

1.2. DEFINIR EL OBJETIVO DE LA PRESENTACIÓN

No hay viento favorable para el barco que no sabe dónde va.
Séneca

Tengo que plantearme cuál es el objetivo, para qué hago esta presentación, qué quiero conseguir.

El objetivo de mi presentación puede ser...

- Informar.
 - Ayudarles a Reflexionar.
 - Concienciarles de que es importante prepararse bien.
 - Que mejoren sus presentaciones.
 - Darles técnicas.
 - Que aprendan a comunicar.
 - Darme a conocer.
 - Que se lo pasen bien, se diviertan y aprendan....
- Uauhhh!! Vaya objetivo más ambicioso!!!

El Objetivo Global es Disfrutar y sobre todo, Hacer Disfrutar. Estudios recientes han demostrado que la mejor forma de aprender es divirtiéndonos. Daniel Goleman, en su libro *Liderazgo* (febrero de 2013), nos indica que en momentos de aburrimiento nuestro cerebro no es capaz de aprender. Literalmente comenta: “Cuando los alumnos no están ni atentos ni contentos en clase solo absorben una pequeña parte de la información que se les proporciona”. Si conseguimos que el público se divierta, casi automáticamente estamos haciendo realidad los otros objetivos: nos escucharán, aprenderán técnicas, mejorarán y reflexionarán sobre nuestro tema. Es imprescindible que capturemos su atención y debemos hacerlo con creatividad, sorprendiéndolos, divirtiéndolos.

Y si yo veo cómo mi público disfruta, la “inyección” de adrenalina es inmediata. Y yo me entrego más, me sumerjo en la presentación, disfruto al máximo. Y si yo disfruto, ellos se contagian y viceversa. En el libro *El contagio emocional*, los psicólogos John T. Cacioppo, Elaine Hatfield y Richard L. Rapsin ratifican que debemos esparcir sentimientos positivos hacia los demás, porque los sentimientos de los demás nos afectan del mismo modo que los nuestros les afectan a ellos. De alguna manera, el público nos “imita” en nuestras emociones. Si nosotros disfrutamos, ellos también. Las responsables de esta “imitación” son las llamadas neuronas espejo. Moldean nuestro comportamiento y hacen que las emociones fluyan de una persona a otra. Nos activan la comunicación empática y generan una respuesta de retorno ante un estímulo exterior. ¿Quién no ha bostezado de repente cuando un compañero lo hace? Si nosotros proyectamos positividad, optimismo, alegría, nuestro auditorio se contagiará de nuestro estado de ánimo, disfrutará y aprenderá. Parece fácil ¿verdad? Es fácil, siguiendo algunos pasos.

Me pregunto cómo puedo conseguir que mi cliente disfrute. ¿He dicho mi cliente? Sí, mi cliente. Me gusta considerar a mi público como mi cliente. Le estoy dando importancia. Tengo respeto por mi cliente y por tanto, tengo que prepararme bien.

En este libro, todos los capítulos están enfocados a realizar una presentación excelente que implique a nuestro auditorio y le haga disfrutar. Cuanto mejor me prepare, más garantías de éxito. El ingrediente más importante en la preparación será la creatividad: romper los esquemas tradicionales, arriesgar, atreverme a probar fórmulas nuevas, priorizar las necesidades del público frente a las mías personales. La creatividad nos ayudará a encontrar nuevos caminos para conectar

con el público y hacerle disfrutar. Recordad que todos somos creativos, simplemente debemos trabajar y esforzarnos hasta encontrar la mejor idea.

Dentro del objetivo global hemos dicho que es importante que YO disfrute. Por cierto, si el título de este libro te ha llamado la atención, quizá sea porque te gustaría disfrutar un poquito más en tus presentaciones...

Tras el objetivo global, los **objetivos específicos**. Como apuntábamos al inicio de este capítulo, debo definirlos en base a qué quiero conseguir con mi presentación. Y por supuesto, dependerán de cada ponencia:

- Captar socios para mi organización.
- Presentar un nuevo producto.
- Animar a mi equipo comercial.
- Recaudar dinero para un fin social.
- Ganar credibilidad ante mis nuevos compañeros.
- Defender una ideología.
- Cambiar una percepción.
- Generar nuevos hábitos.
- Aprobación de mi Plan Estratégico.
- Obtener más presupuesto.

Aquí tú me tienes que ayudar, por favor. ¿Quién mejor que tú sabe por qué hacemos esta presentación al comité directivo, por qué te han invitado a una ponencia, por qué estás delante del cliente? Mi recomendación es que limites el número de objetivos a uno si es posible. Un objetivo específico significa plena concentración en él, evitar ambigüedades, centrarse en lo importante. Muchos objetivos suelen complicar la comprensión del mensaje y facilitan que cada asistente decida por sí mismo qué objetivo es más importante. Recuerda siempre

que el objetivo está enlazado con la persona o personas a quienes diriges la presentación. No debe ser solo tu objetivo. Debe ser tu objetivo con respecto a un público en concreto.

Recuerdo que en mi etapa profesional en publicidad, cuando trabajaba en la agencia elaborando la estrategia de comunicación de los anunciantes, resultaba difícil tener un único concepto a comunicar a los consumidores. En nuestras reuniones, el cliente siempre consideraba que su producto o servicio tenía grandes beneficios que debían ser comunicados: Si se trataba de una comida, seguro que era sabrosa, ligera, de calidad, digestiva, económica,... ¿Cómo decirlo todo en un spot de televisión de veinte segundos? El gran experto en publicidad televisiva, Rosser Reeves nos convenció de que cada anuncio debe comunicar un único concepto de venta. Le llamó USP y significa una Única Propuesta de Venta, es decir, un único beneficio, que sea diferencial y que impacte a tu consumidor. Bien, trasladado a nuestro tema, tengamos un objetivo claro para cada presentación. Un único objetivo, bien definido. Y siempre que sea posible, mejor escribirlo porque nos ayuda a visualizarlo y a trabajar en la dirección correcta.

1.3. ¿CÓMO ELIMINAR EL MIEDO ESCÉNICO Y DISFRUTAR MÁS?

La vida es maravillosa si no se le tiene miedo.

Charles Chaplin

Despídete de esas noches en vela antes de una presentación importante, de ese tremendo dolor de cabeza que te invade minutos antes de salir al escenario, del sudor frío que recorre tu cuerpo...

Lo primero que tenemos que hacer es eliminar nuestras “Creencias Limitantes” relacionadas con el hablar en público. ¿Creencias limitantes? Sí, son aquellos pensamientos que nos “autoconvencen” de que no somos capaces de realizar un acto determinado. Una creencia limitante es como una etiqueta que te has colocado a ti mismo. “Yo no soy bueno al hablar en público”, “Me cuesta mucho expresarme”, “Yo noto que la gente no me entiende bien”, “Siempre me tiemblan las piernas y tartamudeo”.... Estos pensamientos hacen que dejemos de intentar mejorar. Huimos de las posibilidades de mejora. Las creencias limitantes pueden cambiarse, por supuesto. ¿Es fácil? ¡No! Porque es una opinión que nos hemos creado sobre nosotros mismos y cuando la cambiamos es como reconocer que hemos estado equivocados, que no teníamos razón. Por tanto, nuestro subconsciente se resiste. Y nuestro consciente también. Debemos hacer un esfuerzo y prepararnos para el cambio. Lo más importante es querer cambiar, querer mejorar. En nuestro caso, cabe preguntarse ¿Qué debo hacer para superar el miedo escénico? ¿Cómo me preparo? Y ponernos en marcha

Una buena preparación elimina el miedo escénico.

También es importante, como hemos comentado, tu actitud positiva, visualizar tu éxito. Evita anticipar el fracaso con expresiones como: “Y si me hacen una pregunta que no sé responder...”, “y si me bloqueo...”, “y si alguna persona sabe más que yo...” A estos “fantasmas” les llamo ¡Diálogo interno maldito! Aunque, por supuesto, hemos de pensar en qué pueden preguntarnos, en frenar a aquellos “boicoteadores”, etc. Profundizaré en ellos un poquito más adelante, al hablar de cómo empatizar con el público.