASTROSOS

RESULTADOS

¿QUERÉIS

CAMBIAR?

TM & © 2009 Warner Bros. Entertainment Inc. All Rights Reserved

C O N E C T A

CONELLOS

© Chris Inside. All rights reserved

Las buenas comunicaciones son un regalo

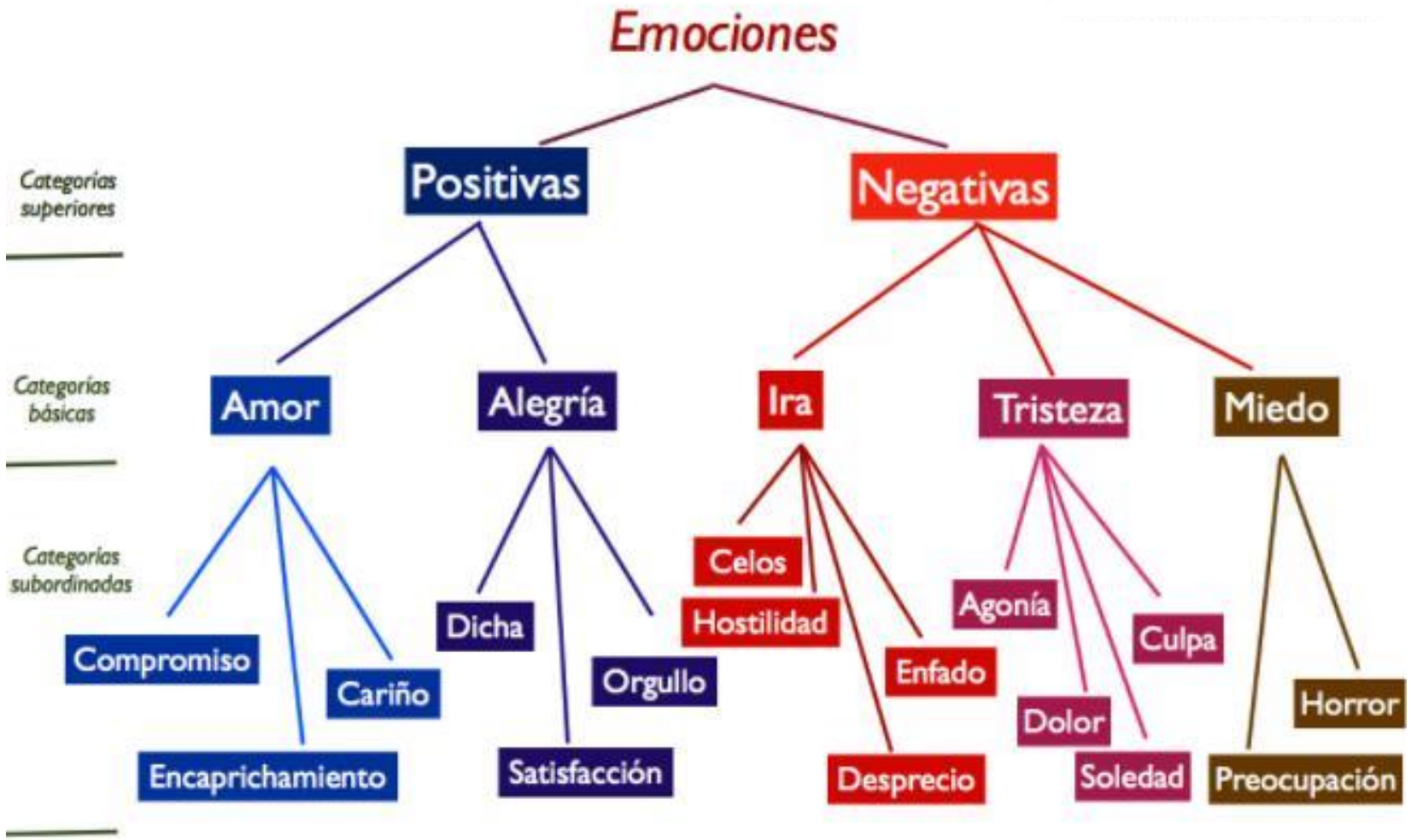
Comunicación

Fundamentos

¿Qué son las emociones?

Reacciones psicofisiológicas que se producen como forma de adaptación a ciertos estímulos de los individuos cuando percibimos un objeto, persona, lugar, suceso o recuerdo importante

Jerarquía de Emociones



La clave de todo EMPATÍA

Si NO somos capaces de sentir lo que siente la persona que tenemos delante, difícilmente podremos provocar emociones o influir en aquellos.

¿Qué es la persuasión?

Acompañar con palabras para llegar a tu parte irracional.

SUBCONSCIENTE

Persuadir es **emocionar** (provocar una emoción).

Contar lo mismo pero de manera diferente

Persuasión

VENTA

Vulgar Penoso Atemorizante
ABURRIDO Baboso
AVASALLADOR DIFÍCIL ardúo
Vendedor de coches PENOSO
FARSANTE RUIN Adulador DIFÍCIL
MANIPULADOR

¿Qué es la persuasión?

Utilizar las palabras para ayudar cambiar la percepción, comportamiento

DE MANERA ÉTICA

HERRAMIENTA PARA AYUDAR A LOS DEMÁS

Las 6 palancas de la PERSUASIÓN

Contraste

Reciprocidad

Consenso

Autoridad

Consistencia

Escasez

Contraste

El contraste te diferencia y la diferencia te puede dar valor

Telefónica

Reciprocidad

Nos sentimos en deuda cuando alguien nos da algo gratis

Consenso

La gente suele mirar lo que hacen otros para decidir lo que deberían hacer ellos.

"El 75% de los clientes de nuestros hoteles reutilizan las toallas de baño"

Debilidad

A veces mostrar debilidad o tu punto débil une más que separa porque muestras honestidad, vulnerabilidad

CREDIBILIDAD

Autoridad

La gente busca expertos creíbles para decidirse por algo.

Nos creemos las cosas por RELEVANCIA o por encaje DE NUESTROS PATRONES MENTALES

Consistencia

Las personas son consistentes con su forma de pensar. Cuando tomamos una decisión siempre encontramos excusas para justificarla.

Consistencia es COHERENCIA. Eres coherente a tus propios principios

Escasez

Las cosas parecen mas valiosas cuando están menos disponibles.

Atención en la era digital

INFOSICACIÓN: intoxicación por el exceso de información.

Reto: Intentar captar la atención superficial

El gran cambio en la comunicación

La comunicación emocional nos simplifica la toma de decisiones

CONTEMOS HISTORIAS

La narrativa tiene mayor efectividad porque ataca directamente a los instintos y a las emociones mientras que la ARGUMENTACIÓN se dirige a la lógica.

EL TONO

A veces el humor nos acerca a los demás.

Ejemplos PRÁCTICOS

NEURONAS ESPEJO

Palabras PODEROSAS

LOGRAR DISFRUTAR

PROTEGER Conquistar

DOMINAR ...

COMBINARLO CON EL TÚ

Inteligencia emocional en TEXTOS

La herramienta más poderosa que tenemos tanto en venta directa como en Internet es la IMAGINACIÓN.

EL RETO consiste en el **que el cliente potencial se imagine satisfecho** con la compra y sintiendo que ha valido la pena invertir en lo que ofreces.

conexión con las emociones de tu target

Inteligencia emocional en TEXTOS

Empatía. Positividad. Conexión.

Inteligencia emocional en TEXTOS

Ficha de producto ANTES:
COJÍN DE LEÓN
Cojín para niños con forma de león. 100% algodón. Recomendamos limpieza localizada.

Ficha del producto DESPUÉS:
¡SEBASTIÁN, EL COJÍN LEÓN!
Conoce a Sebastián. Este pequeño amigo encaja a la perfección en una habitación infantil con temática de jungla o safari.

Se convertirá en el compañero perfecto. Su cabellera está hecha de patchwork de algodón y tiene unos adorables ojos de madera.

LE ENCANTA: rugir, roncar, dormir y explorar.
NO LE GUSTAN: las lavadoras. Dar vueltas y vueltas no le sienta bien.

Por eso te recomendamos la limpieza localizada.

Inteligencia emocional en TEXTOS

1. Investiga sobre sus necesidades reales y conoce su mundo, míralo a través del mismo cristal y analiza qué sienten.

2. Aunque no sea un producto que tú comprarías no juzgues, trata de comprender por qué lo necesitan.

3. Actúa como un espejo, transmite con palabras lo que ellos esperan que digas, anticípate a sus necesidades

Ejemplos de microcopywriting

Añade a la lista de deseos.
En Stock / Fuera de Stock (solicítalo).
Usa estos botones para hacer zoom y verlo más de cerca.
Tus datos en buenas manos.
Hecho con amor desde Madrid.
Tu opinión nos interesa. Ayúdanos a mejorar.
Busca aquí: zapatos, ropa, marcas… *(dentro del recuadro del buscador)*
Comprometidos con la protección y seguridad de nuestros clientes.
Solo un paso más y es tuyo.
En 24 horas en tus manos.
¡Gracias por confiar en nosotros!

Lectura

La diferencia entre una presentación común y una de alto impacto es la conexión entre el presentador y su auditorio. ¿Estás listo para lograrlo?

…recordando en las presentaciones….

tu fe

tu fe

y tu pasión

tu fe

y tu pasión

han de ser mayores

y tu pasión

han de ser mayores

que tus miedos

recuerda, que debes vivir lo que comunicas,
porque TU eres el mensaje

SIMPLICIDAD

Minimiza el
RUIDO
VISUAL

+You
Gmail
Images
Sign in
Google
España
Google Search
I'm Feeling Lucky
Google.es offered in: español català galego euskara
Diseña como Google

Inicio Correo Noticias Deportes Finanzas El tiempo Vídeos Respuestas Flickr Móviles Más

YAHOO! ESPAÑA

Buscar en la Web

Iniciar sesión Correo

- Correo
- Noticias
- Deportes
- Finanzas
- Tendencias
- Celebrity
- Cine
- TV
- Horóscopo
- Vídeos
- Compras

Más »

eBay
Amazon
Meetic

Haz que YAHOO! sea tu página de inicio

Publicidad

Justin Bieber se desnuda para Calvin Klein

El cantante presume de tatuajes y de músculos en el torso en una sesión de fotos de lo más sensual en ropa interior **Las imágenes »**

11 – 15 de 60

Bieber se desnuda para | Su muerte no sirvió de nada | Fotos de la matanza de | El Madrid fichará al crack del | Se salva por milímetros

MATANZA EN PARÍS: 12 asesinados

Se entrega a la Policía uno de los tres sospechosos

Identificados dos hermanos franceses y un joven de 18 años como presuntos autores del ataque a 'Charlie Hebdo'. El más joven se habría entregado. Aún se busca a los otros dos

Clamor en París: todos somos 'Charlie Hebdo'

Titulares Noticias Deportes Finanzas Celebrity

Los selfies de los reclusos que han escandalizado a Francia

La prisión de Les Baumettes, situada en Marsella, es una de las más terribles de Francia. En ella conviven 1.800 presos en un

Lo más buscado

1 Ataque Charlie H...
2 Fortuna Pujol
3 Seguros de coche
4 Elecciones Barça
5 Hotel Londres
6 Crédito online
7 Libertad expresión
8 Nominados Goya
9 Luis Enrique
10 Premio Nadal

Los vídeos más vistos

See how a can becomes a bike at IWantToBeRecycled.org

Ad Council | KEEP AMERICA BEAUTIFUL

Give your garbage another life. Recycle.

Ciudad Real

-1 °C | °C Niebla

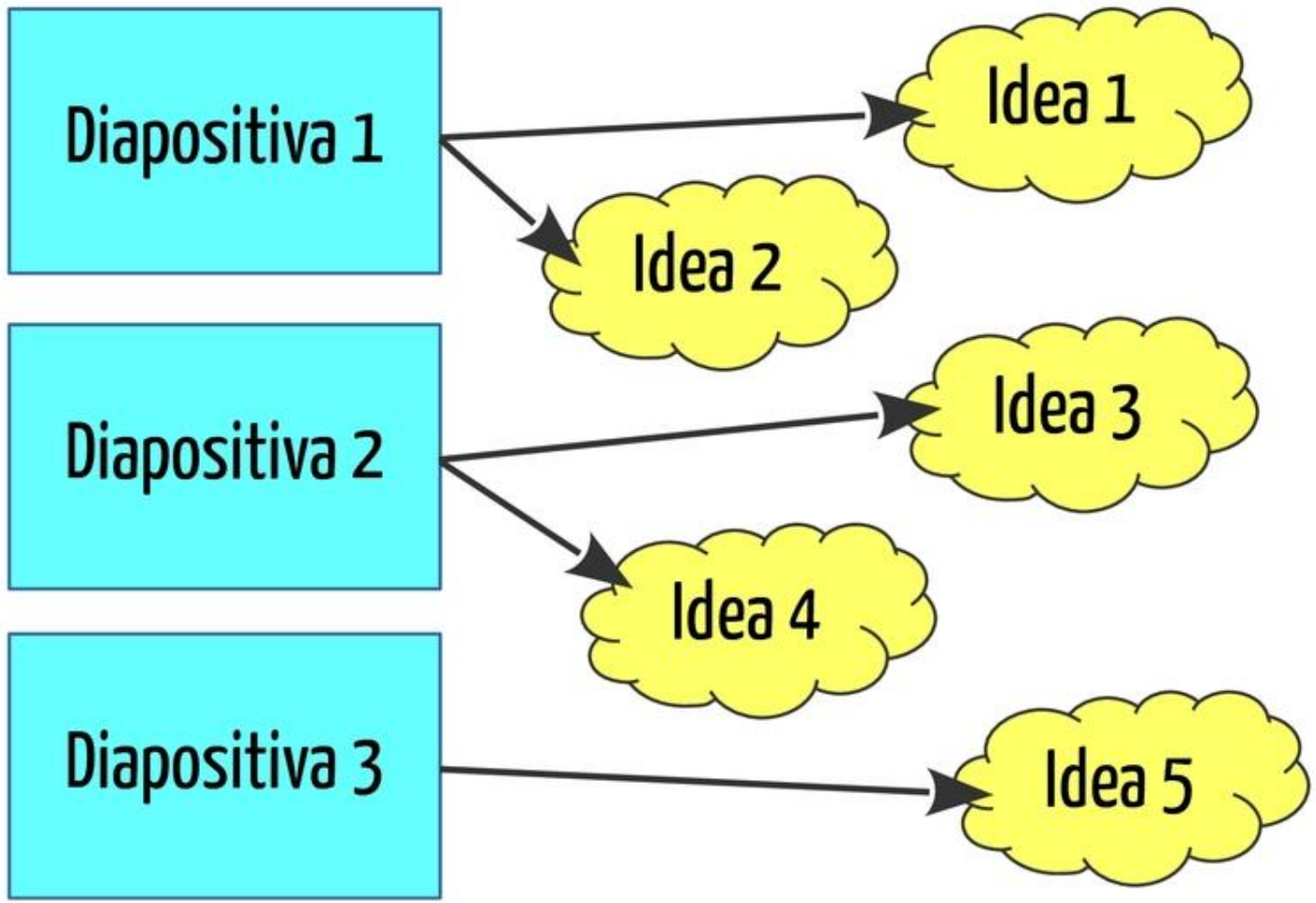
No como Yahoo

UNA DIAPOSITIVA

(o más) por cada idea

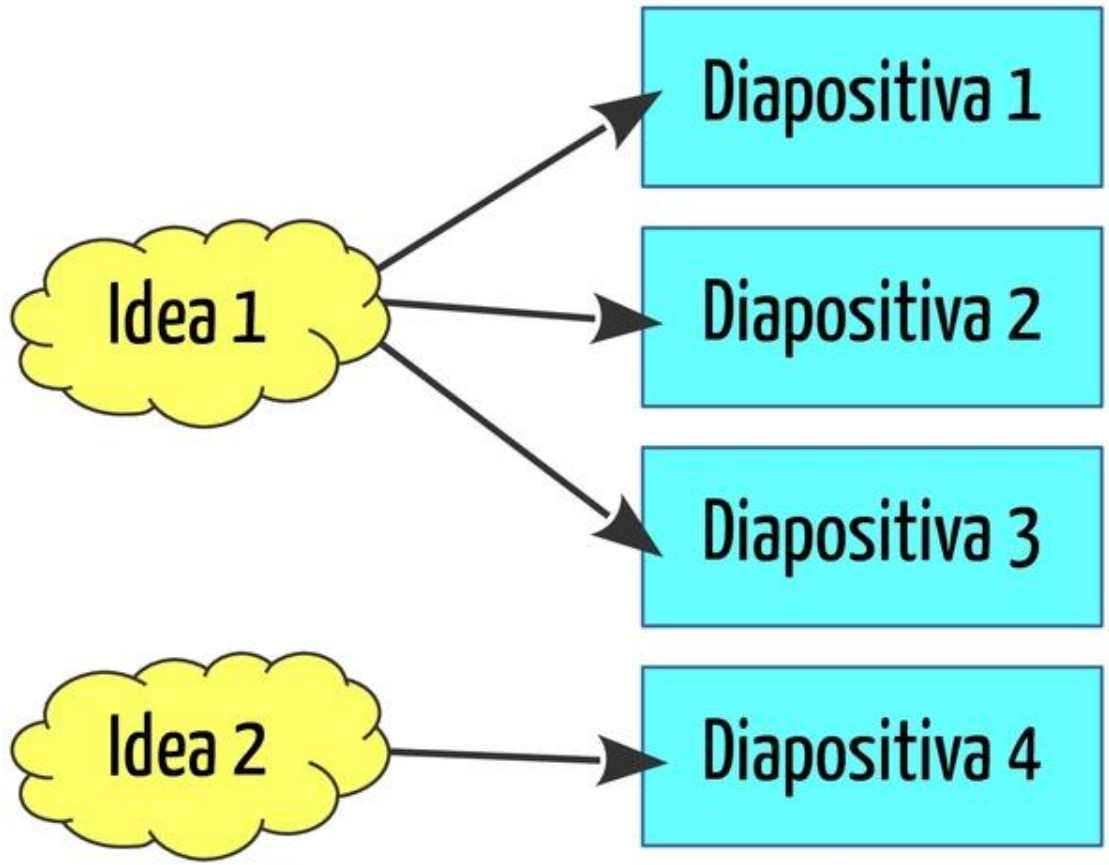
Diseño Centrado en Diapositivas

Las diapositivas se rellenan con contenido

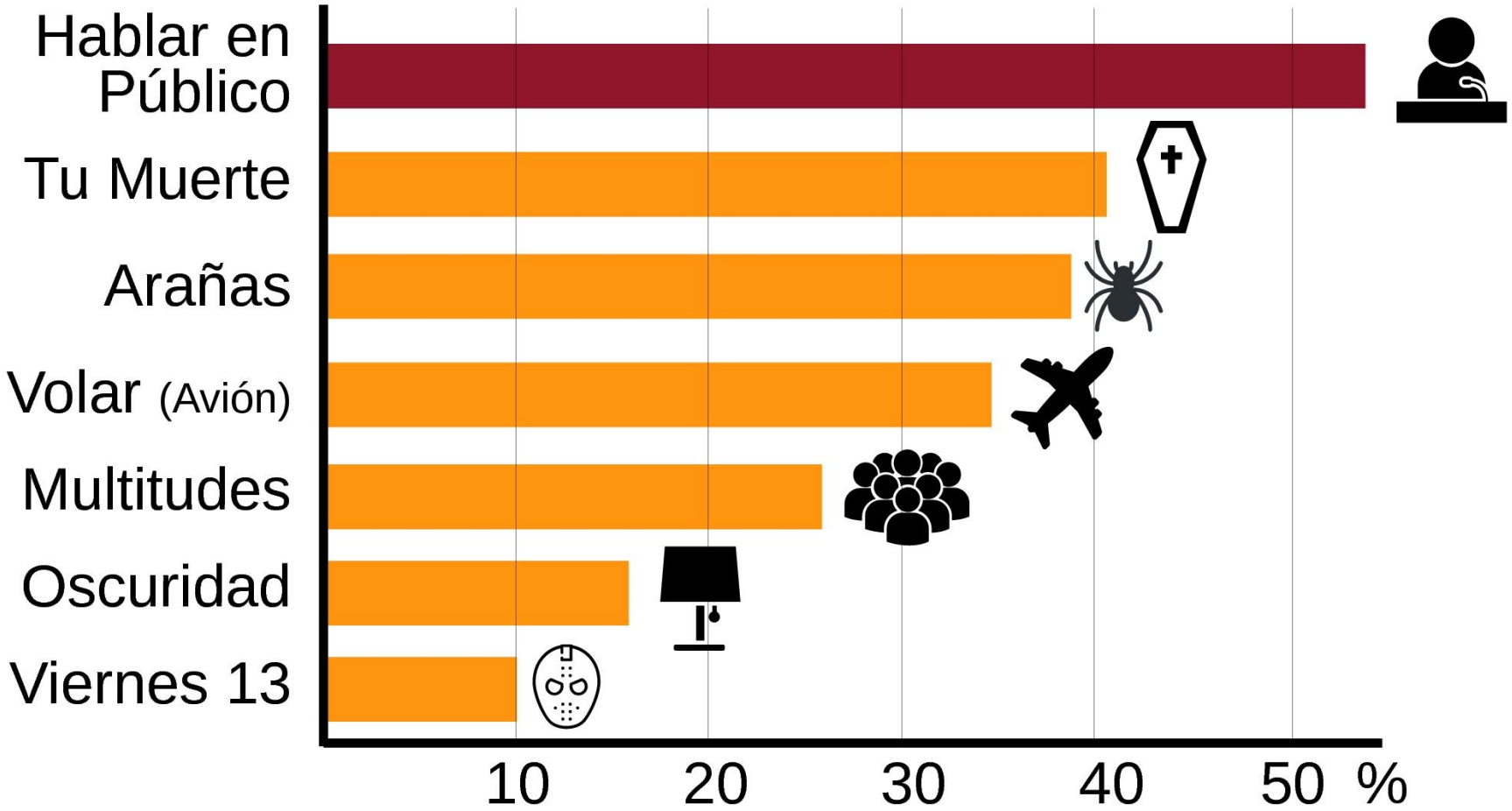


Diseño Centrado en Ideas

1. Identificar ideas → 2. Transformar en Diapositivas



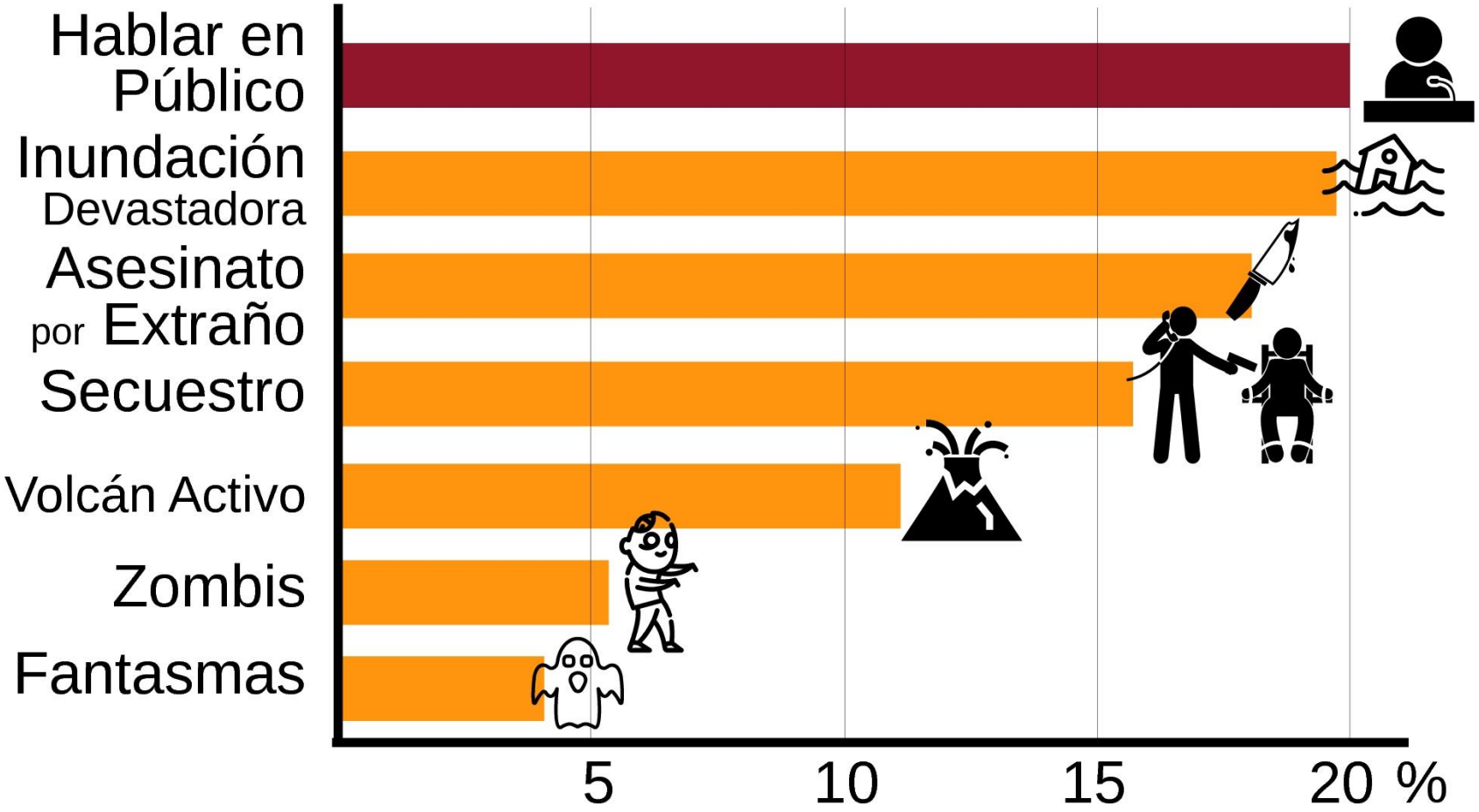
Causas de Temor en USA [1973]



Fuente: J Bruskin - The Bruskin Report: A Market Research Newsletter, 1973

Causas de Temor en USA [2017]

Medio siglo después…

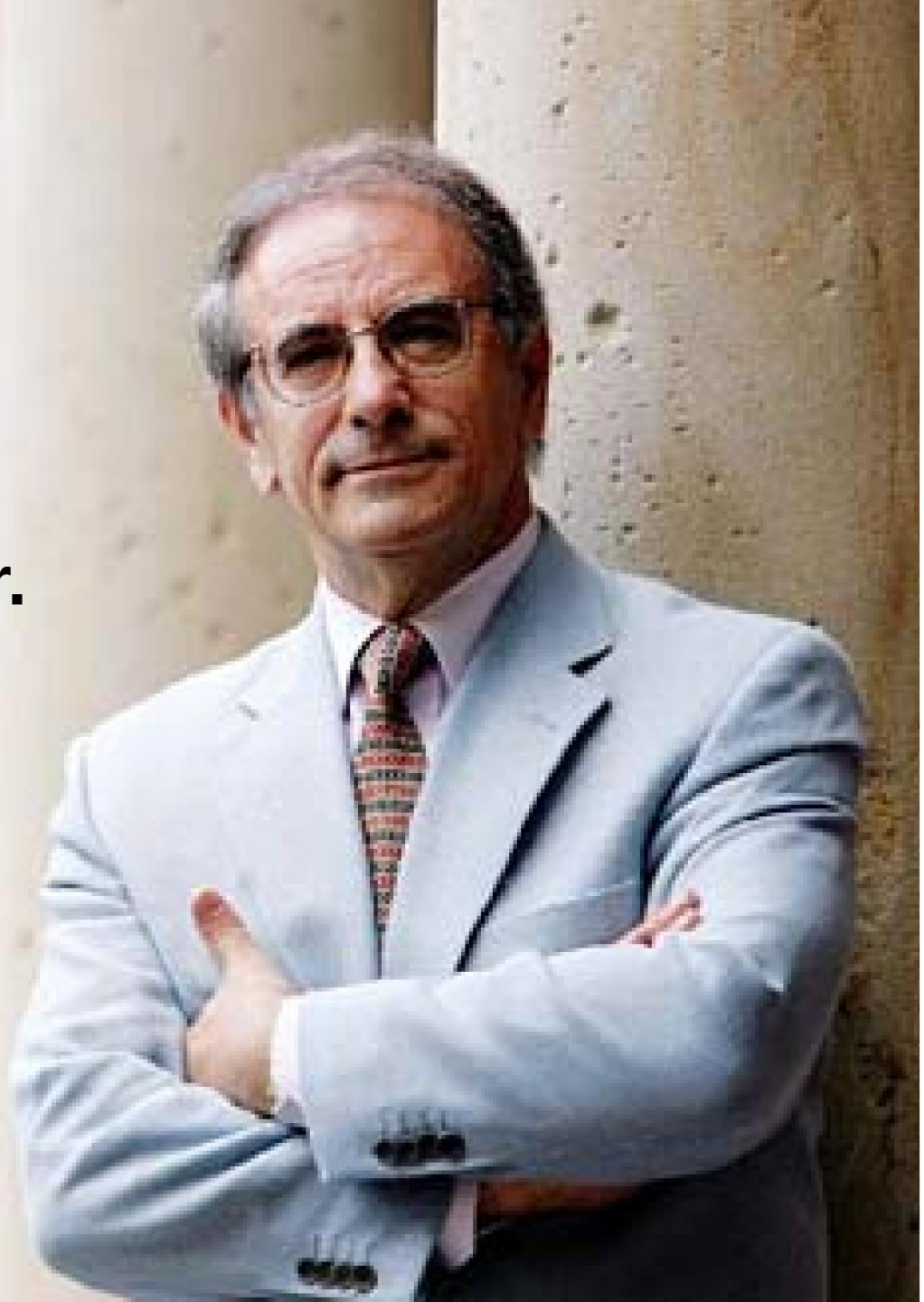


Fuente: Chapman University Survey of American Fears 2017

7.400 millones de individuos en la tierra.
Igualdad de todos.
Solo diferentes papeles a interpretar.

Mantra:
Nadie MÁS que yo
Nadie MENOS que yo

Ángel Lafuente



La magia del Storytelling

1. **Storytelling** es mucho más que una narrativa

Contemos historias

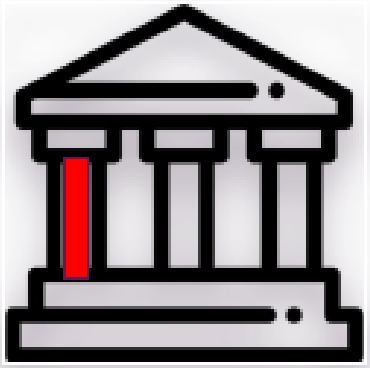
La narrativa tiene mayor efectividad porque ataca directamente a los instintos y a las emociones mientras que la ARGUMENTACIÓN se dirige a la lógica.

2. Saber transmitir

Puedes tener mensajes e ideas brillantes para transmitir, pero debes saber cómo hacer eso de la mejor manera posible

3. Desarrollar habilidades Es cuestión de encontrar la voz, desarrollar tu habilidad y aprender a contar historias capaces de encantar a la audiencia.

El contenido



Al contar buenas historias, garantizas que estás creando un **material único**. Por más que la publicación hable de un tema desgastado o de conocimiento general, el contenido abordará una perspectiva única: **la tuya.**

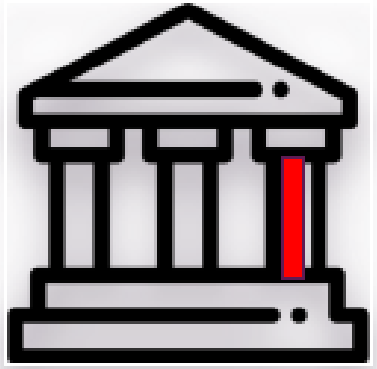
El diseño

El poder visual de nuestra historia.

Guy kawasaki... Solo fotos.

Presentaciones zen.

Tu voz



La voz, el ritmo y la postura.

Tus grandes aliados en el storytelling

Nancy Duarte. Resonance

No somos wikipedia ni google

A diferencia de datos y números nosotros incorporamos emociones y eso hace que tu contenido sea diferente.

Historias despiertan emociones

*Aparte de la identificación, las historias también accionan nuestro l**ado emocional, sea por despertar alguna memoria** o por hacerlo ponerse en la piel del personaje. Con eso, llegamos al resultado final:*

Cuentos que nos seducen con facilidad

PIXAR
STORYTELLING
RULES FOR EFFECTIVE STORYTELLING
BASED ON PIXAR'S GREATEST FILMS
BY DEAN MOVSHOVITZ

Piensa...

Te has parado a pensar por qué unas cosas las recordamos con todo lujo de detalles aunque haya pasado mucho tiempo y sin embargo nos cuesta pensar por ejemplo qué hemos hecho este fin de semana?

Y somos capaces de olvidarlas en un instante ?

El día de nuestra boda, el nacimiento de nuestro hijo, el primer día de trabajo

Pixar Pitch

Once upon a time there was a widowed fish named Marlin who was extremely protective of his only son, Nemo. **Every day,** Marlin warned Nemo of the ocean's dangers and implored him not to swim far away. **One day** in an act of defiance, Nemo ignores his father's warnings and swims into the open water. **Because of that,** he is captured by a diver and ends up as a pet in the fish tank of a dentist in Sydney. **Because of that,** Marlin sets off on a journey to recover Nemo, enlisting the help of other sea creatures along the way. **Until finally** Marlin and Nemo find each other, reunite, and learn that love depends on trust.

Plantilla Pixar

Erase una vez....

Todos los días...

Un día...

Por esto...

Y además ...

Hasta que finalmente....

"La gente olvidará lo que dijiste,
la gente olvidará lo que hiciste,
pero la gente nunca olvidará
cómo la **hiciste sentir**"

– Maya Angelou.

Existen diferentes tipos de storytelling?

1. Ficción
2. Histórico
3. Situaciones reales de consumo
4. Basados en valores de marca

Existen diferentes tipos de storytelling?

1. Ficción
2. Histórico
3. Situaciones reales de consumo
4. Basados en valores de marca

Cuáles son los
principales elementos
del Storytelling?

10 Consejos para Presentar

1

Mensaje Corto

2
Entusiasma

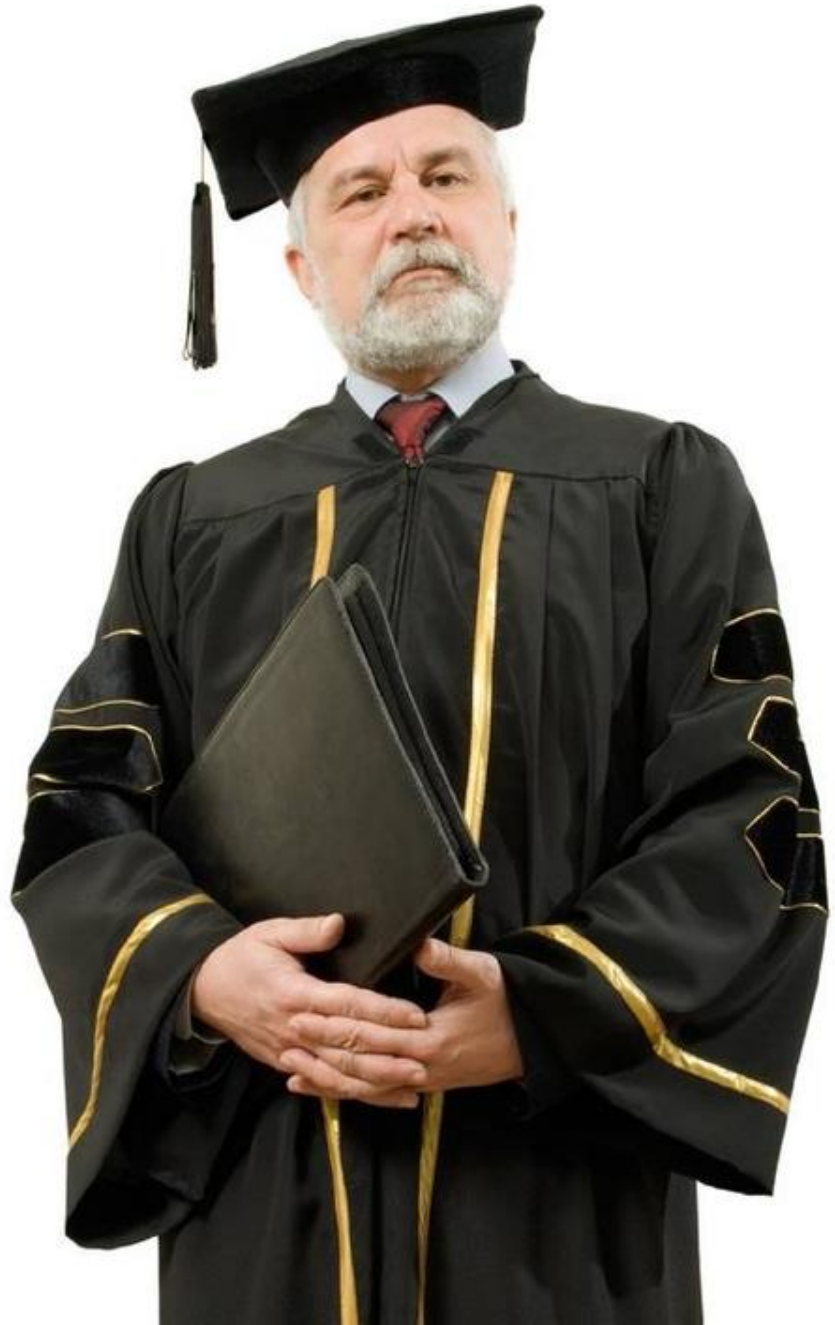
2
Entusiásmate
Tienes que mostrar pasión
por tu mensaje.

Emociones
Contagiosas
¿Qué quieres
transmitir?

3
Siempre que puedas...
Comunicación 1:1
Entre iguales

4

Comunica con tus Gestos



5 Evita el lenguaje formal o muy académico

6

Elimina las Distracciones

7
SONRÍE

8 Habla con
Energía

9 Enfatiza
[Tono] [Ritmo]

10 Ejercicios de Estiramiento
(y Relajación)

Las 3 Claves del éxito

¡Trabaja!

¡Duerme!

¡Ensaya!

Governor Schwarzenegger
United Nations Speech
September 24, 2007
(Parvin—9/10/07)

(Dear Governor, I talked to Terry and have used language he suggested on pages 5-7, which I think works. With this correction, I don't think we need the sentence on agreements and have deleted it. I also fixed page 12 as you requested. These fixes have changed the pagination for the speech. Landon)

Mr. Secretary General, ~~Madam~~

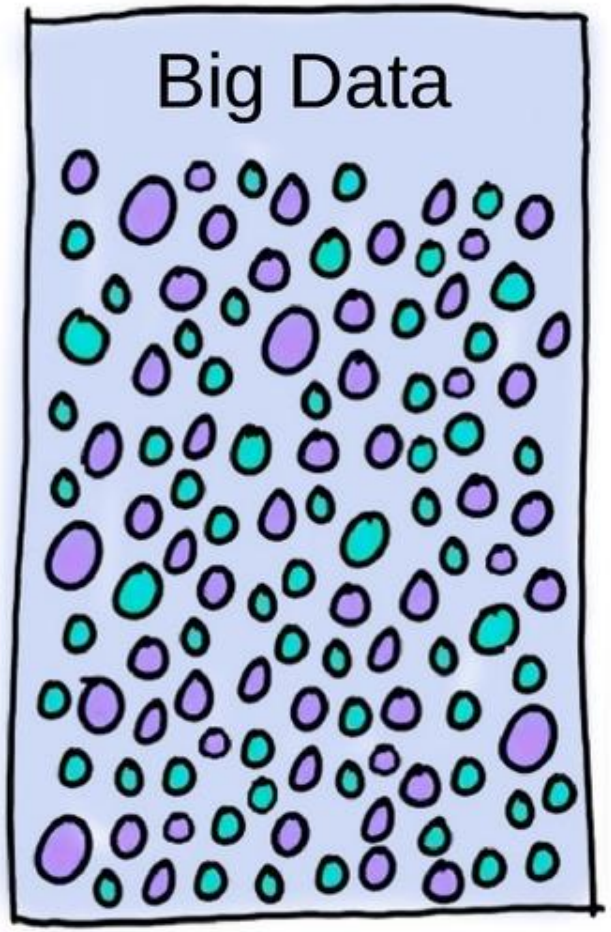
Mr. **President, distinguished delegates, ladies and gentlemen . . . I have come to feel great affection for the peoples of the world because they have always been so welcoming to me—whether as a bodybuilder, a movie star or a private citizen.**

or as the governor of the great state of California.

Ensayar
Estilo «Arnold»

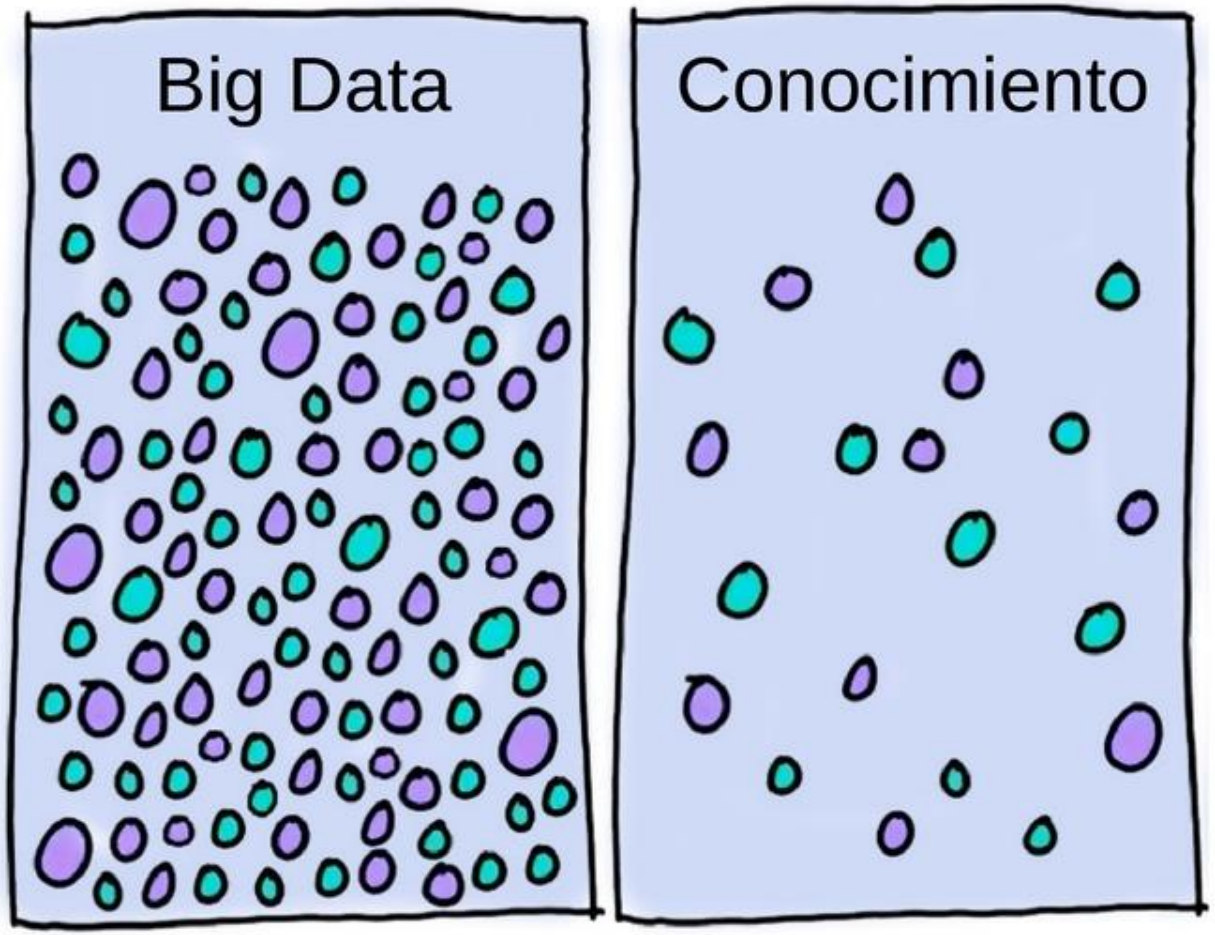
Oratoria de Calidad

Claves en el tercer milenio



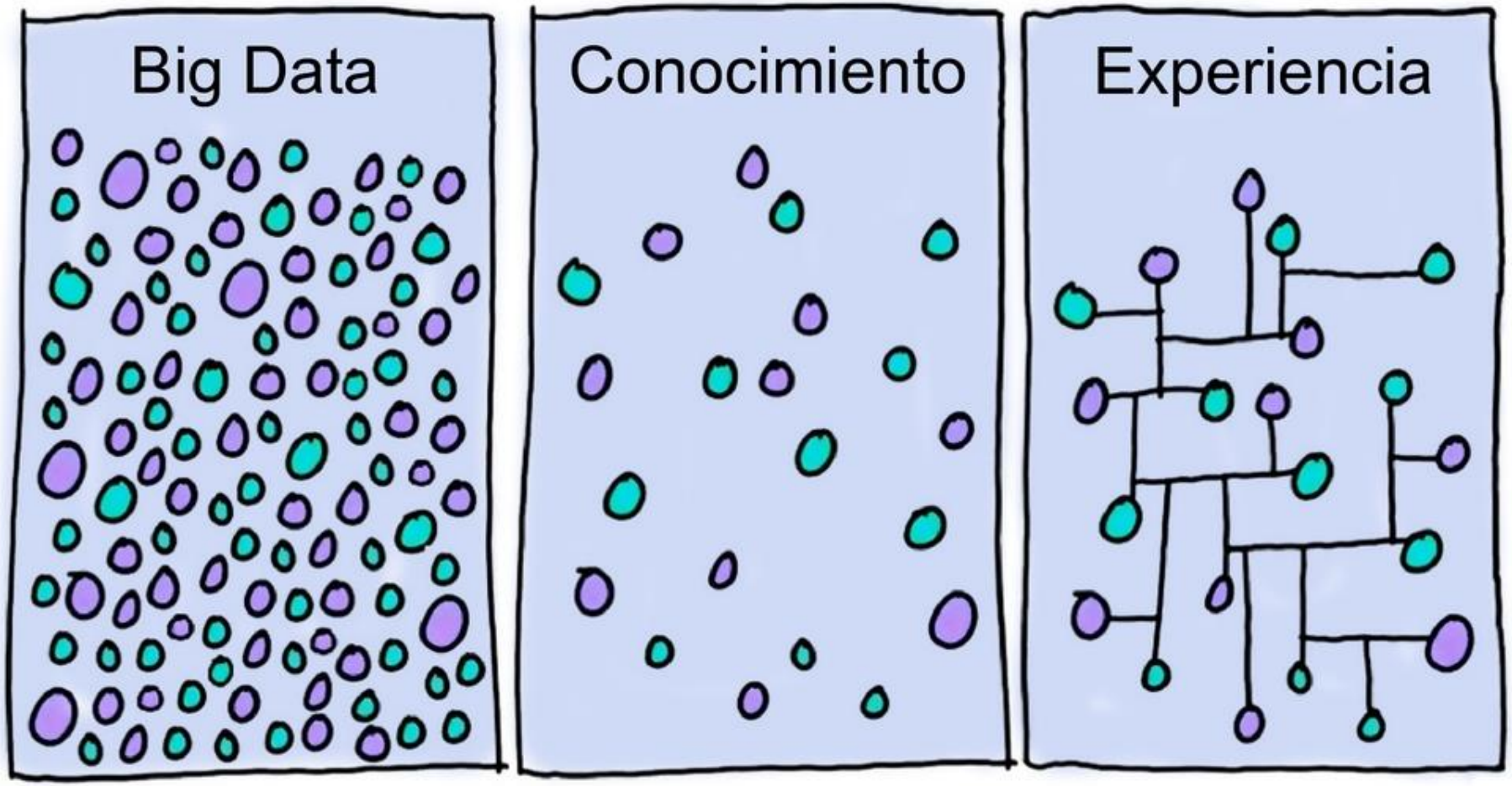
Oratoria de Calidad

Claves en el tercer milenio



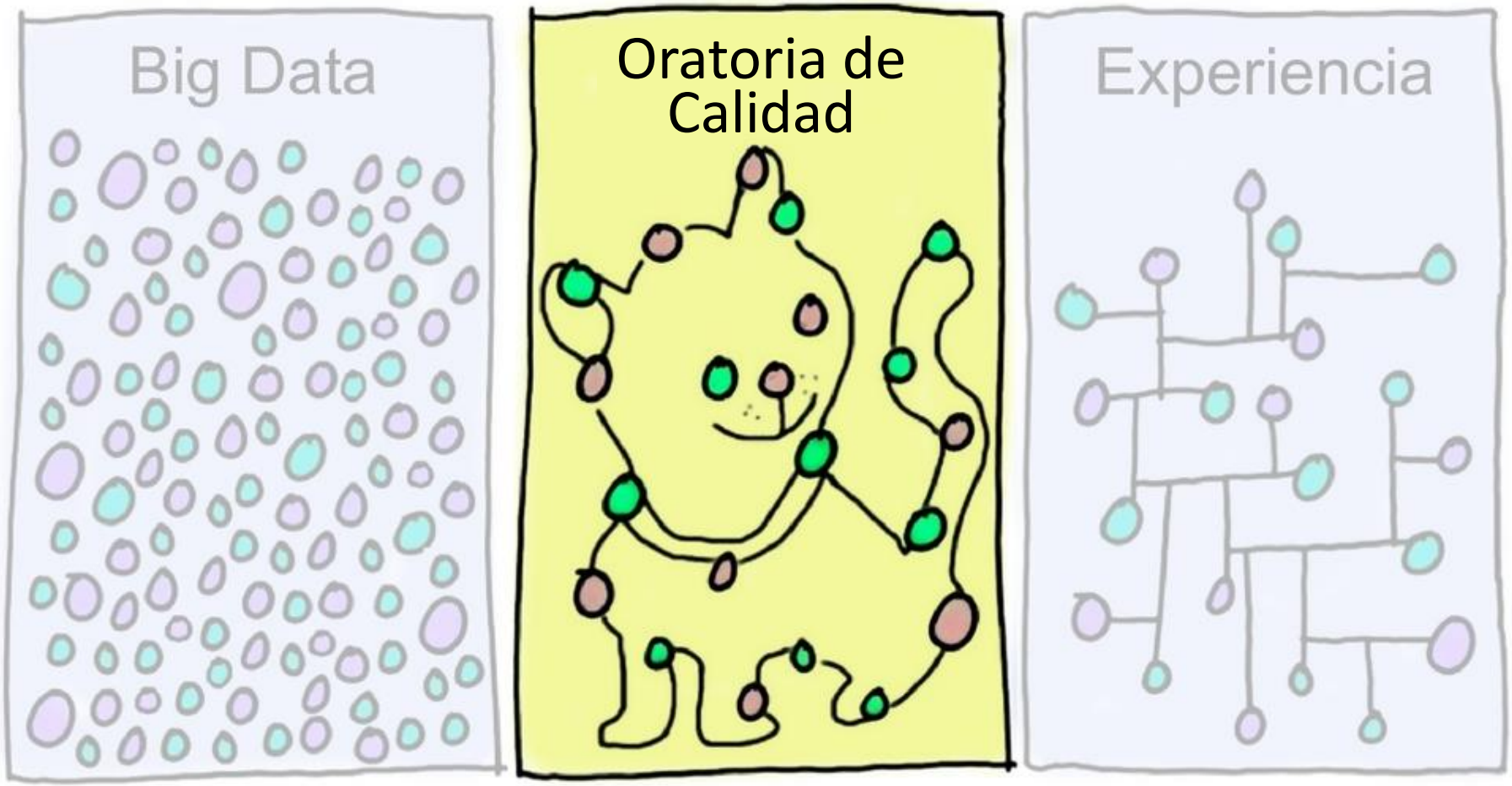
Oratoria de Calidad

Claves en el tercer milenio



Oratoria de Calidad

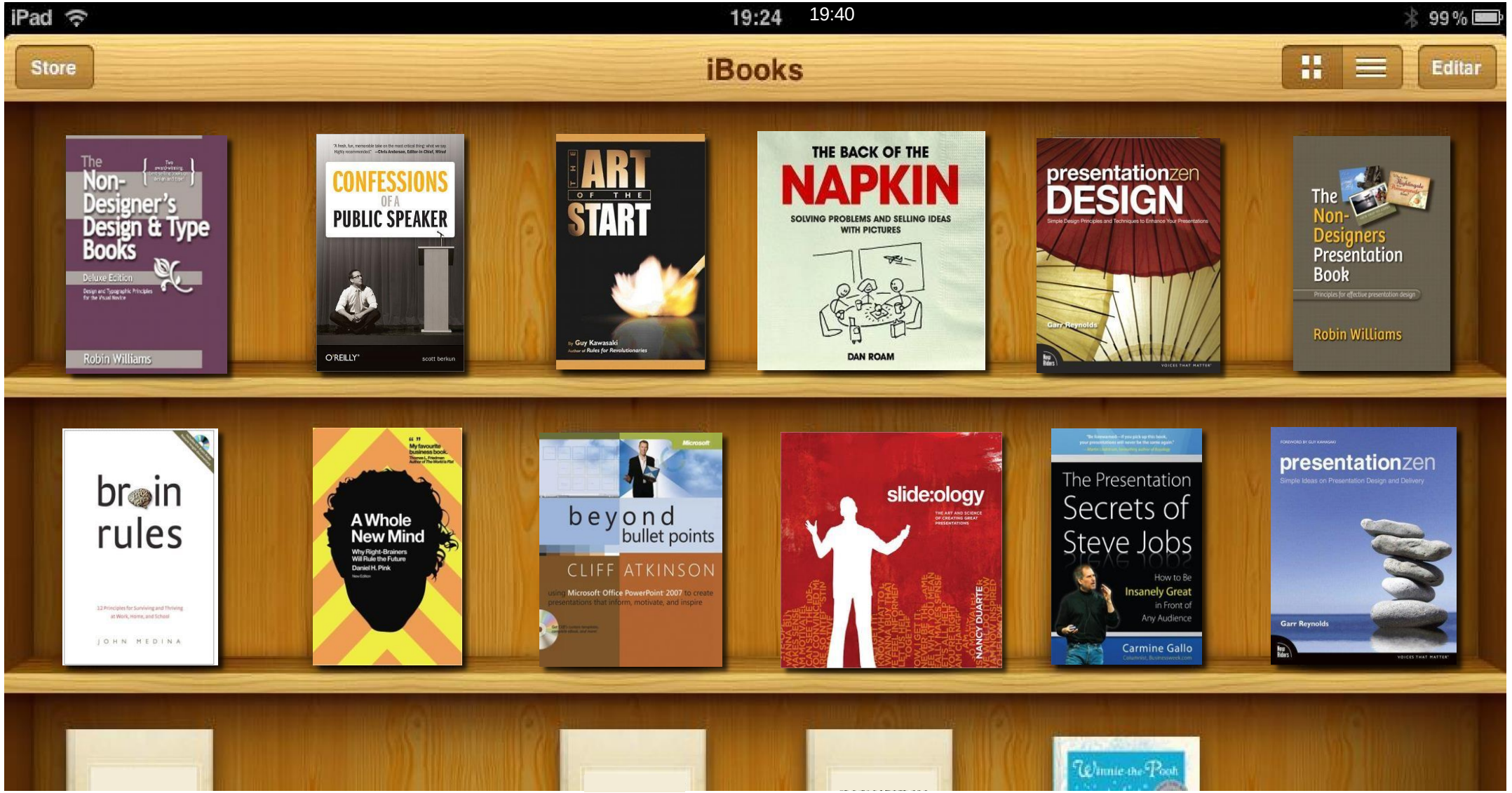
Claves en el tercer milenio



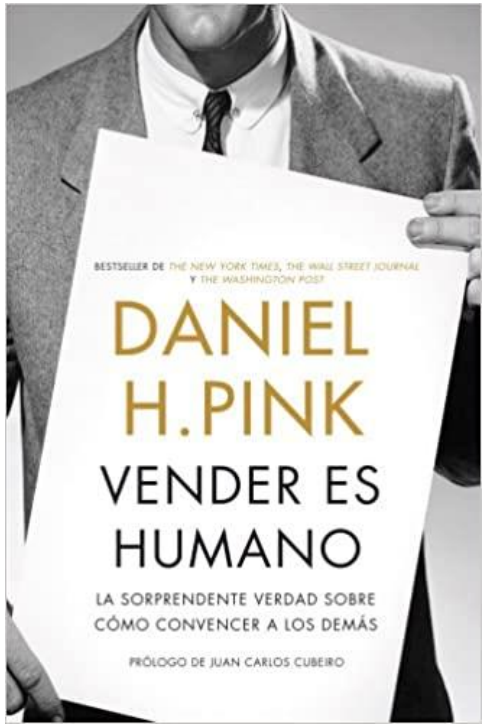
La Tecnología
NO hace bien...
Empatía + Pasión

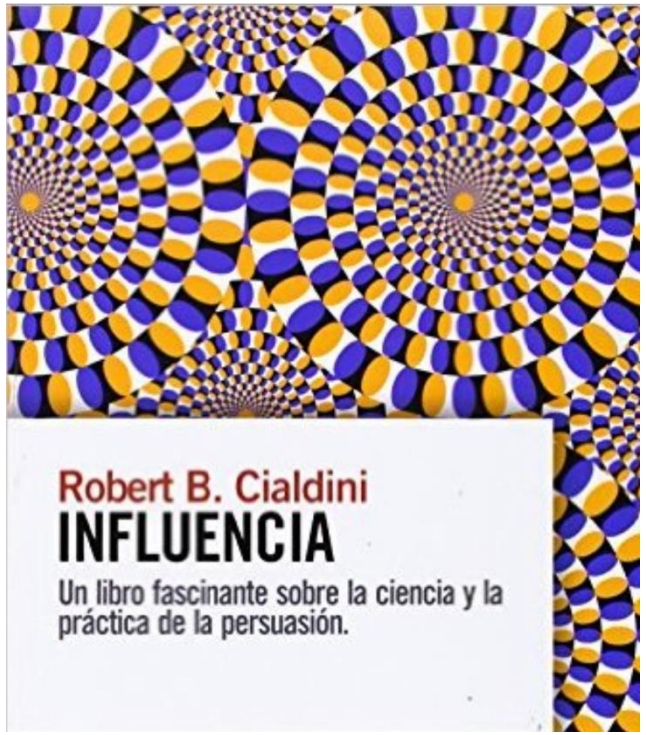
Y MÁS

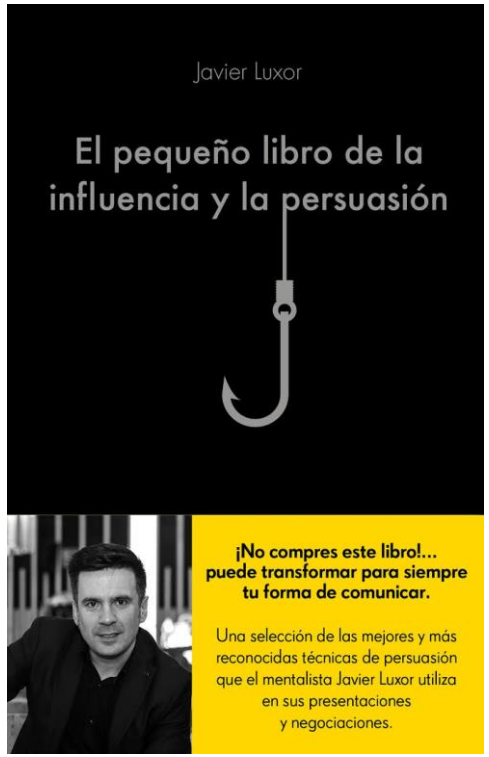
LIBROS

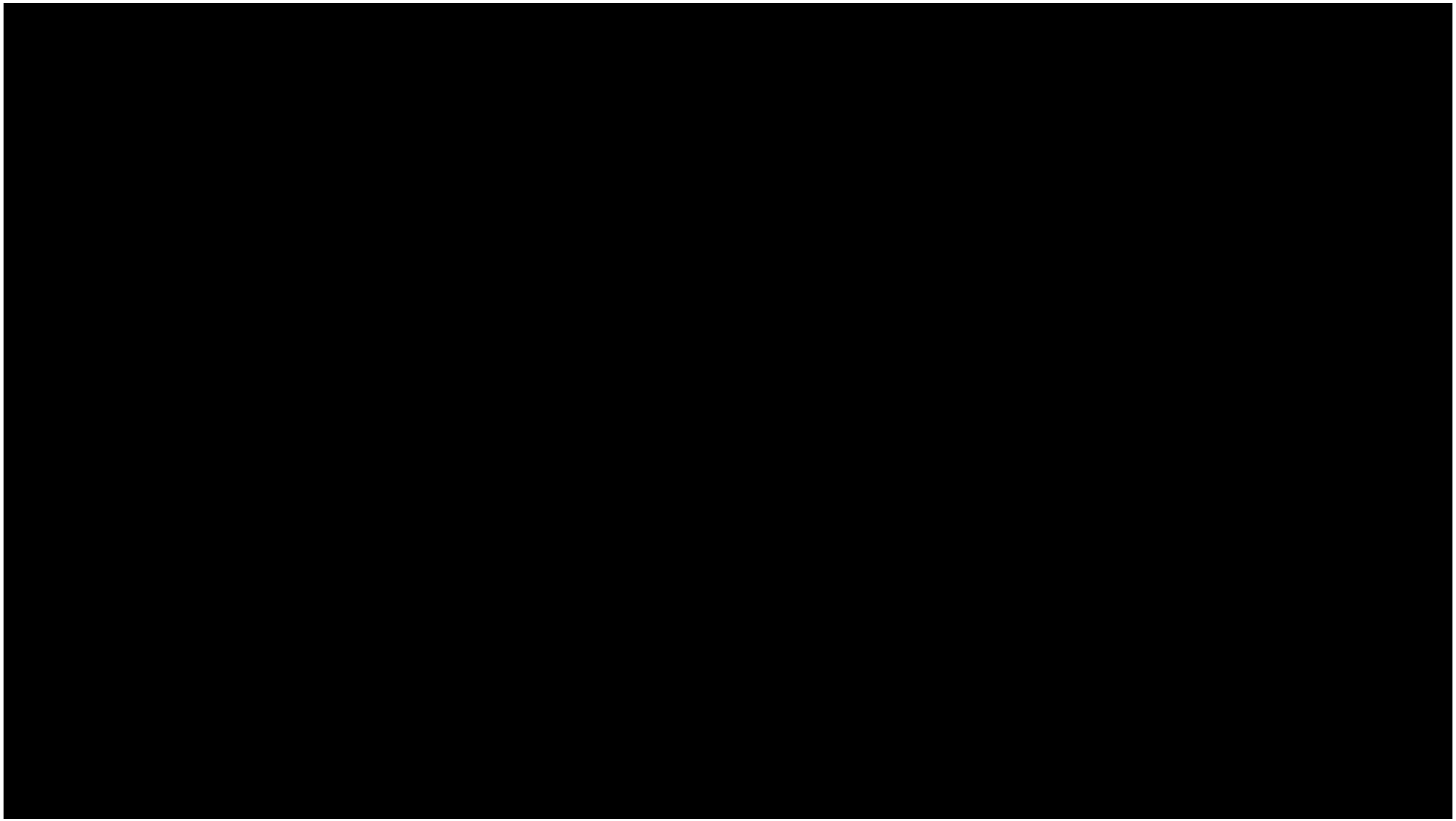

iPad
19:24
19:40
99 %
Store
iBooks
Editar
The Non-Designer's Design & Type Books
Deluxe Edition
Robin Williams
CONFESSIONS OF A PUBLIC SPEAKER
O'REILLY
scott berkun
THE ART OF THE START
By Guy Kawasaki
THE BACK OF THE NAPKIN
SOLVING PROBLEMS AND SELLING IDEAS WITH PICTURES
DAN ROAM
presentationzen DESIGN
Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations
Garr Reynolds
The Non-Designers Presentation Book
Principles for effective presentation design
Robin Williams
brain rules
12 Principles for Surviving and Thriving at Work, Home, and School
JOHN MEDINA
A Whole New Mind
Why Right-Brainers Will Rule the Future
Daniel H. Pink
Microsoft
beyond bullet points
CLIFF ATKINSON
using Microsoft Office PowerPoint 2007 to create presentations that inform, motivate, and inspire
slide:ology
THE ART AND SCIENCE OF CREATING GREAT PRESENTATIONS
NANCY DUARTE
The Presentation Secrets of Steve Jobs
How to Be Insanely Great in Front of Any Audience
Carmine Gallo
presentationzen
Simple Ideas on Presentation Design and Delivery
Garr Reynolds
Winnie-the-Pooh

Para saber más









Dudas y preguntas

MUCHAS GRACIAS

rafaelsanchozamora@gmail.com

Entre las cualidades más esenciales del espíritu humano está la confianza en uno mismo y el crear confianza en los demás. ***MAHATMA GANDHI***