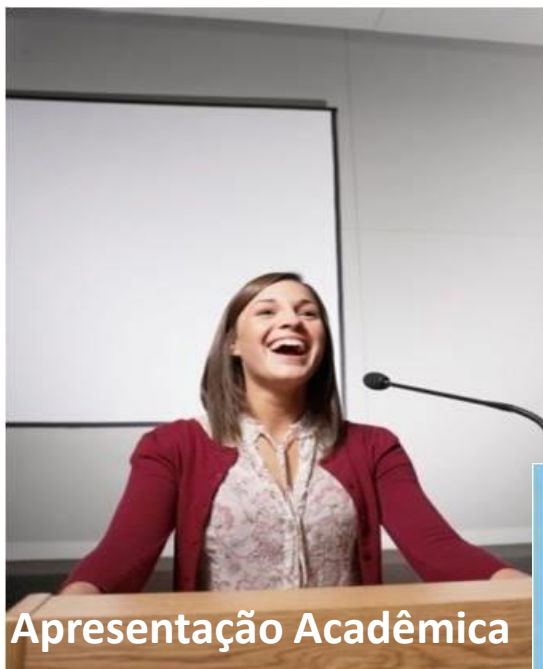


Técnicas de Comunicação

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

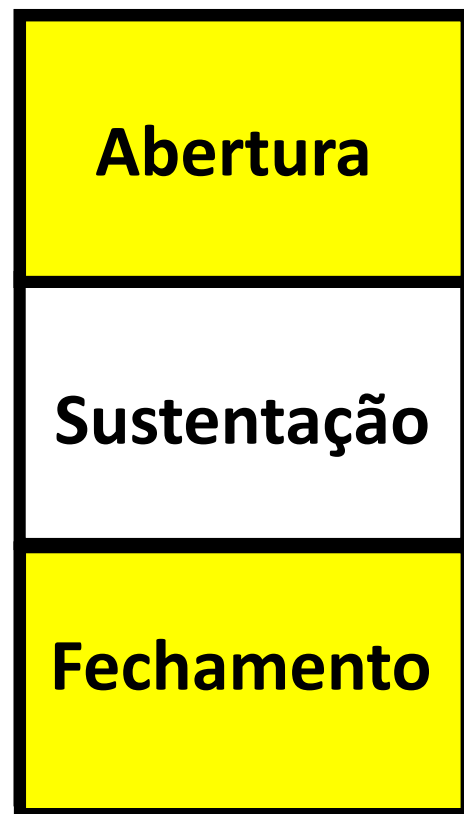


Estrutura de uma apresentação



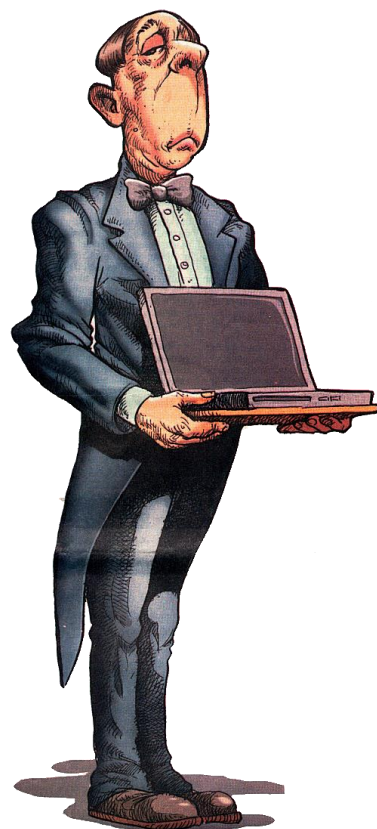
Estrutura de uma apresentação

- Quais os “momentos mágicos” de uma apresentação?



Abertura

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



Vocativo

Identificação

Proposição

VIP: PIE e entre em COMA

Persuasão

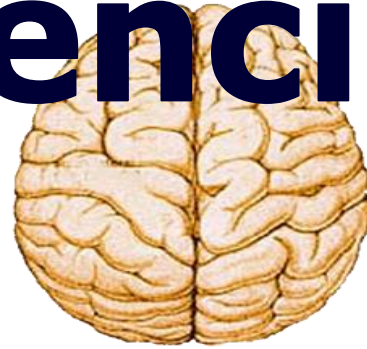
Informação/convencimento

Entretenimento

Sustentação



Convencimento



+

Persuasão



Fechamento

VIP: PIE e entre em COMA

CO ncentração

Motivação

Atenção

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

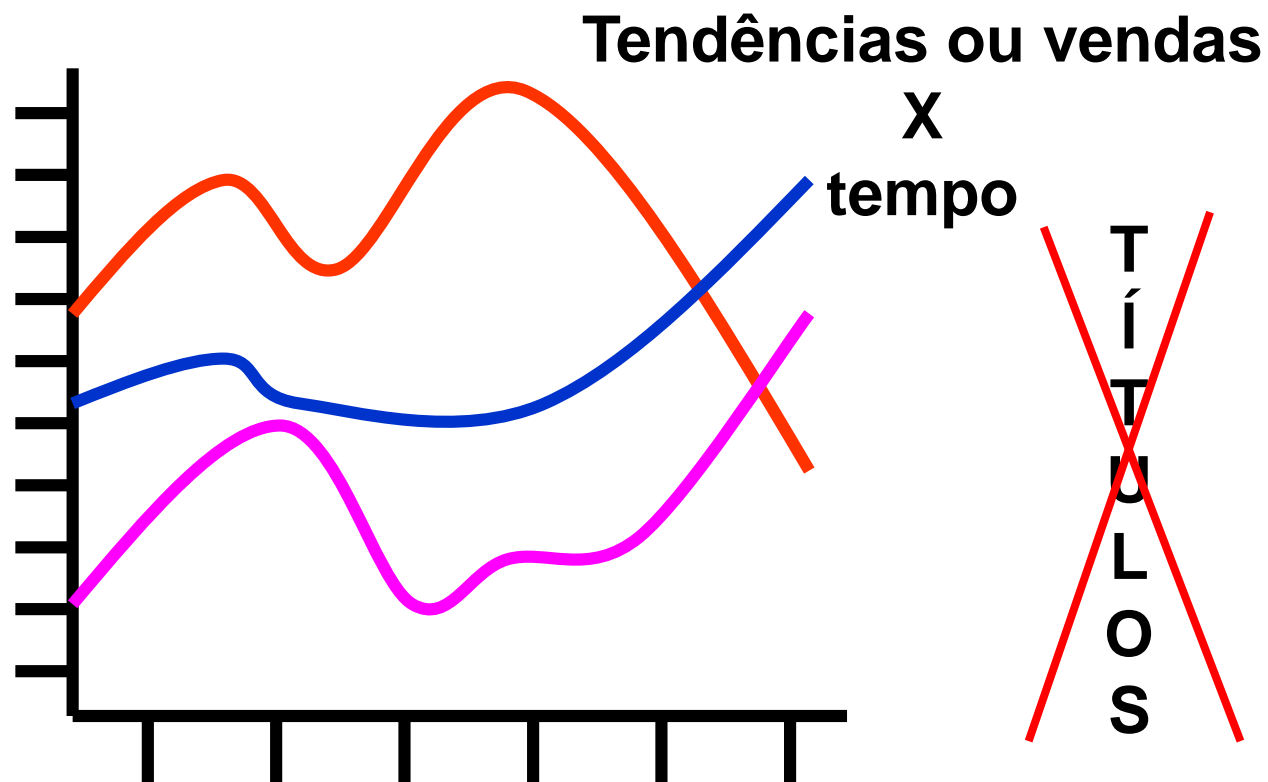
Meu Cartão

	<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>	35	5	5	5	1,75	1
<i>Relacionamento (-)</i>	25	4	5	4	1,13	0,89
<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>	20	5	3	3	0,60	1,67
<i>Total de pontos</i>	100%	4,75	4,6	4,15	4,38	1,09

Confecção dos slides da apresentação

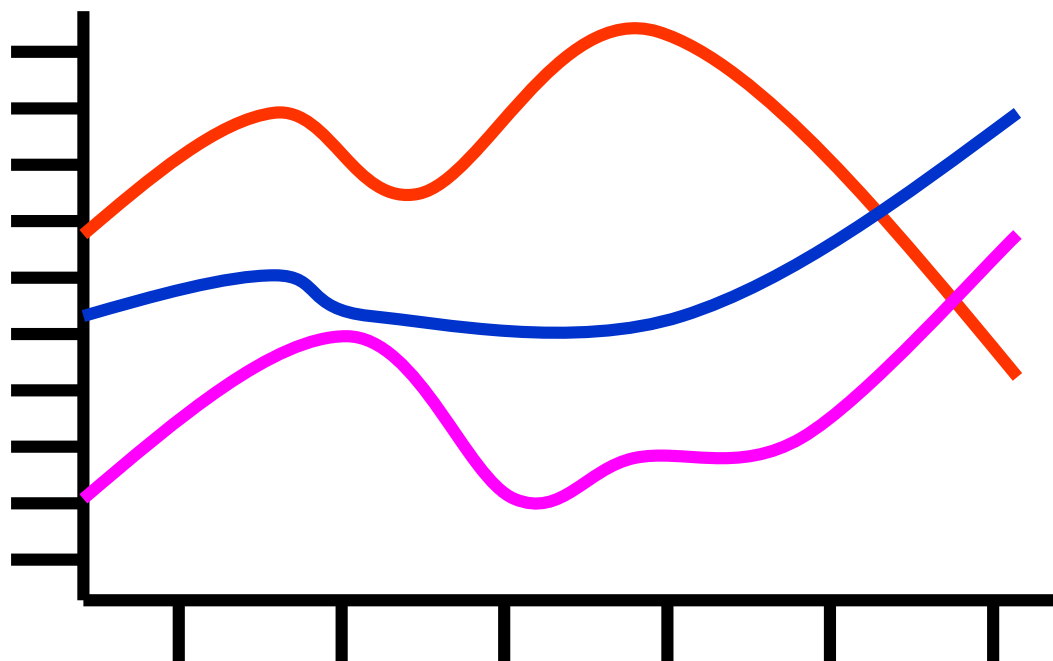
- Gráfico de Curvas

4 curvas



Confecção dos slides da apresentação

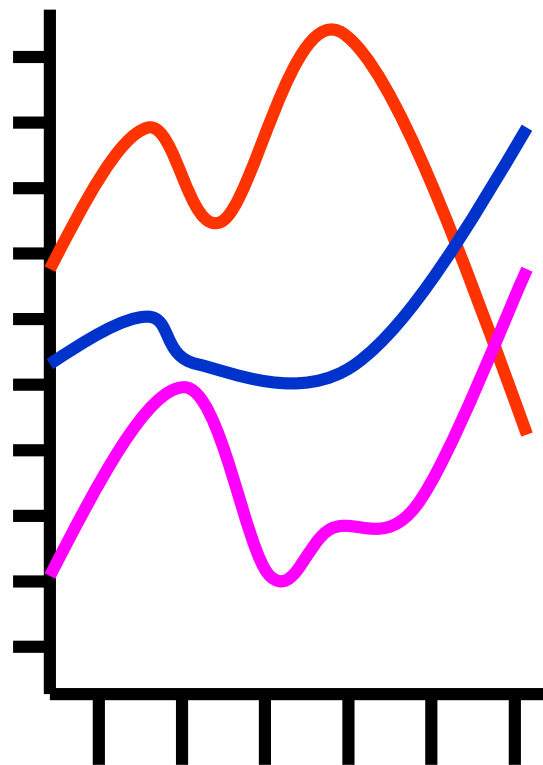
- Gráfico de Curvas



Varição Minimizada

Confeção dos slides da apresentação

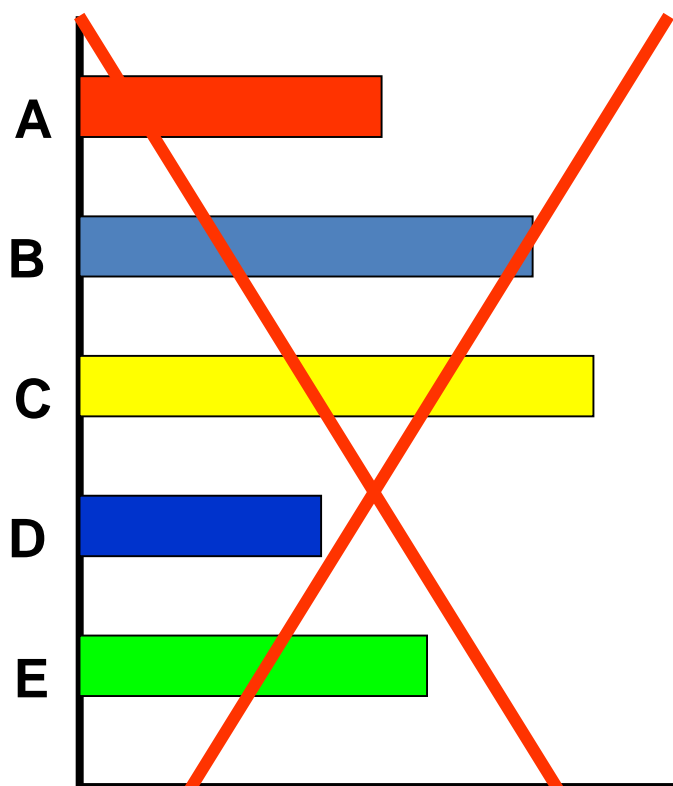
- Gráfico de Curvas



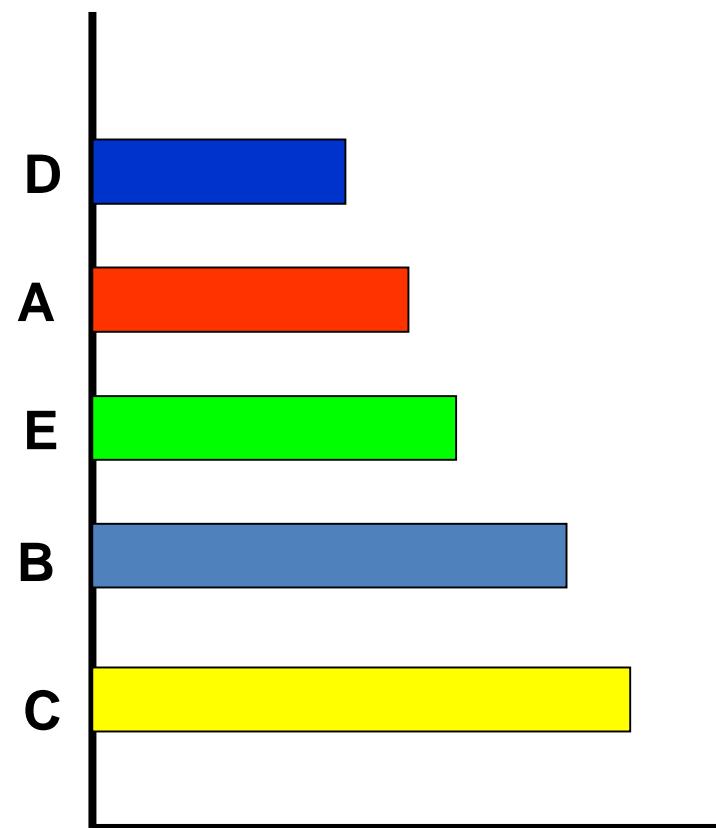
Varição Maximizada

Confecção dos slides da apresentação

- Gráfico de Barras



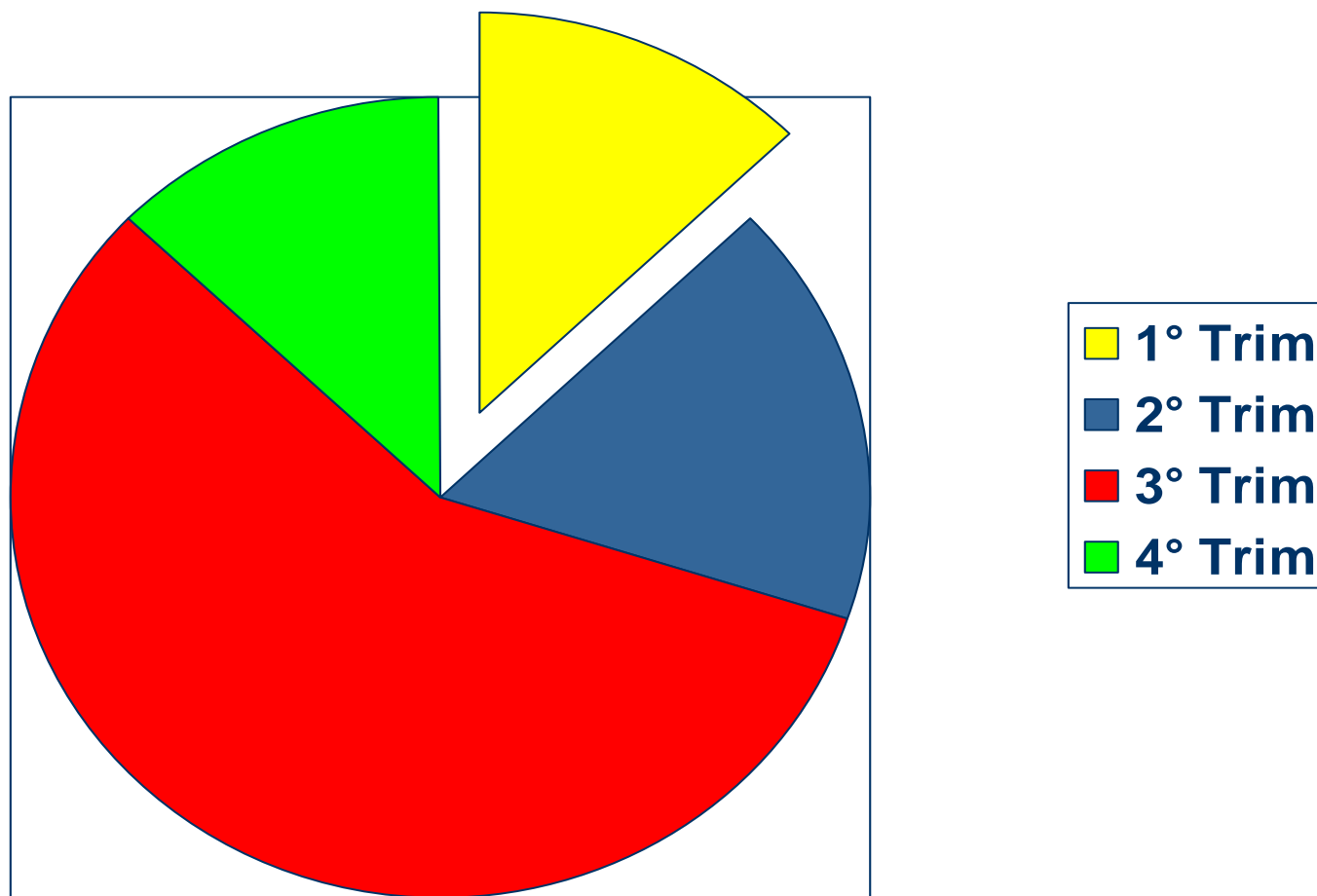
ORDEM ALFABÉTICA



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!**