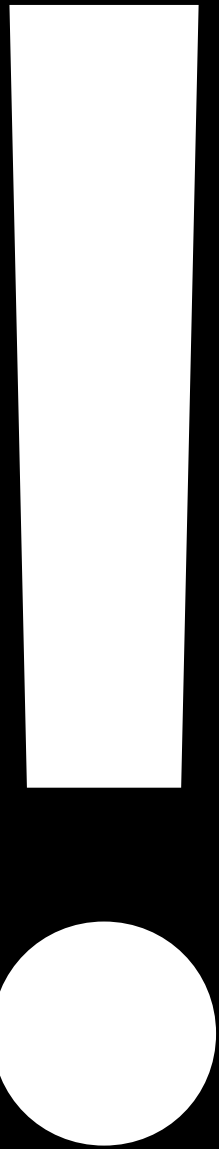


PRESENTACIONES EFECTIVAS

La gente tiende a escribir cada palabra que dice en su presentación, a pesar de que se ha demostrado que los seres humanos no podemos escuchar y leer al mismo tiempo. Aunque esto elimina la necesidad de memorizar, también hace que quien presenta tienda a leer de la pantalla y hace que los PowerPoint parezcan muy aburridos, incomprensibles, ilegibles y muy poco atractivos.



**SI LEEMOS LAS
DIAPOSITIVAS**

PARECEMOS UNOS TONTOS.

SLIDEDOCUMENTS

Texto texto texto y más
texto Texto texto texto
y más texto Texto texto
texto y más texto Texto texto
texto texto y más texto Texto
texto texto texto y más texto
Texto texto texto texto y más
texto Texto texto texto
y más texto Texto texto
texto y más texto Texto texto
texto texto Texto texto
y más texto Texto texto
texto y más texto Texto texto
texto texto y más texto Texto



Texto?

SLIDEDOCUMENTS

En general, se tiende a crear diapositivas que son más documentos que diapositivas. Nuestras diapos deben ser: simples y visuales.





**NO PROYECTES
TUS
DOCUMENTOS**

EL ESTILO POWERPOINT

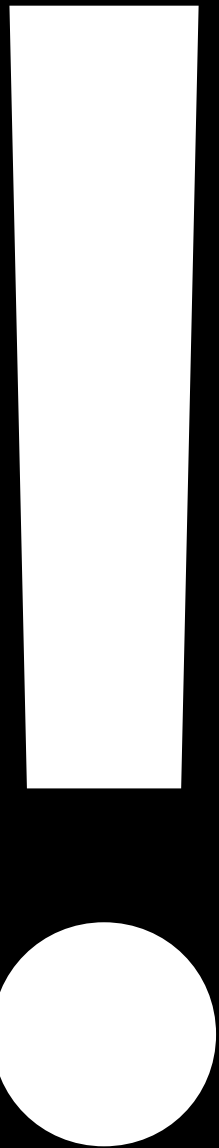
Muchísimo
texto

+

Interminables
punteos

Incitan a los oradores a leer el texto y dar la espalda al público.

Si aparecen todos los puntos en la pantalla, mientras el orador lee uno, el público tiende a leer los siguientes.



LAS PRESENTACIONES
CON PUNTEOS,

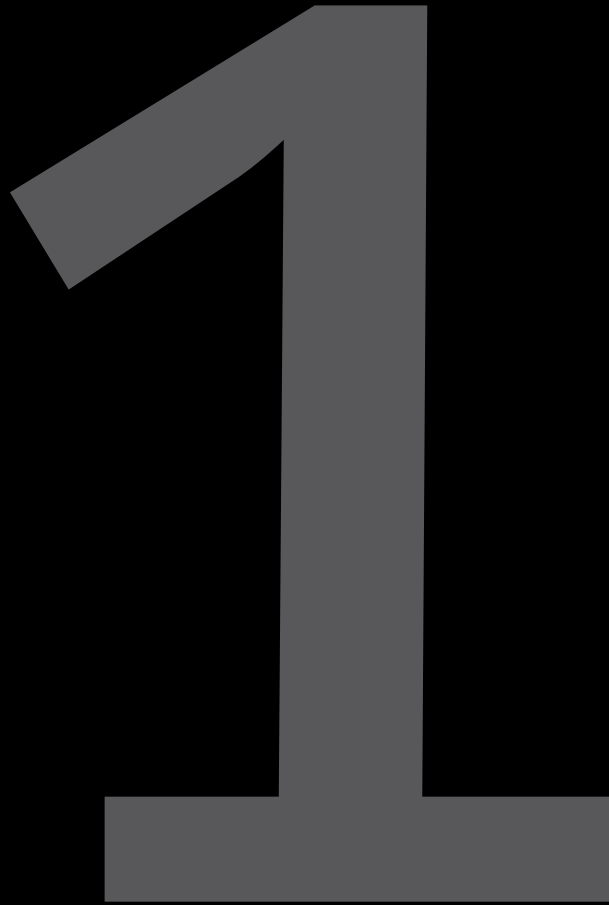
ABURREN

entonces

**NO ES TRANSMITIR
INFORMACIÓN**

**ESO PROBABLEMENTE
YA LO VIERON EN EL INFORME**

**ES APORTAR AL
ENTENDIMIENTO DE LA IDEA.**



¿QUÉ QUIERO CONTAR?

Comienza con el final
en mente

2

¿QUÉ ES LO IMPORTANTE?

Resaltar las principales
características y beneficios

SABER QUÉ
TRANSMITIR
TE PERMITE
DEFINIR CÓMO

3

**¿CUÁL ES LA MEJOR
MANERA DE CONTARLO?**

Incluir información relevante
presentada de forma interesante

Usar palabras clave,
NO frases completas.

Regla 6 x 7

No más de 6 líneas por diapositiva
No más de 7 palabras por línea

**“LAS MAYÚSCULAS DEBEN
USARSE DE FORMA COHE-
RENTE. UN TEXTO ESCRITO
COMPLETAMENTE EN MA-
YÚSCULAS ES ILEGIBLE”**

Esto es Arial 12

Esto es Arial 18

Esto es Arial 24

Esto es Arial 36

Esto es Arial 48

Esto es Arial 60

Esto es Arial 72

Rebisar ortografía

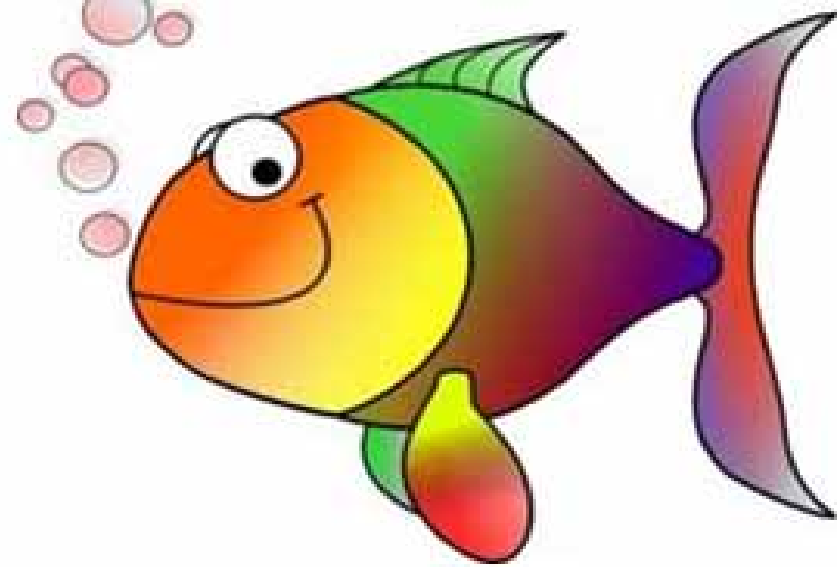


En los párrafos
justificados
no siempre
hay una correcta
separación
de las
palabras.

Existe una relación entre el tamaño de la tipografía y el tamaño de la columna para que se pueda justificar el texto de forma adecuada sin generar espacios en blanco demasiado evidentes.

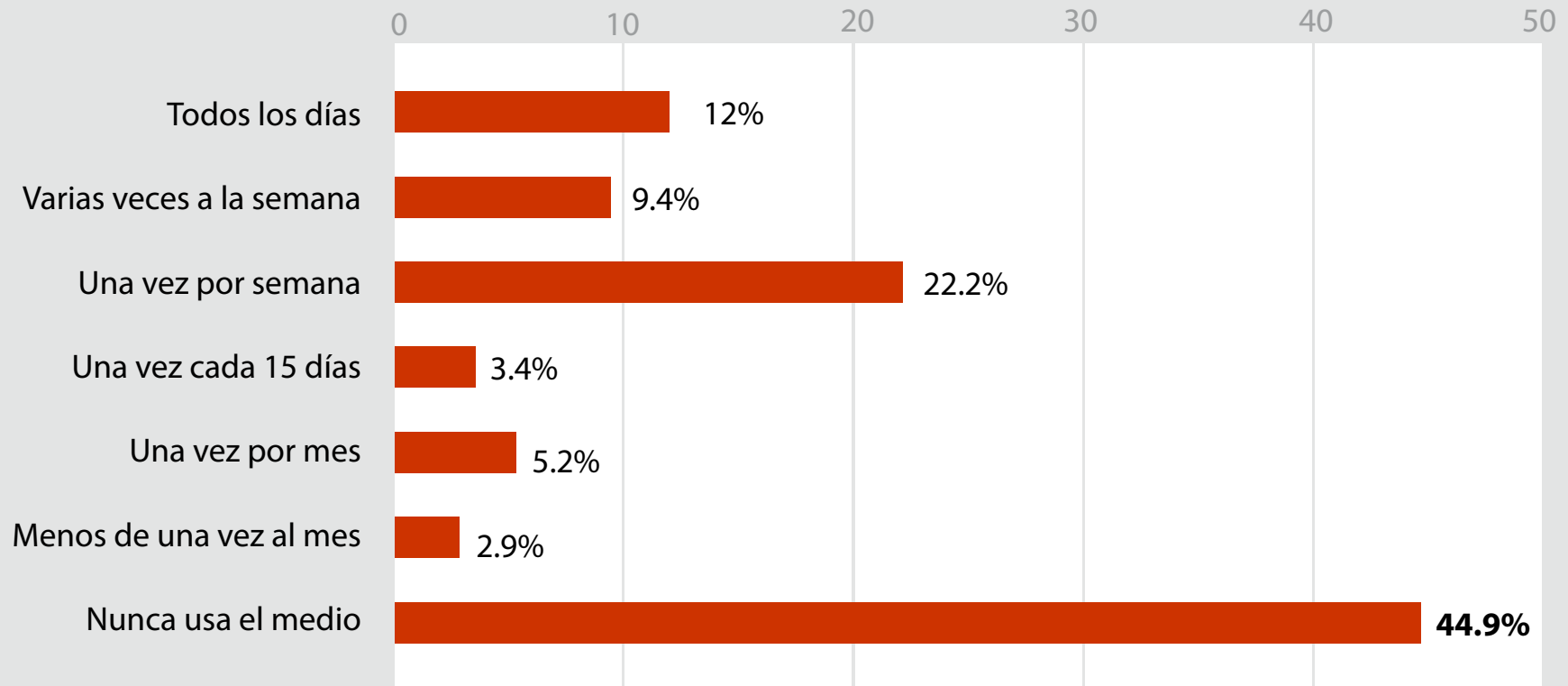


© www.ClipProject.info





¿Con qué frecuencia lee diarios o semanarios?



Fuente: Opción Consultores. Investigación de Mercado Uruguay / Encuesta de Consumo y Afinidad de Medios Junio 2013 - Base: 600 Casos.

NO ABRUMAR CON INFORMACIÓN SIN PROCESAR



Qué aporta esa
información al proyecto



Qué conclusiones sacas
tú de esa información



EL

45%

DE LOS URUGUAYOS

NO LEE DIARIOS

NI SEMANARIOS

LOS CONSUMIDORES DEL MUNDO PREFIEREN NUESTRAS PERAS

Esta fruta producida en la Argentina es reconocida internacionalmente por su calidad y sanidad. La producción de pera es una importante cadena de valor económica y social

1°

EXPORTADOR
de pera del mundo

+442

MIL TONELADAS
se exportaron durante el 2013

+4

MIL PRODUCTORES

+42

MIL EMPLEADOS
involucrados en la cadena productiva

PRINCIPALES COMPRADORES



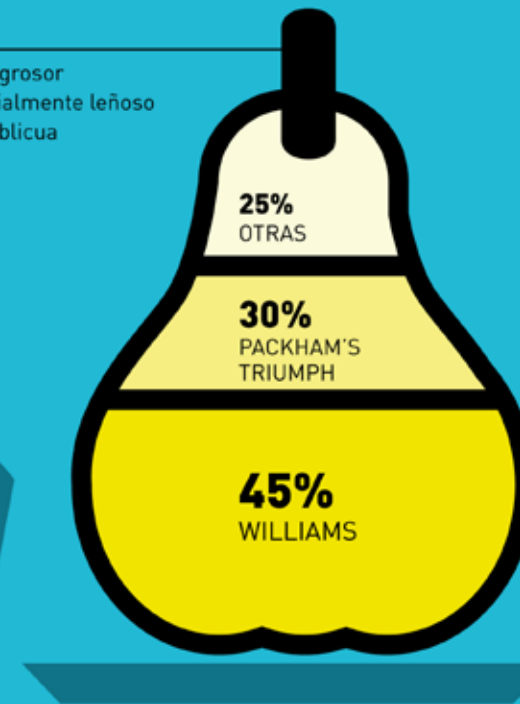
PERA WILLIAMS

CARACTERÍSTICAS

- PEDÚNCULO**
es de tamaño y grosor medianos, parcialmente leñoso y de inserción oblicua
- 10.5 CENTIMETROS**
tiene de alto



VARIETADES CULTIVADAS



VIRTUDES ALIMENTICIAS

El consumo de una pera mediana con cáscara aporta:

- 120** KCAL. calorías
- 29** GRAMOS carbohidratos
- 6.3** GRAMOS fibra alimentaria
- 0.7** GRAMOS proteínas
- 3.8** MG cobre y vitamina C
- 0** grasas y sodio

El consumo de frutas y hortalizas contribuye a prevenir los trastornos causados por la falta de nutrientes y reduce el peligro de padecer enfermedades cardiovasculares y distintos tipos de cáncer.

ACCIONES DEL SENASA

- Las normas y reglamentos que elabora, establece y verifica para la producción de peras, aseguran aspectos higiénico-sanitarios.
- Ejecuta programas de control de plagas para sostener el estatus sanitario del país respecto de la pera.
- En 2013, controló más de 2 millones de vehículos en los pasos fronterizos para evitar el ingreso de frutas con plagas.
- Los oasis Centro y Sur de Mendoza y la Patagonia están reconocidos como áreas libres de Mosca de los frutos por parte de Chile y Estados Unidos.

BASE PARA UNA PRESENTACIÓN

1

NOMBRE DEL PROYECTO

- Comience con su nombre y el nombre de su proyecto.
- En algunos casos, la presentación comenzará con una apertura que llame la atención, una anécdota, una estadística, o una pregunta para el público. Esto ayuda a atraer a la audiencia, captar la atención y establecer su confianza a medida que se avanza.

2

QUE ES

- Explique lo que el proyecto / producto / realmente es.
- ¿Cómo funciona en términos muy sencillos. Esto podría ser un breve resumen "elevator pitch".

3

QUÉ PROBLEMA RESUELVE

- Explique por qué es necesario este producto y proporcione un contexto para su proyecto.

4

CLIENTES / COMUNIDAD

- Deje bien claro a quién está dirigido
- Cuántos son
- Cómo satisfacen actualmente esa necesidad
- Qué hábitos de consumo tienen

5

PROPUESTA DE VALOR

- Por qué la gente va a pagar por su producto
- Qué diferencias hay con los productos actuales
- Donde radica la innovación o diferenciación

6

COMUNICACIÓN

- ¿Cómo la gente va a saber sobre este producto?
- Mencionar que vamos a usar los medios sociales no es suficiente. Es importante explicar cómo va a crear conciencia sobre esto en un mercado que es cada vez más lleno de todo tipo de nuevas aplicaciones / sitios / productos / servicios que se lanzan todos los días. ¿Qué técnicas / tácticas / herramientas va a utilizar.

7

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- ¿Cómo va a hacer llegar el producto a sus compradores?
- ¿Por qué los canales van a aceptar distribuir el producto?

8

GASTOS / INGRESOS

- Cómo va a hacer DINERO
- ¿Cuáles son sus principales costos y ventas estimadas?
- ¿Qué inversión necesita?
- ¿Es rentable el negocio, cuánto?

9

LANZAMIENTO / PRÓXIMOS PASOS / AYUDA

- ¿Cuáles son las principales cosas que hay que hacer para avanzar en el proyecto en las próximas semanas y meses?
- ¿Cuál es su línea de tiempo para seguir adelante?
- ¿Qué ayuda necesita para avanzar?
- ¿Cómo puede la gente presente ofrecerte ayuda?

10

CONCLUSIÓN

- ¿Por qué es positivo para la humanidad tu proyecto?
- ¿Por qué debería apoyarte o invertir en tu proyecto?

QUÉ & CÓMO CONTARLO

PREPARACIÓN

Mira la presentación a 3 metros de la computadora.

Practica tu presentación ante una audiencia neutral (y pide retroalimentación).

Controla el tiempo que te han asignado.

Deja tiempo para preguntas.

PRESENTANDO

Habla de manera fuerte, clara y fluida

Mantiene contacto visual con toda la audiencia

Siempre que puedas, haz participar al público

gracias

REFERENCIAS:

SLIDE:OLOGY, NANCY DUARTE
WWW.DUARTE.COM

WWW.BAMAGAZINE.COM

WWW.COMMARTS.COM/

WWW.SETHGODIN.COM

WWW.HAIKUDECK.COM

HTTP://WWW.SLIDESHARE.NET/
COOLSTUFF/THE-BRAND-GAP

HTTP://DICKHARDT.ORG/
PRESENTATIONS-2/

HTTP://JONBISCHKE.COM/2009/11/13/
A-DOZEN-OF-THE-BEST-START-UP-
PITCHES-ON-THE-WEB/