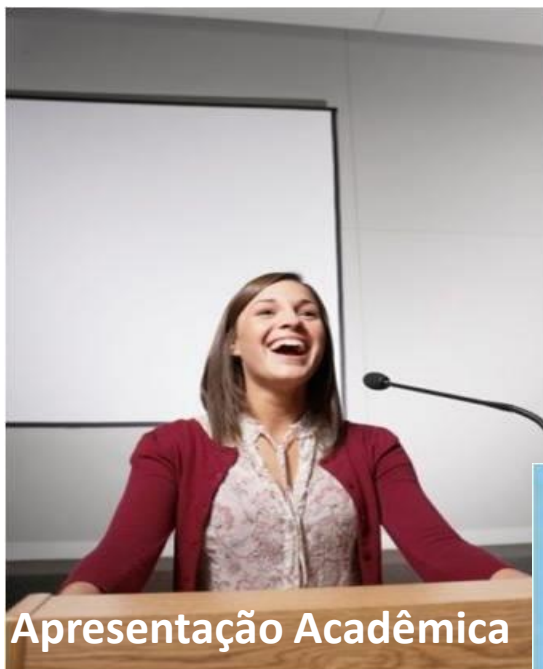


# Técnicas de Comunicação

**Profa. Ellen Francine**

**SSC570 – Empreendedorismo  
ICMC/USP**

# O que NÃO É uma apresentação empresarial?



**Apresentação Acadêmica**



**Palestra**



**Aula**

# O que É uma apresentação empresarial?

- Venda
  - Monólogo persuasivo que antecede a uma negociação



## Atualmente...

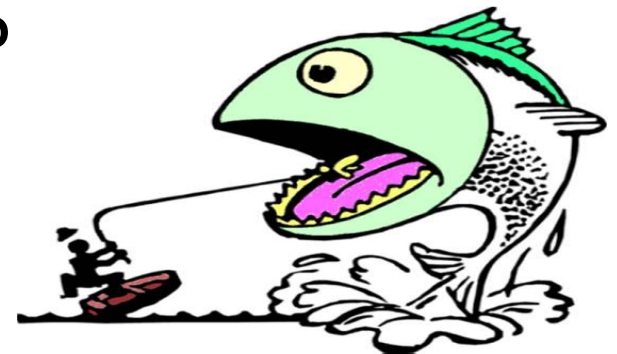
- Vivemos no mundo do excesso de informações
- Tempo é considerado artigo de luxo no mundo corporativo
- Concentração é uma das capacidades psicológicas mais raras no mundo corporativo

## Portanto...

- Qual a “pergunta mágica” a ser feita no início de uma apresentação?
  - Quanto tempo eu tenho???
- Qual é a primeira coisa a ser “vendida”?
  - O apresentador
- De quanto tempo o apresentador precisa para ser “comprado”?
  - 30 segundos a 5 minutos

## Portanto...

- Quando começa uma apresentação?
  - No primeiro contato visual da audiência
- Qual o tempo ideal para uma apresentação?
  - No máximo 15 minutos
- Por que o peixe morreu?
  - Porque abriu a boca na hora que não devia



## Dois passos iniciais para uma apresentação

- Estabeleça um objetivo bem definido
- Conheça os ouvintes
  - Levante informações

# Posições Perceptivas

- Quem fala





# Posições Perceptivas

- Quem ouve



# Posições Perceptivas

- Ambiente



# Posições Perceptivas



# Posições Perceptivas



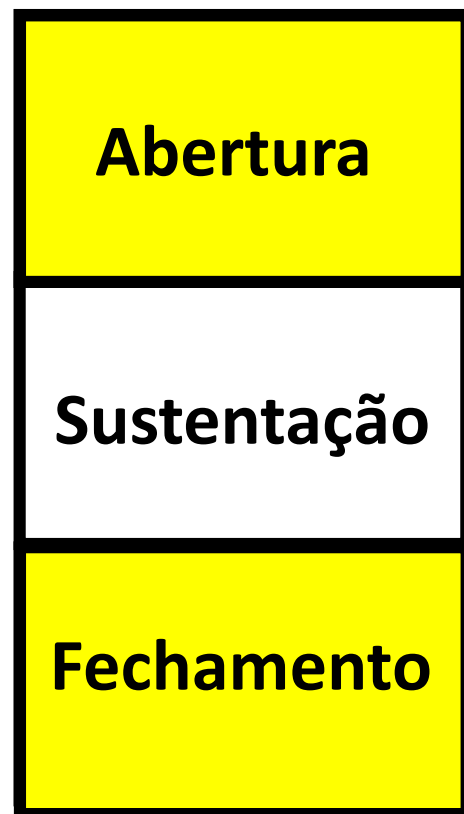


# Estrutura de uma apresentação



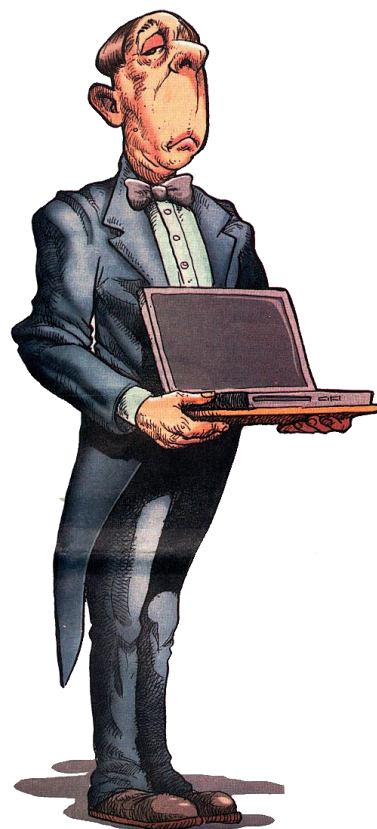
## Estrutura de uma apresentação

- Quais os “momentos mágicos” de uma apresentação?



## Abertura

**VIP:** **PIE** e entre em **COMA**



**V**ocativo

**I**dentificação

**P**roposição

**VIP: PIE e entre em COMA**

**P**ersuasão

**I**nformação/convencimento

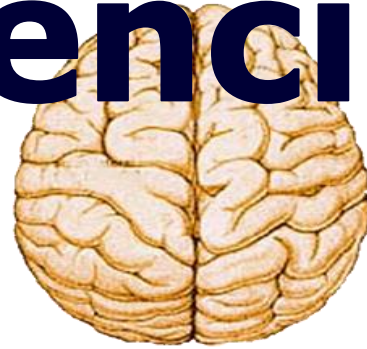
**E**ntretenimento



# Sustentação



# Convencimento



+

# Persuasão



## Fechamento

**VIP: PIE e entre em COMA**

**CO** ncentração

**M**otivação

**A**tenção

# Componentes da Influência Humana



Fisiologia

55%

Ritmo e Tom

38%

Palavras

7%

# Componentes da Influência Humana

Aparência

**93%**



# Componentes da Influência Humana

Postura

93%



# Componentes da Influência Humana

- Postura em geral
  - Vestir-se igual ou ligeiramente superior à audiência
  - Gesticulação: “Cuidado com as mãos”
  - Contato visual
  - Movimentação no ambiente
  - Cuidado com os tomadores de atenção
  - Evite andar na frente da tela
  - Variar o ritmo e tom da voz

# Confecção dos slides da apresentação

## Foco da Atenção





**ABRIR**  
**O FOCO**

**FECHAR**

**O FOCO**

## Confecção dos slides da apresentação

- Quantidade de palavras
  - 15 palavras
- Tamanho da fonte
  - Hierarquize segundo o tamanho do ambiente e importância

24

até

96

# Confecção dos slides da apresentação

- Tipo da fonte
  - Arial e Times New Roman são fontes com visualização confortável

**“É IMPORTANTE PADRONIZAR O TIPO E TAMANHO DA FONTE, POIS ALÉM DE UM BOM RECURSO DE COMUNICAÇÃO, MANTÉM UMA BOA REFERÊNCIA ESTÉTICA”.**

# Confecção dos slides da apresentação

- Tabelas
  - Tabela que contenha somente os dados a serem discutidos
  - Destaque para dados importantes
  - Se necessário, distribua uma tabela completa impressa

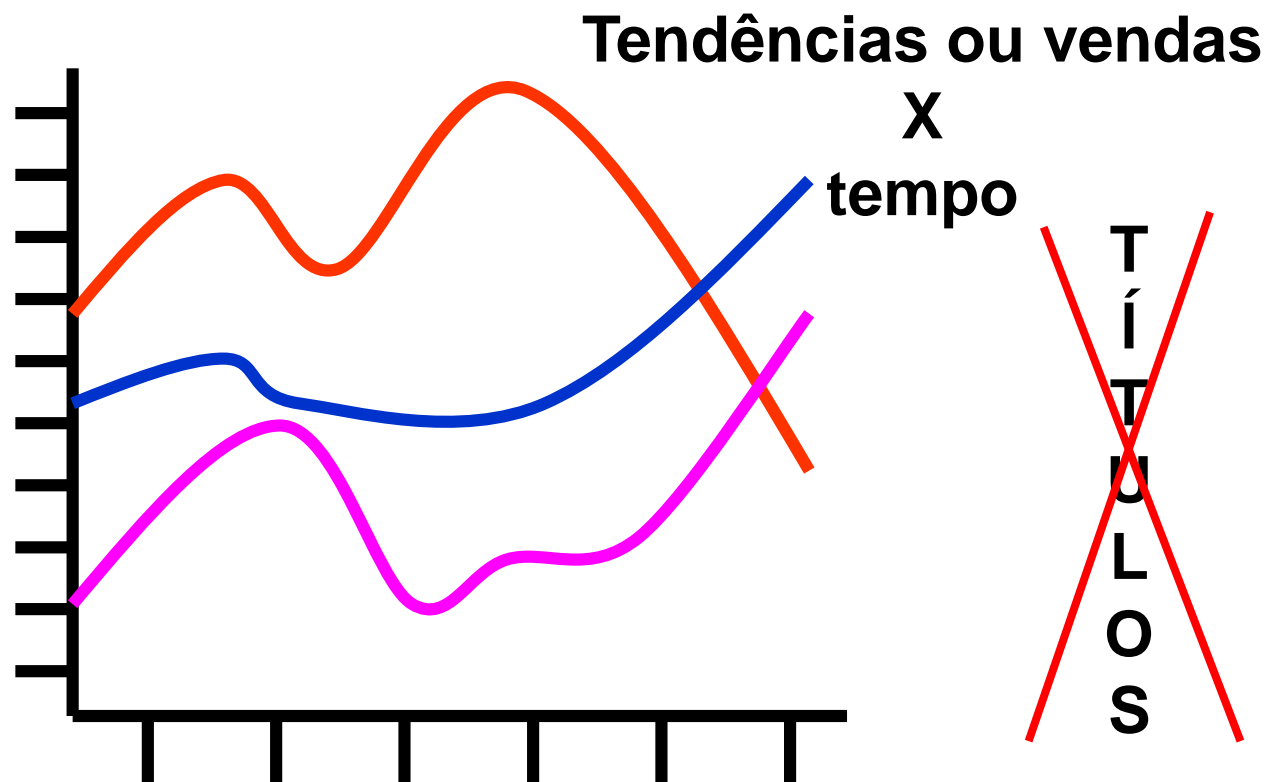
## Meu Cartão

	<i>Peso (%) (1)</i>	<i>“Meu” (2)</i>	<i>X (3)</i>	<i>Y (4)</i>	<i>Média da concorrência (5)={[(3)+(4)]/2}</i>	<i>Índice (2)/(5)</i>
<i>Plano de Pagamento</i>	<b>35</b>	<b>5</b>	5	5	1,75	1
<i>Relacionamento (-)</i>	<b>25</b>	<b>4</b>	5	4	1,13	<b>0,89</b>
<i>Produtos Agregados</i>	15	5	5	4	0,68	1,11
<i>Negociação na Loja</i>	5	5	5	4	0,23	1,11
<i>Guia de Vantagens</i>	<b>20</b>	<b>5</b>	3	3	0,60	<b>1,67</b>
<i>Total de pontos</i>	100%	<b>4,75</b>	4,6	4,15	4,38	1,09

# Confeção dos slides da apresentação

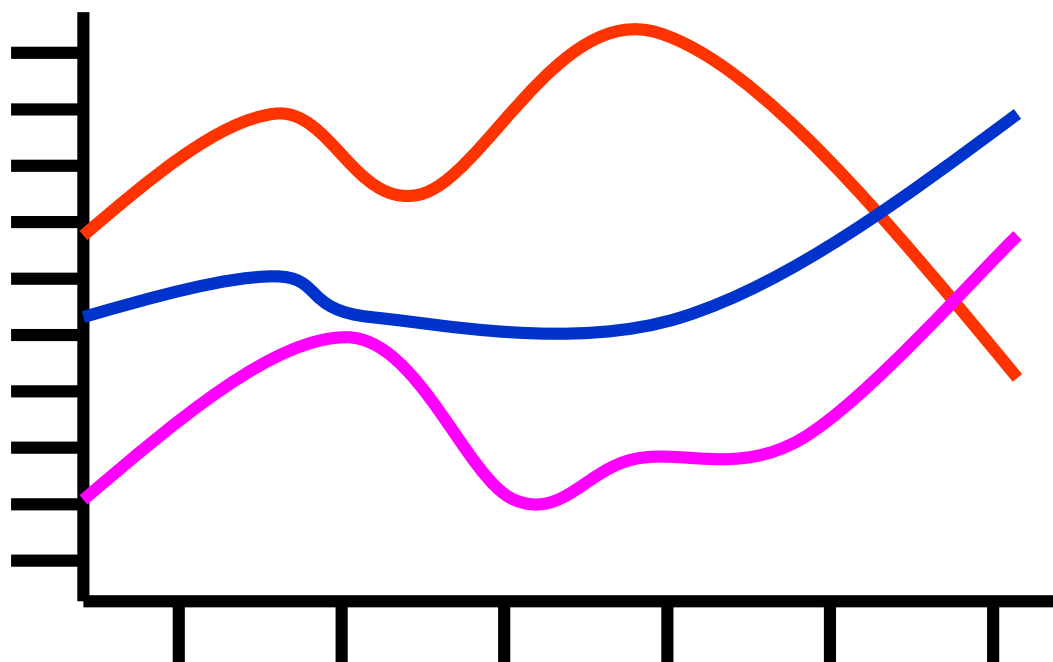
- Gráfico de Curvas

4 curvas



# Confecção dos slides da apresentação

- Gráfico de Curvas

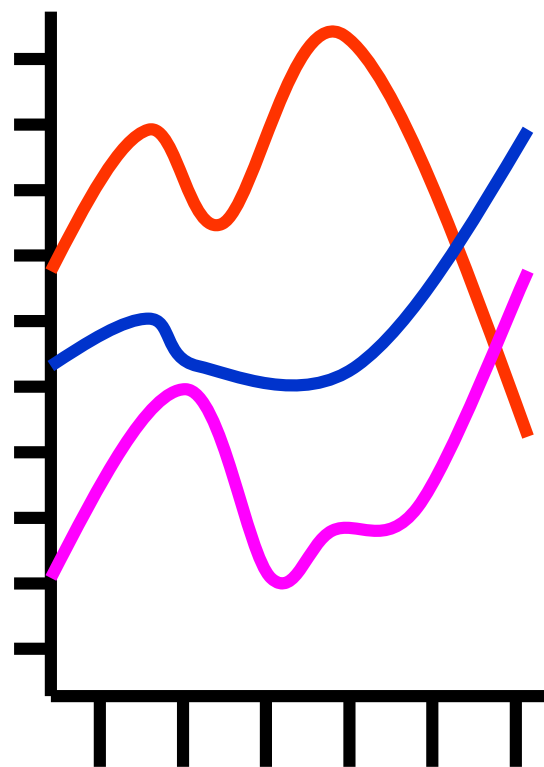


**Varição Minimizada**



# Confecção dos slides da apresentação

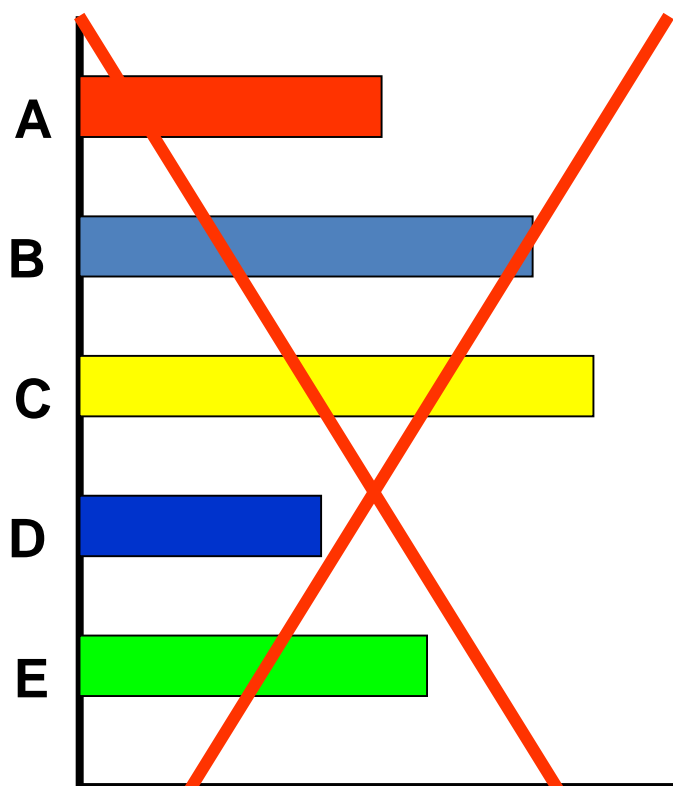
- Gráfico de Curvas



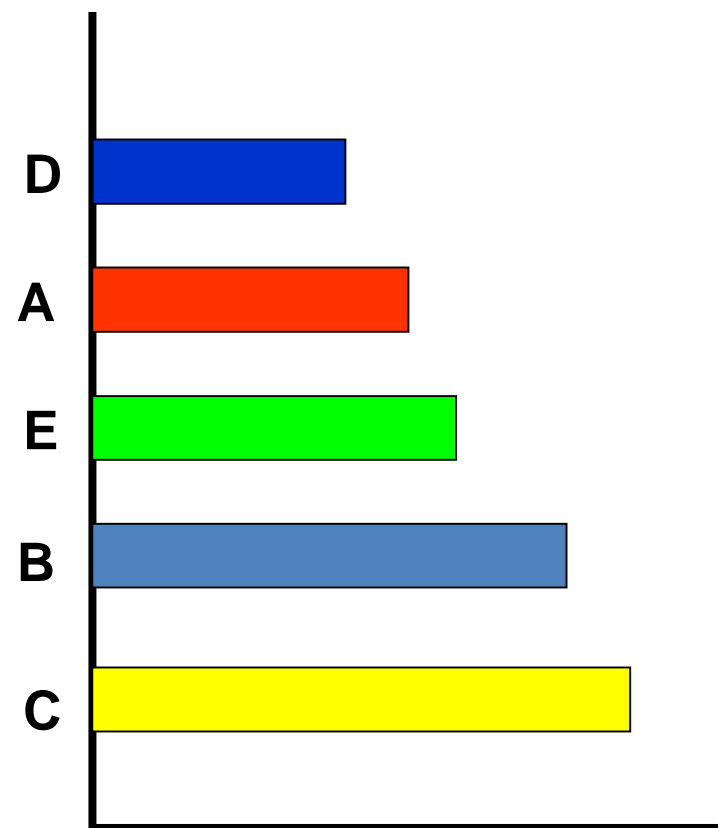
**Variação Maximizada**

# Confecção dos slides da apresentação

- Gráfico de Barras



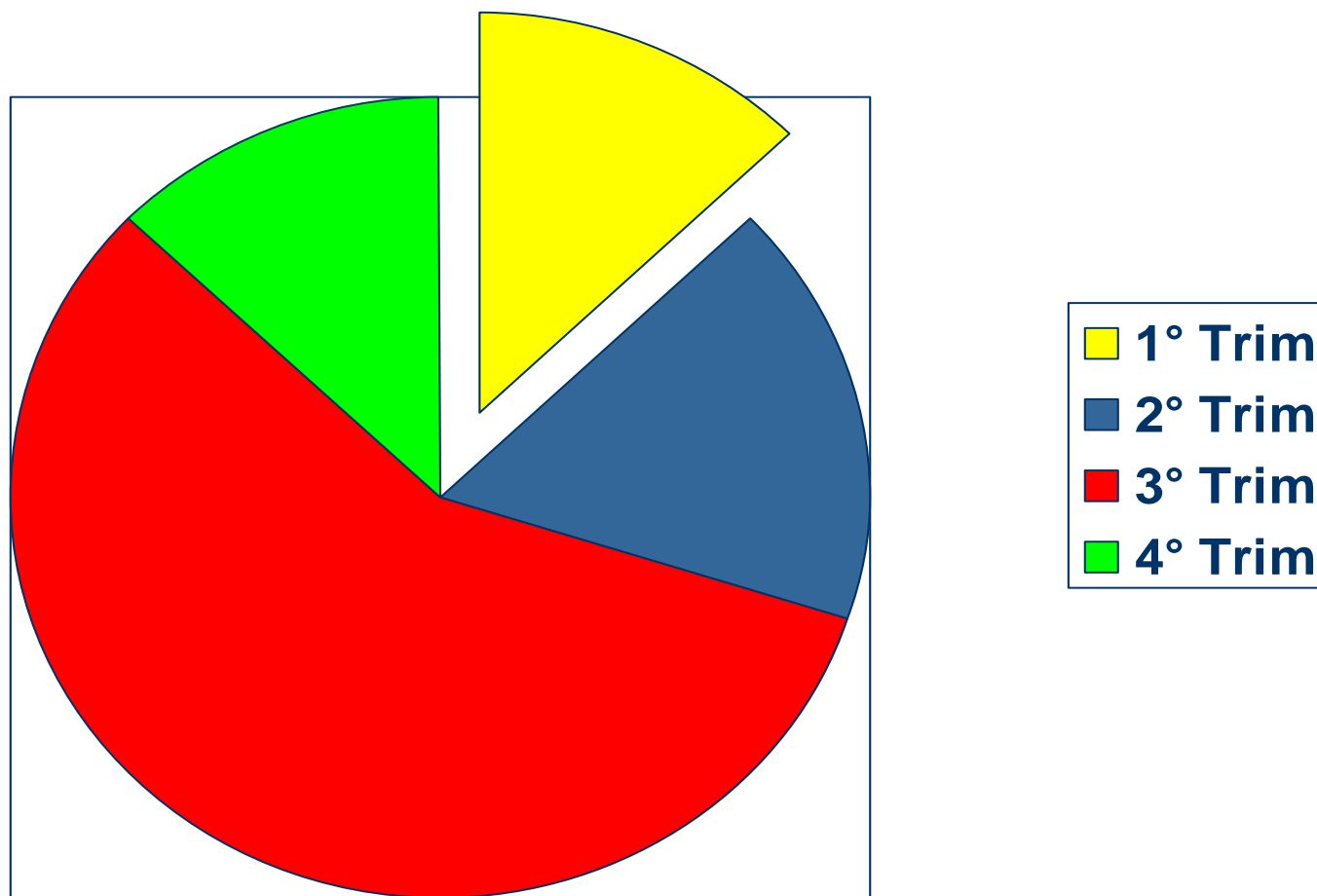
**ORDEM ALFABÉTICA**



**ORDEM DE MAGNITUDE**

## Confecção dos slides da apresentação

- Gráfico de Setores (“Pizza”)



## Para a apresentação do Plano de Negócio (15 a 20 slides – 15 min)

- Mercado-alvo e a necessidade atendida
- Sua inovação/diferenciação
- O potencial do negócio
- Segmentação do mercado
- Análise FOFA
- Estratégia de Marketing
- Investimentos Necessários e Fontes de Financiamento
- Estratégia da Empresa



# Dinâmica

- **Briefing**
  - Cada grupo representará uma empresa fictícia (poderão criar nomes para a empresa). Esta empresa possui uma ideia inovadora e terá a missão de apresentá-la para o grupo de investidores de São Carlos, o qual tem como Presidente a Profa. Ou seja, o grupo tem uma ideia, mas não tem dinheiro para concretizá-la e terá que gerar interesse para que os investidores o patrocinem.

# Dinâmica

- Apresentações
  - Cada grupo terá **até 5 minutos** para fazer sua apresentação (é importante o rigor no controle do tempo).
  - No caso de um grupo ultrapassar o tempo, o professor deverá interromper a apresentação
    - O não cumprimento do tempo caracteriza falta de controle entre conteúdo e tempo
  - Como os produtos são invenções, será permitido que inventem dados e argumentos

# Dinâmica

- Apresentações

- A argumentação da proposição poderá ser objetiva (dados e fatos, pesquisas, etc.) ou então persuasiva (histórias e analogias)
- Os grupos devem montar uma apresentação completa, com:

**ABERTURA (VIP), SUSTENTAÇÃO E FECHAMENTO.**



# Dinâmica

- **Produtos e serviços**
  1. Serviço de acompanhamento de bêbado
  2. Terreno em Marte
  3. Personal Training online
  4. Colírio que já vem com grau
  5. Geladeira para esquimó
  6. Mamadeira descartável
  7. Caixão personalizado
  8. Carro para cego
  9. Celular para surdo

## Dinâmica

- Existe uma possibilidade muito grande de a maioria **não** atender ao solicitado no *briefing*.
  - “É para apresentar um produto para um grupo de *investidores*”.
- Portanto, a argumentação deveria ser para que a plateia invista na produção do produto ou execução do serviço. Entretanto, sempre se equivocam e “vendem” o produto para o consumidor final.

# Dinâmica

**Moral da dinâmica:**

**Jamais entre para falar em público sem ter um  
objetivo oculto bem definido!**