

PRESENTAZIONI SU MISURA: COME PARLARE DELLO STESSO TEMA A PUBBLICI DIVERSI

di **Chiara Alzati**, CEO e founder di Chiara Alzati Srl

È UNA TENDENZA NATURALE della nostra mente cercare la via più breve. La semplificazione è un meccanismo di sopravvivenza che consente di risparmiare tempo ed energie. Ecco perché molte persone, quando devono tenere una presentazione, sia essa su un progetto personale, un caso clinico o un'idea aziendale, utilizzano lo stesso identico contenuto su più palchi, in contesti differenti, risparmiandosi lo sforzo di adattarla ogni volta.

Questo approccio è altamente controproducente e compromette non solo il successo della comunicazione, ma anche la reputazione dello speaker.

Ogni pubblico è infatti diverso e merita di ricevere una comunicazione su misura. Presentare lo stesso identico contenuto su più palchi diversi significa trascurare le peculiarità di ciascun pubblico, nonché l'obiettivo specifico che si desidera raggiungere. In pratica, si rischia di parlare a vuoto, senza essere davvero compresi o, peggio, senza riuscire a catturare l'attenzione dei presenti e spesso irritandoli.

Immagina di dover parlare davanti a una platea di professionisti con anni di esperienza alle spalle e, poco dopo, di dover presentare lo stesso argomento a un gruppo di neolaureati. Se non si adatta il contenuto della presentazione, il rischio è di risultare troppo banali per i primi e troppo complessi per i secondi. Il risultato? In entrambi i casi, la comunicazione fallisce.

E ancora, immagina di dover presentare un progetto di costruzione di un nuovo impianto. Quando lo presenti a un pubblico di ingegneri, puoi entrare nei dettagli tecnici della progettazione, dei materiali utilizzati, delle sfide strutturali e delle soluzioni ingegneristiche innovative. Il pubblico apprezzerà un approccio dettagliato e analitico. Presentando lo stesso progetto a un gruppo di investitori, dovresti invece concentrarti sugli aspetti finanziari, sui costi e benefici, sui tempi di ritorno dell'investimento e sulle potenzialità di mercato del nuovo impianto. Gli investitori saranno più interessati ai risultati economici e al piano di esecuzione anziché ai dettagli tecnici.

Un professionista consapevole non cade nella trappola della ripetitività. Questo perché prima di ogni presentazione, fosse anche la millesima della sua carriera, si pone queste domande fondamentali: **qual è il mio obiettivo? A chi parlerò?**

Queste domande sono essenziali per costruire una presentazione efficace, capace di coinvolgere il pubblico e raggiungere lo scopo prefissato. È vero che il tema può essere lo stesso, ma la modalità di esposizione, i dettagli su cui ci si concentra, le parole che si utilizzano, possono (e devono) cambiare.

Per esempio, in un contesto aziendale, può essere utile riconoscere la diversa esperienza dei presenti: "So bene che davanti a me ci sono persone che lavorano in quest'azienda da dieci anni e altre che sono qui solo da tre mesi. Mi scuso in anticipo se dovrò spiegare qualcosa di scontato per i veterani e cercherò di essere il più chiaro possibile per i nuovi arrivati. Se qualcosa non fosse chiaro, non esitate a segnalarmelo." Queste frasi dimostrano attenzione e rispetto per il pubblico, aumentando l'efficacia della comunicazione.

Un esempio emblematico è quello dei congressi medici. Spesso i relatori portano la stessa identica presentazione in diverse nazioni, senza preoccuparsi delle differenze culturali o del livello di esperienza degli ascoltatori. Questa prassi, comune in molti contesti, rappresenta un errore che può compromettere seriamente l'efficacia della comunicazione. Una presentazione che funziona in un contesto potrebbe risultare inadeguata in un altro, causando disinteresse o, peggio, incomprensione.



Per evitare questi errori, **è necessario allenare la mente a pensare in modo strategico.** Non basta essere esperti del proprio campo; è fondamentale saper adattare il proprio messaggio al pubblico di destinazione. In questo, avere al proprio fianco un coach di Public Speaking farà la differenza, guidandoti nel processo di creazione e personalizzazione delle tue presentazioni.



Chiara Alzati è campionessa europea di Public Speaking 2020, CEO e Founder della Chiara Alzati Srl, Corporate Effective Communication & Public Speaking Trainer, autrice di sei libri, tra cui *Parlare Chiaro in Azienda. Manuale Pratico di Public Speaking per CEO, Direttori Formazione e HR Manager e Public Speaking per Executive. La tua leva manageriale innovativa per una comunicazione efficace e inclusiva dentro e fuori l'azienda.*