

Sì, la tentazione è forte. La scena la conoscete già: grande evento e voi su un palco o davanti a un microfono; oltre quel microfono decine di persone che vi guardano più o meno attente e interessate. Li vedete, c'è qualche cliente, qualche concorrente, qualche collega. Guardano, pensano, commentano, parlano tra loro magari di altro. **Manca ancora** qualche giorno e ci pensate: la vostra presentazione sarà in inglese, ma questo è il meno; la cosa che vi inquieta di più è la sequenza: **1. Dove trovo il tempo per preparare la presentazione?** e **2. Dove trovo il tempo per prepararmi a presentarla?**

La tentazione è quella di sempre: usare materiale che avete già, togliendo le parti che questa volta proprio non c'entrano e aggiungendo qualche riga di cosmetico modernariato tematico. Quanto a prepararvi, beh, non c'è neanche il tempo per la tentazione: la soluzione ancora una volta sarà quella di improvvisare. L'argomento lo conoscete, sapete tutto, siete bravi, vi hanno invitato a parlarne. Andrete, e vada come vada comunque andrà. Giusto? Fatto! Smettete pure di leggere se non vi sembra un déjà-vu.

Quante volte

vi siete chiesti come sarebbe andata se vi foste

preparati a dovere e se invece di un ruvido *slidument* (sorry: documento su slide) aveste potuto contare su una presentazione sviluppata per aiutarvi a ottenere proprio quei risultati che vi piacerebbe riuscire a misurare, scegliete voi: da farvi notare a farvi ricordare o contattare, da informare a convincere i presenti a comprare qualcosa da voi?

Non è difficile, tutt'altro che impossibile. Anzitutto, per preparare una presentazione efficace partite dalla vostra conoscenza **non** dell'argomento di cui parlerete ma delle persone cui vi rivolgerete, dei loro interessi, dei loro bisogni, delle loro aspettative. È di loro che dovete appassionarvi, per farli appassionare ai vostri obiettivi. Copiare tre pagine di testo in dieci slides può non essere il modo migliore; magari quel documento di testo - certo ottimo - potete pubblicarlo a parte o decidere di inviarlo via e-mail a chi vi chiede di più. O no?

Non avete tempo, non vi va, pensate di non essere capaci? Per sviluppare strumenti di comunicazione che lasciano un segno, e non un segno qualsiasi ma **il vostro segno**, sapete di poter contare su **[YOURBRAND] COMMUNICATIONS**. Contattateci.

Poi c'è la vostra preparazione, e l'opportunità di diventare sempre più efficaci nella vostra comunicazione. Anche per questo **[YOURBRAND] COMMUNICATIONS** può esservi d'aiuto. Lo sapete.

L'urgenza di conseguire **risultati a breve termine** non deve confliggere con la necessità di **centrare obiettivi di lungo periodo**. Eppure quanto spesso il tempo che dedicate alla vostra preparazione è più breve della stessa durata del discorso?

Quale che sia il vostro mestiere o il settore in cui volete eccellere, **parlare in pubblico**, avere la possibilità di rivolgervi alle persone potenzialmente più utili per aiutarvi a raggiungere i vostri obiettivi, anche solo perché sono là ad ascoltarvi, è uno degli strumenti di vendita (e non di... semplice "comunicazione") più efficaci di cui disponiate. Comprenderne le potenzialità - anche commerciali - e imparare a coglierne ogni volta appieno il valore dovrebbe essere per voi più che una scelta **una abitudine**.

No, non cedete. Non rinunciate. Non sottovalutate nessuna opportunità. La vostra comunicazione siete voi: ciò che comunicate, e come lo comunicate. *Vi va di parlarne?*

A presto, Paolo Casciato

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

CONSULENZA, FORMAZIONE e STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org
☎ 3666 852484
info@ybcom.org

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

com .org

società di relazioni e comunicazione

E quando si devono comunicare **cattive notizie?** Qualche riflessione nel prossimo numero di **trentarighe**