



Hacer presentaciones

Suele ocurrir que tenga que hacer una presentación sobre sus productos o servicios ante un grupo de personas. Para muchas personas es una tarea difícil. Los siguientes consejos se proponen ayudarlo a hacer una presentación eficaz.

El público

El hecho de que tenga un público indica de por sí que esas personas están interesadas en obtener la mayor información posible. Si tiene presente esta realidad, tendrá más probabilidades de que su público se muestre receptivo a su presentación.

El público de su presentación es una personalidad colectiva y, como tal, difiere sustancialmente de una personalidad individual. Por ejemplo:

los públicos son siempre receptivos, pero
 los públicos nunca aceptan excusas, y
 los públicos nunca aceptan un discurso publicitario.

Es importante recordar que por muy aprensivo que usted se sienta, todo el público lo apoya para que tenga éxito ya que sentirán vergüenza colectiva si usted fracasa. Ésa es su ventaja psicológica.

Los públicos no perdonan nada y tampoco piden disculpas por nada, sobre todo en sus palabras de apertura. Diapositivas de mala calidad, un sustituto de última hora, problemas con el equipo audiovisual, el mal tiempo o problemas con el vuelo son simplemente excusas muy trilladas.

Si usted no es un orador nato, la mejor forma de presentar la información técnica es utilizando su tono conversacional habitual, amplificado por un micrófono. Simplemente organice su presentación de forma lógica e intégreala con sus ayudas visuales y después practique ante un público crítico de su propio entorno hasta que todo sea perfecto.

Durante una presentación es imposible vender nada al público, ya que éste rechazará mentalmente cualquier argumento publicitario. Sin embargo, puede hablar luego con las personas de su público durante un descanso, que ofrece el clima ideal para hacer un seguimiento y vender su producto o servicio.

Las preguntas del público

Debe permitir que el público interrumpa su presentación para hacerle preguntas a fin de aclarar la información presentada. Responda a las preguntas de forma inmediata y lo más rápidamente posible.

Reserve las preguntas que buscan ayuda para resolver un problema concreto para un período específico de preguntas o bien abórdelas posteriormente de forma privada.

Asimismo, conviene repetir las preguntas planteadas por el público para asegurarse de que todos los presentes puedan oír tanto la pregunta como su respuesta.

Las ayudas visuales

La ventaja de una presentación de diapositivas o con retroproyector (frente a una película o vídeo) es que con las diapositivas dispone del tiempo necesario para explicar la información necesaria. Por otra parte, el inconveniente es que las presentaciones de diapositivas o con retroproyector son estáticas,



mientras que lo que usted quiere es dar una presentación dinámica. Por ello, debe esforzarse para que los elementos visuales de su presentación sean dinámicos e interesantes. Muchos expertos consideran que no hay que mantener ninguna imagen en la pantalla más de 30 segundos, ya que pasado ese tiempo el interés disminuye y después de 60 segundos el aburrimiento se convierte en sopor.

Por lo general, sólo deben apagarse las luces del frente de la sala y del área en torno a la pantalla de proyección. Las luces del fondo de la sala pueden permanecer encendidas normalmente, o también se puede rebajar su intensidad si se desea mayor contraste.

Menos oscuridad y más dinamismo

La oscuridad total incita al sueño, sobre todo después de un almuerzo pesado. Puede que haya algún momento en una larga presentación de diapositivas en la que sea necesario explicar algo con más detalle, detenerse, hacer preguntas o discutir algún punto. Es una buena ocasión para aumentar la intensidad de las luces y llamar más la atención sobre lo que se dice que sobre lo que se ve. No hay nada más mortífero en una presentación que un orador que habla cinco o diez minutos en una sala a oscuras con una diapositiva estática que no tiene gran cosa que ver con lo que se discute.

Una abundante variedad de diapositivas de buena calidad despierta el interés del público mostrándole imágenes panorámicas seguidas de otras más detalladas.

Cuidar los detalles gráficos de la presentación

Una buena regla general es sujetar una diapositiva impresa con el brazo estirado y tratar de leerla. Si no consigue descifrar los caracteres, la calidad de la proyección para su público no será mucho mejor. Los gráficos resultan más interesantes y eficaces si se utilizan distintos colores. Trate de escoger siempre el **rojo** para las curvas y barras más importantes, puesto que es el color más dinámico. Y sobre todo, elimine de los gráficos todos los detalles superfluos como las líneas de cuadrícula antes de volver a trazarlos.

La **fuerza** de todo el texto de la presentación debería ser como mínimo de **dos pulgadas** tanto en el rotafolio como en la pantalla. Si no puede leer la imagen desde el fondo de la sala, es probable que sea porque la pantalla contiene demasiado texto o porque la fuente es demasiado pequeña.

Hable siempre de cara a su público y nunca mirando a la pantalla o el rotafolio.

Seguir adelante pese a los problemas

Por mucho que haya preparado todo a la perfección, a veces el equipo falla y necesita planes para afrontar los imprevistos. En la mayoría de los casos le suministrarán el equipo audiovisual por adelantado de acuerdo con lo que haya solicitado, pero debe estar listo para utilizar en cualquier momento el rotafolio u otras ayudas visuales sin responsabilizar a nadie, hacer un lío o pedir disculpas. Intente mantener la atención e interés del público en la presentación y no en los problemas técnicos que puedan surgir. Además de mostrar respeto por el tiempo de los asistentes, es el sello distintivo de su profesionalismo.

Nada ni nadie es perfecto

Aceptar una invitación para hablar a un grupo de personas es una importante responsabilidad. Los consejos presentados en este artículo sólo pretenden ayudarlo a reducir su aprensión al respecto. A menudo es más fácil declinar una oportunidad o librarse de un compromiso para hablar en público que crear una oportunidad.



Lograr un estilo propio es fruto de la experiencia y la práctica. Si se concentra en la experiencia y la práctica, todo lo demás llegará de forma natural, incluidos el estilo, el disfrute y la satisfacción.

El Centro de Servicios para Empresas Canadá-Ontario (COBSC/CSECO) proporciona información comercial en las lenguas oficiales de Canadá, a saber, inglés y francés. Algunos de nuestros documentos más útiles han sido traducidos a otras lenguas por atención a nuestros clientes. Si desea obtener más información comercial, sírvase llamar al 1-888-576-4444 para hablar con un Agente de Información del COBSC/CSECO.