

Presentaciones de Alto Impacto

Manual del Participante

Insaforp 
FORMANDO UN MEJOR EL SALVADOR


**Dale
Carnegie**

ADN de Negocios y Ciclo de Autodesarrollo



Conexiones sociales de la cohorte

Resultados del trayecto/ROI

La experiencia Dale Carnegie involucra a los participantes desde el contacto inicial hasta el seguimiento y el apoyo para reforzar comportamientos clave. Nuestra metodología respalda el desarrollo de las habilidades y los hábitos necesarios para sostener el cambio en el desempeño. Creemos que el cambio emocional es igual de importante que el cambio en el comportamiento. Es por eso que Performance Change Pathway™ muestra nuestro enfoque deliberado para crear programas de capacitación que impulsan el desempeño mejorado.

Performance Change Pathway™ de Dale Carnegie abarca cinco componentes clave: entrada, concientización, experiencias, constancia y Resultados. Sabemos que estos componentes son esenciales para diseñar y poner en práctica nuestros programas y formulan un camino de aprendizaje continuo para que los participantes impulsen resultados organizacionales y propios.

Notas

PERFORMANCE CHANGE PATHWAY

El camino brinda un proceso práctico y colaborativo que involucra al participante y las partes interesadas clave para brindarles a todos las herramientas que necesitan para realizar lo siguiente:

- Explorar las necesidades profesionales e individuales.
- Comunicar regularmente el progreso y analizar las oportunidades nuevas a medida que surjan.
- Proporcionar una capacitación en el momento y comentarios formales sobre el desempeño observable a mejorar.
- Analizar objetivos actuales y futuros del participante y cómo puede alcanzar estos objetivos.
- Seguir desarrollando fortalezas y analizar áreas de mejora y opciones de apoyo.

Los Principios de relaciones humanas de Dale Carnegie ayudan a abrir las mentes de los participantes hacia la necesidad y el deseo de cambio. Creemos que Performance Change Pathway™ le brinda a los participantes el marco necesario para recibir el apoyo y los comentarios que necesitan para asegurarse de adquirir habilidades relevantes y aprender continuamente con cada experiencia del programa de Dale Carnegie®.

Notas

Objetivos del Programa

Planificar y Organizar Presentaciones Profesionales

- Desarrollar aperturas y cierres
- Organizar eficazmente los pensamientos y materiales antes de presentar
- Inspirar mayor credibilidad mediante el uso de evidencias y visuales

Crear y Mantener una Impresión Positiva

- Mostrar una apariencia agradable—voz y lenguaje del cuerpo positivo
- Establecer afinidad con el auditorio
- Desarrollar la habilidad de trabajar con auditorios desafiantes

Ser más Natural y Estar más Relajado al Hacer Presentaciones

- Comunicar con mayor autoconfianza
- Convertirse en un orador e interesante
- Ser visto como un orador competente

Comunicar las Ideas con Claridad y Fuerza

- Hablar de forma y concisa
- Desarrollar la habilidad de dar vida a los textos escritos
- Hablar con convicción y seguridad

Vender sus Ideas e Inspirar a los Demas

- Motivar a otros a tomar una acción específica
- Dominar el desafío que representan los períodos de preguntas y respuestas
- Utilizar la información adecuada para vender una idea

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

Contenido

Introducción

1. Crear una Primera Impresión Positiva
2. Aumentar la Credibilidad
3. Presentar Información Compleja
4. Comunicar con Mayor Impacto
5. Motivar a los Demás a la Acción
6. Responder ante Situaciones de Presión
7. Inspirar a las Personas para que Adopten el Cambio Recursos

Notas

Cómo Obtener el Mayor Beneficio de esta Formación

¡Bienvenido al Programa Presentaciones de Alto Impacto de Dale Carnegie®! En este programa intensivo de dos días, participará en una experiencia apasionante, exigente y compensadora. La formación y facilitación han sido diseñada para ayudarle a desarrollar las habilidades de planificar y realizar presentaciones; una competencia vital para lograr el éxito en las organizaciones profesionales de la actualidad. Este programa se fundamenta en la solidez de los principios y metodología del Programa Dale Carnegie®, combinados con el uso de la tecnología.

Los métodos de Dale Carnegie® de formación personal interactiva trabajan sobre las fortalezas, en vez de hacerlo sobre las debilidades. La interacción dinámica con el auditorio, la participación activa y la rápida movilidad de las sesiones son los aspectos diferenciadores de éste y de todos nuestros programas. Al iniciar esta actividad, le invitamos a comprometerse con su crecimiento personal para lograr convertirse en un orador dinámico y profesional. Estamos seguros de que el programa Presentaciones de Alto Impacto será una experiencia agradable y gratificante para usted.



Factores de Imagen que Influyen en su Impacto

Ganar habilidad presentando no es el único beneficio obtenido con este programa. Muchas personas también hacen un gran avance en el desarrollo de habilidades de liderazgo e imagen como resultado del programa Presentaciones de Alto Impacto.

Hoy en día, la imagen y la credibilidad son factores muy importantes en la trayectoria de las personas y empresas. A todos nos gustaría ser reconocidos por nuestra competencia profesional. Antes de ser reconocidos por esto, las personas normalmente pasan por una serie de etapas hasta que nos conocen. La primera de estas etapas se basa en nuestra apariencia. Se crean muchos prejuicios por nuestra primera impresión.

En segundo lugar, las personas reconocen rápidamente nuestras habilidades de comunicación cuando hablamos e interactuamos con ellos y otras personas.

Tercero, nuestra actitud y autocontrol al trabajar con otros es percibida por aquellos que nos rodean. Esto nos lleva a la cuarta etapa, cómo nos relacionamos con las personas. Sólo después de haber observado estas primeras cuatro etapas nuestra competencia profesional será vista por otros. Este programa es muy efectivo para tratar no solo las habilidades de comunicación sino también los factores de imagen y liderazgo.

Competencia

Profesional



Cómo nos

Relacionamos

con Otros



Nuestra Actitud

y Autocontrol



Cómo nos

Comunicamos



Nuestra

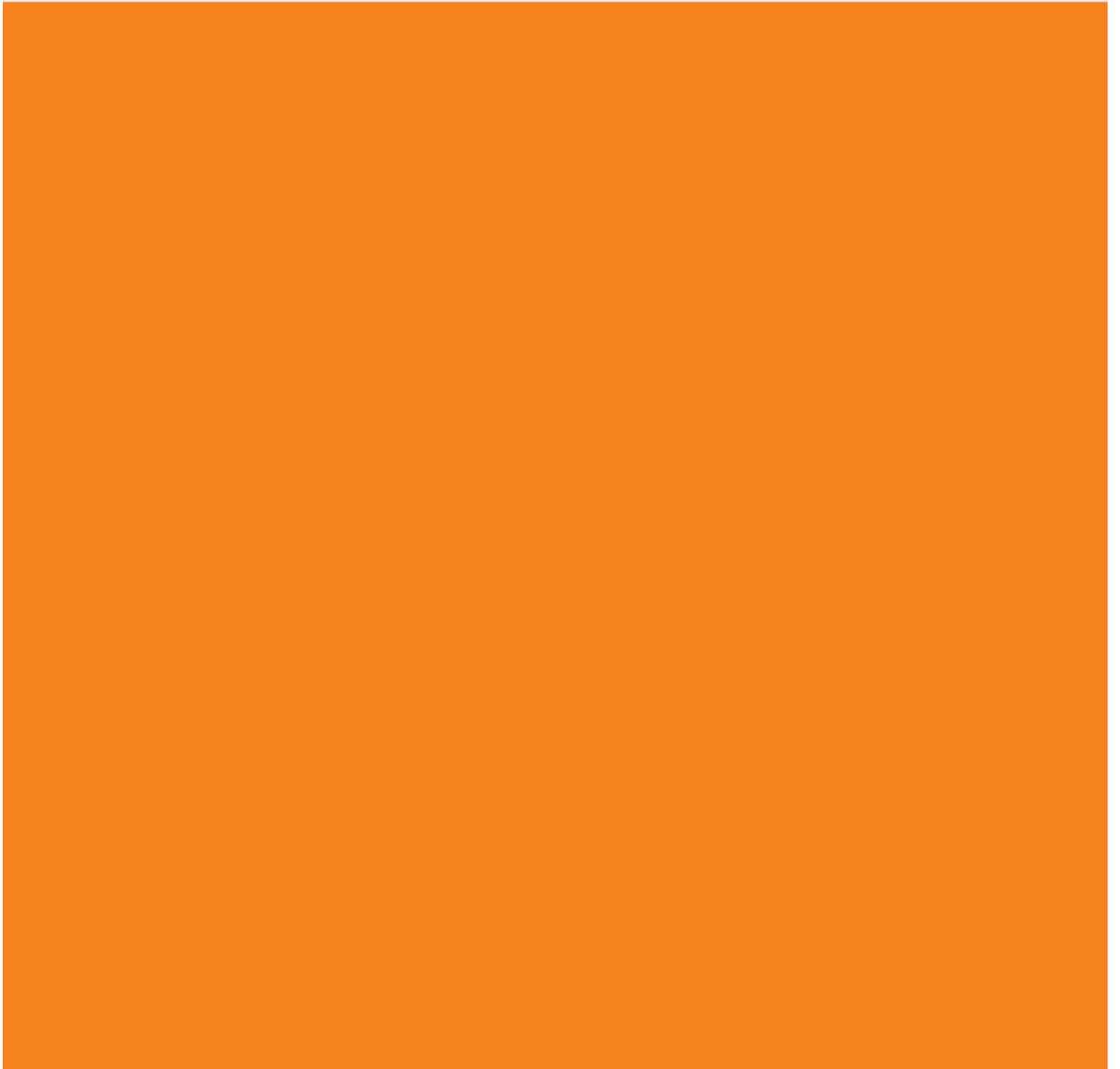
Apariencia

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

1

Sesión Uno



Notas

1

Crear una Primera Impresión Positiva

Tema

Una presentación de introducción de usted mismo, de su trabajo, de sus responsabilidades y de cómo espera beneficiarse de esta formación.

Objetivos

- Establecer una primera impresión positiva
- Establecer un punto de referencia personal como presentador
- Identificar sus objetivos personales en la formación
- Desarrollar empatía con el auditorio
- Crear una visión propia como un comunicador con mayor impacto

Notas

SESIÓN UNO

Contexto

Con tanto en juego, es importante que nuestra audiencia nos vea como reales, creíbles, profesionales y dignos de confianza desde la apertura de una presentación. En esta primera presentación trabajaremos sobre la planificación y la entrega de una presentación inicial. Nos esforzaremos en ser nosotros mismos siendo naturales, transmitiendo honradez y ganando el interés favorable de nuestros oyentes.

"Tenga siempre algo que decir. El hombre que tiene algo que decir y que es conocido porque solo habla a menos que se a merite, seguramente será escuchado. Siempre sepa muy bien lo que quiere decir. Si su propia mente está confusa, mucho más se confundirán las mentes de sus oyentes "

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Sea usted mismo—demuestre su individualidad
- Capitalice sus propias fortalezas y talentos
- Relájese y el auditorio se relajará
- Concéntrese en sus metas del programa y su formación

Minimizar Miedos

Revise las “Guías de Presentación” y considere estos factores adicionales que le ayudarán a reducir el miedo cuando realice una presentación:

- Conozca el rol y el motivo de la presentación
- Familiarícese con el auditorio—llegue con tiempo suficiente para conocer a los participantes personalmente
- Tenga una apertura y un cierre “bien ensayados”
- Establezca y mantenga contacto visual con los participantes—haga de la presentación una “charla”

Preparación

Notas

Competencias de Presentación

Visión

Orientado al futuro. Desarrollar una imagen futura emocionante de lo que podría y lo que debería ser, a pesar de lo que es, para sí y para su empresa.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Habilidades Interpersonales

Mostrar habilidades para desarrollar relaciones sólidas de confianza y respeto dentro y fuera de la empresa.

Conciencia Externa

Ver las cosas desde puntos de vista múltiples. Ser consciente de cómo impactan las acciones en otros. Estar al día en asuntos que afectan las áreas de responsabilidad.

Notas

Esquema

Atributos (Cualidades):

Nombre:

Empresa/Puesto:

Resultados que espero lograr:

Necesidad como comunicador:

Incidente que evidencia su necesidad:

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

Notas:

Notas

Guías

Fundamentos de la presentación

1. Conozca su tema, hasta que sienta que le es propio.
2. Tenga sentimientos positivos acerca del tema que va a presentar.
3. Proyecte a su auditorio el valor y significado de su mensaje.

Guías para Preparar la Presentación

1. Tome breves notas de los “puntos clave” que quiera mencionar. (Prepare tarjetas 3 x 5 o utilice la técnica del apilamiento).
2. A menos que sea absolutamente necesario (por razones legales, etc.) no escriba sus presentaciones.
3. Nunca memorice una charla palabra por palabra.
4. Utilice evidencias para apoyar los puntos más significativos.
5. Conozca el tema con mayor profundidad de lo que va a utilizar.
6. Practique antes su presentación con sus amigos y sus compañeros de trabajo.
7. Utilice ayudas visuales para ayudar a clarificar su presentación
8. Controle sus nervios por medio de:
 - Respiraciones profundas
 - Arengas de ánimo
 - Actividades físicas
 - Cartas de éxito
9. No imite a los demás. ¡Sea usted mismo!

Notas

Establecer Empatía

1. Considérese honrado por haber sido seleccionado para dar una presentación—¡y dígalo!
2. Exprese aprecio sincero a sus oyentes.
3. Mencione los nombres de algunos de los oyentes.
4. Colóquese en un plano de sincera humildad, ¡no superior!
5. Diga “nosotros”—no “ustedes.”
6. No hable con el ceño fruncido ni con la voz recriminadora.
7. Hable en términos de los intereses de sus oyentes.
8. Disfrute cuando esté dando la presentación.
9. No comience con una disculpa.
10. Apele a los sentimientos más nobles de su auditorio.
11. Reciba con agrado las críticas—en vez de resentirse por ellas.
12. Sea una buena persona hábil hablando.

Notas

Planificando una Presentación

Empiece por Preguntarse

- ¿Quién es mi Auditorio?
- ¿Cuál es mi Propósito?
- ¿Cuál es mi Mensaje?

¿Quién es mi Auditorio?

Satisfacer las expectativas desconocidas de un auditorio, es tan difícil como dar en el centro de un blanco que no vemos. Se puede hacer, pero es una forma arriesgada de buscar el éxito. Una parte del proceso de preparación es la búsqueda que permite reunir la siguiente información acerca del auditorio.

Conocimiento

La consideración más obvia acerca del nivel de conocimiento del auditorio que le concierne a casi todos los presentadores es: "¿Está el auditorio mejor informado que yo?". Ésta es una preocupación menor, debido a que su misma preocupación estimulará su adecuada preparación. Por lo tanto, el problema más grande es el peligro de presuponer el nivel de conocimiento del auditorio. Nunca se enfrente a un auditorio sin estar perfectamente preparado, pero tampoco caiga nunca en la trampa de presuponer la ignorancia de sus oyentes y hablarles a un nivel demasiado bajo.

Pericia

El nivel de habilidad del auditorio también es importante debido a que puede determinar la posición que asuma en relación con el asunto que usted quiere tratar.

Experiencia

Esta consideración no consiste sólo en saber cuánta experiencia tiene el auditorio, sino a qué nivel y en qué entorno. La experiencia en un laboratorio es muy diferente a la conseguida en el campo.

Prejuicios

Si puede usted identificar los prejuicios de su auditorio, puede averiguar su punto de vista y algunas de las trampas que deberá evitar

Notas

Necesidades

Para que sus oyentes vuelvan a casa satisfechos y contentos de haber estado ahí, es prudente dirigirse a sus necesidades. La teoría es importante cuando proporciona evidencias, pero eventualmente debe “sacar la paja del granero para que los caballos puedan comerlo.”

Deseos

Los deseos del auditorio son similares a sus necesidades. Deseos y necesidades no son siempre los mismos, y si usted sólo se dirige a las necesidades es difícil que satisfaga a un auditorio y lo mueva a la acción.

Objetivos

Determine los objetivos de su auditorio y téngalos en mente cuando planifique su presentación.

Notas

¿Cuál es el Propósito de mi Presentación?

Informar

Un propósito lógico de una buena comunicación es presentar información aclarar o instruir al auditorio. Este formato se centra en la claridad y la comprensión. Define el “esto es” o “se hace así”.

Convencer o Impresionar

Un orador a menudo tiene la función de convencer o impresionar a otros de la importancia de algo. Las personas necesitan ser impresionadas con la validez, el valor o la importancia de una posición antes de convencerse a cambiar de opinión sobre ella.

Persuadir o Inspirar a la Acción

Una vez convencidos de que algo es verdadero, de que tiene valor, los oyentes pueden ser persuadidos a tomar una acción específica. Convencer normalmente precede a persuadir. Como líderes es importante ser efectivos motivando o inspirando a otros a tomar acción.

Entretener

En cierto sentido, toda presentación debería ser entretenida. Para que el auditorio esté en un marco favorable, de mente abierta para ser convencido, ilustrado o motivado, necesita estar entretenido. El entretenimiento no se basa necesariamente en el humor, aunque éste podría ser una gran parte de él. En el sentido más amplio, entretener a un auditorio es hacerlo feliz de haber asistido y contento de que usted haya sido el presentador.

Notas

¿Cuál es mi Mensaje?

Puede parecer banal mencionar la importancia de tener un mensaje, pero desafortunadamente algunas veces las presentaciones no tienen mensaje, o al menos no se descubre fácilmente. Hay presentaciones que han sido programadas para llenar tiempo y hay tantos mensajes entrelazados en la presentación que es imposible identificar algo importante. Asegúrese de que usted sabe muy bien cuál es el mensaje y téngalo en su mente durante toda la preparación, de manera que no pierda su rumbo.

Notas

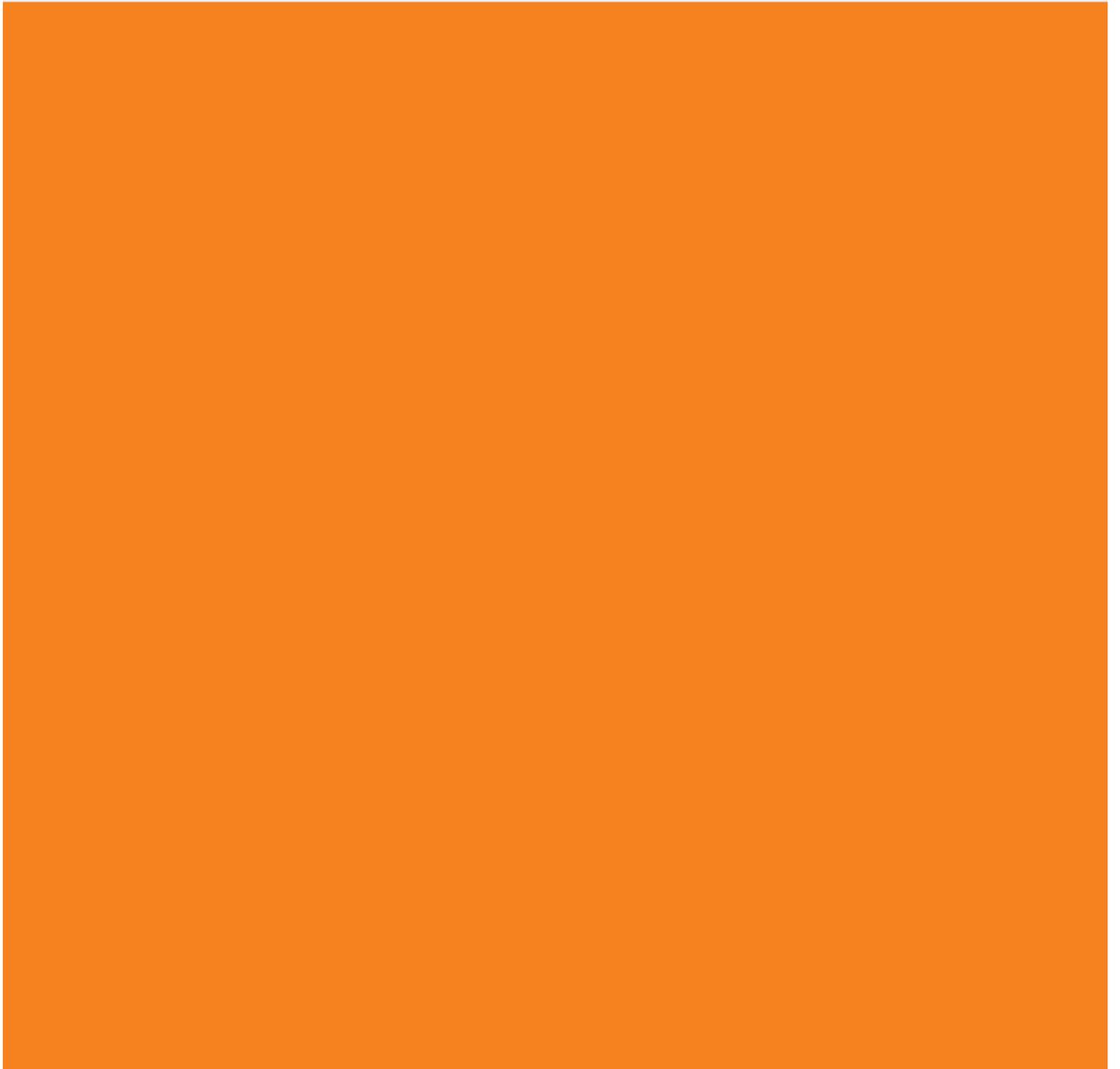
Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

2

Sesión Dos



Notas

2

Aumentar la Credibilidad

Propósito de la Presentación: Presentar para Convencer o Impresionar

Tema

Un informe presentando de forma positiva a su empresa o a su organización.

Objetivos

- Comunicar con mayor credibilidad
- Presentar una imagen positiva de su empresa u organización
- Proyectar entusiasmo
- Comunicar su capacidad con confianza en sí mismo
- Respaldar un mensaje informativo con evidencias que lo apoyen

Notas

SESIÓN DOS

Contexto

Nosotros representamos nuestra organización en todo momento—en ambientes formales e informales, y en una variedad de escenarios. Creando una primera impresión personal positiva, nuestros clientes y audiencias obtienen una impresión de nuestra compañía a través de nuestra habilidad para presentar nuestros temas.

Las audiencias de negocios son reacias a creer lo que se dice de una compañía o producto a menos que crean en la persona que esté dando el mensaje. Las personas profesionales a menudo cometen el error de exagerar las cualidades de su empresa con el fin de reivindicarla, y de esta manera pierden su credibilidad (y la de su empresa). En esta presentación nos enfocaremos en proporcionar hechos únicos sobre nuestra compañía y sus logros. Incluso los datos que nunca deben ser presentados sin ser acompañados por beneficios. Presentar evidencias de una manera que sea vívida, interesante, y memorable, ayuda a crear y sostener una impresión positiva, y es vital si tenemos que comunicar con el fin de motivar a la acción.“

“Ningún hombre sano comenzaría a construir una casa sin algún tipo de plan; pero, ¿por qué empezaría a dar una charla sin la mínima idea de lo que quiere lograr?”

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Tenga una actitud positiva acerca de su mensaje
- Abra y cierre con impacto
- Determine los puntos principales de su mensaje
- Utilice un lenguaje corporal enérgico y un tono de voz animado
- Elija ilustraciones positivas que apoyen su mensaje

Estructura básica de una Presentación

| | |
|-----------|--|
| Apertura | Atraer de inmediato y favorablemente el interés del auditorio. |
| Mensaje | Expresar claramente su mensaje o tema. |
| Evidencia | Establezca credibilidad e inspire respeto y confianza utilizando alguna evidencia convincente. |
| Cierre | Deje al auditorio una impresión favorable y memorable de usted mismo y de su empresa. |

Preparación

Describa su auditorio y el propósito de la presentación:

Notas

Competencias de Presentación

Profesionalidad

Proyectar una imagen de madurez e integridad que genere credibilidad.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Influencia

Dirigir situaciones con coherencia e inspirar a las personas para lograr un ambiente en el que todos ganan.

Actitud

Mantener un punto de vista amistoso, positivo y entusiasta

Notas

Esquema

Apertura:

Primer dato, evidencia, beneficio:

Segundo dato, evidencia, beneficio:

Tercer dato, evidencia, beneficio:

Cierre

Notas

La Apertura de la Presentación

La mayoría de las dificultades de los aviones ocurren en dos momentos críticos, el despegue y el aterrizaje. Lo mismo ocurre con las presentaciones. Una apertura fuerte creará confianza adicional, y una oportunidad para dejar una primera impresión positiva inmediata.

Puntos Clave

- Obtenga la atención favorable rápidamente
- Guíe hacia su presentación de forma natural
- Desarrolle buena voluntad
- Cree puntos de acuerdo

Técnicas

- Use un objeto
- Dramatice sus ideas
- Obtenga participación
- Cite puntos de acuerdo o cosas en común

Notas

Tipos de Aperturas

| 1. Afirmación Sorprendente | Opciones | Ejemplos | Notas |
|----------------------------|---|---|-------|
| | Analogía | "Me acuerdo de cuando aprendí a conducir. Pensé que iba a ser muy simple, pero descubrí lo difícil que es. Aprender a dominar las habilidades de conducir un coche es muy similar a lanzar nuestra iniciativa estratégica de ..." | |
| | Misterio | "Miren alrededor de la sala. Uno de cada tres de ustedes probablemente estará fuera del negocio en ésta época el año que viene si no cambian dos cosas sencillas que están haciendo ahora." | |
| | Buenas noticias | "Ayer liquidamos los libros del pasado año fiscal. ¡Buenas noticias! Logramos todos nuestros objetivos financieros. ¡Todos los que están en esta sala recibirán un bono!" | |
| 2. Pregunta | Ganar información | "Hagamos una pequeña encuesta. ¿Cuántos de ustedes han formado parte de un programa de formación este año?" | |
| | Obtener participación | "En un momento, que cada persona en la sala, por favor, use una palabra (o frase) para describir su reacción a nuestro tema de hoy. Por ejemplo, mi palabra es entusiasmado." | |
| | Crear acuerdo sobre una necesidad o interés | "Si hubiera una manera en la que uno pudiera aumentar su tiempo útil, mientras al mismo tiempo, aumenta la retención de su cliente, probablemente le gustaría conocerla, ¿verdad que sí?" | |

Notas

Tipos de Aperturas (continuación)

| 3. Incidente | Opciones | Ejemplos | Notas |
|--------------|-----------------------------|---|-------|
| | Experiencia personal | “Mi mujer y yo íbamos en coche a casa durante una tormenta, de noche. De repente, un coche que venía en dirección opuesta perdió el control y se metió en el arcén. Estaba girando bruscamente, fuerte, y ivenía directamente hacia nosotros! Apenas nos rozamos, pero hubo un grave accidente justo detrás nuestro. Me sentí paralizado y con suerte de estar vivo. Pero mi mujer tomó acción. Volvimos al accidente e inmediatamente pedimos ayuda. Otros coches frenaban y miraban a los demás. Ella fue una heroína. La lección que aprendí se relaciona con el porqué estamos hoy reunidos.” | |
| | Terceros | “Justo la semana pasada fui a la oficina de nuestro director financiero y tenía una gran sonrisa en su rostro. Le pregunté qué lo hacía tan feliz, y empezó a contarme esta historia.” | |
| | Histórico | “En en año 49 a.C. Julio César se acercaba a Roma con la Legión Romana y se detuvo en el río Rubicón, el punto sin retorno. Avanzar pasando el río crearía un conflicto civil inevitable. César, según sabemos, dijo: ‘La suerte está echada’, y marchó hacia adelante para, en última instancia, convertirse en el amo indiscutible del Imperio Romano. Estamos enfrentando un punto crucial similar ...” | |

Notas

Tipos de Aperturas (continuación)

| 4. Elogio | Opciones | Ejemplos | Notas |
|-----------|---------------------|---|-------|
| | Oyentes | “Probablemente no se den cuenta del valor que generan para las personas y las empresas. Ustedes manejan artesanos que crean valor con sus manos, sus herramientas, y sus habilidades. Hay un arte en nuestro negocio que está desapareciendo. Espero se sientan orgullosos de lo que hacen, y del impacto que generan.” | |
| | Organización | “La mayoría de las personas en esta sala probablemente no sepan que nuestra empresa fue la primera en el mundo en ...” | |
| | Individual | “Sé que una persona en esta sala se ha ganado el respeto de ustedes. Hace cuatro años, ella mostró fortaleza y visión al crear y lanzar una nueva línea de productos tremendamente exitosa. Todos estamos disfrutando los beneficios de su determinación. Una cosa que pueden no saber sobre ella es ...” | |

Notas

El Mensaje

Una vez que la apertura o introducción ha captado la atención del auditorio, es el momento de entrar en el tema o mensaje de la presentación. Como en una bella sinfonía, en la que el compositor revela el tema y luego procede a crear variaciones sobre él, el presentador de impacto plantea el mensaje y luego procede a desarrollarlo con hechos, información y evidencias.

La apertura o introducción está diseñada para captar la atención del auditorio. El planteamiento del mensaje concentra la atención en el tema. Puede consistir en una declaración de intención, tal como: “Vamos a examinar los pros y contras del nuevo proceso del presupuesto” o bien puede ser una pregunta, tal como: ¿Cuáles son los pasos necesarios para obtener la certificación ISO 9000, para el 15 de diciembre del próximo año? Algunas veces, el planteamiento del mensaje se presenta como una propuesta lógica. Por ejemplo: “Si es verdad que ..., entonces ... también es verdad y ... es el resultado natural.” El planteamiento del mensaje guía el desarrollo de la presentación y lo mantiene dentro de su propósito u objetivo. Debido a la importancia de la claridad y a la necesidad de que sea perfectamente entendida, se pueden usar aquí apoyos visuales.

Notas

El Uso de Evidencias

El uso de evidencias es una parte esencial de una presentación eficaz. Preguntas que suelen estar en la mente de los miembros del auditorio, pero que rara vez preguntan, son “¿Por qué tengo que escuchar a esta persona?” “¿Por qué tengo que creerle?” “¿Quién, además de esta persona, dice lo mismo?” Cuando necesitamos convencer a los demás de nuestro punto de vista, una de nuestras herramientas primordiales es utilizar evidencias.

| | |
|---|---------------------------|
| M | Muestras o Ejemplos |
| E | Estadísticas |
| D | Demostraciones |
| I | Incidentes o Experiencias |
| T | Testimonios de Expertos |
| A | Analogías |
| D | Datos o Informaciones |

Notas

Notas

Notas

La Cierre de la Presentación

La apertura de una presentación debe causar una primera impresión positiva. El cierre (la conclusión) debe dejar una impresión positiva y duradera.

Puntos Clave

- Deje una impresión positiva duradera
- Persuada con lógica
- Inspire con emoción
- Sea breve
- Incremente el impacto en su cierre

Técnicas

- Conecte con su apertura o el tema de su mensaje
- Hable a nivel personal
- Dramatice ideas
- Utilice un visual que tenga gran impacto

-

Notas

Cierres

| 1. | Opciones | Ejemplos | Notas |
|---|--|---|-------|
| Propósito: Convencer o Impresionar | Repetir el mayor beneficio | “Entonces, hagamos estos dos cambios simples y podremos prosperar en los negocios, dentro de dos años, diez años, veinte años. Primero ...” | |
| | Usar una cita | “Nunca se dé por vencido, nunca se dé por vencido, nunca, nunca, nunca... en nada, grande o pequeño, importante o insignificante— nunca se dé por vencido excepto ante convicciones de honor y buen sentido.” — Winston Churchill | |
| 2. Propósito: Informar | Repetir su(s) punto(s) clave | “Finalmente, recuerde las tres palabras más importantes en bienes inmuebles: ubicación, ubicación, ubicación.” | |
| | Recapitular los pasos de un proceso o plan | “Recordemos seguir estos simples pasos para asegurarnos consistencia y ahorrarnos tiempo. El paso uno es ...” | |

Notas

Cierres (continuación)

| 3. | Opciones | Ejemplos | Notas |
|------------------------------|---------------------------------|--|-------|
| Purpose: To Persuade | Acción y beneficio | "Contacte a un cliente hoy y pregúntele por qué le gusta hacer negocios con nosotros y creará campeones que ayudarán a aumentar sus ventas." | |
| | Recomendación final | "En conclusión, recomendamos la tercera opción discutida, que tendrá el mayor impacto en nuestros clientes." | |
| 4. Purpose: To Inspire | Lanzar un desafío | "Crucemos juntos el río Rubicón. Podemos hacerlo. Deberíamos hacerlo ... por el bien de los compañeros que seguirán nuestros pasos." | |
| | Apelar a los motivos más nobles | "Creemos un planeta mejor para nuestros hijos y nietos." | |

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

Notas:

Notas

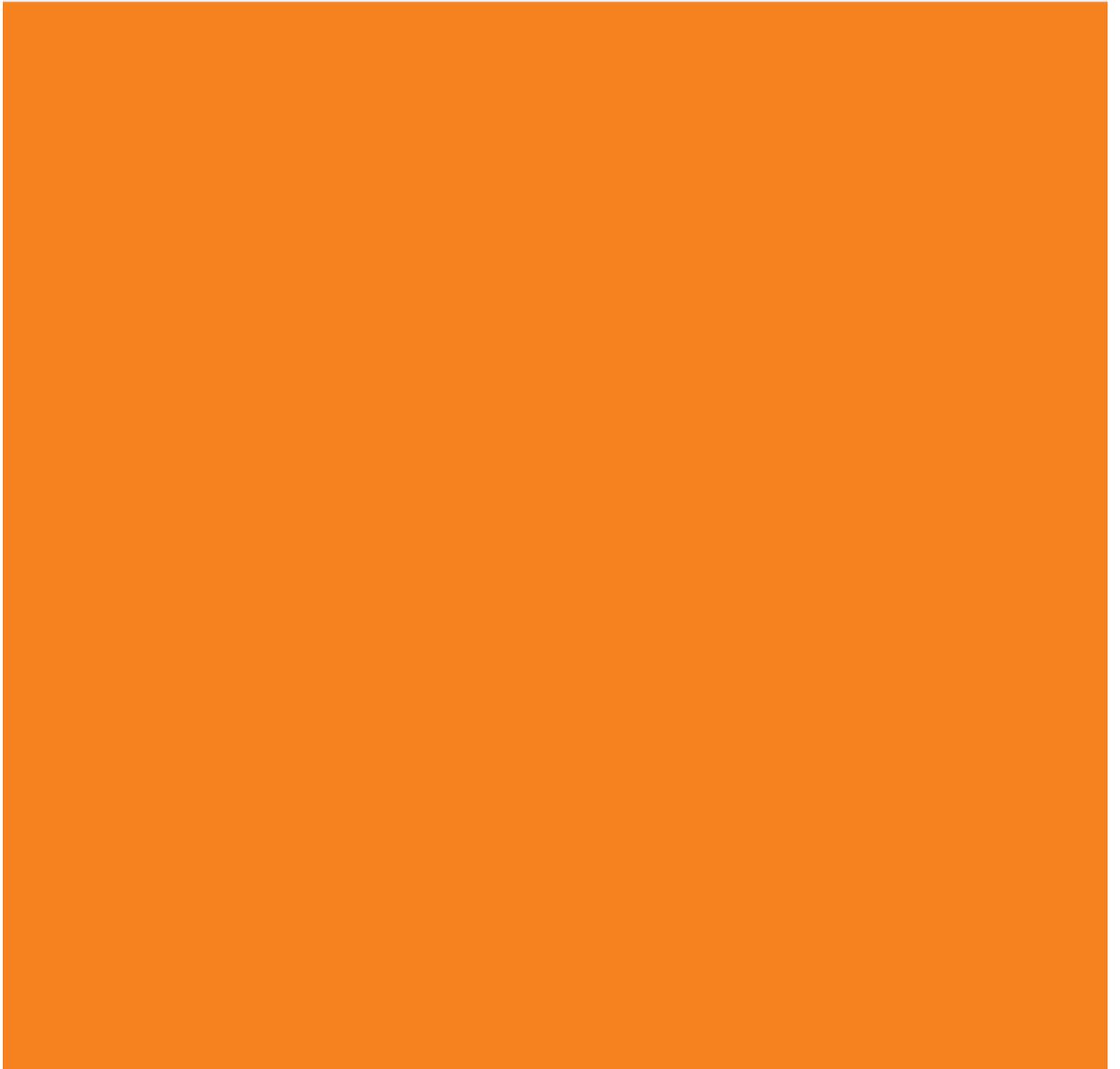
Notas2:

Notas2

Presentaciones de Alto Impacto

3

Sesión Tres



Notas

3

Presentar Información Compleja de forma Clara

Tema

Ésta es una presentación cuyo propósito es explicar de forma clara un tema técnico o complicado.

Objetivos

- Desarrollar flexibilidad al hacer sencillo y comprensible un material complejo
- Comunicar la información de manera interesante
- Relatar de acuerdo con el nivel de su auditorio
- Seguir una progresión lógica de ideas
- Desarrollar contacto emocional

Notas

SESIÓN TRES

Contexto

Todos deseamos ser entendidos al hacer una presentación. A menudo cometemos errores por no tener en cuenta nuestro tema desde el punto de vista del auditorio. Como profesionales de negocios muchas veces hacemos suposiciones sobre el nivel de entendimiento del auditorio acerca de ciertos temas y fallamos en comunicar lo que realmente deseamos. Por ese motivo, el primer paso a considerar al hacer alguna presentación es saber qué podría ser complejo para nuestro oyente.

En esta presentación, seleccionaremos un tema que nosotros conocemos bien pero, podría ser “complejo” para nuestra audiencia. Usar una analogía nos obliga a abordar el tema desde un punto de vista más amplio y nos permite simplificar y editar nuestra información a lo esencial para su claro entendimiento.

Las presentaciones complejas a menudo incluyen el uso de visuales electrónicos. Desafortunadamente, muchos de esos visuales en realidad le restan mérito a la intención de ser claros en nuestras comunicaciones. Seguir guías básicas ayuda a que nuestros visuales refuercen nuestro mensaje, en lugar de ser el mensaje.

Evite las disculpas. “¿Cuántas veces escuchamos a los oradores empezar disculpándose por su falta de preparación o de capacidad? Si no está preparado, probablemente la audiencia lo descubrirá sin su ayuda.”

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Determine el método y organice el material a utilizar
- Reduzca el tema a los puntos o pasos esenciales
- Considere el nivel de conocimiento y experiencia del auditorio
- Mantenga su lenguaje simple; libre de términos coloquiales o argot técnico
- Use ilustraciones o analogías para simplificar e ilustra

Preparación

Describa su auditorio y el propósito de la presentación:

Notas

Presentation Competencies

Pensamiento creativo

Innovar. Incorporar ideas existentes y nuevas para resolver asuntos y capitalizar oportunidades.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Influencia

Abrirse a ideas nuevas. Demostrar flexibilidad a la hora de enfrentar cambios en las expectativas y el ambiente de trabajo. Responder a situaciones manteniendo una actitud positiva.

Conciencia Externa

Ver las cosas desde puntos de vista múltiples. Ser consciente de cómo impactan las acciones en otros. Estar al día en asuntos que afectan el área de la responsabilidad.

Notas

Esquema

Apertura (Analogía):

Explicación de la analogía:

Mensaje:

Cierre inicial:

Puente para preguntas y respuestas:

Notas

Esquema(Continuación)

Preguntas que pudieran surgir:

Cierre final:

Notas

Preguntas & Respuestas

Beneficios para las Sesiones de Preguntas y Respuestas

- Clarifican el mensaje
- Refuerzan sus puntos importantes
- Reducen la resistencia abierta
- Ofrecen oportunidades de agregar más evidencias y ejemplos
- Estimulan la interacción con el auditorio

Desafíos y Riesgos

- Es difícil contestar algunas preguntas
- Alguna persona del auditorio podría dominar la discusión
- No se puede controlar el tiempo
- Algunos presentes en el auditorio podrían no participar
- Algunos oyentes son hostiles

Notas

Preguntas y Respuestas

Establezca límites de tiempo

“Tenemos 10 minutos para preguntas ...”

Invite a que le pregunten

“¿Quién tiene la primera pregunta?”

Si nadie tiene una pregunta, hágase una pregunta preparada y respóndala

“Una pregunta que me hacen a menudo es ...”

Solicite preguntas adicionales

“¿Quién tiene la próxima pregunta?”

Escuche

Mire. Escuche. Concéntrese.

Repita o parafrasee

“La pregunta fue ...” (Háblele a la audiencia.)

Responda

“Los puntos clave son ...” (Háblele a toda la audiencia.)

Solicite una pregunta final

“Tenemos tiempo para una pregunta final,

¿Quién tiene la última pregunta?”

Cierre final

“Entonces, en resumen ...”

Notas

Establecer Límites de Tiempo

Comuníquese claramente, al principio de su presentación, cuánto tiempo se destinará a preguntas y respuestas. Esto le ayudará a usted y a sus oyentes a que las preguntas sean cortas y pertinentes.

La regla práctica es que sus respuestas sean breves. En ocasiones, es conveniente tomarse la libertad de una respuesta más larga, particularmente cuando no tuvo suficiente tiempo para desarrollar el punto que esté sosteniendo en su presentación.

La respuesta breve también permite que le hagan más preguntas. Tome precauciones para que nadie del auditorio aproveche el privilegio de preguntar para hacer un discurso. Si empieza a ocurrir, amablemente invite a la persona a que haga una pregunta. También es importante que no permita que una sola persona domine el periodo de preguntas. Es nuestra responsabilidad mantener el control. Si usted no sabe la respuesta de una pregunta en particular, dígalos así. Sea completamente honesto con el auditorio que, de esta manera, lo respetará aún más.

Apertura del Periodo de Preguntas y Respuestas

Por lo general, el aplauso sigue inmediatamente a la presentación. Entonces es sencillamente cuestión de decir, "Tengo minutos para preguntas y respuestas. ¿Quién tiene la primera pregunta?" Su petición dice que espera preguntas y ahora es el momento de que le hagan la primera.

La mirada expectante en su rostro y su mano levantada, comunican a la audiencia lo que sigue a continuación.

Mire hacia la persona que plantee la pregunta, indicándole así que la está escuchando con toda atención. Mantenga una expresión facial tan agradable que sea una especie de bienvenida para la pregunta. Una vez que la haya escuchado y entendido, gírese hacia el resto del auditorio y parafrasee la pregunta. Al hacerlo ganará algún tiempo para ordenar sus pensamientos y asegurarse de que todos hayan escuchado la pregunta. Sin embargo, lo más importante, es que usted permanezca controlado mientras esté convirtiendo la pregunta en algo suyo. Al estar repitiendo la pregunta, se da la oportunidad de quitarle el aguijón o la carga aguda o irónica, si ésta hubiera sido la intención de algún miembro hostil del auditorio.

Notas

Cuando Nadie Tiene una Pregunta

A veces, después que el presentador pide que le hagan preguntas, el auditorio no responde. Esto suele significar simplemente, que sus oyentes están inseguros de cuál sería el nivel adecuado de las preguntas. Hágase una autopregunta para poder estimular el pensamiento de su auditorio. Por ejemplo: “con frecuencia me preguntan ...” y luego conteste su pregunta . Luego diga ,“¿Quién tiene la siguiente pregunta?” Con esto, generalmente se da pie a más preguntas. No sienta demasiado temor por unos segundos de silencio. La audiencia quiere llenar este silencio tanto como usted. Si, no obstante, el auditorio permanece en silencio, hágase otra pregunta y contéstesela. Dos veces es suficiente. Agradezca al auditorio su atención, o repita el cierre de su presentación formal.

Cierre del Período de Preguntas y Respuestas

Cuando sepa que su tiempo está a punto de agotarse, pregunte “¿Quién tiene la última pregunta”? esto le señala al auditorio que está a punto de finalizar la ocasión de contestarle preguntas. Cuando haya respondido a la última, agradezca al auditorio su interés o, si es apropiado, repita el cierre de su presentación.

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

4

Sesión Cuatro



Notas

4

Comunicar con Mayor Impacto

Tema

Presentar material que no le es familiar

Objetivos

- Desarrollar mayor flexibilidad mediante el uso de expresiones, gestos y modulación de la voz
- Demostrar familiaridad con materiales poco conocidos
- Presentar material escrito de manera cautivadora
- Superar las barreras que restrinjan su flexibilidad

Notas

SESIÓN CUATRO

Contexto

No hay dudas de que presentar material puede rendir mejores resultados que enviar un e-mail. Presentar genera una expresión completa y permite a la audiencia oír y ver el contenido emocional del mensaje. En la era en que enviar e-mail es el medio de comunicación más común en los negocios, la presentación se convierte en una manera aún más importante al ofrecer un mensaje con impacto.

Aunque sabemos que como presentadores, siendo expresivos obtendríamos mejores resultados, muchas veces reprimimos nuestra expresividad natural y parecemos apagados, sosos y ofrecemos una charla monótona y aburrida. En esta presentación participaremos de un ejercicio diseñado para ayudarnos a ser más flexibles, vencer esas barreras naturales y obtener los resultados que sólo la presentación produce.

Tomaremos aquel material que no nos es familiar y “lo haremos propio”, como a menudo lo hacemos cuando ofrecemos una charla que fue escrita por otros. Con este material, también tendremos la oportunidad de practicar al pronunciar un texto escrito en un atril, como podemos encontrar en muchas situaciones importantes de negocios.

“Por alguna lamentable razón, el novato siente que debe animar su discurso diciendo un chiste; asume que el espíritu de Mark Twain ha descendido sobre sus hombros. No caiga en esa trampa.”

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Exprese con propiedad y sentimiento
- Mantenga el contacto visual con el auditorio
- Evite sujetarse a una libreta, al guión o al atril
- Emplee expresiones y gestos

Consejos para Comunicarse con Mayor Impacto

- Énfasis en las palabras: acentúe las palabras, frases e ideas
- Pausas: descansos o altos que ayudan a la comprensión
- Ritmo: variaciones de velocidad en la expresión
- Modulación de la voz: variaciones en el tono de la voz
- Retórica: conexión y manera de ordenar las palabras
- Movimiento: gestos que agreguen énfasis y sean relevantes en el mensaje

Preparación

Describa su auditorio y el propósito de la presentación:

Notas

Presentation Competencies

Adaptabilidad

Abrirse a ideas nuevas. Demostrar flexibilidad a la hora de enfrentar cambios en las expectativas y el ambiente de trabajo. Responder a situaciones manteniendo una actitud positiva.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Cambio Gerencial

Buscar oportunidades para redireccionarse a sí mismo, a otros y a la empresa para lograr resultados.

Gestión del Estrés

Diferenciar entre el estrés positivo y el negativo. Mantener el balance entre la actitud y el comportamiento productivo y el improductivo..

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

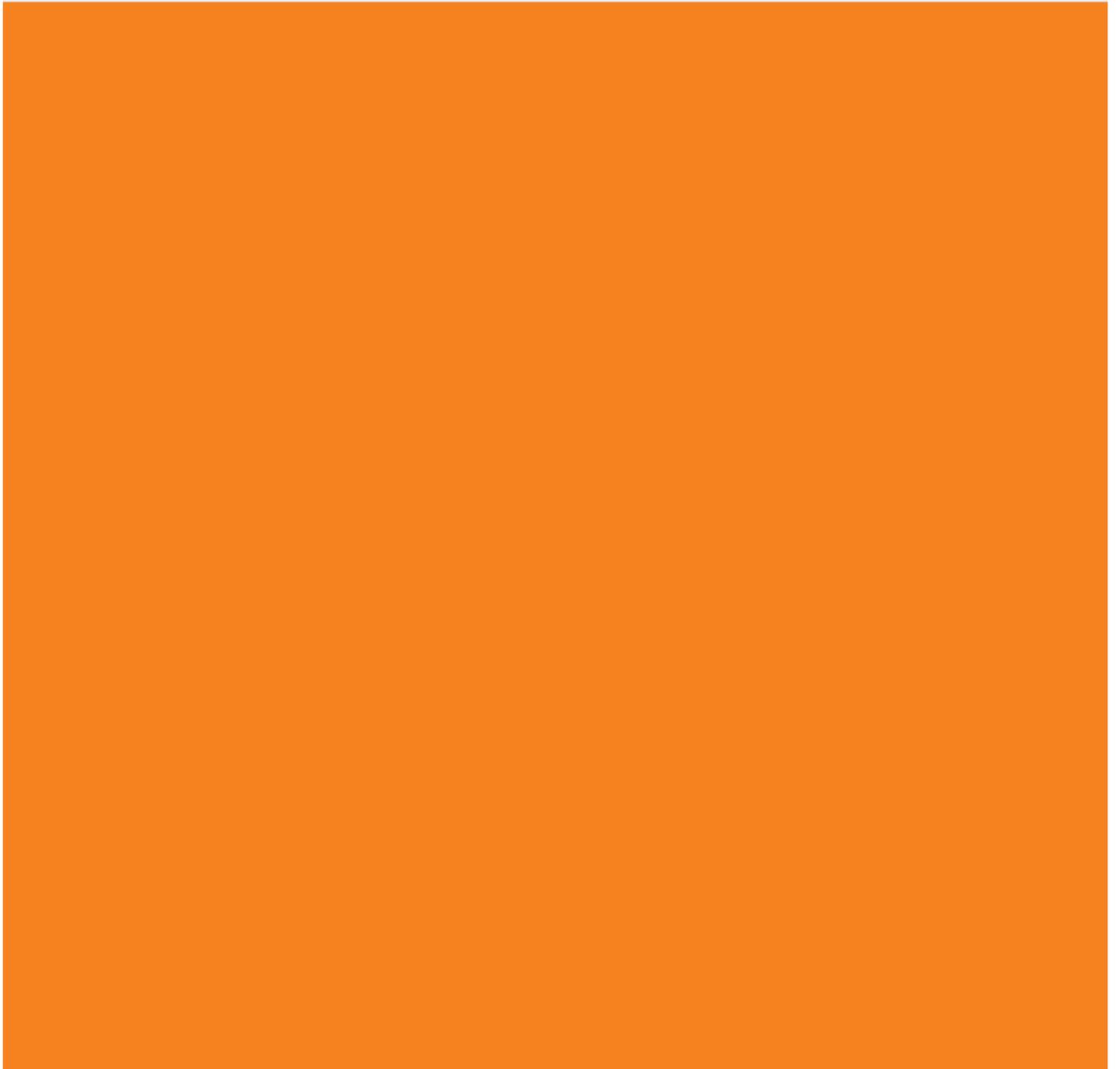
Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

5

Sesión Cinco



Notas

5

Motivar A Los Demás A La Acción

Tema

Motivar a los demás para que realicen alguna acción, apelando a cuestiones lógicas y emocionales

Objetivos

- Hacer la presentación orientada a los resultados
- Persuadir al auditorio a tomar alguna acción
- Ofrecer evidencias fiables y verificables en forma de un incidente personal
- Ser motivador, siendo claro y conciso
- Comunicar de manera convincente

Notas

SESIÓN CINCO

Contexto

La propuesta de la mayoría de las presentaciones de negocios es, en cierta manera, motivar a la acción en distintas situaciones: un compromiso de compra por parte de un cliente, el próximo paso en la mitad de un largo proyecto, una decisión para formar un equipo de trabajo, una decisión en equipo para cambiar la dirección etc. Incluso las presentaciones que parecen ser simples “actualizaciones” requieren alguna decisión o acción de alguien.

Al preparar esta charla, comenzaremos con el mensaje final en mente—la acción que queremos que tomen nuestros oyentes. Entonces, comenzaremos con un ejemplo / incidente, el cual capta la atención de nuestra audiencia y prepara el camino hacia la acción deseada. Reconstruyendo vívidamente un incidente podemos lograr influir en la conducta de los otros. Aquella será la evidencia que convence a nuestra audiencia para actuar.

Para terminar, daremos cierre a nuestra presentación con una fórmula que ha sido probada por ser una de las mejores maneras de motivar a nuestros oyentes a la acción. Veremos que el cerrar con el beneficio—desde el punto de vista de la audiencia—rinde resultados favorables.

“La naturalidad es la cosa más fácil de adquirir en el mundo, si se quiere, pero olvídense de usted mismo—olvídense de la impresión que está tratando de dar.”

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Identifique la acción que el auditorio debe tomar
- Determine cómo les va a beneficiar esta acción
- Escriba los puntos clave del mensaje
- Seleccione un incidente personal para sustentar los puntos importantes
- Emplee lenguaje convincente

Preparación

Describa su auditorio y el propósito de la presentación:

Notas

Competencias de Presentación

Influencia

Dirigir situaciones e inspirar a las personas para lograr un ambiente en el que todos ganen.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Orientado a Resultados

Apasionarse por ganar. Dedicarse a lograr soluciones para que todos ganen.

Liderazgo

Guiar los resultados de los negocios alineando la visión, misión y valores para realzar el valor de los negocios. Ser capaz de incorporar la cooperación voluntaria de otros, explotando sus mayores habilidades y capacidades, para lograr los resultados deseados.

Notas

Esquema

Apertura:

Ejemplo: (incidente personal)

Acción que usted sugiere:

Beneficio que el auditorio puede esperar:

Notas

La Fórmula Mágica

Una de las maneras más efectivas para mover al auditorio no es por casualidad, sino por “magia.” Dale Carnegie llamó a este proceso la “Fórmula Mágica” por su capacidad de persuadir. Dale Carnegie ha probado en el tiempo la Fórmula Mágica proporcionando la estructura para captar la atención, desarrollar credibilidad, eliminar nervios, llamar a otros a la acción, y aumentar la probabilidad para que nosotros, como oradores, obtengamos resultados.

| INCIDENTE | + | ACCIÓN | + | BENEFICIO | = | FÓRMULA MÁGICA |
|--|---|---|---|--|---|----------------|
| Relive a vivid, personal experience relevant to the point. | | Call upon the audience to take a single, specific action. | | Clearly emphasize the benefit to each listener in taking the recommended action. | | |

TIEMPO



- CLAVES PARA UNA FÓRMULA MÁGICA EFECTIVA**
- Establecer quién, qué, cuándo, dónde y porqué.
 - Incluir animación y variedad en tonos de voz.
 - Motivar a la acción y relacionar el beneficio.
 - Pintar un cuadro colorido que apele a los cinco sentidos.

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

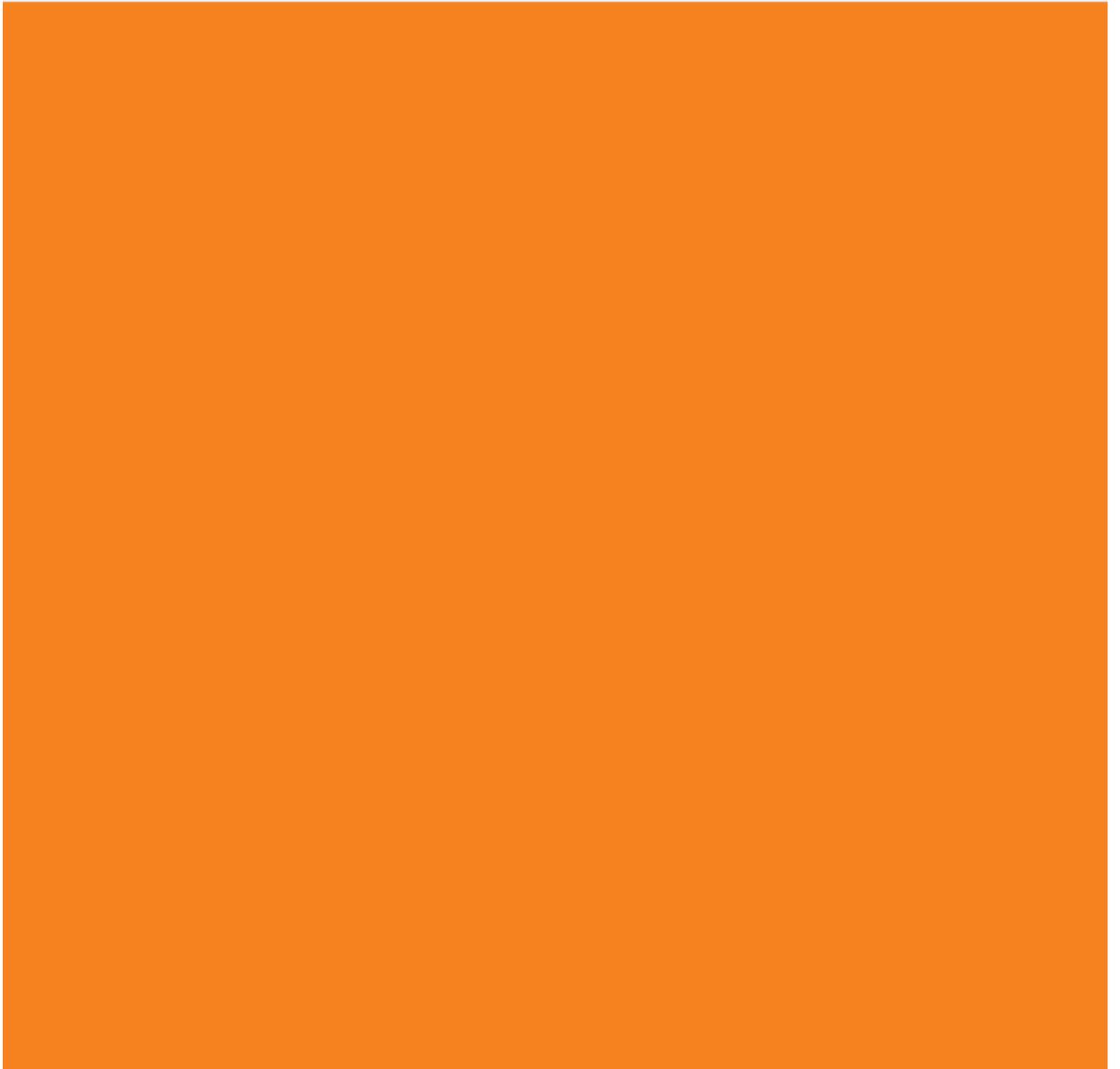
Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

6

Sesión Seis



Notas

6

Responder ante Situaciones de Presión

Tema

Responder a preguntas difíciles en situaciones que estamos bajo presión

Objetivos

- Mantener la compostura profesional, aún bajo presión
- Comunicar mensajes positivos, claros y concisos
- Vender ideas estratégicas propias y de la empresa u organización
- Comunicar capacidad y autoconfianza
- Demostrar liderazgo para manejar situaciones tensas

Notas

SESIÓN SEIS

Contexto

Uno de los errores más grandes que podemos cometer en presentaciones de negocios es perder la compostura en situaciones de presión—especialmente cuando hacemos una presentación importante. Si nos decidimos en mantener nuestra calma, conseguiremos transmitir una alta confianza en nuestra charla, en nuestro producto o servicio, y en nosotros mismos.

En esta presentación aprenderemos cómo podemos prepararnos para afrontar situaciones donde las preguntas difíciles o potencialmente embarazosas pueden aparecer. Como individuos en posición de influenciar, lo que decimos, el cómo lo decimos y el cómo respondemos ante esas situaciones difíciles puede tener un efecto sobre cómo los otros ven nuestra capacidad técnica y nuestra habilidad para liderar.

“We must equip ourselves to deal with different kinds of worries by learning the three basic steps of problem analysis... Obvious stuff? Yes, ... You and I must use it too if we are going to solve the problems that are harassing us and turning our days and nights into veritable hells.”

—Dale Carnegie

[Ir a evaluación de escucha](#)

Notas

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Decida los puntos clave a comunicar
- Anticipe las posibles preguntas
- Prepare evidencias que sirvan de apoyo
- Evite actitudes defensivas
- Preste particular atención a su aspecto

Preparación

Dos mensajes positivos que quiero comunicar:

Notas

Competencias de Presentación

Resolución de Conflictos

Crear armonía en situaciones interpersonales estresantes y reunir a las personas que han sido separadas por sus diferencias.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita

Actitud

Mantener un punto de vista amistoso, positivo y entusiasta

Orientado a Resultados

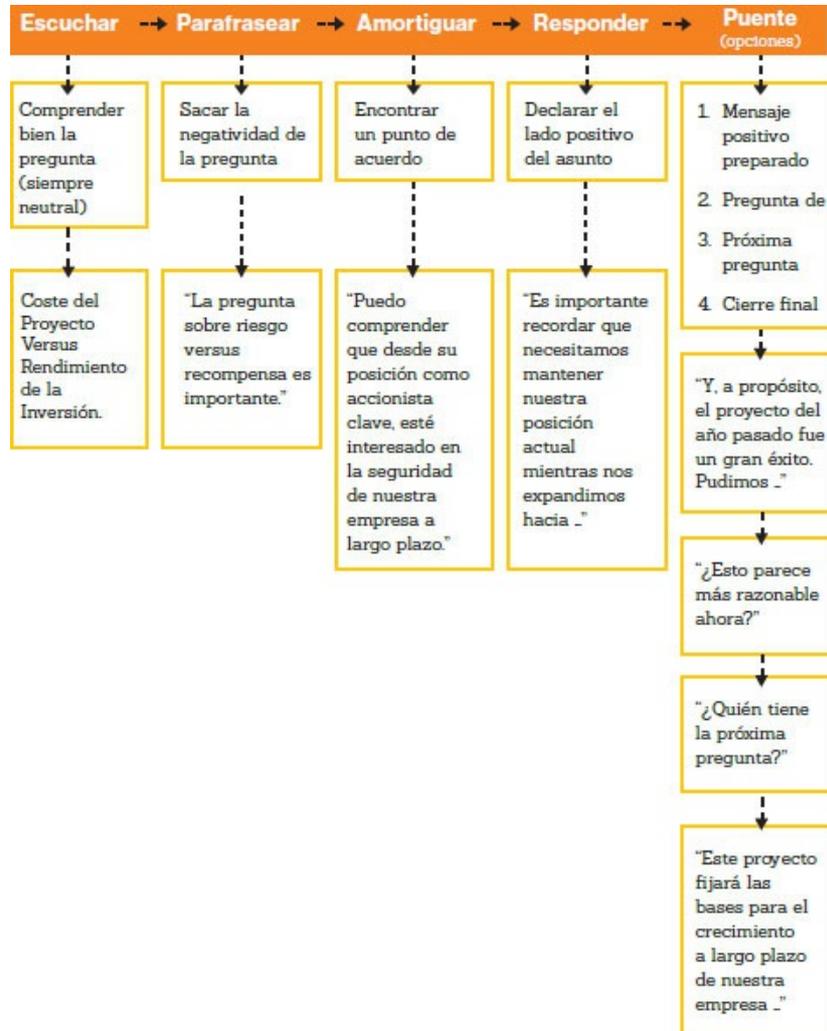
Apasionarse por ganar. Dedicarse a lograr soluciones para que todos ganen.

Notas

Proceso para Gestionar Situaciones de Presión

Ejemplo de Pregunta y Respuesta

Pregunta: "¿Cómo justifica el escandaloso riesgo financiero que nos pide que asumamos?"



Notas

Preguntas difíciles que me pueden hacer:

Preguntas difíciles que me pueden hacer:

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

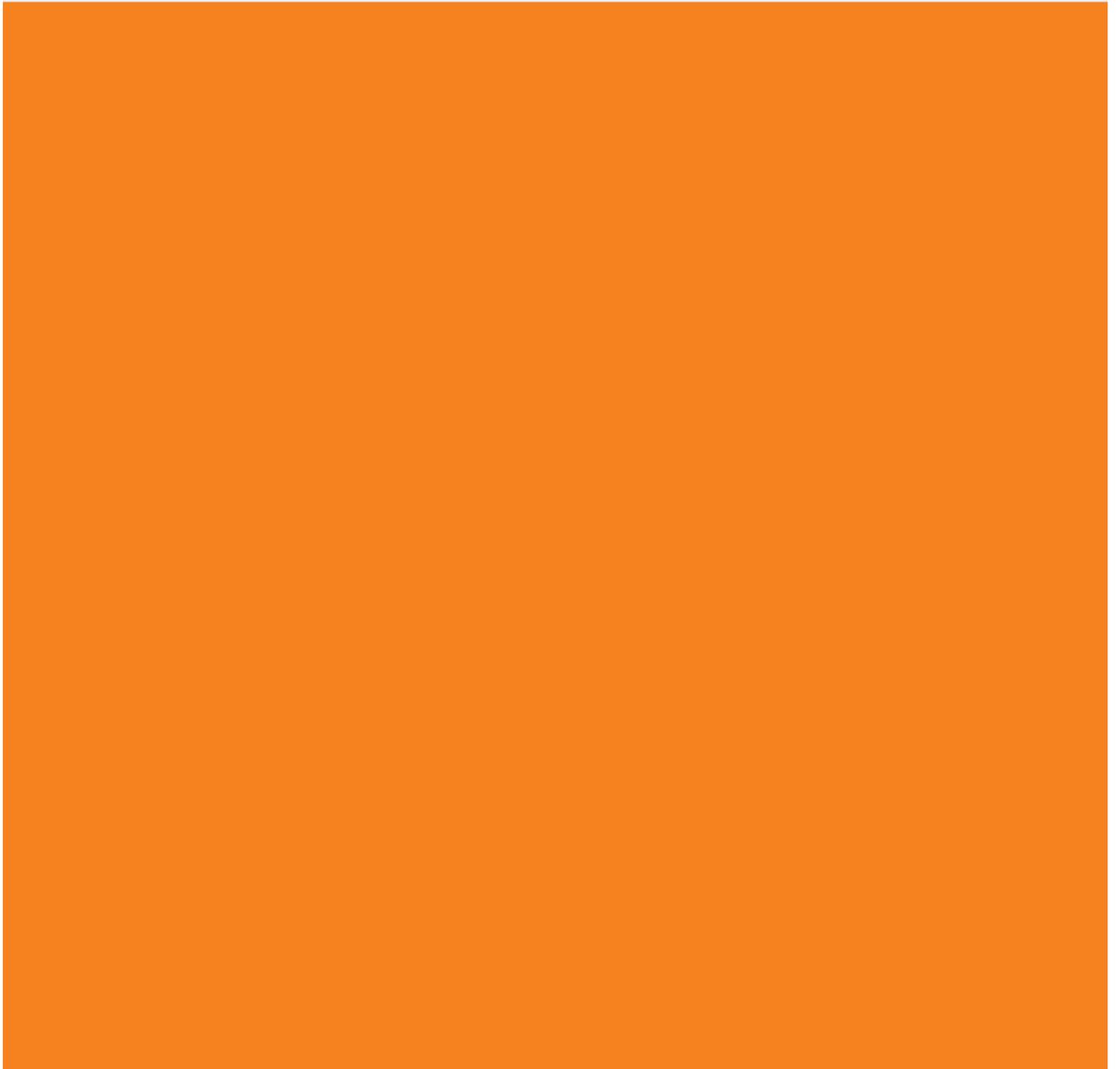
Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

7

Sesión Siete



Notas

7

Inspirar a las Personas para que Adopten el Cambio

Propósito: Presentar para Persuadir o Inspirar

Tema

Una presentación para vender una idea, que podría encontrar alguna resistencia.

Objetivos

- Atraer al auditorio, lógica y emocionalmente
- Utilizar una estructura de presentación que ayude a ganar la confianza del auditorio
- Ser convincente al pedir al auditorio que se ponga en acción
- Proporcionar evidencias que apoyen sus recomendaciones
- Demostrar objetividad la presentar diferentes soluciones

Notas

SESIÓN SIETE

Contexto

Las personas no cambian fácilmente. Por esta razón, cualquier comunicación sobre cambio puede dar lugar a cierto grado de ansiedad, negatividad o resistencia. Para convencer, persuadir o inspirar a las personas a adoptar el cambio, serán requeridas todas nuestras habilidades, ya sea como líderes o como oradores.

Nuestra habilidad para inspirar a otros a adoptar el cambio depende en gran parte de nuestra habilidad de comunicar desde el punto de vista de nuestros oyentes. En principio, debemos desarrollar la confianza de nuestros oyentes. Obtener atención favorable y establecer la necesidad del cambio. Para ser convincentes, ellos deben ver evidencias que clarifiquen, desde su punto de vista, y argumenten la adecuada necesidad del cambio. La audiencia no debe sentir que está siendo conducida al cambio—ellos deben ver el cambio como una opción lógica. Después de establecer la necesidad de cambio, ilustraremos las ventajas y desventajas de cada alternativa.

Concluiremos con una evidencia que respalde lo que nosotros creemos que es la mejor alternativa y cierre con una clara acción/beneficio, de modo que inspire a nuestros oyentes a que adopten el cambio específico que dé los resultados deseados.

"¡Tome riesgos! La vida es una lotería. El hombre que va más lejos es generalmente el que está dispuesto a hacer y a atreverse. El barco "seguro" nunca se aleja de la costa".

—Dale Carnegie

Hoja de Planificación de la Presentación

Guías

- Báse en hechos respecto a la información que proporcione
- Sea entusiasta en cuanto a la solución
- Anticipe las preguntas que el auditorio pudiera hacerle
- Organícese de manera clara
- Utilice amplia variedad de formas de evidencia

Preparación

Describa su auditorio y el propósito de la presentación:

Notas

Competencias de Presentación

Cambio Gerencial

Buscar oportunidades para redireccionarse a sí mismo, a otros y a la empresa para lograr resultados.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Liderazgo

Guiar los resultados de los negocios alineando la visión, misión y valores para realzar el valor de los negocios. Ser capaz de incorporar la cooperación voluntaria de otros, explotando sus mayores habilidades y capacidades, para lograr los resultados deseados.

Toma de Decisiones

Obtener y comprender los hechos, los riesgos, y priorizar objetivamente las alternativas que dan como resultado una acción decisiva.

Notas

Esquema

Apertura:

Declaración de necesidad de cambio:

Evidencia de necesidad de cambio:

Tres posibles soluciones con sus correspondientes ventajas y desventajas:

Posible Solución 1:

1.Ventajas:

1.Desventajas:

Posible Solución 2:

2.Ventajas

2.Desventajas

Posible Solución 3:

3.Ventajas

3.Desventajas

Notas

Esquema(Continuación)

Mejor solución con evidencia:

Cierre inicial (recomendación final):

Preguntas y respuestas:

Cierre final (volver a decir la recomendación):

Notas

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Observaciones positivas sobre otros oradores:

Notas

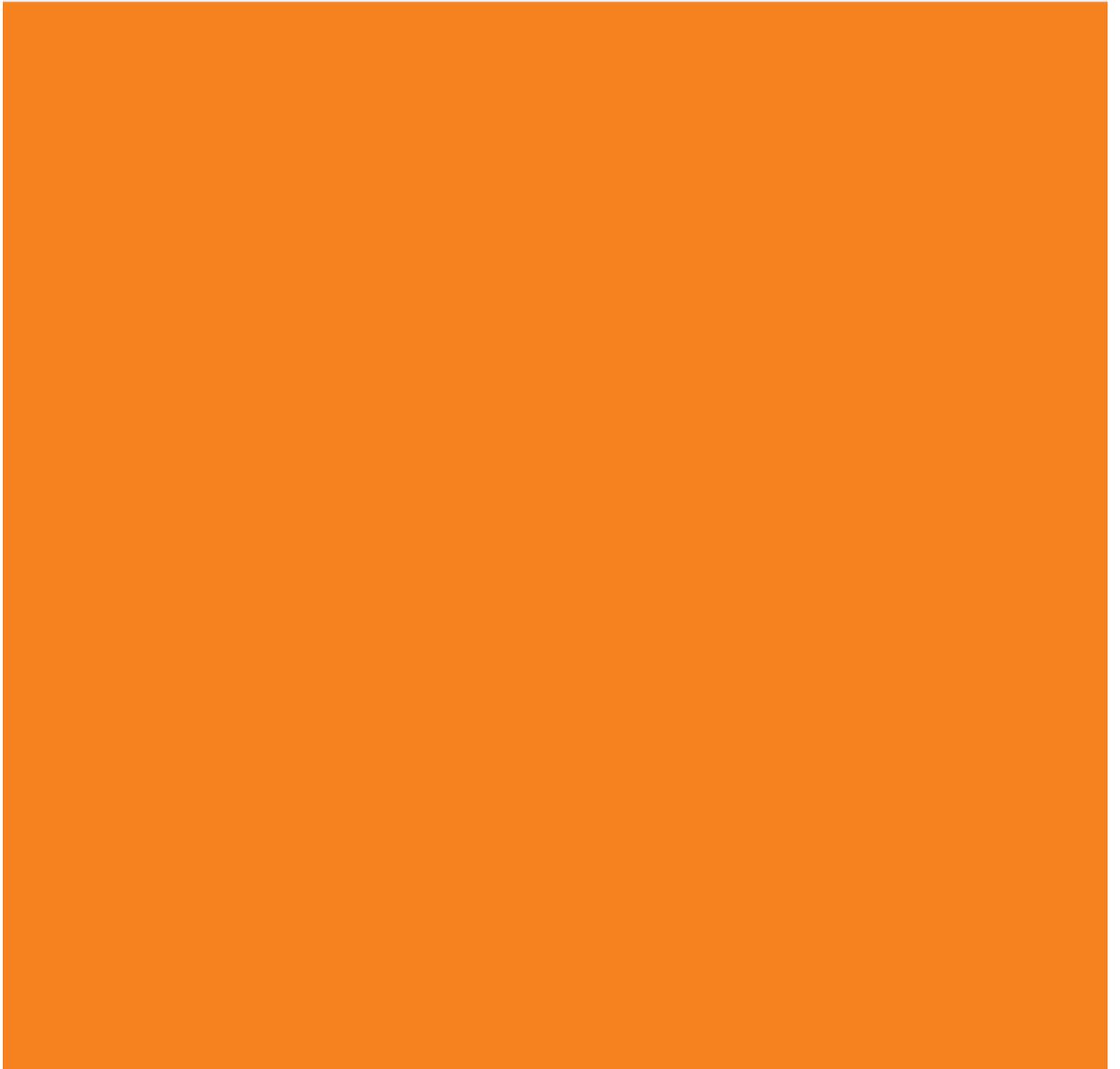
Notas:

Notas

Presentaciones de Alto Impacto

Recursos

Notas



Notas

Presentar y Agradecer a un Orador

Presentaciones

La introducción sirve como medio para separar lo que ha ocurrido antes de lo que se va a presentar. Establece el escenario para que el auditorio preste toda su atención a la persona que está hablando y al tema que va a presentar.

La presentación también sirve para identificar el terreno común entre el orador y el auditorio. Prepara a éste para que acepte al orador. Resalta sus credenciales y la relación entre lo que ofrecerá el orador y lo que el auditorio está interesado en escuchar. La presentación establece el contexto del mensaje.

Una vez que conocemos la importancia del mensaje, el siguiente paso es presentar las calificaciones del orador. Dichas calificaciones deben incrementar el interés del auditorio en el orador y deben convencerlo de que es la persona correcta para presentar ideas sobre este tema. Le recomendamos que mencione unas tres calificaciones que sean importantes para el auditorio.

El último paso consiste en anunciar el nombre del orador. Esto se debe hacer con claridad, convicción, emoción y sentido de anticipación.

Guías para Presentar a un Orador empleando el Método TION

T

Tema:

Primero, mencione el título o tema de la presentación.

I

Importancia

Segundo, identifique porqué este tema es importante o de interés para el auditorio.

O

Orador

Tercero, presente las cualificaciones del orador. Éstas deberán establecer la credibilidad del orador para hablar del tema que será presentado.

N

Nombre

Finalmente, anuncie el nombre del orador.

Notas

Preparando una Introducción

Siempre que le pidan dirigir una charla a un grupo, lo mejor es que proporcione a la persona que lo vaya a presentar, una introducción escrita. Asegúrese de que sea impresa en letras suficientemente grandes para que la puedan leer con facilidad desde el podio. Cuando sea difícil pronunciar el nombre del orador, escríbalo fonéticamente entre paréntesis. Muestre su introducción a la persona a la que vaya a presentar, con anticipación al acto. Pídale que la lea por segunda vez. Conteste cualquier pregunta que le haga. Cuando usted sea el orador, estimule a la persona que vaya a presentarlo para que sea breve, positiva y entusiasmada acerca de la introducción.

Presentándose a sí mismo

Cuando usted mismo tenga que presentarse, cambia un poco la secuencia de los actos. El primer asunto sería decir su nombre y cargo en la empresa u organización que represente. Lo siguiente es el tema del que vaya a hablar y su importancia para el auditorio. Al presentar sus calificaciones, indique aquellos aspectos de su vida que sean pertinentes para el tema y la ocasión.

Agradecimiento al orador

Como profesional, podemos encontrarnos en la posición de tener que expresar aprecio al orador por su presentación. Agradezca al orador reconociendo su contribución o el valor del mensaje para el auditorio. El procedimiento debe ser breve. Estamos básicamente expresando las gracias en representación de todo el grupo.

Guías para Agradecer al Orador, empleado el Método APA

| | |
|---|--|
| A | Agradezca Primero, agradezca al presentador empleando solo su primer nombre. Hágalo informal; según sea adecuado a cada situación. |
| P | Punto de Interés Luego, cite algún punto o área específica, significativa para el auditorio. |
| A | Agradezca Finalmente, haga un agradecimiento formal, utilizando el nombre completo del orador. |

Hoja de Planificación de la Presentación

Preparación

Prepare una introducción para su presentación.

Esquema para Presentar a un Orador (TION)

Tema o título de la presentación:

Importancia o interés para la audiencia:

Capacidades del orador en relación al tema:

Nombre completo del orador:

Notas

Competencias de Presentación

Conciencia Externa

Ver las cosas desde puntos de vista múltiples. Ser consciente de cómo impactan las acciones en otros. Estar actualizado en asuntos que afectan el área de responsabilidad.

Comunicación

Mejorar las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa, apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

Habilidades Interpersonales

Mostrar habilidad para desarrollar relaciones sólidas de confianza y respeto dentro y fuera de la empresa.

Liderazgo

Guiar los resultados de los negocios alineando la visión, misión y valores para realzar el valor de los negocios. Ser capaz de incorporar la cooperación voluntaria de otros, explotando sus mayores habilidades y capacidades, para lograr los resultados deseados.

Notas

Esquema de Agradecimiento al Orador (APA)

Agradecimiento informal basado en el nombre:

Punto o ventaja interesante de la charla:

Agradecimiento formal usando el nombre completo del orador:

Notas

Consejos para el Diseño del Visual

Menos es Más Evitar las Oraciones

En su lugar usar:

- Enumeraciones (bullets points)
- palabras sueltas
- visuales

Regla de los diez segundos

Ver y comprender dentro de los diez segundos

Regla Seis por Seis

Seis palabras o menos por línea

Seis líneas o menos por visual

Tipografías Agradables a la Vista Tipografía grande

44 Título

32 Texto

Las tipografías San Serif para lectura fácil

Las tipografías Serif pueden distraer

No Gritar

Usar mayúsculas y minúsculas

Para aumentar la visibilidad:

Evitar subrayado, negrita y cursiva.

Usar sombra.

Notas

Consejos para el diseño del Visual (continuación)

Transiciones y Animaciones

- Revelar un concepto por vez
- Ser consistente y simple
- Señalar de izquierda a derecha
- Pocos subpuntos por visual

Visuales Impactantes

- Una imagen vale más que 1,000 palabras
- Gráficos de barras para comparar items
- Líneas para cambios en el tiempo
- Gráficos de sectores para partes de un todo

Factores de Iluminación

Atenuar la iluminación de la sala

Apagar las luces para ver la pantalla

Sala Luminosa

Usar fondo claro y texto oscuro

Sala Oscura

Usar fondo oscuro con texto claro

Notas

Consejos para el diseño del Visual (continuación)

Elegir los Colores cuidadosamente

Mayor visibilidad

- Negro
- Azul
- Verde

Buen contraste

- Negro y Azul
- Verde y Negro

Rojo puede ser difícil de leer

Evitar usar demasiados Colores

Consejos Generales

- Comprobar los visuales en modo presentación
- El formato de los documentos a veces cambia en diferentes ordenadores
- No crear competencia con visuales irrelevantes o que distraigan
- Tener una copia electrónica de su presentación y equipo

Notas

Consejos para el Uso de Visuales

Estar conectado

- Mantener contacto visual
- El monitor es su pantalla
- Parafrasear en lugar de leer en voz alta
- No quedar atrapado detrás del atril y/o podium

Factores de la Sala

- Comprobar la sala el día anterior
- Ubicar la pantalla a un lado
- Comprobar el auditorio para las líneas de visión
- Usar micrófono para más de 30 personas

Minimizar Distracciones

- Apagar el proyector
- No ser una sombra
- Eliminar cosas de sus manos o bolsillos
- No dejar que los visuales se vuelvan el mensaje

Equipo

- Comprobar la fuente de alimentación
- Estar preparado para presentar si la electricidad falla
- Comprobar el equipo justo antes de presentar
- Usar el control remoto para avanzar visuales. Minimizar el puntero láser

Notas

Consejos para el Uso de Visuales (continuación)

Mantener la atención de sus oyentes

- Mantener una posición de poder, en el centro del frente de la sala
- Dirigir a los oyentes hacia dónde mirar, a usted o a la pantalla
- Introducir lo que los oyentes van a ver
- Interpretar a la audiencia

Ser Conversacional

- Mantener congruencia en su expresión vocal, facial y sus gestos
- Gesticular y caminar con un propósito
- El nombre de una persona es su placa de honor
- Personalizar la exposición a los oyentes

Notas

Notas:

Notas

Herramientas de Soporte de la Presentación: Opciones y Consejos

| Video | Posters | Pizarras Inteligentes |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Comprobar el equipo antes de usarlo • Atenuar pero no oscurecer la sala • Usar el vídeo con preguntas de discusión apropiadas • El vídeo debe durar menos de 10 minutos • No debe ser la presentación | <ul style="list-style-type: none"> • Proteger los posters para que se mantengan como nuevos • Usarlos para presentar un tema, resumir o hacer una transición • Mostrarlo continuamente para que sea una referencia conveniente • Tener cuidado de no dañar las paredes | <ul style="list-style-type: none"> • Que la escritura sea clara y grande para poder captar fácilmente la información • Necesita marcadores y borradores especiales • Tener las baterías cargadas • Capturar todas las ideas antes de borrarlas • Hablar de cara al auditorio |
| Objetos / Modelos | Audio | Rotafolios |
| <ul style="list-style-type: none"> • Poner el objeto donde todos lo puedan ver • Retirarlo cuando haya terminado • No hablar mientras lo están examinando • Mantenerse enfrente del auditorio, no del objeto • Debe resaltar la presentación, no competir con el orador | <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de la producción es importante • Que sea lo suficientemente corto para mantener la atención del auditorio • Dé tiempo de discusión suficiente tras la finalización de audio • Recuerde, el audio carece del impacto que aporta el lenguaje corporal | <ul style="list-style-type: none"> • Reunir información de la discusión y hacerla visible • Proveer una variedad de marcadores de colores que funcionen • Publicar páginas cuando sea apropiado • Proveer un cuadro a cada grupo • La buena caligrafía es importante |
| Folletos | Visuales Electrónicos | Pizarra Blanca |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tener extras disponibles • Organizar o encuadernar de manera profesional • Distribuirlos antes o después de la charla para que no compitan con usted • Asegurarse de que los folletos tengan su información de contacto si quiere ser contactado | <ul style="list-style-type: none"> • Combine text and graphics • Don't darken room too much • Ensure you have a back-up set • Ensure projector is available • Always face the audience • Allow set up and practice time • Black slide during presentation | <ul style="list-style-type: none"> • Imprimir bastante grande para que todos vean • Es bueno usarlo en lluvia de ideas o planificación de grupo • Tener marcadores frescos disponibles • Limpiar la superficie inmediatamente después de cada uso |

Herramientas de Soporte de la Presentación: Ventajas & Desventajas

| Vídeo | Ventajas | Desventajas |
|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Calidad, aspecto e imagen profesional • Puede usarse con diferentes tipos de auditorios • No requiere un facilitador para esta parte de la presentación • El almacenamiento es sencillo | <ul style="list-style-type: none"> • Caro de producir • Poca o ninguna participación del auditorio • Presentación impersonal • Compite con el presentador • El equipo puede ser complicado y caro |
| Objetos/ Modelos | <ul style="list-style-type: none"> • Más fácil de comprender • Puede ser atractivo y llamativo • Puede ser muy creativo • Mantiene la atención en el tema • Apela a los participantes visuales y kinestésicos | <ul style="list-style-type: none"> • Es difícil que se vea siempre fresco • Caro • Puede ser difícil que todos lo vean • Puede distraer del mensaje • Puede competir con el presentador • Puede ser poco flexible |
| Folletos y Docum- entación Adicional | <ul style="list-style-type: none"> • Reduce la necesidad de tomar nota • Provee permanencia de información importante • Asegura que la información sea recibida con exactitud | <ul style="list-style-type: none"> • A veces surgen preguntas prematuras • Son difíciles de transportar • Si son de baja calidad, se reflejan mal en el presentador • Pueden competir con el presentador |

Notas

Herramientas de Soporte de la Presentación: Ventajas & Desventajas

| Posters | Ventajas | Desventajas |
|------------------------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Puede ser muy atractivo • Influencia el ambiente del salón • Da un mensaje consistente • Hace resúmenes efectivos • Refuerza el mensaje del programa • Mantiene a los participantes enfocados en el mensaje | <ul style="list-style-type: none"> • Es difícil de mantener si se transporta • No siempre es conveniente colgarlo • Puede destruir la pared • Completamente inflexible • Pasivo en cuanto a la participación del auditorio |
| Objetos/ Modelos | <ul style="list-style-type: none"> • Le da variedad a la presentación • Puede aumentar la credibilidad del presentador • Agrega valor a los oyentes • Responde a la pregunta: “¿Quién más lo dice además de usted?” • Mantiene a los oyentes involucrados en la presentación | <ul style="list-style-type: none"> • No hay aspectos visuales involucrados • Los participantes visuales pueden no estar involucrados • El presentador es marginado • Requiere equipamiento adicional—la calidad es importante • Puede competir con el presentador |
| Visuales Electrónicos | <ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad e imagen profesional • Creativo; apela a los participantes visuales • El equipamiento es bastante confiable • Se puede controlar la consistencia de la presentación • Fácil y rápido de personalizar | <ul style="list-style-type: none"> • Puede necesitar oscurecer el salón cuando se usen los visuales • Puede abrumar al presentador • A veces es difícil que las personas lo vean • Requiere notebook, proyector, y pantalla • Se requiere cierta experiencia para crear |

Herramientas de Soporte de la Presentación: Ventajas & Desventajas

| Pizarras Inteligentes | Ventajas | Desventajas |
|-----------------------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Puede ser muy atractivo • Influye en el ambiente de la sala • Da un mensaje consistente • Hace resúmenes efectivos • Refuerza el mensaje del programa • Mantiene a los participantes enfocados en el mensaje | <ul style="list-style-type: none"> • Requiere instalación técnica, con ordenadores y cableado • Muy difícil de mover una vez instalado • Relativamente caro • Puede limitar la participación de la audiencia • La letra debe ser clara, legible, y fácil de leer |
| Rotafolios | <ul style="list-style-type: none"> • El presentador mantiene el control • Se crea a partir de información reunida de la audiencia • Portátil • Puede ser usado por pequeños grupos • No sofoca o agota | <ul style="list-style-type: none"> • Depende de la habilidad y el estilo del presentador • La caligrafía, la escritura y la ortografía son importantes • Es difícil hacer copias para todos • Limitado a aproximadamente 40 participantes o menos • Algunas bases no son fáciles de transportar • Escribir puede ponerlo de espaldas al auditorio |
| Pizarras Blancas | <ul style="list-style-type: none"> • Espontáneo • Semipermanente • Provee a todos información idéntica • Proporciona una vista constante de la información • Mantiene a la audiencia involucrada en la presentación | <ul style="list-style-type: none"> • La letra manuscrita puede ser difícil de leer • Es poco práctico copiar la información • El orador puede darle la espalda al auditorio por demasiado tiempo • Se limita a 40 participantes o menos • Escribir puede llevar mucho tiempo |

Folletos y Documentación Adicional

Beneficios la Documentación Adicional

- Los oyentes se adueñan de la información, especialmente cuando toman notas
- Desarrolla la credibilidad del presentador
- Apela a los participantes visuales y kinestésicos
- Da lugar a contenido, referencias y recursos adicionales
- Provee un recurso tangible y permanente para los participantes

Desafíos

- Posibles inconvenientes con la impresión, envío y el transporte
- Incertidumbre sobre la cantidad de copias a producir
- Puede competir con su presentación
- Las personas leen por adelantado, hojean las páginas, buscan contradicciones

Puntos Clave

- Averiguar de antemano si se esperan folletos
- Comprobar la ortografía, la puntuación y la gramática
- Determinar el mejor momento para la distribución: antes, durante o después
- Anunciar si va a dar materiales
- Ajustar los niveles de iluminación para que las personas puedan leer y escribir
- Las miniaturas de los visuales electrónicos son lo más fácil de producir
- Imprimir en ambos lados para mostrar sensibilidad ambiental
- Enviar documentos electrónicos, antes o después de la presentación
- Si las personas le piden los visuales, pídale que les envíen una solicitud por e-mail
- Distribuir cuando esté listo para que las personas lean, no antes
- Contar de antemano los materiales por filas o grupos de mesa para que la distribución sea más rápida

Notas

Entrevistas

Información antes de una Entrevista:

Tema

¿Será una entrevista en profundidad? ¿Qué niveles de conocimiento tendrá el entrevistador? Por ejemplo: un programa sobre el medio ambiente, demanda diferente preparación al gerente de producto que un derrame de productos químicos.

Medios

¿Se trata de una entrevista para algún periódico, radio o televisión? Necesita prepararse de acuerdo con cada tipo diferente de entrevista.

Duración de la Entrevista

Paradójicamente, una entrevista corta suele requerir una preparación más extensa que una larga debido a que tendrá el desafío de declarar su posición en un periodo más corto de tiempo. Una o dos declaraciones serán suficientes y dichas declaraciones deberán contener información de alta calidad.

¿Cuántos entrevistadores y cuántos entrevistados?

¿Será usted el único entrevistado por varios entrevistadores, o uno más entre muchos entrevistados por un único entrevistador?

El punto de vista del programa

Todos los temas se pueden discutir y enfocar desde diferentes puntos de vista. ¿Qué punto de vista tiene el programa respecto a este tema?

¿Será la entrevista grabada en vídeo o será transmitida en vivo?

Las entrevistas grabadas, generalmente, se editan.

Notas

Preparativos para la Entrevista:

- Recopilar toda la información, tanto positiva como negativa, acerca del tema.
- Preparar dos mensajes positivos acerca de su empresa, que pueda comunicar durante la entrevista.
- ¡Ser consciente de los límites de su conocimiento y mantenerse dentro de ellos! Prepararse para preguntas que le pudieran hacer fuera de estos límites.
- Tratar de imaginar lo que está pensando el entrevistador. ¿Qué preguntas le gustaría hacerle a usted? Preparar sus respuestas.
- Practicar. Pedir a un colega o amigo que le haga preguntas. Contestar las preguntas y observar su actitud. ¿Es positiva? ¿Es defensiva?
- Fortalecer la confianza en usted mismo contestando las preguntas duras que pudieran ponerle en un aprieto.

Durante la Entrevista:

- Sentarse erguido.
- Inclinar hacia adelante.
- Mantener un vaso de agua a mano.
- Mirar hacia el entrevistador.
- Expresar sus respuestas con toda claridad y relativas al punto.
- Hablar de manera profesional.
- Describir las ideas de su empresa en términos simples.
- Emplear analogías para ayudar a que la audiencia entienda las ideas complicadas.

Cómo Vestir:

- Evitar los diseños a cuadros y estampados que pudieran ser resaltados en la pantalla.
- Los colores pastel son preferibles al blanco, que podría deslumbrar.
- Si viste de blanco, póngase una chaqueta oscura para evitar los reflejos.
- Evitar el color rojo ya que puede ser excesivamente llamativo.

Los consultores profesionales de imagen pueden aconsejarle acerca de los colores y estilos más adecuados para usted. Cuando se siente atractivo y bien vestido, aumenta su confianza. Haga todos los esfuerzos necesarios para que sea así.

Notas

Presentar Sentado

1. Considerar proyectar en lugar de usar la pantalla de su ordenador.
2. Comprobar la visión desde diferentes sillas.
3. Estar consciente de su postura. Sentarse erguido.
4. Establecer contacto visual con todas las personas de la mesa.
5. Tener sus manos sobre la mesa. Usar gestos moderados.
6. Minimizar movimientos que distraigan, como hacer girar su silla.
7. Elegir la silla correcta, y el lugar correcto para su silla.
8. Saber qué hay en la línea de visión detrás de su silla y su pantalla.
9. Ubicarse “con” los oyentes, no en la otra punta de la mesa o del escritorio.
10. Para una presentación en equipo, dividirse y sentarse como parte del grupo, no “nosotros y ellos”.
11. Usar un lápiz o un bolígrafo como puntero, no su dedo.

Notas

Plantilla de Planificación de Presentación

Audiencia:

Tema:

Información de Contacto:

Ubicación:

Fecha:

Comienzo/Fin:

Tamaño de la audiencia:

P & R:

Orador:

Vestimenta:

Soporte Visual:

Soporte de Sonido:

Otros Presentadores:

Preparación

Propósito:

Accionistas Clave:

Fuentes de Investigación:

Análisis de la Audiencia:

Notas

Esquema

Apertura:

Punto Clave 1:

Evidencia:

Punto Clave 2:

Evidencia:

Punto Clave 3:

Evidencia:

Preguntas y Respuestas Anticipadas

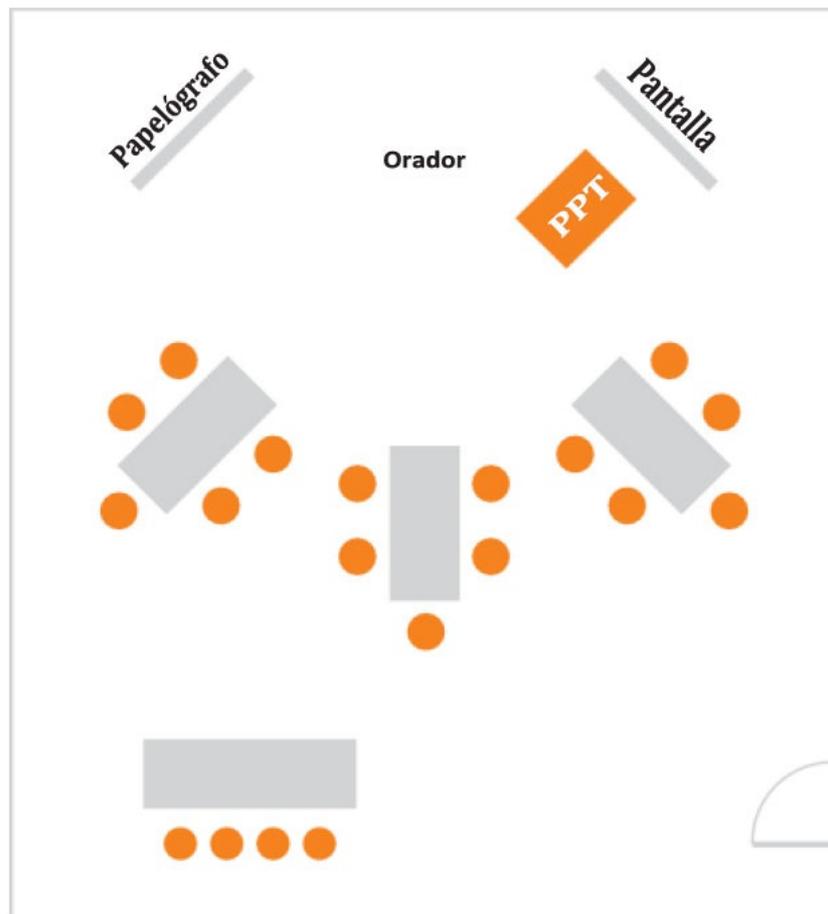
Pregunta:

Respuesta:

Cierre:

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Rectangulares para 15

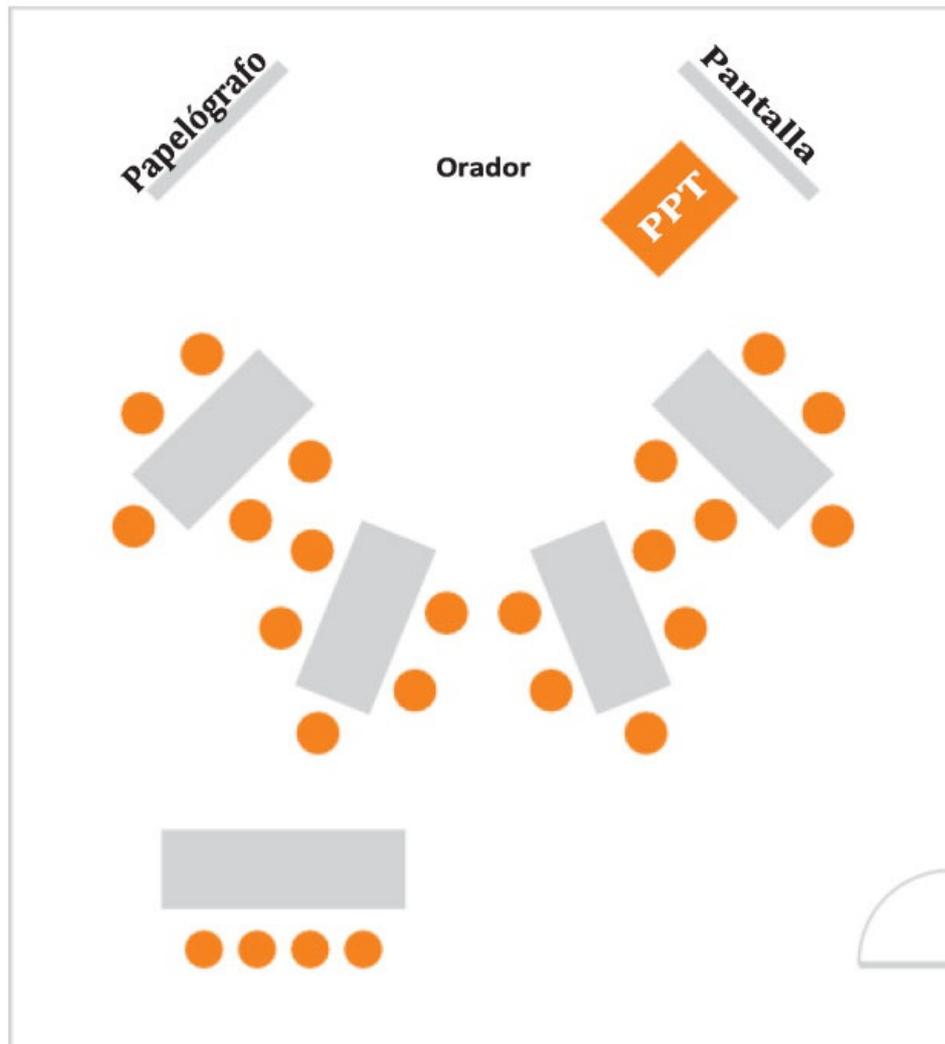


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y potencia
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Rectangulares para 20

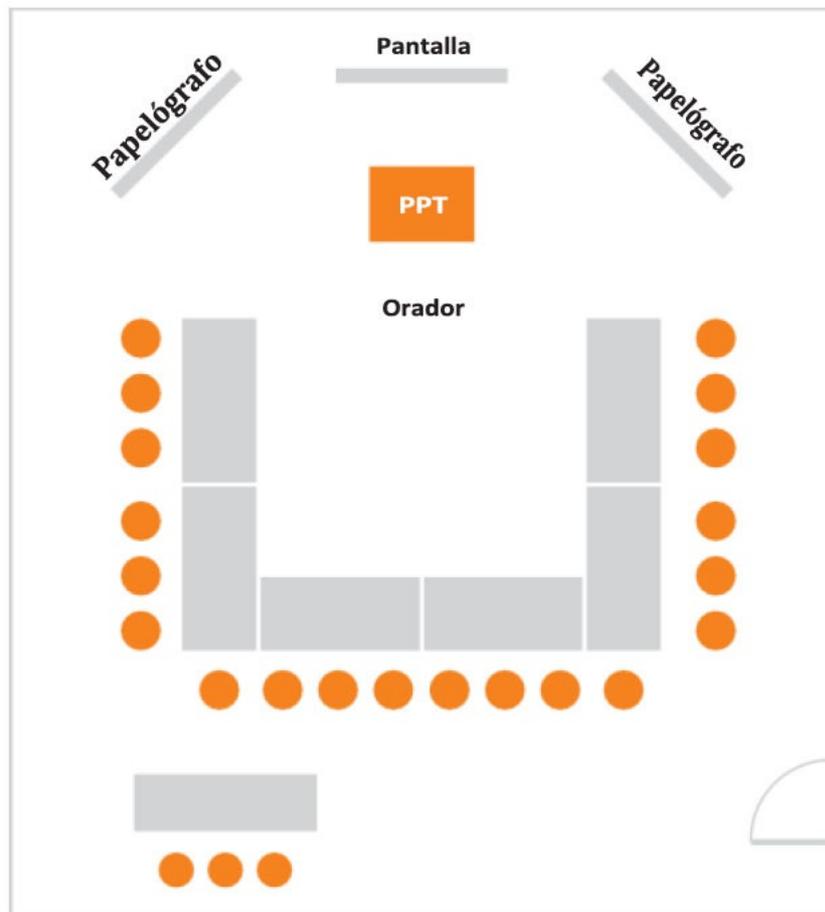


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y potencia
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Rectangulares para 20 (Configuración Herradura)

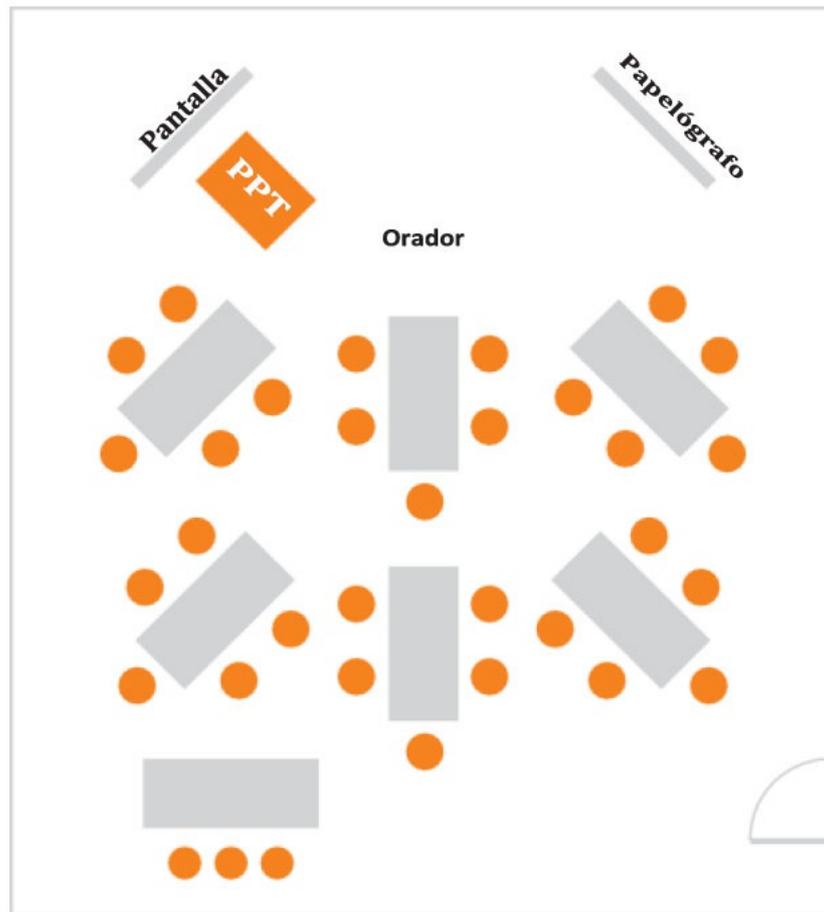


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y potencia
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Rectangulares para 30

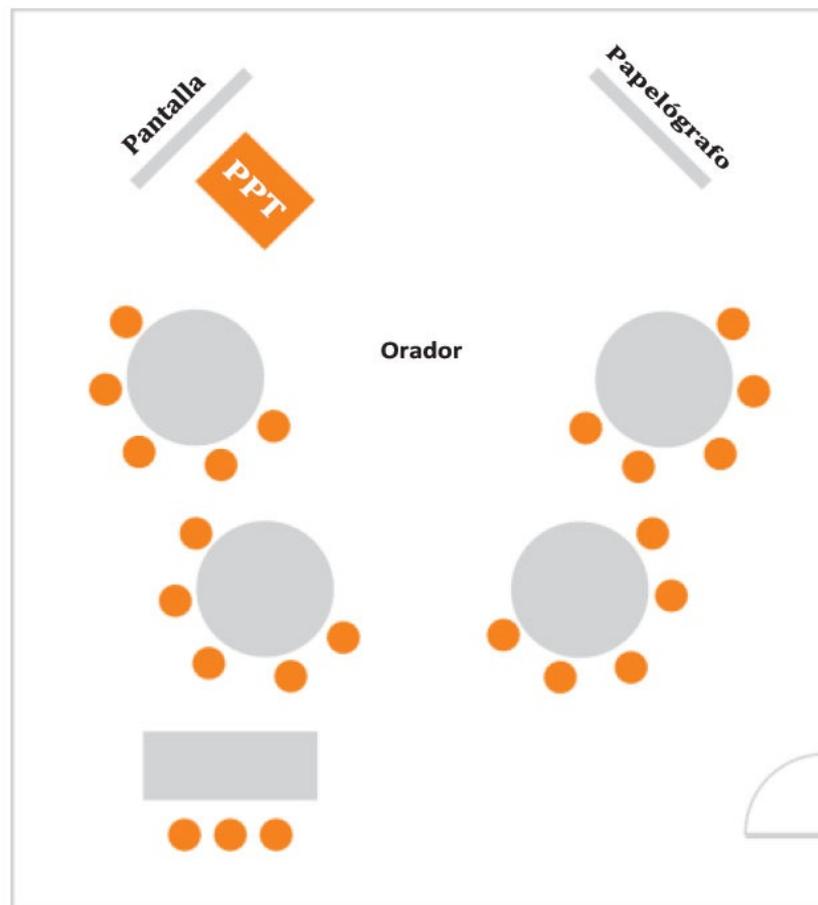


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y conexión eléctrica
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Redondas para 20

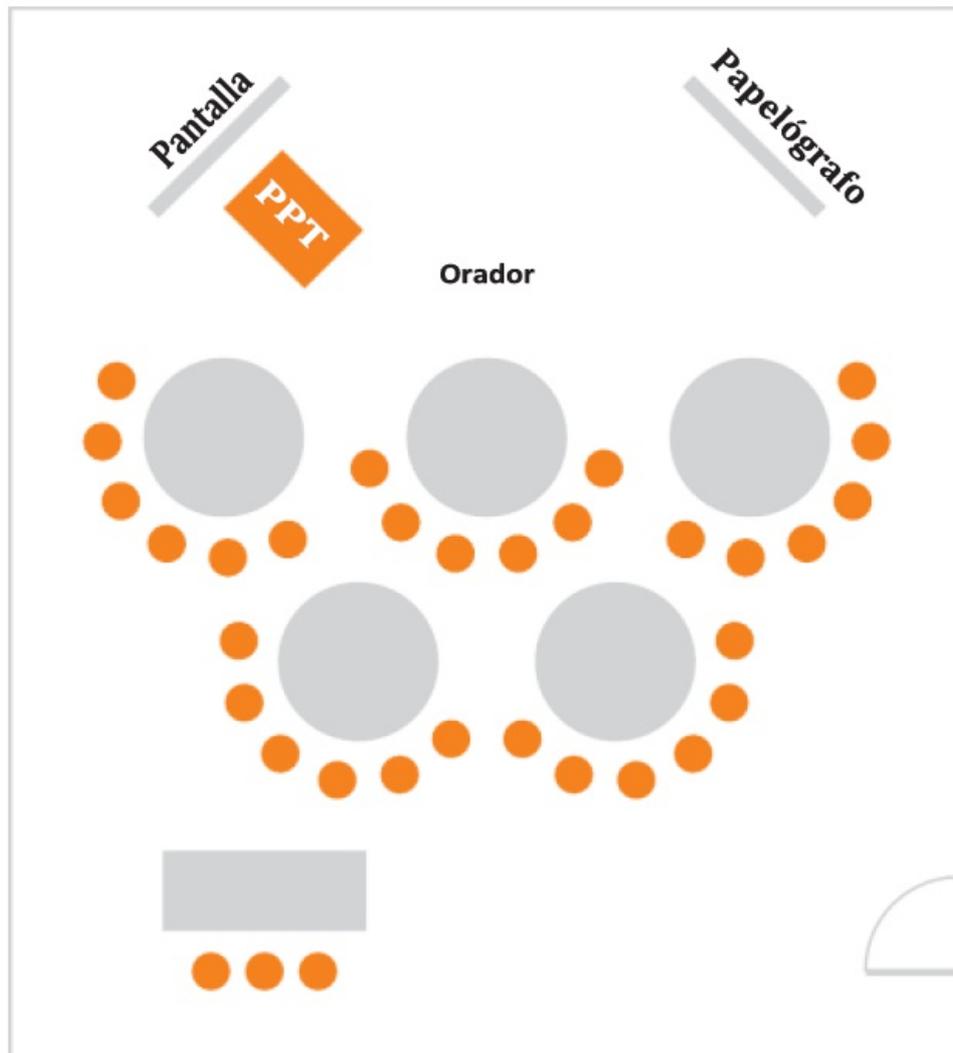


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y potencia
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Mesas Redondas para 30

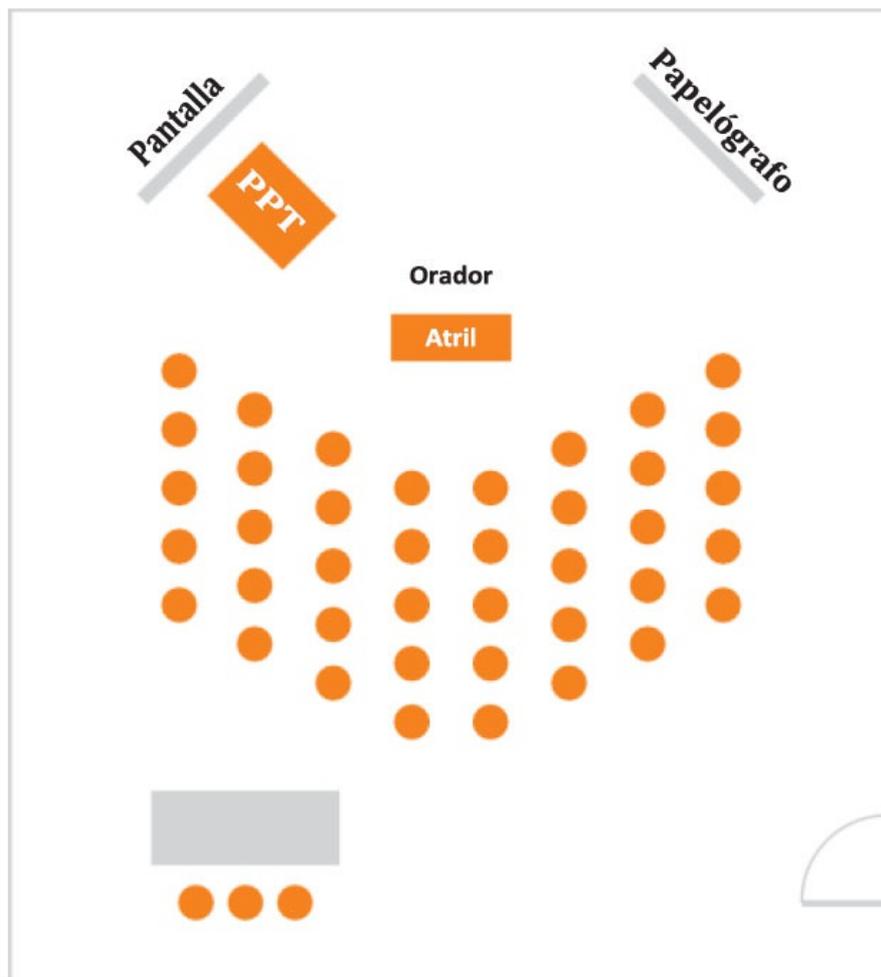


Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y conexión eléctrica
- Pizarra blanca y marcadores

Notas

Montaje de la Sala: Sillas para 40 (Sin Mesas)



Materiales

- Credenciales
- Proyector y pantalla
- Rotafolios y marcadores
- Cables de extensión y conexión eléctrica
- Pizarra blanca y marcadores
- Atril y/o podium

Notas

Glosario del Programa

Adoptar—Un auditorio aprovecha o capta la idea; “abrazan” la idea; la sostienen (en sus mentes).

Analogía—Una comparación entre algo conocido y algo no conocido. En presentaciones, la porción “conocida” de la analogía debe ser común a todos en la audiencia.

“A P A” (Agradezca, Punto de Interés, Agradezca)—Un método de agradecerle a un orador después de una presentación para expresar aprecio sincero reconociendo su contribución al auditorio.

Atributo—La característica, cualidad, o rasgo de una persona.

Avance Significativo—Un progreso significativo. No basado en métodos o pensamientos pasados, sino mirando hacia el futuro, preguntando “qué es posible” o “qué es imposible que quisiera que fuera posible,” y luego avanzar para que eso ocurra.

Credibilidad—La veracidad o integridad de un orador; formalidad.

Dato/Beneficio—Se usa para crear credibilidad. Los datos son innegables y se pueden probar como opuestos a “demandas”. Los beneficios son las ventajas que la audiencia ganará de los datos.

Empatía—Obtener conexión emocional y acuerdo con un auditorio; crear un vínculo entre el orador y el auditorio.

Ensayo—Practicar la presentación en una situación o ambiente que se aproxime bastante a la presentación que se deberá dar.

Evidencia—Información que apoya nuestra posición o punto de vista. Las formas incluyen demostraciones, ejemplos, hechos, objetos, analogías, testimonios y estadísticas.

“Fórmula Mágica”—Al dar evidencia y pedir una acción en una presentación, la “fórmula” es: primero evidencia (un incidente o historia), seguido de una declaración de acción y termina con el beneficio para la audiencia. Ninguna magia, pero muy efectivo.

“Fruncir el Ceño y Censurar la Voz”—Una negativa cuando tratamos de ganar empatía con un auditorio. “Fruncir” es hacer una mala cara. “Censurar la voz” es regañar, denigrar, insultar o culpar.

Impresión—Un efecto, un sentimiento, una reacción, o una respuesta de una audiencia cuando escucha a un orador.

Notas

Glosario del Programa (continuación)

Inspirar—Animar o emocionar a una audiencia; entusiasmar o llenar de júbilo.

Mariposas—Una manera común para indicar que las personas están nerviosas por sus presentaciones. . Algunos pueden decir que sienten “mariposas” en el estómago.

Modulación de Voz—La entonación o inflexión de la voz, su tonalidad, o timbre; normalmente el tono de la voz (alto o bajo). “Motivo Más Noble”—Un motivo que tenga beneficio para muchos, normalmente incluyendo una empresa, departamento, grupo de personas, o sociedad; una causa que beneficia a muchos.

Técnica de Apilado—Una técnica usada para memorizar las porciones más grandes de contenido de una presentación asignando elementos visuales o ítems como símbolos y “apilarlos” o “relacionarlos” junto con los ítems. Por ejemplo, Libro (historia de introducción), Insignia con el Nombre (credibilidad del orador), Lista (Bosquejo / Agenda de la presentación), etc.

Tema Complejo—En contexto con este programa, un tema complejo es un tema que la audiencia puede encontrar difícil o desconocido.

“T I O N” (Tema, Importancia, Orador, Nombre)— Un método para presentar a un orador de modo que la audiencia y el orador estén inspirados a escuchar/entregar el mensaje.

Notas

Bibliografía

Libros

The Quick and Easy Way to Effective Speaking por Dale Carnegie, Dale Carnegie & Associates, Inc., 290 Motor Parkway, Hauppauge, NY11788.

The Articulate Executive—Learn to Look, Act and Sound Like a Leader por Granville N. Toogood, McGraw Hill.

Presenting to Win—The Art of Telling Your Story por Jerry Weissman, Prentice-Hall, Inc.

Say It in Six por Ron Hoff, Andrews & McMeel Publishers, Kansas City.

Khrushchev's Shoe and Other Ways to Captivate an Audience of 1 to 1000 por Roy Underhill, Perseus Publishing, Cambridge, Massachusetts.

Presentations Plus, Second Edition por David A. Peoples, John Wiley & Sons, Inc.

Artful Persuasion—How to Command Attention, Change Minds, and Influence People por Harry Mills, AMACOM Publishing, New York.

Effective Communication Skills for Scientific and Technical Professionals por Harry E. Chambers, Perseus Publishing, Cambridge, Massachusetts.

Gestures—The Do's and Taboos of Body Language Around the World por Roger E. Axtell, John Wiley & Sons, Inc.

Before You Say a Word—The Executive Guide to Effective Communication por Myles Martel, Ph.D., Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Osgood on Speaking por Charles Osgood, William Morrow and Company, Inc., 105 Madison Avenue, New York, NY10016.

Change Your Voice, Change Your Life por Dr. Morton Cooper, Harper & Row Publishing.

Effective Business and Technical Presentations por George L. Morrissey, MOR Associates, Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

Notas

Bibliografía (continuación)

Flip Charts—How to Draw Them and How to Use Them por Richard Brandt, Brandt Management Group, Inc., P.O. Box 29384, Richland, VA 23229.

What's Your Point? por Bob Boylan, Warner Books.

Desktop Publishing & Design for Dummies, IDG Books.

Nonverbal Communication por Albert Mehrabian, Ph.D., Aldine Atherton, Inc.

Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery por Garr Reynolds, New Riders Publishing, 2008.

Websites

www.dalecarnegie.es (otros programas de presentación)

www.presentations.com (Revista de Presentaciones)

www.presentersuniversity.com (apoyado por In Focus)

Notas



*The Quality Management System of
Dale Carnegie® Global Services is
ISO 9001 certified.*

Copyright © 2015, 2017

Dale Carnegie & Associates, Inc.

290 Motor Parkway

Hauppauge, NY 11788

All rights reserved. Except as permitted under the U.S. Copyright Act of 1976, no part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without prior written permission of the publisher.

Released to Acrecentia Training S.L. for local production by Dale Carnegie & Associates.

Translated from English: High Impact Presentations—Participant Manual

ISO-404-PD-PM-0715-TR1999-V8.0