

PRESENTAZIONI AZIENDALI: COSA FARE PER RENDERLE EFFICACI

QUALSIASI TIPO DI PRESENTAZIONE

destinata a un pubblico interno o esterno all'azienda richiede la conoscenza delle tecniche di public speaking fondamentali per farsi capire, tenere i partecipanti coinvolti e raggiungere l'obiettivo che ci si è prefissati. Di questa importante tematica parliamo con Chiara Alzati, CEO e Founder della Chiara Alzati Srl, società di formazione in forte crescita in ambito Public Speaking e Comunicazione Efficace per Corporate, nonché autrice di cinque libri, tra cui *Parlare Chiaro in Azienda. Manuale Pratico di Public Speaking per CEO, Direttori Formazione e HR Manager*.



Quali sono i principi da tener presenti quando si prepara una presentazione?

Innanzitutto è fondamentale partire dalla fine, chiedendosi quale obiettivo si vuole ottenere con la propria presentazione. Subito dopo è indispensabile identificare il pubblico, estraendo il suo ipotetico dialogo mentale, in modo da avere a disposizione tutti gli elementi per guidare passo passo chi ci ascolta nel nostro ragionamento. Nella fase di analisi del pubblico è necessario anche scegliere consapevolmente il proprio stile di comunicazione. Ad esempio, è buona prassi che una presentazione destinata a C-Level debba andare al sodo, essere molto concreta e sintetica, oltre che espressa con decisione e assertività.

In secondo luogo, è sempre bene stupire il proprio pubblico sin dall'inizio con un'apertura non scontata, argomentare secondo il principio del "less is more" (il corpo idealmente dovrebbe contenere al massimo tre argomentazioni) e concludere con impatto.

In terzo luogo, è importante usare immagini e grafici per rendere la propria presentazione più accattivante. Le slide devono contenere immagini che parlano da sole, nonché grafici ben visibili e decifrabili. Usare le timeline disegnate è un'ottima strategia per riassumere a colpo d'occhio le fasi di un cambiamento introdotto in azienda, ad esempio.

Infine, è sempre bene considerare che le storie e gli aneddoti sono un espediente fondamentale per tenere alta l'attenzione del pubblico. Può trattarsi di storie personali oppure di storie di qualcun altro, l'importante è che si integrino bene con ciò che si vuole esprimere e che, nel raccontarle, lo speaker le riporti in vita, dando un nome, delle voci e un carattere ai personaggi coinvolti.

L'uso dello storytelling è, tra l'altro, un ottimo espediente per variare il tono della nostra voce.

E come si gestiscono i tempi?

Per non rischiare di sfiorare con i tempi e trasmettere un'immagine poco professionale di sé, è bene fare alcune prove e monitorare col timer la durata del proprio intervento. L'ideale è allenarsi sempre su due presentazioni: quella che si prevede dovrà tenere e quella, più breve, che potresti trovarti a tenere in caso di imprevisti.

Quanto conta il mindset nel public speaking?

Il mindset nel public speaking conta tanto quanto la conoscenza delle tecniche. La mente può portarci a

vedere le situazioni di esposizione in pubblico come delle performance e di conseguenza ci porta a vivere l'ansia da prestazione. È bene invece allenarsi a vedere le situazioni di public speaking come un'occasione di condivisione e di crescita, monitorando i nostri progressi con feedback costruttivi e mai giudicanti.

In che modo si gestiscono le obiezioni del pubblico?

Premesso che le obiezioni è sempre meglio prevenirle, grazie all'attenta analisi del pubblico di cui si parlava prima, qualora dovesse sopraggiungerne una, l'ideale è mantenere la calma e porre domande a chi l'ha espressa. Mai prendere un'obiezione sul personale! Domande come: "Cosa ti porta a pensare che...?", "In che modo pensi che X possa essere connesso con Y?" sono la chiave di volta. Grazie a queste domande investigative, infatti, si capisce il punto di vista dell'altro senza creare scontro. Così facendo, si può pian piano smontare l'obiezione altrui e rafforzare la propria tesi.

Come vedi l'avvento dell'AI rispetto al public speaking?

Se è vero che, chiedendo a ChatGPT di scriverci un discorso, è possibile averlo in pochi secondi, è anche vero che quel testo sarà totalmente privo della nostra personalizzazione. In una presentazione non basta trasferire nozioni, è necessario anche trasmettere emozioni, ad esempio condividendo aneddoti della nostra vita o ponendo domande al pubblico. Questo l'AI non potrà mai farlo e pertanto mi piace vederla come un incentivo a far vibrare ancora di più di autenticità e unicità le nostre presentazioni.

