

PRESENTATION ZEN

Appunti sul libro di Garr Reynolds

Bonacina Alberto

Sommario

Appunti sul libro di Garr Reynolds in cui vengono presentati i principi della realizzazione di presentazioni per eventi o per condividere una idea in modo semplice e attrattivo per il pubblico.

Introduzione

Una delle prime indicazioni che si dà in questo libro rappresenta lo scopo generale di una presentazione: presentare. Potrà sembrare una cosa stupida ma molti al giorno d'oggi quando realizzano una presentazione, per esempio con PowerPoint, OpenOffice Impress o altri supporti, non tengono in considerazione questo aspetto creando delle presentazioni noiose e per nulla utili al pubblico. I più riempiono le loro presentazioni con elenchi puntati, grafici e numeri stipati in maniera inverosimile in una sola slide, rendendo ardua al pubblico sia la lettura della slide che la sua comprensione.

Viene detto nel libro che la presentazione serve solo allo speaker come supporto al suo discorso, e deve avere una vita breve. Concluso l'intervento le slide non devono essere disponibili, perchè non possono essere seguite in maniera corretta senza il supporto di chi le "raccontava". Realizzare una presentazione testuale, e con testuale intendo con molte parole, elenchi puntati e numeri, di solito viene utilizzata da molti come una scorciatoia per poter lasciare le slide al pubblico e fornire così agli ascoltatori una sorta di documentazione di quanto si è detto. Avete mai provato a rileggere delle slide dopo una presentazione? impossibile, specie se il carattere è piccolo (per far stare molta roba) e se sono state stampate più slide in una pagina, la persona che non ha molta voglia di rileggerle alla seconda slide butterà l'intero malloppo.

Altra cosa da non fare è distribuire le slide prima di una presentazione, specie se sono scritte in maniera "testuale" perchè implicitamente autorizzate il pubblico a non starvi a sentire, tanto trova già tutto scritto...

Quando gli ascoltatori assistono ad una presentazione non possono contemporaneamente leggere le slide e starvi a sentire; quindi nelle slide ci deve essere scritto il meno possibile. Le slide servono solo a voi per far associare l'idea/concetto che state portando avanti all'immagine che loro stanno vedendo in modo che si crei la cosiddetta associazione di idee.

Un'ulteriore indicazione riportata nel libro, e che dovrebbe essere tenuta in considerazione sin dal primo minuto (ancora prima di preparare la presentazione), è il vostro ruolo durante la presentazione, che potrebbe rispondere alla domanda: ma io che sono lì a fare? la risposta è semplice: voi siete lì per vendere la vostra idea/idee al pubblico che vi sta ascoltando, e ripeto ascoltando. Dovete indirizzare l'interesse del pubblico verso la vostra idea in modo che gli ascoltatori siano portati a ricordare quella idea e a analizzarla in futuro. Dovete suscitare interesse nel pubblico, dovete dare loro qualche cosa che non può essere trovata per iscritto: la vostra passione e la vostra esperienza.

Da eliminare assolutamente sono gli effetti grafici che si possono trovare nelle presentazioni, come dissolvenze, rimbaldi di figure e suoni, meglio preferire la semplicità ed utilizzare immagini di buona qualità per esprimere un concetto, come riportato da Seth Godin nel libro:

"Dovete parlare dell'inquinamento a Houston? Invece di mostrare i dati dell'agenzia governativa ambientale in quattro punti, perchè non leggete le statistiche e fate vedere una fotografia che ritrae uccelli morti, smog o magari dei polmoni malati? E' ingiusto. E' scorretto. Però funziona."

Come buona abitudine al termine di una presentazione si potrebbe distribuire un documento, si ho detto documento come si comanda, scritto cioè con un programma adibito a fare quello e non la versione testuale delle slide, in cui riportare con maggior dettaglio quello che avete detto, con informazioni su come e dove trovare ulteriori informazioni in modo che possa essere letto anche senza il vostro “supporto vocale”; questo ovviamente implica che il documento deve essere scritto in maniera chiara e precisa, vi costerà un po’ più di lavoro ma ne vale sicuramente la pena e ne avrete sicuramente un ritorno positivo in termini di immagine.

Preparazione

Un aspetto che non bisogna mai dimenticare è la creatività. Potrà sembrare che non vi appartenga ma tutti noi possiamo essere creativi a modo nostro. Sviluppare una presentazione è sicuramente un atto creativo che coinvolge in modo completo il nostro cervello, sia nella sua parte analitica sia in quella creativa. La parte analitica (che si trova nella zona sinistra del cervello) sarà maggiormente utilizzata nella fase preliminare, quando dovremo mettere insieme le informazioni, eliminarne delle altre e unire il tutto coerentemente, la parte creativa (che si trova nella zona destra del nostro cervello) verrà maggiormente utilizzata nella parte di creazione vera e propria della presentazione, quando andremo cioè a creare le slide vere e proprie.

Nel creare una presentazione non dobbiamo mai dimenticarci di rischiare, di affrontare la sfida con la “mente del principiante”, citando il libro:

"Come se fosse un bambino, una persona che affronta la vita con la mente del principiante è fresca entusiata e aperta alle molte possibilità di idee e soluzioni che si trova davanti [...] Chi ha la mente del principiante non è gravato da vecchi abitudini, nè ossessionato dal modo in cui si fanno le cose qui [...] un principiante è aperto e ricettivo ed è più propenso a dire: perchè no?"

affrontare la sfida della presentazione con questa mentalità ci porta a non avere paura di sbagliare, non dobbiamo essere frenati dalla paura di innovare solo perchè fino ad adesso si è sempre fatto così ed è andato sempre tutto bene. Questo non significa che non si deve prendere mai la “vecchia” strada ma ci deve solo spingere a prendere in considerazione tutte le strade che abbiamo davanti e scegliere di volta in volta quella che ci sembra la migliore ma sempre tenendo un occhio puntato sull’innovazione e sul rischio.

Tornando all’importanza della creatività reputo sia molto interessante questa frase:

"Essere creativi non significa indossare maglioni neri a collo alto e bazzicare i locali jazz alla moda bevendo cappuccini, significa usare tutta la nostra mente per trovare soluzioni."

la creatività è insita in ognuno di noi ed è solo guardando le cose con un’altra prospettiva che si può realmente creare qualcosa di originale. Creatività vuol dire non farsi paralizzare dagli schemi preconfezionati ma pensare in modo alternativo, non ci si deve fermare a soddisfare le aspettative del pubblico, ma si deve cercare di sorprendere gli ascoltatori con qualcosa che non avevano previsto ma che sicuramente gli rimarrà a futura memoria. La più grande limitazione alla creatività la imponiamo noi stessi dicendo che: “non sono abbastanza creativo”. Questa frase nel libro viene considerata come la grande bugia che noi stessi ci raccontiamo, e le domande “che cosa succederebbe se..?” o “che cosa sarebbe successo se avessi...?” sono quelle che uccidono il nostro spirito creativo ancora prima che possa uscire; quindi ancora una volta viene detto di osare e chissà mai che potremmo sorprendere qualcuno, in primis noi stessi.

Dove possiamo trovare l’ispirazione? Ovunque. Nel libro viene detto che l’ispirazione può essere trovata in milioni di posti e modi diversi e che non si deve sottovalutare l’importanza di prendersi una pausa, perchè a volte le soluzioni più inaspettate vengono a galla quando siamo impegnati a fare altro. Lunghe passeggiate, una corsa nel bosco un giro in bicicletta non fanno altro che distrarci dal nostro problema e ci permettono di ricaricare le batterie per poi tornare a pieno ritmo sul nostro problema.

Non si deve sottovalutare mai l'importanza dell'entusiasmo e citando Brenda Ueland mentre parla dei suoi ragazzi:

"Ho cercato di aiutarli a sentirsi più liberi, i coraggiosi. Lasciatevi andare! Siate spensierati e spericolati! Siate dei leoni. Fate i pirati!"

Il libro consiglia nella fase iniziale di preparazione di una presentazione di stare lontano dal vostro programma per slideware (PowerPoint, Impress, Keynote o quello che volete) in quanto limita la vostra capacità di analisi della situazione e soprattutto della direzione che deve prendere la vostra presentazione. Gli effetti preconfezionati, le soluzioni proposte dal vostro software se da un lato possono farvi risparmiare del tempo o darvi l'indicazione su come si dovrebbe fare una presentazione dall'altro limitano la vostra creatività confinandovi in quello che vuole il software. Il computer probabilmente lo dovrete utilizzare già dopo per creare le slide quindi per ora lo potete anche tenere spento e pianificare la vostra presentazione in altro modo. Reputo sia una cosa molto interessante non partire subito con la presentazione sul proprio programma preferito in quanto è molto difficile nella parte iniziale avere una visione d'insieme della presentazione, per intenderci lo scheletro. Nei più comuni programmi per slideware si può avere la struttura della presentazione nel suo insieme ma questo ci fa continuamente rimbalzare da una parte all'altra del programma stesso tra la strutture e la modifica della slide con conseguente perdita di tempo. Sperare che dal nulla appaia qualche cosa sul nostro monitor grazie agli effetti preconfezionati o alle n-mila opzioni che ci vengono offerte rappresenta il modo peggiore per iniziare a lavorare.

Reynolds consiglia di iniziare a pianificare la presentazione in maniera vecchio stile: foglio e matita o lavagna e pennarello o lavagna e gesso. Questo, anche dal mio punto di vista, è il modo migliore di cominciare perchè si ha fin da subito una visione di insieme della presentazione e si può sempre cancellare e sistemare la situazione se c'è qualche cosa che non ci convince. Si devono appuntare prima di tutto gli aspetti fondamentali che si devono mettere in risalto e su questi costruire la propria argomentazione, si penserà poi, con la parte destra del cervello, a organizzare in modo creativo questi contenuti ma ora si deve solo far lavorare la parte sinistra. Questo non stupisce prima di realizzare la vostra presentazione dovete sapere bene cosa mettere e cosa non mettere!

Quando stiamo creando la nostra presentazione dobbiamo porci le domande giuste su come realizzarla, citando un passo del libro:

"Si narra che il piccolo budda abbia detto che la condizione umana è molto simile a quella di un uomo colpito da una freccia, ovvero una situazione pressante e dolorosa. Immaginate cosa succederebbe se un uomo, invece di chiedere subito assistenza medica per il suo problema, chiedesse maggiori dettagli sull'arco che ha scagliato la freccia e sul produttore della freccia, facesse domande sul background di chi li ha prodotti, sulla scelta dei colori, sul tipo di corda usata e così via. L'uomo farebbe molte domande irrilevanti, trascurando il problema immediato."

alcuni esempi di domande sbagliate che ci possiamo fare sono: "Quante slide metto?" oppure "Quanti punti per ogni elenco è meglio mettere?", tutte queste domande non miglioreranno mai la nostra presentazione ne la faranno diventare più efficace. Le vere domande che ci dobbiamo porre sono invece: "Chi mi starà ad ascoltare?", "Quanto tempo ho a disposizione?", "Cosa devo raccontare?" ma la domanda che più mi ha colpito per la sua semplicità ed efficacia è:

"se il pubblico potesse ricordare soltanto una cosa (e sarete già fortunati se lo farà), quale vorrei che fosse?"

Tutta la vostra presentazione dovrà quindi fare leva su quel punto, dovrete con tutta la vostra esperienza, creatività e anche improvvisazione far passare "almeno" quel messaggio, altrimenti avrete perso tempo e la presentazione sarà stata inutile.

Costruire una buona presentazione è un lavoro difficile e quindi dovete prepararvi per bene, pianificare fin da subito quale deve essere il nucleo centrale, quale deve essere l'organizzazione del discorso, quale devono essere le parti da riportare e quali quelle di cui si può fare anche a meno. Il vostro lavoro deve essere finalizzato per superare tutti gli imprevisti possibili. Con imprevisti intendo la rottura del proiettore che vi potrebbe portare ad una presentazione "senza supporto" o ad un improvviso taglio dei minuti che avete a disposizione, in entrambi i casi il messaggio deve passare e voi dovete sapere bene cosa dovete, ma soprattutto, cosa non dovete dire.

Affinchè un messaggio sia reso indimenticabile è necessario rispettare alcuni semplici accorgimenti che rispondono tutti al problema della cosiddetta "maledizione della conoscenza":

"Chiunque abbia una certa conoscenza o esperienza in un determinato campo trova difficile parlare in modo chiaro di una cosa perchè non riesce ad immedesimarsi nel pubblico che lo sta ascoltando"

non riesce cioè a portarsi ad un suo precedente livello di conoscenza (quello del pubblico). I suggerimenti riportati dall'autore sono: semplicità, capacità di sorprendere, concretezza, credibilità, emozioni e storie.

Trovo che i più importanti tra questi sei siano semplicità (che sarà affrontata più avanti), la capacità di sorprendere, la concretezza e le emozioni. Per sorprendere il pubblico dovete fare qualche cosa che non si aspetta, creare curiosità, potete fare domande, creare un bisogno di sentire la risposta e riempire questo vuoto subito dopo. Un buon modo per portare avanti la presentazione è utilizzare degli esempi concreti, non parlate di cose astratte ma fate "vedere" come si esprimono questi concetti in modo concreto; il pubblico deve immedesimarsi con la vostra situazione, deve emozionarsi ed essere partecipe del vostro racconto, solo questa partecipazione e immedesimazione rendono duraturo il messaggio. Il pubblico si appassiona molto più facilmente alle storie che non ai dati freddi!

La presentazione non deve solo informare il pubblico, per quello ci sono le riviste o il documento che avete preparato, quello che dovete fare è dare un significato a quei dati, dovete far visualizzare quei dati nella mente dei presenti con aneddoti ed esempi concreti.

Questo documento è rilasciato sotto licenza Creative commons BY-NC-SA. L'autore permette a chiunque di usufruire liberamente del documento, di modificarlo, di mostrarlo in pubblico, di duplicarlo. Non è possibile utilizzare il documento per scopi commerciali. Ogni modifica fatta al documento deve sottostare alla stessa licenza attualmente vigente.
