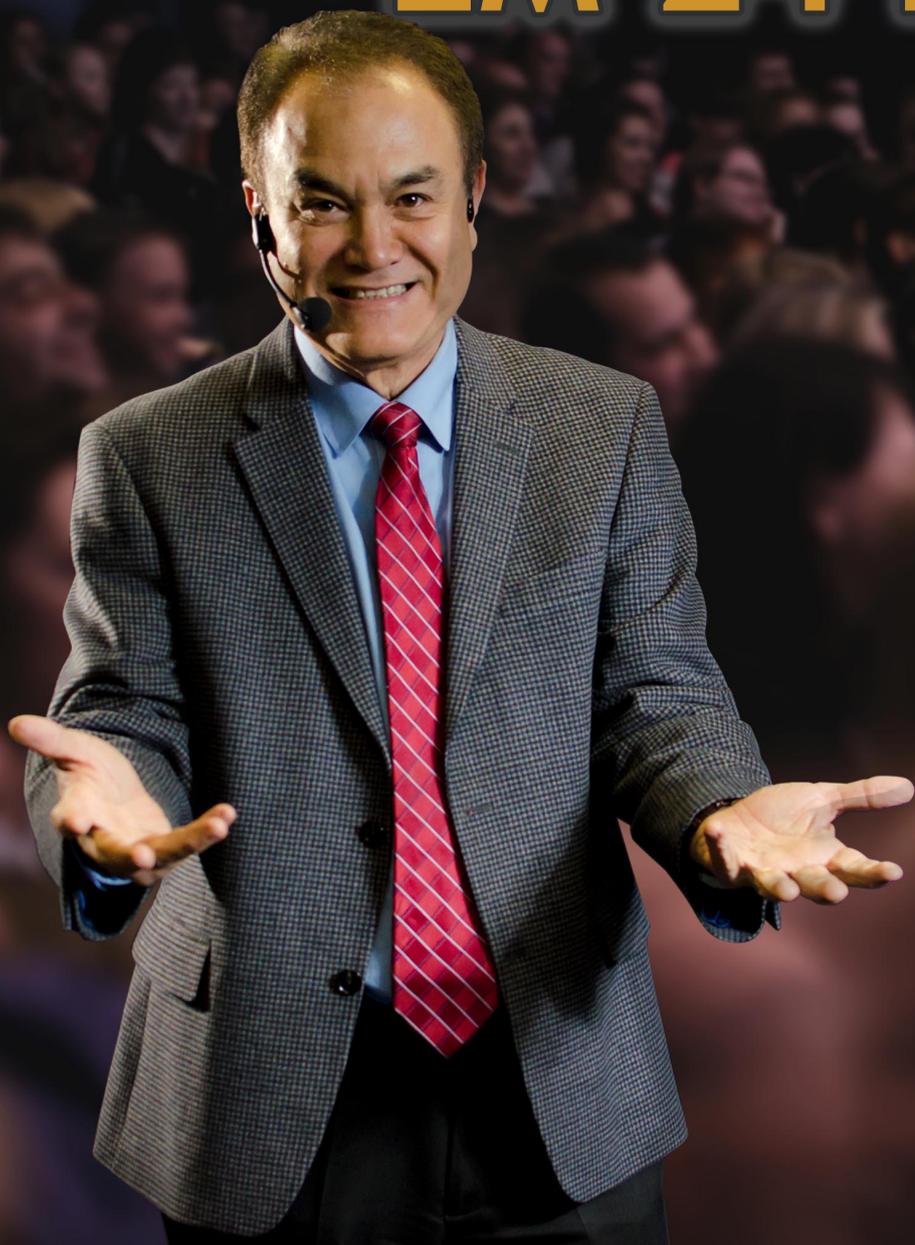


COMO FAZER UMA

# PALESTRA EM 24 HORAS



R O B E R T O  
SHINYASHIKI

# Como criar uma palestra em 24 horas

Roberto Shinyashiki

## SUMÁRIO

Como conquistar pessoas com suas apresentações .....	3
Toque o coração das pessoas .....	4
Interaja com o público .....	4
Três passos para fazer apresentações poderosas.....	5
Passo 1: Planejar .....	7
Tenha um objetivo .....	8
Os tipos de apresentações .....	8
Como organizar sua apresentação .....	10
Passo 2: Preparar .....	12
Como preparar sua apresentação .....	12
Muitas maneiras de organizar conteúdo .....	13
O conteúdo da sua palestra .....	17
Ensine às pessoas por onde começar .....	20
Recursos para turbinar sua apresentação .....	21
Passo 3: Treinar .....	26
Treinando sozinho .....	28
Treinando com plateia .....	28
Treino para incorporar todo o conteúdo da palestra .....	30
Treino para ter posse do palco .....	31
Treino para construir vínculo com o público.....	33
Treino para manter o nível de energia alto.....	35
Aprimore sempre seus resultados.....	38

## Como conquistar pessoas com suas apresentações

Uma palestra, ou uma apresentação, precisa ter um propósito bem definido para conquistar pessoas. Quando suas ideias ficam soltas, elas são esquecidas rapidamente.

Por exemplo: você é um orientador educacional de uma escola e vai fazer uma apresentação para os pais sobre a prevenção de drogas. Antes de começar a falar, precisa decidir aonde quer chegar.

Qual é o propósito de sua palestra?

- Que os pais conversem com os filhos sobre o tema?
- Que eles estudem mais o problema?
- Que eles participem de um grupo de estudos?
- Que eles o procurem para conversar sobre o tema?
- Que os pais que têm filhos com problemas tomem alguma atitude?

Os grandes oradores sempre têm uma meta clara quando começam a falar. Organizam sua apresentação para provocar esse efeito e arrebatam a plateia. Mas lembre-se de que estou falando de apresentação (ou palestra) no sentido mais amplo da palavra. Pode ser para uma pessoa ou para centenas de espectadores.

Você pode ser um empresário conversando com seu diretor ou falando para os seus milhares de colaboradores. Você pode ser um Steve Jobs falando para a sua equipe ou lançando um novo produto.

A partir da definição do objetivo, você organiza a apresentação para conquistar com paixão sua plateia e levar as pessoas a ter a reação previamente pensada por você.

Só por isso, já fica fácil perceber que ser um palestrante é bem diferente de ser um professor. O professor, na sala de aula, tem como meta ensinar determinado conteúdo. Um palestrante terá um objetivo mais amplo: fazer com que seu ouvinte se apaixone por um tema ou por um projeto específico e parta para a ação.

Na verdade, há professores que fazem verdadeiras palestras em suas aulas. Quando um professor usa as técnicas dos palestrantes, ele chega a influenciar seus alunos a tal ponto que acaba os ajudando a decidir a carreira a seguir.

Na faculdade, tive um professor de cirurgia, o doutor Célio Gayer. Ele era tão bom em suas aulas que me fez pensar em ser cirurgião. Falava de forma muito simples, mas tão organizada e impactante que influenciava todos os que o ouviam, e fazia as pessoas se apaixonarem pela área em que ele atuava. Até hoje me lembro do poder das suas apresentações.

Para influenciar e ajudar a transformar a vida das pessoas, produzindo nos seus ouvintes o desejo de agir, um palestrante precisa ter características muito especiais, das quais falaremos a seguir.

## ***Toque o coração das pessoas***

Uma apresentação não precisa ser um show ao estilo Las Vegas, com música ao vivo, dançarinas, efeitos luminosos e tablados móveis para impressionar. Precisa que toque o coração das pessoas, cativa a atenção dos participantes e inspire-as a ir além daquilo que já conseguiram.

Uma apresentação não pode apenas ter conteúdo e conceitos corretos, mas precisa fazer com que pessoas vislumbrem novas possibilidades ou aspectos como nunca haviam considerado antes.

O bom apresentador toca a alma das pessoas. Ele cria uma energia psicológica que põe em movimento os comportamentos necessários para realizar aquilo que está propondo. É capaz, assim, de gerar nas pessoas a determinação necessária para ter o forte desejo de usar o que aprendeu.

É esse desejo de crescer que vai impulsionar cada pessoa a aplicar o que ouviu. Uma apresentação precisa ter o poder de fazer o participante colocar em prática aquilo que ele aprendeu durante o tempo em que ficou sentado assistindo você falar.

A plateia precisa da vibração do apresentador, porque é a catalisadora dos processos que acontecerão com as pessoas. Você não pode simplesmente passar informações, como um professor de antigamente que somente se preocupavam em ensinar a matéria e os conteúdos exigidos em seu curso.

Você tem de ter um roteiro que gere diferentes emoções ao longo da apresentação. Cada minuto deve ser planejado e pensado para obter determinada reação da plateia.

Um roteiro forte desperta as emoções adequadas e leva os ouvintes a um auge e a um sentimento de "Eureka!" no final da apresentação.

Em outras palavras, o apresentador deve abrir a mente da pessoa enquanto a conduz para as ações previstas no objetivo de sua palestra.

Eu gosto de usar histórias para levar as pessoas a entrarem em contato com a energia da ação. Algumas vezes, falo sobre casos, em outras, conto piadas ou falo diretamente com a pessoa.

Talvez você esteja com vontade de me falar: "Mas, Roberto, eu não sei contar anedotas!". Eu também não sabia. Estudei um pouco e treinei muito. Como sei que elas são importantes, tomo notas quando vejo um show ou leio em um site. Tudo é questão de estudar e treinar!

## ***Interaja com o público***

É muito ruim ver palestrantes que usam a mesma técnica dos guias-mirins das igrejas de Ouro Preto: falam um texto decorado e, quando são interrompidos, têm de começar sua apresentação a partir da primeira frase. Não mudam uma palavrinha sequer, não olham para as pessoas, não têm o prazer de interagir com quem está escutando.

Incentivar a participação do público não significa necessariamente ser sabatinado por ele. Muitas vezes, nem há tempo para isso. O importante é haver troca emocional. Olhar nos olhos, fazer com que as pessoas se sintam importantes, colocar questões que as ajudem a refletir sobre o que você, palestrante, está falando, são recursos muito eficientes para captar a atenção do público.

Quem está à frente de um público deve ter boa percepção de sua reação. Perceber se as pessoas estão apáticas ou empolgadas.

Quando há interesse, a audiência dedica o máximo de atenção e busca aproveitar cada vírgula do que você diz, porque, acima de tudo, está se divertindo.

Como você já deve imaginar, está fora de cogitação ser leitor oficial de slides. Por favor, não torture seu público lendo exatamente o que está escrito naquelas longas listas de tópicos! É desesperador para quem assiste e um desastre para quem fala. Aliás, não se preocupe, pois você vai aprender aqui a planejar e preparar uma apresentação para não ficar dependente do conteúdo do Power Point.

### **Três passos para fazer apresentações poderosas**

Esse sistema, que tenho usado há mais de 30 anos em minhas apresentações, também funciona com os públicos mais diferentes. Já apliquei em congressos médicos, falando para atletas em vestiários de seleções brasileiras, em encontros religiosos, em eventos empresariais, e até em discursos, quando fui candidato a cargos em associações de classe.

Fui aperfeiçoando a mesma estrutura ao longo do tempo e hoje ela chegou à sua melhor versão. O método tem apenas três passos simples e definidos, que são:

1. Planejar
2. Preparar
3. Treinar

Quando lanço um livro novo, sei que as empresas vão me convidar para fazer palestras sobre ele. Então, antes do lançamento, *planejo* e *preparo* a palestra. Minha equipe do Instituto Gente já fica a postos para vendê-la, e eu, já fico preparado para apresentá-la, como um ator que tem de estar pronto para a estreia de sua peça.

Uma palestra tem de ser poderosa e sensacional desde a primeira vez, pois não tenho o direito de fazer uma apenas razoável e simplesmente justificar dizendo que não ficou tão boa porque ela nunca havia sido feita antes. O mesmo processo acontece quando um empresário vai falar por 30 minutos na convenção anual da sua empresa, ou o diretor de marketing precisa apresentar um novo produto para seus clientes.

Mesmo sendo a primeira vez, tudo tem de estar perfeito e pronto, como a estreia de um grande espetáculo. Ela tem de ser excelente, como um impecável show do João Gilberto, que é um dos artistas mais cuidadosos que conheço, a gravação de um DVD ao vivo da Ivete Sangalo ou dos Titãs, ou um espetáculo do Cirque Du Soleil, que também acontece com a máxima qualidade desde a estreia. É claro que há um

aperfeiçoamento contínuo, mas o primeiro show tem de ser tão bem cuidado quanto o último. Assim como deve acontecer com suas apresentações.

Vou dar um exemplo, mostrando como usei meu método para construir a palestra do meu livro “Problemas? Oba!”.

A primeira etapa é *planejar*. Nessa fase, procuro descobrir qual é o objetivo das empresas que querem me contratar para fazer essa palestra, ou seja, ter claro qual é o “objetivo do meu cliente” (como diz meu filho Arthur, sempre que temos uma conversa sobre algum projeto, ele quase que mecanicamente pergunta: “Qual é o objetivo do cliente? O que vai fazer o cliente feliz?”).

Infelizmente, a maioria dos profissionais não tem sucesso porque elabora seu projeto sem se preocupar com o cliente. Se seu cliente não realizar o objetivo dele, provavelmente não comprará novamente seu produto ou serviço, e muito menos o indicará.

Então, procuro descobrir quais são os desejos dos meus futuros contratantes. No caso da palestra “Problemas? Oba!”, descobri que era conseguir que sua equipe tivesse uma atitude positiva para resolver os problemas dos clientes e da empresa.

Uma vez determinado o objetivo, é a vez de *preparar* a apresentação, que é o passo dois do meu método. Nessa fase, vou para o computador, organizar o que vou falar. Então, monto um roteiro, que chamo de estrutura da mensagem.

A estrutura da mensagem começa com um problema, oportunidade ou desafio. Isso significa que preciso determinar qual é o problema que vou ajudar meu cliente resolver com minha palestra, ou então qual é a oportunidade ou desafio que ajudarei meu cliente a vencer. No caso da palestra “Problemas? Oba!”, o problema resumidamente era: quando clientes não estão satisfeitos, eles não dão lucro para a empresa, a abandonam e ainda falam mal da companhia. Cliente infeliz dá prejuízo!

Depois, procuro ajudar o público a se identificar com o problema do qual estou falando, usando várias técnicas, como, por exemplo, dizendo para as pessoas: “Talvez, neste momento, sua empresa esteja perdendo clientes importantes porque ninguém tem procurado resolver seus problemas”. Quando você acerta essa frase de identificação, as pessoas pensam: “Esse palestrante entende minhas dificuldades”. Quando elas têm essa sensação, escutam com mais atenção.

A seguir, mostro as causas desse problema. No caso da palestra “Problemas? Oba!”, a causa era que geralmente as pessoas se preocupam com seus próprios problemas e se esquecem de ver que seus resultados dependem de clientes felizes.

Depois, mostro minha solução, que é ter uma atitude proativa de comemorar por poder ajudar os clientes a resolverem os problemas deles. Afinal, ao resolvê-los, conseguirão clientes felizes, que terão prazer em dar seu dinheiro para sua empresa em troca de seus produtos.

Em seguida, mostro minha solução para o público conseguir ajudar seus clientes a resolverem os problemas deles, dividida em itens fáceis de serem aplicados. Depois, passo à parte da motivação da plateia, para que ela se sinta animada a agir,

mostrando, no caso da palestra “Problemas? Oba!”, as vantagens de ser a pessoa que resolve problemas e os bons resultados que isso traz.

Finalmente, organizo a conclusão da palestra como uma grande celebração, pelo sucesso que meu público vai alcançar, para que as pessoas sintam vontade de começar imediatamente a resolver problemas com grande disposição e a olhar os problemas como uma imensa oportunidade de crescer na carreira e ganhar muito dinheiro.

Depois desse roteiro pronto, começo a enriquecê-lo com casos, histórias, estatísticas, pesquisas, vídeos, fotos e todos os elementos que deixarão minha mensagem mais poderosa e eficiente. Aí começo a criação dos slides, até ter todo o material da apresentação pronto.

Quando o material está pronto, começo a *treinar*. Geralmente, inicio apresentando uma nova palestra para minha equipe. São pessoas que já conheço e que criticam com carinho, mostrando todos os pontos que devem ser melhorados. Então, vou aprimorando a apresentação a partir das sugestões delas.

Depois de mostrar algumas vezes à minha equipe, monto grupos de três pessoas que contratariam ou assistiriam a essa palestra, para receber feedbacks, e aproveito a presença delas para treinar mais a palestra. Até que chega o ponto em que considero a apresentação pronta.

Depois dessas fases de preparação e treinamento, minha equipe começa a vender essa palestra e passo para a fase de *executar*, que é sua realização propriamente. Vou a campo e dou a palestra muitas vezes, mas não paro por aí.

Com minhas observações das reações do público, com o estudo dos vídeos que gravo das minhas apresentações e com a análise dos comentários dos participantes, procuro sempre *aprimorar* a palestra. Portanto, uma palestra nunca está definitivamente pronta, já que sempre pode ser aperfeiçoada. E é preciso engolir o orgulho para olhar seus erros, aceitar as críticas construtivas e tirar uma lição delas. Aliás, várias lições. Nessa fase de testes e aprimoramento, não peça às pessoas aplausos, mas que sejam sinceras. Escolha as pessoas que realmente serão capazes de dar uma opinião verdadeira, sem ficar com medo de magoar você. Dê abertura para isso e se prepare para negativas. Só assim você vai conseguir chegar a uma apresentação espetacular.

Agora que você já tem uma ideia geral desse sistema, vamos aprofundar em cada uma dessas etapas e ajudar você a criar sua palestra. Se você achou complicado, preciso dizer que ela na prática é muito simples e objetivo, e vai fazer você economizar tempo e energia, além de ajudar a aproveitar todas as oportunidades para realizar seu objetivo. Vamos trabalhar juntos!

## ***Passo 1: Planejar***

## **Tenha um objetivo**

Planejar é definir o objetivo da sua apresentação e a maneira de atingi-lo.

Toda apresentação ou palestra precisa ter um objetivo determinado, pois ele é a razão de você ir falar com seu público.

Planejar é uma ação organizada, que permite a você determinar seu ponto de partida e de chegada, construir uma estratégia para fazer esse caminho, avaliar os rumos que podem ser tomados, estabelecer referenciais e definir a melhor maneira de executar todo o processo.

O momento do planejamento é aquele em que você vai pensar, deliberar, construir na sua mente algo que depois será colocado em prática.

Hoje, muitos palestrantes são líderes de equipes, e por isso precisam ter um objetivo claro. Se forem competentes em motivar seus liderados, eles vão segui-lo. Mas se um líder-palestrante não tiver um objetivo definido e mostrá-lo para seu grupo, pode até receber aplausos, mas seu time vai esquecer sua mensagem em algumas horas.

### ***O objetivo de toda palestra é sempre vender alguma coisa***

Uma forma produtiva de definir o objetivo da sua palestra é se perguntar: o que eu quero vender com essa palestra?

Para efeitos práticos, sempre pense que você tem de vender alguma coisa com sua fala. Você pode vender uma ideia, um projeto, um produto, um serviço etc. Observe os temas comuns a muitas apresentações:

- Lançamento de um novo produto alimentício
- Implantação de um sistema de gestão da qualidade
- Apresentação das metas para o próximo ano
- Um serviço especial para telefonia móvel
- Uma ideia revolucionária no campo da tecnologia
- Um novo procedimento de cirurgia plástica
- Um projeto de um programa para a televisão
- Um Coaching para orientação nutricional
- Uma campanha pública da secretaria da saúde.

## **Os tipos de apresentações**

Na prática, ao planejar sua apresentação, você precisa considerar que existem dois tipos de apresentações:

### ***As apresentações que você faz para ajudar uma pessoa ou uma empresa a realizar o objetivo dela***

É o tipo de apresentação na qual você vai convencer a pessoa ou empresa, ou seja, seu cliente, de que pode ajudá-lo a realizar o objetivo dele. Você vai precisar conhecê-lo muito bem para criar uma palestra que o ajude a realizar esse objetivo.

Esse tipo de palestra, em geral, acontece para um grupo de pessoas, mas em 50% das vezes você está no palco e nos outros 50% você está no escritório, dentro da empresa.

Alguns exemplos desse tipo de palestra:

- Você trabalha em um escritório de arquitetura que quer fechar um contrato com um grande banco e é chamado por um dos sócios para apresentar o projeto.
- Você é convidado pelo diretor de RH de uma empresa para fazer a abertura da semana da qualidade ou falar de segurança no trabalho.
- Você é um palestrante profissional e é contratado pelo diretor de marketing de uma multinacional para falar em uma convenção internacional da empresa.
- Você é um publicitário que vai mostrar uma campanha para um cliente e conseguir a nova conta para a sua agência.

Neste caso, a pergunta fundamental é: o que meu cliente (quem me contratou, chamou, convocou ou convidou para falar) quer conseguir com minha apresentação?

### ***As apresentações que você faz para ajudar uma pessoa ou empresa a realizar o objetivo dela***

Quando uma empresa, uma organização, uma instituição, ou até outra pessoa o convida, convoca ou contrata para apresentar uma palestra, em geral eles têm um objetivo, que você precisa saber qual é. Se eles não sabem qual é o objetivo, você precisa ajudá-los a descobrir ou estabelecê-lo. Mas o importante é saber qual é o propósito que eles têm para poder ajudá-los.

Um grande banco brasileiro me contratou há muitos anos para que eu fizesse palestras com o objetivo de maximizar seus lucros. Há pouco tempo, pediram que eu fizesse mais um ciclo de palestras, só que dessa vez para ajudá-los a criar uma atitude em seus gerentes para que eles resolvessem os problemas dos seus clientes. O vice-presidente do banco ainda me pediu: “Por favor, não fale em lucros, porque eles já sabem como fazer isso. Agora, o momento é o de criar clientes mais felizes”.

Era a mesma empresa, o mesmo executivo, a mesma equipe, mas um momento diferente. Se eu não conversasse com eles antes, certamente faria uma palestra desconectada dos objetivos do cliente.

## Como organizar sua apresentação

Na construção da estratégia desse tipo de apresentação, o ponto mais importante é conhecer o objetivo do seu cliente, isto é, o que ele espera obter com ela. Geralmente, um objetivo nasce de desejos, ameaças, desafios, oportunidades e problemas que fazem parte do dia a dia do seu cliente.

Então, antes de preparar sua palestra, você vai ter de conhecer as informações fundamentais que traduzam a situação da empresa e os detalhes desse evento. Eis aqui um roteiro dos pontos que você deve conhecer:

- 1 – Qual é o desafio, oportunidade ou problema do público-alvo ou cliente
- 2 – Histórico do público ou cliente
- 3 – Quem é o público-alvo
- 4 – Condições da apresentação
- 5 – Limitações: de tempo, verba, problemas da empresa, do público etc.
- 6 – Contexto da apresentação

Quando você recebe um convite para fazer uma palestra, certamente isso faz parte de uma estratégia maior de quem o convidou ou contratou. Por isso, existe a necessidade de conhecer qual é esse contexto em detalhes o objetivo dessa pessoa ou empresa.

Quando estiver levantando as informações, faça pesquisas sobre seu contratante, ou sobre a empresa para a qual você trabalha, e pergunte diretamente o que ele quer que a plateia faça quando você terminar sua apresentação.

É muito importante lembrar que o objetivo da palestra sempre deve estar ligado a uma ação que você espera que a audiência desempenhe, depois de ouvir o que você tem a dizer.

Procure anotar o máximo de informações que conseguir para entender o universo da palestra que você precisa fazer:

- Se você é funcionário de uma empresa e vai fazer uma apresentação interna a pedido de seu chefe, use algum tempo conversando com ele para saber o que ele pretende que você diga e o que espera como resultado da sua apresentação.
- Se você é um empresário que foi convidado para falar em um evento, procure levantar as informações com seu contato no evento.
- Se você é um palestrante profissional, principalmente, cuide de levantar informações com seu contratante com o máximo de detalhes.

Se você não tem como capturar todos dados necessários, procure reunir o máximo de informações que conseguir, e faça uma boa pesquisa na internet, nos sites disponíveis

e nas menções que se fez da empresa, companhia ou organização, ou das pessoas envolvidas.

Nunca, porém, vá simplesmente pelo seu feeling, pelo "achismo". Ou pela confiança de ser um "showman" ou uma "show-woman". Faça questão de entender qual é seu papel no contexto. Isso mostra profissionalismo e gera resultados muito mais potentes e desejáveis.

Um bom exemplo disso aconteceu com um executivo amigo meu. Foi solicitado a ele que fizesse uma apresentação na empresa em que trabalhava. Estas foram as informações que ele reuniu para poder planejar sua apresentação:

- Foi pedido a ele que apresentasse a área que estava sob seu comando, que no caso era a de vendas.
- A palestra seria dentro da empresa e para um público seletivo (e que detinha todo o poder de decisão do futuro da empresa), ou seja, os principais diretores e o conselho administrativo.
- Ele teria apenas 20 minutos para expor suas ideias.
- Ele precisava apresentar os resultados que vinham obtendo e quais eram seus planos para atingir as metas futuras.
- Como a empresa não andava bem nos negócios, ele deveria dar a má notícia, porém apresentar também uma estratégia para reverter esse quadro.
- Seu desafio era fazer uma apresentação convincente o bastante para fazer com que todos acreditassem em seu projeto e em sua capacidade de promover uma transformação positiva no setor de vendas.

Meu amigo descobriu o que era essencial para construir sua palestra. Esses dados foram importantíssimos para que ele desenvolvesse uma mensagem poderosa e pudesse atingir os objetivos da empresa.

Mas, Roberto, como é que eu uso todos esses dados? Minha sugestão: a partir do estudo que você faz das informações, rascunhe esse objetivo junto com a pessoa que o convidou ou contratou. Assim, terá certeza de que entendeu mesmo o caminho a seguir e não cairá no risco de seguir uma linha equivocada e ter de ficar se desculpendo depois com a famosa frase: "Mas eu pensei que...".

No momento seguinte, na fase de preparação da sua fala, faça uma revisão dessas anotações, ajuste o que for necessário, traçando um plano completo para a sua palestra e enviando-o para o contratante. Peça para que ele aprove esse documento que formaliza sua proposta de trabalho. Isso garante mais uma vez que vocês estão alinhados. E, inclusive, ajuda você a ter mais segurança para encarar a plateia.

Deixe totalmente definido para ele que você está ciente do objetivo para o qual está sendo chamado. Você precisa se assegurar de que entendeu exatamente qual é seu papel na apresentação.

Quando vou fazer uma palestra em uma empresa eu sempre mostro os meus slides para o coordenador do evento e falo sobre a palestra em 5 minutos assim consigo ter os seus comentários para fazer um trabalho melhor.

Várias vezes esse diretor pede que eu retire slides e não toque nesse tema ou o contrario sugere que eu aborde temas que não achei que precisava abordar.

## ***Passo 2: Preparar***

Agora que você definiu o objetivo da sua palestra, é hora de prepará-la com carinho e muito cuidado.

Para mim, tanto faz se a palestra que vou dar seja uma que já estou habituado a fazer ou se é inédita: sempre me dedico à preparação de cada detalhe, pois uma apresentação bem preparada já tem 50% de chance de ser bem-sucedida.

Apesar de 90% das minhas palestras serem as que faço habitualmente (“A revolução dos campeões”, “Liderança em tempos de mudanças”, “Vendas: negócios de campeões” e “Problemas? Oba!”), e de elas já estarem bem preparadas, procuro sempre dar a elas um toque personalizado para cada evento.

Esse é o procedimento que recomendo muito para todos aqueles profissionais que precisam fazer uma apresentação de qualidade.

### **Como preparar sua apresentação**

A partir do objetivo da apresentação, começo a organizar minhas ideias para atingi-lo. Vou dar dois exemplos:

Exemplo 1: Um diretor de um banco me pede para que eu o ajude a fazer sua equipe entender que todas as operações precisam dar lucro. Então, preparo a mensagem de maneira tal que, depois de assistir à minha palestra, a equipe do banco tenha uma atitude de buscar o lucro em tudo.

Exemplo 2: Um diretor de outro banco me pede para que eu ajude seus gerentes a entenderem que todos, banco e clientes, têm de ganhar. Isso, para muitos deles, é uma mudança de pensamento imensa, já que estão acostumados a pensar somente na sua carreira e nos ganhos do banco, e não no lucro do cliente. Então, me organizo para fazer uma apresentação que motive a equipe a criar negócios em que todos ganhem.

Observe que ambas são palestras para bancos. É possível que ambos os diretores escolham a mesma palestra, “A revolução dos campeões”, mas os objetivos são diferentes e, por isso, as apresentações serão diferentes.

Para preparar uma apresentação, há três passos fundamentais, sem os quais será difícil realizar seu objetivo:

- Montar a estrutura da mensagem.

- Organizar o conteúdo, ou seja, obter as informações relevantes para as pessoas.
- Adicionar efeitos para turbinar a apresentação.

Em resumo: a mensagem que você estruturar vai convencer o público da importância do objetivo a ser atingido, usando para isso o conteúdo que você vai organizar; e os recursos motivacionais servirão para turbinar sua apresentação e envolver a plateia com a energia certa, para que ela se sinta inspirada a realizar o que você propôs.

### **Muitas maneiras de organizar conteúdo**

Minha estrutura da mensagem não é única. Existem muitas maneiras de organizar conteúdo e uma das mais comuns é a usada normalmente pelos palestrantes norte-americanos, que tem três pontos básicos:

- Fale sobre o que você vai falar.
- Fale sobre o que você disse que ia falar.
- Fale sobre o que você acabou de falar.

Isso significa o seguinte: o palestrante começa a apresentação falando sobre o que vai abordar, por exemplo, a crise econômica que assola um determinado país, e faz isso na primeira parte da palestra. Na segunda parte, ele apresenta suas ideias e soluções para essa crise. Na terceira parte, ele resume o que falou sobre a crise e conclui a apresentação.

Essa estrutura é interessante, mas não tem muita força para convencer o cliente a comprar o que está sendo vendido, pois serve para apresentar ideias, mas não se propõe a vender nada.

### ***A ideia central***

O primeiro passo para criar uma boa estrutura da mensagem é encontrar a ideia central daquilo que você vai dizer. A ideia central é a essência da sua palestra, é a síntese máxima do que você quer transmitir.

Uma ideia central será tanto mais poderosa quanto mais genial ela for. Uma ideia genial é aquela “sacada”, é algo que faz as pessoas ficarem admiradas, pois em geral ela é simples, mas muito poderosa, e nos faz pensar: “Puxa, como não pensei nisso antes?”.

Quando o livro *Inteligência Emocional*, do Daniel Goleman, foi lançado, muitas pessoas do mundo da psicologia ficaram morrendo de inveja, por não terem tido essa ideia antes. Muitos psicólogos até já falavam da importância de saber utilizar as

emoções para conseguir resultados, mas foi o Goleman que criou e desenvolveu essa ideia genial.

A ideia central da sua palestra tem de ser diferente, criativa e, principalmente, despertar a curiosidade do seu público, sendo inteligente, com um enfoque original e inusitado de abordar um assunto. É aquele algo a mais que você viu e que ninguém viu ainda ou nem falou da maneira como você resolveu falar.

Por exemplo, um dos meus livros de maior sucesso chama-se O sucesso é ser feliz. Seu título representa a ideia central, baseada na frase “o sucesso sem felicidade é a pior forma de fracasso”. Muitas pessoas falavam sobre sucesso, enquanto outros falavam sobre felicidade, mas coloquei um enfoque diferente, que deu uma energia superespecial tanto para a palestra quanto para o livro.

Um dos motivos de várias apresentações não funcionarem é que elas não têm uma ideia central forte o suficiente. O palestrante trabalha apenas em cima de um tema. Se você lhe perguntar sobre o que ele vai falar, ele vai responder algo genérico, como: “vou falar sobre astrologia”. Só que milhares de pessoas falam sobre astrologia! E isso, por si só, não torna uma palestra especial.

A pergunta a ser respondida é: “Por que sua palestra é especial?”.

Por exemplo, se você vai falar sobre “como usar a astrologia para ser mais feliz no seu casamento”, sua palestra se torna especial. Quantos astrólogos você conhece que falam sobre essa ideia?

Essa é a diferença entre trabalhar com um tema e trabalhar com uma ideia central. Por isso, tome muito cuidado para não confundir as duas coisas. Elas são bem diferentes:

- **Tema:** é o assunto genérico, que não torna você um palestrante especial. Exemplos de temas: finanças, motivação, astrologia, saúde, política, sexualidade, amor, filhos, liderança etc. A maioria das apresentações tem um tema, mas ele por si só não comove a plateia, pois é muito geral e vago. Se alguém diz que vai fazer uma palestra sobre finanças, engenharia ou preparação física, por exemplo, você vai ver que muitas pessoas nem sequer vão se motivar a assistir a palestra.
- **Ideia central:** é uma ideia especial, que você criou para tornar sua palestra excepcional. É o fio condutor das suas ideias, com o objetivo de provocar uma reação no seu público e fazer com que ele queira saber mais sobre o que você vai falar. Exemplos de ideia central: “Mulheres ousadas têm salários mais altos” ou “Ter uma atitude positiva frente aos erros faz você lucrar mais”.
- **Ideia genial:** é uma ideia central com uma “grande sacada”. Por exemplo, dentro do tema de finanças pessoais, o conhecido autor norte-americano Robert Kiyosaki escreveu um livro chamado Pai rico, pai pobre. Sua ideia é genial: “A diferença entre as pessoas ricas e as pessoas pobres é a maneira de pensar”. Simples e poderosa, e por isso fez tanto sucesso.

## ***Os passos da sua solução (seu método)***

A solução que você traz é uma saída para o problema do público, mas a pergunta que fica no ar, depois que ela é apresentada, é: “Como posso fazer isso funcionar para mim?”.

Na hora que o cérebro das pessoas perguntar: “Como eu resolvo esse problema?”, você tem de entregar a solução preferencialmente de uma forma organizada, pois isso respeita o mecanismo de funcionamento do cérebro. Entenda que essa é a lógica do pensamento da sua audiência.

O “como” pressupõe um caminho do problema até a solução. Observe os artigos de revista em que você mais presta atenção. Normalmente, são aqueles que têm uma lista de itens a serem percorridos:

- As sete maneiras de conquistar sua esposa.
- As cinco estratégias de criar uma empresa de sucesso.
- As quatro formas de criar novos amigos.
- As três regras de ouro dos empresários milionários.
- Os seis passos para uma viagem inesquecível.

Veja um exemplo simples de algo que aconteceu comigo: em uma época, eu estava com uma dor no calcanhar esquerdo. Fui ao médico, que me examinou e falou que eu estava com fascite plantar. Fez o diagnóstico, falou dos sintomas, das causas e depois falou que eu tinha de ter três condutas para curar essa dor: fazer alongamentos, colocar gelo e usar palmilhas. Ficou claro e simples para mim e me impulsionou a agir. Fiz isso e a dor passou.

Abra as revistas, vá até os grandes portais da internet e veja a quantidade de artigos que trazem um determinado número de itens na estrutura da uma solução. Por que esse modelo funciona? Porque depois de estarem convencidas sobre a possibilidade de resolver um problema, a pessoas querem ter um sistema para agir, e você precisa mostrar a elas o que fazer.

Gosto de colocar cinco ou sete itens nos métodos que crio, mas você pode montar seu com três, quatro, oito itens etc. Apenas sugiro que você não crie um número muito grande de itens, para não tornar seu método muito complicado ou difícil de lembrar.

Vou dar um exemplo: em minha palestra “A revolução dos campeões”, falo sobre as cinco competências dos campeões:

- 1- Velocidade
- 2- Polivalência
- 3- Visão
- 4- Capacidade de realização
- 5- Entender de gente

São cinco competências e pronto! Nada de ficar enfeitando demais; é preciso ser objetivo e prático. Nos exemplos que eu dei, o passo a passo da solução poderia ser:

- As quatro chaves para se relacionar melhor com seu corpo e com os outros: valorize seus pontos fortes; minimize suas imperfeições; personalize suas roupas; cultive relacionamentos saudáveis.
- As cinco atitudes do pai companheiro: convívio próximo; cumplicidade honesta; amizade sem autoritarismo; confiança incondicional; limites com afeto.
- Os quatro segredos dos campeões: objetivo definido, estratégia clara, competência superior, trabalho consistente.

### ***A motivação para a ação***

Da mesma maneira que o médico tem de motivar o paciente a realizar o tratamento que ele prescreveu, você também tem de inspirar seu público a fazer o que você propôs.

Remédio comprado e esquecido no armário não faz efeito. A mesma coisa acontece com sua apresentação: ideia aplaudida que o público não coloca em prática não resolve o problema dele e não faz sua carreira decolar.

Crie motivação para que as pessoas queiram aplicar sua solução. Aqui deve acontecer o que os americanos chamam de *call to action*, ou seja, a chamada para a ação. É uma mensagem que impulsiona as pessoas a fazerem o que você quer que elas façam.

Então, incentive as pessoas a implementarem seu sistema. Portanto, a partir deste momento, jamais fale novamente do problema, senão você desmonta tudo o que construiu.

É como a esposa que está negociando com o marido um compromisso de saírem todos os sábados para se divertirem mais juntos. Quando ela conseguiu o que queria, se voltar a falar dos problemas de falta de convívio do casal, vai desanimá-lo de agir. Com o palestrante acontece a mesma coisa: daqui para frente, fale do futuro e, principalmente, da mudança para o sucesso.

Você precisa ajudar a pessoa a aplicar a solução que você apresentou. Isso é fundamental. Nessa fase, há três estratégias para você motivar a pessoa para a ação:

- Estimular a autoconfiança.
- Inspirar para a superação.
- Motivar para a ação.

## **O conteúdo da sua palestra**

Depois de montar a estrutura da sua mensagem, você vai pesquisar informações para criar o conteúdo do que você estruturou.

Setenta por cento dos palestrantes que existem hoje não progridem simplesmente por falta de conteúdo. Suas apresentações são superficiais e vazias, não convencem e nem tocam o público.

Fico indignado quando vejo palestrantes falando aqueles conceitos batidos, as histórias que todos já conhecem, as frases de sempre e, o pior: a pessoa falando com a atitude de quem está trazendo a maior das novidades do planeta. E fico mais indignado ainda quando sei que alguém contratou um palestrante assim para um evento importante. É um desrespeito com o público e um sinal de descaso com sua empresa, por não ter nem ao menos visto o conteúdo antes da contratação.

O outro lado da história: é muito lindo ver um palestrante que dá informações relevantes. Certa vez, o professor Marins, um palestrante muito conhecido, fez uma apresentação antes da minha, em um evento em Goiânia. Ele começou falando que talvez alguns dos participantes não valorizassem o suficiente o fato de estar em Goiânia, pois poucos sabiam da importância da cidade no mundo.

Ao ouvir essa frase fortíssima, fiquei pensando: “Como ele vai sustentar essa afirmação?”. Então, ele mostrou um slide com os valores do PIB de várias nações e, no slide seguinte, colocou o PIB de Goiânia. Para o espanto geral, a produção econômica da cidade era maior que a de muitos países, como Bolívia e Paraguai. Imagine a reação das pessoas ao descobrirem que o prefeito de Goiânia administra uma economia maior que a de alguns países inteiros! Tenho certeza de que todas as pessoas da plateia se sentiram mais importantes.

Os grandes palestrantes têm sucesso porque são profissionais que estudam, assistem apresentações de palestrantes excepcionais, leem livros grossos, profundos e cheios de conteúdo de qualidade. Eles também fazem cursos, pesquisam muito, aprimoram sua técnica e se aperfeiçoam na aplicação de métodos eficazes para fazer uma apresentação de sucesso.

Vamos ver alguns pontos fundamentais para criar conteúdo

### ***Construa uma mensagem objetiva para ser entendida***

Definitivamente, o cérebro das pessoas pensa desta maneira: o que eu não entendo eu não compro.

Quando for montar o conteúdo das suas apresentações, crie conceitos lógicos e objetivos para que as pessoas entendam exatamente aonde você quer chegar. Assim, elas podem agir para realizar o que você determinou.

Use mensagens diretas, simples, com instruções objetivas e movimentos fáceis.

Vejo muitos empresários fazerem apresentações para sua equipe, mas de uma forma tão confusa que ela sai não sabendo o que fazer. Por exemplo, em uma apresentação, o diretor diz aos funcionários: “A partir do mês que vem, vamos dobrar nossas vendas”. Mas ele coloca muitos números, gráficos, e tantas possibilidades que, no final da sua fala, as pessoas se perguntam: “O que será que ele quer que a equipe realize?”.

Quando eu trabalhava em pronto-socorro, via vários médicos falando aos seus pacientes termos tão complicados e tantas opções de tratamento que, no final da consulta, o paciente procurava outro médico para entender exatamente o que fazer.

Vendedores de lojas dão tantas opções de compra que às vezes deixa o cliente confuso e perde a venda. Há algum tempo, estive nos Estados Unidos, em Las Vegas, e entrei em uma fila para comprar ingressos para um show. Nesses quiosques que vendem tickets para muitas atrações, há tantas opções que existem vários jovens ao longo da fila orientando as pessoas para que elas cheguem ao guichê de compra já com a escolha feita, para que o atendimento seja mais rápido.

Eu já estava com meu show escolhido e falei qual era para o vendedor. Mesmo assim, o jovem começou a falar de tantas outras opções de espetáculos e musicais, que falei para ele que ia tomar um café para pensar melhor e depois voltava. Ele colocou tantas ideias na minha cabeça que eu fiquei confuso sem saber o que escolher.

Por isso, simplifique sua mensagem e mostre o caminho que você quer que as pessoas escolham.

### ***Colecione casos ilustrativos***

Exemplifique suas ideias contando casos verídicos relacionados ao tema de sua palestra. Se estiver vendendo uma nova lente de contato, você pode apresentar um caso de alguém que se libertou dos óculos. Convenções de marketing multinível usam sempre os exemplos de pessoas que estavam em uma situação financeira horrível e, depois de começarem a trabalhar na empresa, ficaram milionárias. Em geral, ilustram o caso apresentado com muitas fotos de casas, carros e viagens.

Quando falo de sonhos, procuro mostrar a importância de termos parceiros que nos ajudem a realizar nossos sonhos, porque a maioria das pessoas ao nosso redor não nos incentiva a realizá-los. Então, conto o caso de um empresário do sul do país que estava apresentando um projeto a um grupo de investidores, que queria fazê-lo desistir da ideia.

Em um momento ele falou alto e forte: “Eu proíbo vocês de destruírem meu sonho. Eu troco vocês, mas não troco de sonhos”.

Se você estiver falando da importância de ser criativo, você pode, por exemplo, contar um caso como este, para ilustrar:

*Conta-se que o estadista britânico Winston Churchill estava no parlamento inglês fazendo um discurso e, de repente, uma mulher se levantou e disse:*

“Churchill, isso que você diz é um absurdo. Você deveria sair da política, deixar de existir...”.

*Churchill continuou sentado, olhando para a mulher. Pegou o cafezinho que estava à mesa e tomou um gole. Então, a mulher esbravejou: “Se eu fosse sua esposa, eu colocaria veneno nesse café”.*

Churchill então a encarou e respondeu calmamente: “Se eu fosse seu marido, eu tomaria esse café envenenado com o maior prazer!”.

Os casos, além de ilustrar nossas ideias, tocam a alma das pessoas e as inspiram a agir.

### ***Tenha um repertório de piadas***

Conte uma piada que faça o público descontraí-lo depois de um tema pesado, ou mesmo uma anedota que ilustre a ideia que você acabou de apresentar, ou ainda que traga uma mensagem sábia, ou uma lição de vida.

Esse recurso não é simplesmente para deixar a palestra divertida ou mais bonita. Ele precisa ser usado com a intenção de provocar uma determinada reação na sua audiência e ajudá-la a fixar o conteúdo que você está passando.

Por exemplo, se sua mensagem for sobre velocidade de resposta, você pode ilustrar com uma piada como esta:

*Um sujeito descobriu que tinha sido traído e acabou seu casamento. Furioso, pegou seu carro e saiu acelerando pela estrada, cometendo todos os tipos de infrações possíveis.*

*De repente, olhou pelo retrovisor e viu um policial dando sinal para ele parar. Acelerou ainda mais, mas o policial continuava atrás dele. Como não tinha mais como fugir, resolveu encostar o carro. O policial se aproximou, olhou para ele, pediu os documentos e disse: “Olha, na velocidade em que você estava eu vou ter de multar você e apreender seu veículo, e isso vai dar uma encrenca danada! Eu estou no final do meu expediente, estou indo para casa e gostaria de resolver isso logo. Se você me der um bom argumento para explicar porque você estava correndo tanto, prometo que o libero!”*

O rapaz olhou para ele e falou: “Sabe o que é, seu guarda? Minha mulher me largou e fugiu com um policial rodoviário. E quando vi um policial de motocicleta correndo atrás do meu carro, fiquei com medo que o senhor estivesse querendo devolver a mulher para mim”.

Uma boa piada na hora certa pode ter um efeito surpreendente em sua plateia e fazê-la se lembrar do que você falou.

## **Ensine às pessoas por onde começar**

Você pode fazer uma excelente palestra, motivar o público como ninguém, mostrar a todos o que precisa ser feito, e mesmo assim as pessoas não partirão para a ação por um motivo bem simples: por não saberem por onde começar.

Você pode, por exemplo, fazer uma apresentação objetiva sobre marketing digital, que defina a importância dessa ferramenta para as empresas, e pode deixar as pessoas com vontade de usá-la em seus negócios. Se o público não tiver a mínima ideia de como começar a usar o marketing digital, é pouco provável que ponha em prática as ideias que você passou, mesmo tendo-as achado sensacionais.

Se você for um cirurgião plástico e mostrar à sua cliente a possibilidade de ela corrigir marcas de estrias da gravidez, ela ficará supermotivada, mas se você não disser naquele momento como começar, ela irá embora sem nem mencionar mais o desejo de fazer o tratamento.

Um médico sanitarista pode fazer uma brilhante apresentação sobre a dengue e suas consequências, e deixar a comunidade de uma cidade preocupada e motivada para agir, mas se ele não explicar como dar os primeiros passos, pode ser que as pessoas se deixem levar por outras preocupações e não coloquem em prática o que ele disse.

Depois que você motivar sua plateia, convide-a a agir e mostre o que fazer. Você acabou de convencê-la de que deveria construir a casa própria? Então mostre a ela o projeto e o contrato para assinar.

A palestra precisa levar a uma ação imediata, já que as pessoas se esquecem rapidamente do assunto que foi tratado. Pesquisas mostram que, imediatamente após uma palestra de cerca de dez minutos de duração, o ouvinte médio assimila apenas metade do que foi dito. Passadas 48 horas, esse mesmo ouvinte se lembrará, em média, de apenas um décimo do que escutou.

Uma forma de ajudar a sua plateia a agir é apresentar duas ou três ações como próximos passos para impulsioná-la a realizar os objetivos que você propôs. Quando faço a palestra baseada no meu livro *O sucesso é ser feliz*, estímulo os participantes a dizerem obrigado aos seus pais.

Quando percebo que o grupo é formado de pessoas de muito sucesso e, portanto, muito ocupadas, peço, durante a palestra, para os participantes pegarem seus celulares e ligarem para seus pais dizendo: “Pai, estou em uma palestra do Roberto Shinyashiki e liguei somente para dizer obrigado por tudo o que você fez por mim. Eu te amo. Daqui a pouco eu ligo de novo para falar mais. Um beijo”.

Colocar em prática, no ato, uma informação, faz com as pessoas experimentem as mudanças e as vejam acontecer. Apresentações de sucesso levam a ações imediatas. Uma apresentação bem resolvida e bem preparada vai lhe dar a segurança e a tranquilidade de subir ao palco com a certeza de atingir seus objetivos.

## **Recursos para turbinar sua apresentação**

Agora que você aprendeu a construir todo o conteúdo para fazer a sua argumentação, é hora de deixar sua apresentação ainda mais apaixonante. Com a estrutura da mensagem montada, chegou o momento de turbinar sua palestra.

A maioria das pessoas que faz apresentações não constrói seu material com cuidado, e simplesmente sai falando suas ideias sem criar pontos de ancoragem para as pessoas poderem reter a essência da sua mensagem.

Porém, hoje em dia, é quase inconcebível não usar recursos técnicos e audiovisuais para dar força à sua mensagem. Por exemplo, quando você pesquisa na internet um hotel para se hospedar, percebe que em seu site há vários recursos para incentivar sua compra: informações, fotos, mapas da localização, vídeos com comentários de pessoas que se hospedaram, história do hotel, características do bairro, e vários outros argumentos para fazer você apertar o botão de compra.

Existem diversos recursos que você pode utilizar para manter a plateia atenta: usar vídeos, fotos, mágicas, músicas e artifícios que mexam com a emoção das pessoas. É importante não exagerar e nem rebuscar demais. Esses recursos garantem momentos especiais, mas só devem ser colocados se realmente tiverem um papel relevante. Caso contrário, vai parecer que você está sem assunto e precisa colocar algo na palestra para passar o tempo.

Então, mesmo que você tenha vários recursos relevantes, não use todos em uma mesma palestra. Escolha sempre os dois ou três melhores e mais adequados, e eles causarão um impacto muito mais positivo na sua apresentação.

Eu, particularmente, turbino minha palestra da seguinte maneira: assim que tenho escrita a estrutura da mensagem, começo a preencher cada uma das etapas com exemplos, casos, fotos, vídeos etc.

Para facilitar seu trabalho, listo aqui alguns pontos em que você deve focar para turbinar sua apresentação e garantir que ela realmente funciona e toca seu público.

### ***Título forte***

O impacto tem de começar com o título da palestra. O nome da apresentação tem de ser baseado na sua ideia central e precisa ser forte e vendedor, para atrair as pessoas. Talvez ele não surja de imediato, mas, certamente, depois que você mergulhar no conteúdo da sua apresentação e montar a estrutura da sua palestra, será mais fácil chegar ao nome ideal. Bons títulos, em geral, executam algumas dessas ações:

- Fazem uma promessa forte para resolver um problema (Exemplo: Trabalhe 4 horas por semana, fuja da rotina, viva onde quiser e fique rico)
- Dão uma direção ou informação (Exemplo: Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes)

- Provocam um pensamento ou despertam curiosidade (Exemplo: Problemas? Oba!)

Quer saber se o nome que você escolheu tem impacto e é vendedor? Conte para as pessoas e peça a opinião delas. Se você tiver de explicar qual é o conteúdo da sua apresentação, é sinal de que o título não está objetivo e precisa ser trabalhado um pouco mais.

Vamos imaginar que você esteja formatando uma apresentação sobre como aumentar as vendas da empresa usando as redes sociais. Se você colocar o nome "As redes sociais e seu negócio" será uma boa opção?

Perceba que o nome é bom, mas é muito amplo e fraco no impacto. Precisa de mais energia. Se você está falando de vendas, sobre aumentar os lucros e ganhar dinheiro, aprimore sua ideia, com algo do tipo "Como multiplicar suas vendas com as redes sociais" ou "Venda mais com as redes sociais".

### ***Vídeos tocantes***

Um vídeo sempre é um grande aliado para você contar uma boa história ou causar um impacto positivo no seu público. Um vídeo pode tocar, comover, emocionar, esclarecer, exemplificar.

Vídeos precisam ser preparados bem antes, seguindo exatamente o roteiro da palestra. Eles precisam ser bem cuidados, bem selecionados, de boa qualidade, relevantes para o tema e tão originais quanto possível, para evitar os erros grosseiros que normalmente as pessoas cometem em suas apresentações, quando não sabem escolher e usar qualquer coisa.

Gosto muito de colocar um vídeo antes de começar minhas palestras. Isso ajuda a audiência a entrar no clima, a conectar-se comigo e a se preparar para o que virá.

Antes da conclusão da minha apresentação, também uso muitas vezes um vídeo para ajudar a criar uma condição para estimular o público a fixar as ideias que passei.

Sua experiência e sua sensibilidade lhe dirão qual vídeo deve ser usado e em que momento. Planeje isso com cuidado e tire os melhores resultados desse recurso.

### ***Fotos criativas***

Aqui vale o ditado "uma imagem diz mais do que mil palavras". Tire proveito disso e escolha três ou quatro fotos significativas para a sua apresentação, para intercalar com seus slides de texto.

Mas muito cuidado: não pode ser uma foto qualquer, sem qualidade, ou que já tenha sido vista à exaustão na internet. Escolha as fotos a dedo, para causar impacto e conquistar mais seu público.

Cada detalhe tem de vibrar por si só. Por isso, se for usar fotografias ou ilustrações, garanta que elas tenham boa definição, sejam bonitas esteticamente, impactantes e ajudem a passar sua mensagem.

### ***Músicas, depoimentos, mágicas e dinâmicas***

Há ainda outros recursos que podem ser usados para tornar sua apresentação mais interessante.

Músicas podem ser usadas, desde que sejam condizentes com o clima que você quer criar no seu público. As músicas, assim como os vídeos, podem ajudar a criar climas emocionais bem interessantes. Você precisa imaginar que é uma trilha sonora de sua apresentação, e planejá-la com coerência.

Depoimentos podem ser gravados em vídeo e são úteis para atestar o funcionamento das ideias que você está propondo, ou exemplificar e complementar o tema de sua apresentação.

Mágicas e truques são recursos que podem ser utilizados para prender a atenção da plateia. Precisam ser simples, fáceis de fazer e que realmente funcionem. Servem como elementos para você surpreender a plateia e capturar seu interesse de modo mais eficaz em momentos decisivos de sua apresentação.

Mas cuidado: existem os mágicos que fazem palestra e os palestrantes que usam mágicas. Muitos mágicos não conseguem fazer carreira nas convenções organizacionais porque baseiam sua apresentação apenas nos truques. No dia seguinte, as pessoas que assistiram simplesmente se lembram de que houve um mágico interessante.

Mas quando um palestrante tem uma mensagem forte e usa mágica, as pessoas se lembram bastante da mensagem. Elas comentam coisas do tipo: “Você viu o que o palestrante falou? Quando tudo parecer impossível, lembre-se que sempre existe uma saída”.

Dinâmicas são atividades individuais ou em grupos que visam aproximar as pessoas, ligá-las ao tema e gerar energia para a palestra. Também são bons elementos para dar movimento a uma apresentação. Mas não abuse delas!

Um palestrante campeão sabe como organizar suas apresentações usando de maneira bem dosada vários desses recursos apresentados, e mesmo outros recursos inovadores. Com criatividade e bom senso, você vai costurando uma palestra inesquecível.

### ***Slides impactantes***

Os slides são parte importante na construção de uma palestra de sucesso. Por isso, sempre tenha uma série de slides impactantes. Eles ajudam você a se situar durante a

palestra, além de facilitar que a plateia acompanhe seu raciocínio e entenda o contexto em que cada tópico se encaixa.

Mas guarde algo muito importante: os slides não podem ser a bengala na qual o palestrante se apoia quando não se preparou adequadamente. Vamos falar sobre os cuidados a serem tomados com esse recurso.

### **Use poucos slides**

Existem apresentadores que usam mais de cem slides para falar durante 15 minutos. Isso é perder a oportunidade de criar vínculo com as pessoas, pois elas precisam olhar para você e, de vez em quando, olhar para os slides.

Muitos slides são uma bomba relógio. Certa vez, em São Luiz do Maranhão, um palestrante começou sua apresentação e começou a passar seus slides. Eram mais de 150. Quando faltavam 15 minutos para terminar a palestra, ele se deu conta de que ainda faltavam mais de cem para serem passados, e começou a correr na projeção deles. Quando o público percebeu que ainda faltavam muitos slides, começou a cobrar que o palestrante falasse sobre cada um deles. Começou, então, uma série de reclamações, e o final da apresentação foi uma bagunça, com pessoas saindo da sala.

Em outra ocasião, um palestrante abriu um evento em que iriam falar mais outros dois apresentadores na sequência. Ele começou a passar os mais de cem slides que tinha feito, e o tempo foi passando. Com o público já impaciente, ele começou a extrapolar o tempo da palestra, e o organizador do evento, no fundo da sala, pulava fazendo sinais para ele terminar. Depois de mais de uma hora de atraso, os outros palestrantes já estavam chateados com a falta de respeito dele. Final da história: muita confusão, gente indo embora antes do final e pedindo o dinheiro de volta.

Ter de 20 a 30 slides é mais que suficiente se sua apresentação tiver aproximadamente 60 minutos. E lembre-se: nenhum dos grandes discursos da humanidade é lembrado por seus slides, mas sim pela forma como a mensagem foi transmitida.

### **Menos é mais**

Efeitos tecnológicos são poderosos para conquistar a atenção do público, mas o bom gosto tem de imperar, porque isso pode tirar a atenção do que você está falando.

Há uns vinte anos, houve a moda dos fogos de artifício no final das palestras nas grandes convenções. Achei isso chiquérrimo, ainda que perigoso quando feito em espaços fechados.

Mas, depois de um tempo, alguns palestrantes exageraram e colocaram várias vezes durante a apresentação. Ficou parecendo uma noite de réveillon. Em vez de prestar atenção à mensagem, as pessoas ficavam embevecidas ou preocupadas com os fogos de artifício. Eu imagino que em um desses grandes eventos tenha acontecido um enorme incêndio e a moda passou.

Com seus slides, indico a mesma coisa: poucos fogos de artifício para não parecer uma festa junina no arraial. Tudo tem de ter bom senso, pois exageros acabam fazendo que você seja lembrado pelo efeito especial e não por sua mensagem.

Não se esqueça de que todos os recursos devem ser usados para você vender sua mensagem e não para fazer um espetáculo sem conteúdo.

Por isso, nos slides, escolha uma cor para o fundo da tela e, no máximo, duas cores para as letras. Assim você evita uma apresentação carnavalesca e grosseira. E lembre-se de sempre usar cores contrastantes entre o fundo e as letras, para dar boa leitura.

### **Use dois tipos de fontes apenas**

Escolha no máximo dois tipos de fontes para o que está escrito, sem muito rebuscamento, para que possa ser lido de longa distância. Eu, particularmente, acho que a fonte deve ser grande o suficiente para ser vista de qualquer lugar, e com qualquer intensidade de luz.

Não misture muitas fontes para não poluir a mensagem. As letras não devem chamar mais atenção do que aquilo que está escrito.

Algumas fontes que eu recomendo usar, por darem melhor leitura, são a Impacta em caixa alta (a minha preferida), e a Helvética e a Arial.

### **Use seu poder síntese**

Muito texto e marcadores em excesso deixam a apresentação chata ou sonolenta. Se um slide estiver abarrotado de informação e com letras pequenas, ele não vai funcionar.

Os norte-americanos usam o que eles chamam de “Regra 5 por 5”: nunca coloque mais que 5 frases por slide e nunca mais que 5 palavras por frase. Esse é um excelente conselho para construir seus slides.

Para conseguir fazer essa síntese da sua mensagem, comece a listar as palavras-chaves e as frases que contêm a essência do que você vai apresentar. Pense sempre que o objetivo é fazer com que público guarde as ideias principais da sua apresentação

### **Apenas uma ideia por slide**

Use o conceito das minipalestras aqui. Muitos especialistas em palestras dizem que uma apresentação de 50 minutos deve ser uma série de aproximadamente 15 minipalestras de 3 a 4 minutos.

Eu concordo totalmente! Por isso, construa suas minipalestras com ideias específicas e monte-as como faz com as peças daquele brinquedo Lego. Cada minipalestra tem seu slide, e cada slide, sua ideia.

### **Inclua gráficos e tabelas**

Muitas pessoas reagem melhor a sinais visuais do que ao texto corrido, ou listas de números. Por isso, um gráfico objetivo pode ajudar a transmitir sua ideia de modo ainda mais eficaz. Mas, se você tiver muitos números e informações, resista à tentação de colocar o gráfico inteiro no slide. Faça uma versão simplificada, com os dados principais, e distribua apostilas com as informações detalhadas. Você também pode indicar sites para que seu público tenha acesso a elas. Duas tabelas são mais que suficientes para mostrar o que você quer dizer.

Agora que você preparou cada um dos detalhes da sua apresentação é chegada a hora de treiná-la com intensidade, para que tudo esteja na ponta da língua.

### ***Passo 3: Treinar***

Chegou o momento de treinar o que você organizou e desenvolver sua performance para a apresentação.

Há algum tempo, uma das maiores redes de supermercados do país me pediu uma série de nove palestras para seus gerentes, baseadas em meu livro "Problemas? Oba!".

O objetivo dessas palestras era convencer as equipes dos supermercados a resolver os problemas dos clientes para que eles se tornassem fieis à marca e, principalmente, mostrar aos funcionários que clientes felizes dão mais lucro porque voltam sempre, como escrevi no livro.

A partir da definição desse objetivo, preparei o conteúdo com um toque de humor, como me foi solicitado. Comecei então a fase de treinamento.

Quando fiz as primeiras apresentações para minha equipe, ouvi deles que as ideias não estavam bem contextualizadas para uma rede de varejo. Então, fiz novas pesquisas para conhecer a realidade do setor e encontrar informações que convencessem o público-alvo de que seria mais fácil atingir suas metas se eles conseguissem que seus clientes ficassem felizes.

Criei duas frases que ficaram muito interessantes: "Clientes mal atendidos trocam de supermercado" e "Clientes frustrados não compram mais em nossas lojas".

Nos treinos seguintes, as pessoas que me assistiram reclamaram que a apresentação estava muito séria. Trabalhei mais, melhorei as piadas e meu desempenho ao contá-las. A seguir, convidei alguns amigos do setor varejista – meu público-alvo – para assistir a essa nova apresentação. Eles fizeram mais alguns comentários sobre a linguagem, que precisaria estar mais próxima à usada pelo pessoal do varejo.

Fiz mais ajustes e voltei a treinar. À medida que treinava, ia me sentindo mais à vontade com essa apresentação, que foi ficando cada vez mais consistente. Até que concluí os acertos e já havia treinado o suficiente para fazer uma excelente apresentação.

Esse processo de treinamento e aprimoramento é semelhante à construção de uma peça de teatro, em que o diretor vai aperfeiçoando o espetáculo ao longo dos ensaios e os atores vão melhorando seu desempenho no palco e ficando mais seguros com sua atuação.

Talvez você seja um empresário ocupadíssimo e esteja pensando neste momento: “Eu não tenho tempo para gastar com todos esses preparativos, mesmo porque não sou um palestrante profissional. Falo somente uma vez por ano na convenção da minha empresa e não importa muito como minha apresentação vai ficar”.

Mas é aí que você se engana. Pelo fato de precisar falar uma vez só por ano é que você tem de “arrasar”. Lembre-se: é sua empresa e sua equipe. O que você falar na convenção anual irá nortear essas pessoas durante um tempo considerável. Por isso, sua apresentação tem de ser fulminante!

Além do mais, com o tempo você vai descobrir que faz apresentações o tempo todo, seja para seus diretores, para seus clientes e até para sua família. Quanto mais você se preparar e treinar, mais natural será sua apresentação e, portanto, mais poderosa.

A sabedoria popular diz: a prática conduz à perfeição. Eu digo que ela traz também segurança.

A maior causa do medo de falar em público é a falta de treino. Até mesmo eu, depois de tanto tempo fazendo palestras, vou me sentir inseguro se não me preparar e nem treinar direito uma apresentação.

Treinar a apresentação possibilitará que você aprimore a estrutura da mensagem e tenha uma performance de palco cada vez melhor.

Existem dois tipos de treinamento que podem ser feitos:

**Treinamento do conteúdo:** é quando você treina focando nas informações que organizou, até ter certeza de que o texto está ótimo e, principalmente, que tem segurança de que ele está memorizado.

**Treinamento do desempenho:** é quando você treina a performance de palco, pratica toda a sua movimentação, o tom de voz, gestuais, postura, fluência do texto na fala, sincronização com os elementos audiovisuais como slides, vídeos etc.

Você pode também fazer treinamentos solitários ou treinamentos com público. Os treinos solitários são importantíssimos, mas poucas pessoas têm disciplina para realizá-los. Por isso, cada vez que você treinar por conta própria, vai dar um passo para superar seus concorrentes.

Eu continuo fazendo os treinamentos solitários para perceber alguns detalhes que somente observamos com esse tipo de treino.

No treinamento com público, você convida pessoas, como colegas, amigos e até clientes, para assisti-lo, para fazer comentários e dar sugestões, tanto sobre a estrutura da apresentação quanto sobre seu desempenho no palco.

Esses treinos em que há outras pessoas assistindo podem ser mais animadores, já que a tendência é o palestrante investir mais energia na sua preparação, por saber que há pessoas que se comprometeram em ajudá-lo.

### **Treinando sozinho**

Esse tipo de treinamento é o melhor para as primeiras vezes em que você for treinar, porque vai deixá-lo mais à vontade.

Você pode treinar imaginando que está falando para uma plateia. Para isso, simule o local em que acontecerá a apresentação em uma parte da sua sala, de seu quarto ou de seu local de trabalho. Memorize o texto e vá falando cada vez mais naturalmente.

Fale em frente a um espelho para ver o que seu público estará assistindo. Use um microfone de verdade e coloque a roupa que você vai usar no dia da apresentação. Se for usar slides, providencie o computador e o projetor. Ou seja, prepare todo o contexto e o ambiente da maneira mais fiel possível ao que será no dia da sua apresentação.

Se sua apresentação tiver 60 minutos, faça, a princípio, treinos na metade desse tempo, porque os pontos que precisam ser melhorados já ficarão aparentes logo no começo de seu desempenho.

A seguir, vá melhorando o texto, as falas, o uso dos recursos audiovisuais e sua performance de palco. Depois de algumas vezes treinando dessa maneira, faça a apresentação com a duração real que ela vai ter.

Em uma segunda etapa do seu treinamento, grave sua apresentação em vídeo e procure assisti-la logo depois de fazê-la. Dessa maneira, você vai poder observar os detalhes da sua apresentação e saber como melhorá-la.

### **Treinando com plateia**

Os treinos com plateia, ou seja, com pessoas convidadas para assistir você praticando, também merecem alguns cuidados. Nos primeiros treinos, convide pessoas muito amigas, pois dessa maneira você ficará mais à vontade tanto para fazer a apresentação quanto para receber as críticas e sugestões.

Só em uma segunda etapa convide possíveis clientes. Se você é um vendedor, um profissional liberal ou um empresário, convide seus clientes em potencial para assistir sua palestra e diga a eles que você os convidou porque representam a razão de seu

trabalho. E que você precisa de uma orientação concreta deles para realizar seu objetivo de fazer uma apresentação poderosa.

### ***Seja inteligente: aproveite as críticas***

Aproveite a ajuda de seus convidados e tenha a mente aberta para ouvir as críticas que eles vão fazer. Seja inteligente para receber com gratidão o que as pessoas disserem. Infelizmente, a maioria das pessoas só quer ser elogiada e acaba perdendo a oportunidade de se aperfeiçoar. Elogios são importantes porque elevam a autoestima, mas elogios vazios, inadequados, destroem a autoconfiança.

Durante minha vida como editor, fui contratado várias vezes para dar pareceres em textos de futuros autores e observei que a maioria me contratava para eu dizer que seu livro estava ótimo, mesmo quando, na verdade, estava sofrível.

Se você tiver essa atitude de não querer ouvir críticas, vai perceber que as pessoas no início vão criticar, mas depois, quando virem que você somente quer elogios, vão começar a falar o que você quer ouvir e não o que você precisa escutar.

Quando alguém fizer uma crítica, sorria e diga obrigado. Isso vai estimular a pessoa a aprofundar sua análise. Na verdade, criticar dá muito trabalho e é importante que você mostre o quanto é grato por essas orientações.

### ***O melhor elogio é conseguir fechar um negócio***

Quando convido pessoas para participar dos treinos das minhas apresentações, aviso logo que não estou esperando que elas façam elogios, pois o maior presente que elas podem me dar são suas críticas.

Eu sei que se eu fizer uma bela apresentação, os elogios virão na forma de contratos e negócios fechados. Na verdade, não adianta as pessoas elogiarem sua apresentação e, na hora H, ninguém comprar seu produto.

Os elogios que realmente importam são as ações dos expectadores das apresentações:

- Se você está apresentando um projeto ou um produto para o cliente, o melhor elogio é ele comprar o que você vende e não simplesmente dizer que adorou o que você falou.
- Se você é um executivo, o verdadeiro elogio é sua equipe trabalhando até no final de semana para conseguir entregar o projeto dentro do prazo.
- Se você é um político, o maior elogio é conseguir o voto da população na eleição.
- Se você é um escritor, o grande elogio é ver seu livro na lista dos mais vendidos e não os amigos dizendo que o responsável pelo encalhe foi um erro de distribuição.

Em resumo, a fase de treinamento da apresentação não tem como objetivo conseguir aplausos, mas sim construir uma palestra poderosa.

### ***As apresentações têm de ser um show com muito conteúdo***

As apresentações poderosas combinam dois tesouros: conteúdo profundo e uma boa performance de palco. Por isso, durante a fase de treinamento, você precisa repassar e completar o conteúdo onde for necessário, e aprimorar as técnicas que possam lhe proporcionar uma excelente performance de palco.

Há palestrantes que mostram somente que conhecem muito de seu assunto, e frequentemente fazem apresentações chatas. Um exemplo típico são alguns professores acadêmicos que confiam tanto em seu conhecimento que não se dão ao trabalho de falar com paixão e capricho sobre suas ideias.

Muitas vezes, outro desequilíbrio acontece com alguns palestrantes que vêm da área de vendas: um desempenho de palco bom e forte, mas vazio em conteúdo.

Treine para ser capaz de alimentar o cérebro de seu público com ideias, o coração dele com inspiração e os olhos com uma bela apresentação enriquecida com slides, fotos e vídeos. Proporcione ao público uma experiência sensorial completa e eficaz, que o faça agir na direção que você pretende.

Invista seu tempo em preparar e treinar um conteúdo profundo integrado com um maravilhoso desempenho. Você vai trabalhar um mês com força total, mas vai lucrar durante muitos anos com sua apresentação.

Para você “arrasar” no palco, é importante:

- Treino para incorporar todo o conteúdo da palestra
- Treino para ter posse do palco
- Treino para construir vínculo com o público
- Treino para manter o nível de energia alto

### **Treino para incorporar todo o conteúdo da palestra**

Um dos pontos mais importantes aqui é você ter na ponta da língua o conteúdo da sua apresentação. Treine até ter tudo o que você preparou totalmente decorado, como as informações, os casos, as histórias, a apresentação do problema, causas, sua solução, motivação, conclusão etc., para você mostrar a familiaridade de quem é uma autoridade no tema.

Faça como os alunos que estudam para o vestibular: fale em voz alta as matérias e repita seu conteúdo para decorá-lo, até ficar à vontade falando sobre ele. Uma boa parte dos treinos individuais deve ser dedicada somente a memorizar e ficar à vontade

com todas as informações que você coletou e organizou quando preparou sua apresentação.

Quando você falar seu texto para a plateia, ele tem de estar tão profundamente interiorizado e natural que vai parecer que você fala sobre isso há décadas. Sua apresentação tem de estar tão incorporada por você quanto o texto de um monólogo está enraizado na alma de um ator.

Você provavelmente deve estar querendo me perguntar: “Roberto: como eu consigo esse efeito?”.

A resposta é: com muito treino e paixão de quem sabe que vai ajudar pessoas a mudarem sua vida.

### **Treino para ter posse do palco**

O palestrante tem de entrar no palco – mesmo que ele seja apenas um espaço em uma sala de reuniões – com a força com que uma Fernanda Montenegro entra para fazer um espetáculo de teatro. É impossível não ter vontade de aplaudi-la.

Você tem de entrar para fazer sua apresentação com a tranquilidade de um sacerdote rezando uma missa. Ele representa o sagrado e ninguém entra naquele espaço sem sua permissão.

Você precisa treinar sua apresentação até o ponto em que, quando começar a falar, sua presença seja tão forte que todos façam silêncio para escutá-lo. As pessoas querem alguém que elas possam admirar; então, treine muito para ser esse alguém.

A posse do palco nasce da certeza de que você é a melhor pessoa para estar lá na frente falando para aquelas pessoas naquele momento e situação. Tenha claro que você tem de entrar com tudo, porque não existe tempo para fazer aquecimento quando você estiver lá começando a falar.

Sua atuação nos três primeiros minutos da apresentação vai decidir como as pessoas vão acompanhá-lo pelo resto da sua palestra. Não aja como aquele time de futebol que entra em campo distraído e toma um gol logo no início do jogo e tem de passar o resto do tempo correndo atrás do prejuízo.

### ***Marque sua presença física***

Para ter posse verdadeira de palco, também é importante que sua presença física seja marcante, envolvente, contagiante. Isso depende, muitas vezes, de detalhes que em geral deixamos passar sem nos darmos conta. Vou falar de alguns deles.

Seu corpo tem de mostrar que você é um exemplo de sucesso. Portanto, cuide de sua aparência, postura, atitude e saúde. Procure se exercitar para ter e mostrar sua energia e vitalidade. Descanse bem antes de chegar à palestra e suba ao palco com um olhar firme e uma postura imponente, porém sem ser arrogante.

Trabalhe seu corpo, sinta-se bem, disposto e saudável. Além do mais, você precisa demonstrar, com sua presença física, uma congruência com o que está falando. Se estiver falando sobre enfrentar um desafio, seu corpo precisa transmitir firmeza. Se você está falando de uma dificuldade, seu olhar tem de transmitir compreensão. Seu corpo todo fala e sua linguagem corporal diz muito, e muito mais claramente que sua voz. Procure cuidar para que ela diga o mesmo que suas palavras.

Fique atento à sua voz, ao tom e à velocidade de sua fala. Procure ser natural de todas as maneiras, mas demonstre potência e assertividade. Tire proveito das pausas de pensamento, que fazem a audiência refletir sobre o que você acabou de falar.

Como postura, adote o hábito de ficar de frente para a plateia, ombros erguidos, ligeiramente curvados para frente, em uma demonstração de que você é acessível, receptivo e amigável.

Gestos comedidos e alternados, de acordo com a entonação e com o volume da sua voz, e de acordo com o que está sendo falado, criam mais sintonia e aproximam você do público.

Cuide de sua expressão facial. Treine bastante para ter expressões agradáveis e coerentes com aquilo que você fala, pois isso reforça o que você diz. Todos acham, por exemplo, muito inadequado quando veem na TV um repórter dando uma notícia triste com um meio-sorriso nos lábios.

Movimente-se demonstrando energia, ação e maestria, de modo a ser seguido pelos olhares da plateia, que tentarão sempre adivinhar seu próximo passo. Não seja previsível, surpreenda sempre. Cause impacto e admiração. Isso cria expectativa no público, que ficará muito mais ligado ao andamento de sua apresentação.

### ***Movimente-se com segurança***

Treine sua movimentação no palco para que ela seja firme e segura. Além da sua voz e da sua maneira de olhar as pessoas, seu jeito de caminhar também vai mostrar a todos que você sabe como ajudá-los.

Transmitir segurança para as pessoas em todas as suas manifestações é importante. É como um grande cirurgião, que fala que o paciente vai ficar curado após a cirurgia, ou como um competente engenheiro quando fala que o prédio vai ficar pronto no prazo. Se você se sentir seguro, o público se sentirá seguro.

Não faça sua apresentação como se as pessoas estivessem ali lhe fazendo um favor por assisti-lo. Você precisa ter consciência do valor que vai oferecer à plateia. Então, enquanto você constrói, testa e treina sua performance de palco, busque elementos para reforçar e renovar a segurança que você tem em si mesmo, no quanto sabe e em tudo o que você tem para oferecer ao público.

Procure perceber, sentir e observar onde estão suas inseguranças e trabalhe no sentido de eliminá-las. Lembre-se que 90% da insegurança que você sente é falta de treino.

Quando se movimentar, procure sempre o meio termo: nem ficar andando muito de um lado para o outro freneticamente (o que faz a plateia se sentir em um jogo de pingue-pongue), e nem ficar parado, como se estivesse fazendo um monólogo dramático em um teatro.

Também não fique parado, olhando para os slides e lendo o que está lá, porque isso demonstra insegurança em relação ao conteúdo e falta de consideração com seu público. Treine até que você não precise do auxílio dos slides para ter um excelente desempenho.

Ao ficar parado, apoie-se nos dois pés com equilíbrio. Ao andar, faça isso com firmeza e altivez, como se fosse um modelo andando pela passarela, magnetizando o olhar de todos.

Treine usar sempre um lado do palco para falar coisas mais leves e bem-humoradas e o outro para falar sobre assuntos que exijam mais reflexão. Sua plateia irá acostumar-se com essa regra e estará preparada para receber cada tipo de informação, conforme você se movimenta.

### **Treino para construir vínculo com o público**

Você precisa criar uma forte sintonia com seu público. Quando falo sobre isso, lembro-me de uma cantora que eu adorava, chamada Nara Leão. Ela não era muito afinada, mas tinha carisma e uma capacidade de criar cumplicidade com o público tão incrível que em seu show, logo na primeira música, torcíamos para dar tudo certo.

As pessoas escutam com o coração quando percebem que você conversa com elas. É preciso ter claro que suas ideias abrem a mente, mas é o vínculo emocional que estimula, durante uma apresentação, o desejo das pessoas de mudar.

Como você pode criar vínculo com seu público? Uma das estratégias que mais funcionam é começar sua apresentação agradecendo. Por exemplo, agradeça à pessoa que o contratou, agradeça à empresa, às pessoas que organizaram o evento e a quem está ali para assistir à sua apresentação. Procure ser cordial, dando um sorriso sincero, mostrando que seu objetivo é ajudar quem está lá.

Durante a apresentação, uso muito duas ferramentas que vão ajudar você a conseguir essa conexão especial com as pessoas que vão ouvir você:

- Comunicação afetiva
- Linguagem adequada

### ***Faça uma comunicação afetiva***

Os indianos usam a palavra namastê para cumprimentar-se. Ela significa algo como “meu coração encontra o seu coração”. Uma das estratégias mais poderosas para conseguir esse encontro é se colocar no mesmo nível das pessoas.

A maioria absoluta dos palestrantes, especialmente profissionais liberais, tem a tendência de falar somente de suas vitórias e conquistas pessoais, para serem admirados. Mas ninguém tem apenas vitórias na vida. Essa estratégia pode ser interessante para conseguir ser respeitado intelectualmente, mas não é poderosa o suficiente para criar cumplicidade afetiva com as pessoas.

Um dos recursos que sempre utilizo para conquistar a cumplicidade das pessoas é contar uma história verdadeira de alguma dificuldade que tive em minha vida, seja no plano pessoal, familiar ou profissional.

O herói tem sempre de sofrer, pois sem sofrimento não existe a identificação das pessoas com ele. Elas precisam sentir que você faz parte daquele contexto que está apresentando, e que, da mesma maneira como você superou as dificuldades sobre as quais está falando, elas também podem fazê-lo.

Pense em como você pode falar com as emoções do público. Faça com que as pessoas se tornem suas amigas, suas cúmplices, que se espelhem em você por meio das emoções.

Olhar nos olhos das pessoas para quem você está falando também facilita estabelecer a comunicação que você deseja. Isso precisa ser feito com cuidado, para transmitir sinceridade e interesse legítimo. Seu contato visual com pessoas da plateia deve ser preciso e objetivo, nem longo nem curto: apenas o suficiente para criar sintonia. Treine bastante para fazer isso sem quebrar o ritmo da sua apresentação.

Certamente, quando você estiver palestrando para uma plateia com várias centenas de pessoas, é mais difícil olhar todas as pessoas nos olhos. Mesmo assim, escolha algumas, geralmente duas que estejam na frente, uma em cada lado da plateia, e mais duas no fundo da sala, para fazer uma conexão visual. Olhá-las nos olhos vai mostrar que você é uma pessoa aberta, que não tem o que esconder.

Outro ponto fundamental: procure olhar as pessoas que estão prestando atenção à sua apresentação. A maioria dos palestrantes iniciantes tende a prestar atenção nas pessoas que estão distraídas com seu celular, ou mesmo conversando com um acompanhante e, no final, acabam perdendo a concentração.

Nos dias de hoje, é muito comum que as pessoas tenham pendências de trabalho e fiquem prestando atenção aos seus e-mails ou até saiam da sala para atender ao celular. Então, foque em quem está prestando atenção, pois essas são as pessoas que verdadeiramente vão captar sua mensagem.

Isso vai ajudar você a se sentir competente e, depois de um tempo, perceber que até o sujeito mais distraído pode acabar encantado com sua apresentação.

Crie uma comunicação afetiva com seu público, fale com seu coração. As pessoas não estão comprando apenas seu produto, seu serviço, seu projeto ou o conteúdo de sua palestra; elas estão comprando você.

## ***Use uma linguagem adequada ao público***

É fundamental se comunicar claramente, ou seja, é preciso que as pessoas entendam o que você está falando e o que quer passar a elas. Mas, qual é a linguagem que você deve usar para falar com a plateia em sua apresentação? Será que você deve falar apenas para as pessoas que têm um vocabulário privilegiado, ou seria melhor expandir para um público mais amplo? É permitido usar gírias, ou o recomendado é manter-se preso à linguagem mais coloquial?

Tudo depende de quem é seu público. Se você for falar só para advogados, use linguagem de doutores. Se for falar para adolescentes, use uma linguagem que eles entendem e gostam. Claro, você não precisa se comportar como um adolescente, mas sim adequar seu modo de falar para algo menos formal.

O que realmente importa é você criar empatia e ter simpatia para manter o interesse de todos no que você diz. De modo geral, quanto mais simples for seu linguajar, maior será o público que você poderá atingir.

Mas, atenção: falar de modo simples não quer dizer falar errado, ou de maneira superficial, ou ainda de maneira confusa, sem deixar claras as ideias que você quer passar. As perguntas a seguir vão ajudar você a checar se sua linguagem está adequada. Procure respondê-las:

- Para quem vou falar em minha palestra? Quem são os meus ouvintes?
- Qual é a melhor linguagem a ser usada em minha apresentação?
- O que eu preciso fazer para comunicar-me de verdade com meu público?

Em todos os casos, procure sempre dar seu recado de modo elegante. Ficou na dúvida? Use o meio-termo: uma linguagem nem tão sofisticada, mas também nem tão básica.

Mais importante ainda: evite termos chulos, jargões de áreas muito específicas, palavrões, ofensas, frases preconceituosas e assuntos delicados para as pessoas ou para o lugar em que você falar.

## **Treino para manter o nível de energia alto**

Manter o nível de energia alto da plateia facilita a transmissão da sua mensagem e faz as pessoas se sentirem muito bem em participar. Quando as pessoas saem cansadas de uma apresentação, há a tendência de ficar com uma impressão negativa dela. Mas quando elas saem leves e energizadas, ficam com o sentimento de que se divertiram e aproveitaram muito.

Uma das técnicas que uso para manter alta a energia do grupo – e que recomendo que você treine muito – é estimular ações na plateia. Por exemplo, peço que se levantem em determinados momentos, que troquem um aperto de mão ou um abraço com dois ou três companheiros, que digam algo para quem está perto, e as convido

para dançar ou simplesmente aplaudir com intensidade e entusiasmo um determinado colega.

Para cada plateia, há atividades que caem bem e outras que não devem ser usadas. Por exemplo, não vá usar esse recurso em uma apresentação para os diretores da empresa. Você precisa ser muito cuidadoso ao avaliar seu público e ver o que pode ser feito em cada caso.

Enquanto treina sua performance de palco, liste algumas situações em que você poderá solicitar ações do público e quais serão essas ações. Mantenha essas ideias com você, até que possa, durante a palestra, avaliar qual delas usar.

Mas lembre-se: você nunca vai agradar a todos. Sempre vão existir aqueles 5% que criticarão você. Não lute contra isso. Enquanto se prepara e treina a sua apresentação, crie uma estratégia para ter mais jogo de cintura para lidar com essas pessoas.

Quando você está energizado, sua plateia fica energizada. Então, todo o preparo que você puder fazer nesse sentido será bem-vindo. Se for necessário, faça cursos de oratória, preparação vocal, teatro, esporte, condicionamento físico, tudo para melhorar seu desempenho diante da plateia.

### ***Fale com empolgação***

Muita gente fala de maneira monótona e sem estar apaixonado pelo tema. O resultado é uma apresentação morna, chata, sem graça, e que não atinge os objetivos para os quais ela foi programada.

É preciso ter empolgação e emoção na voz. Sua voz precisa ter vida. Ela precisa variar conforme a mensagem que você quer transmitir. Por isso, muitas vezes você vai precisar falar mais baixo, outras vezes vai precisar quase cantarolar o que diz, e outras vezes vai mesmo precisar falar alto, forte e até mesmo “gritar”.

Mas não me entenda mal. Não estou dizendo para você ser grosseiro. Você precisa ser educado, mas nunca deixar que sua educação faça com que sua paixão pelo que você está ensinando fique escondida embaixo de uma postura acanhada e sem energia.

Em uma apresentação, há duas possibilidades de comunicação:

**Comunicação com valor agregado, mas fria:** Quando você fala com o cérebro, com muitos conhecimentos, mas sem coração e sem emoção, e isso não toca de verdade e nem motiva o público.

**Comunicação quente, mas vazia:** Quando você fala com o coração e com as emoções, mas não têm conhecimento, não têm força naquilo que dizem. A mensagem fica superficial e frágil e não chama o público para a ação.

Treine bastante falar com o cérebro e com o coração. Suas palavras precisam partir do coração, ser orientadas pelo cérebro e serem transmitidas com emoção e entusiasmo para tocar quem ouve você.

### ***Convide as pessoas para participar***

Manter a plateia energizada é um desafio e um dos segredos para vencê-lo é fazer as pessoas participarem. Quanto maior for a participação, maior a energia do grupo.

Uma sugestão para você é, antes da apresentação, conversar com algumas pessoas que vão estar na plateia e saber algo sobre elas. Durante sua apresentação, fale o nome dessas pessoas esporadicamente e diga algo positivo, tomando cuidado de que isso não seja algo muito pessoal.

Existem várias maneiras de incentivar a participação das pessoas, mas acho estas fundamentais:

- Faça perguntas.
- Elogie quem participa.
- Peça para as pessoas repetirem as frases importantes.

#### **Faça perguntas**

Lance perguntas o tempo todo para a plateia, para incentivar seu envolvimento, mas não espere que todas as pessoas respondam a essas perguntas para não virar uma tremenda confusão. A ideia é estimular as pessoas para refletir sobre o que você está dizendo.

Acho muito produtivo o apresentador comentar a resposta de uma ou de outra pessoa aleatoriamente, pois isso cria mais de sinergia ele e o público. Enquanto estiver treinando suas apresentações, escolha as melhores perguntas e, principalmente, treine fazer perguntas para estimular a participação de todos.

#### **Elogie Quem Participa**

Sempre que alguém responde a uma questão, procuro elogiá-lo não só pela participação, mas também por sua ideia. Às vezes, mesmo depois de um comentário totalmente fora do contexto, eu procuro fazer uma leitura que mostre a pertinência da resposta.

Elogios são maneiras simples e gentis de recompensar quem participa e de fazê-lo se sentir valorizado e considerado, saindo com a sensação de que deu uma contribuição de valor.

Outra maneira de elogiar é dando pequenos presentes para pessoas da plateia com algo, em especial aquelas que colaboram com você. O presente, de preferência, precisa ser algo ligado ao seu trabalho ou à promoção dele. Por exemplo, costumo presentear o público com exemplares de meus livros. Mas se você não tiver nada do gênero, um bombom é sempre festejado por quem recebe.

### **Peça para repetir**

Quando você está falando para um grupo grande, pode pedir para que as pessoas repitam alguns dos conceitos mais importantes que você falou.

Fazer o público repetir tem duas vantagens muito importantes: ajuda a aumentar a energia do grupo e também facilita que as pessoas memorizem o que você disse.

Quem assiste à minhas palestras sabe que costumo pedir para que as pessoas repitam algumas ideias falando para os companheiros que estão sentados ao lado, como se estivessem ensinando esse conceito. Essa atividade costuma ser bem divertida, com as pessoas rindo e se soltando, o que levanta muito o astral da palestra.

### **Aprimore sempre seus resultados**

A melhor referência para avaliar a qualidade da sua apresentação é o resultado que você obtém a partir dela. Se você é um corretor de seguros que mostra seus planos para as empresas e está conseguindo fechar uma quantidade maior de contratos depois de suas apresentações, significa que elas foram, no mínimo, muito boas.

Só que mesmo que você feche 70% a mais de contratos, ainda pode melhorar um pouco mais a maneira de apresentar suas ideias e propostas aos seus clientes, para conseguir fechar um número ainda maior de contratos.

Você precisa se aprimorar o tempo todo, pois o sucesso é construído passo a passo, melhoria a melhoria. Além disso, o fracasso nunca chega de repente. Ele costuma avisar que está se aproximando, mandando pequenos recados a você – é um consultório que vai tendo cada vez menos pacientes, são os clientes que param de fazer pedidos, são as reclamações que começam a ficar cada vez mais frequentes...

Quem não se aprimora, para, estagna. Quem não evolui, tende a ter resultados cada vez mais pobres, porque a concorrência está evoluindo e com certeza vai ultrapassá-lo.

Melhorar resultados é consequência de melhorar seu desempenho, que por sua vez é decorrência de aprimorar detalhes.

Portanto, busque melhorar em tudo, sempre, principalmente em suas apresentações no trabalho, para seus clientes, para sua equipe. E, em especial se você é um palestrante profissional, aprimore sempre a qualidade daquilo que oferece ao seu público. Porque, além de garantir o seu sucesso, você estará ajudando muitas outras pessoas a também terem sucesso.

Um grande abraço,

Roberto Shinyashiki

