

Checklist da Apresentação Corporativa de Sucesso

Por André Brotto



Educação Corporativa



Aqui estão **8 pontos** que toda apresentação de sucesso deve atingir.

Este **checklist** é o que utilizamos todas vezes que precisamos, aqui na **FF Criativa**, criar uma apresentação: uma palestra, treinamentos dentro de grandes empresas, e também reuniões com clientes ou equipe.

Tenho certeza de que, uma vez que você começar a **utilizar este checklist no seu dia a dia**, sua visão criativa mudará completamente, assim como suas apresentações.

Você já recebeu **um não** no seu trabalho?

Olha, vou te dizer uma coisa: às vezes, esse não é implícito e você ainda não percebeu.



Deixe-me dar um exemplo.

Veja só esta foto que foi tirada em um mastermind pelos sócios da FF Criativa.



Mastermind é um encontro com grandes empresários, e lá algumas pessoas têm a chance de palestrar. A palestra é uma grande oportunidade de fechar novos negócios, pois o palestrante tem alguns minutos para subir no palco, ensinar sobre algum assunto de interesse do grupo e mostrar a qualidade do seu trabalho.

Entenda que, essa palestra acaba sendo uma vitrine para criar desejo e fechar negócios com pessoas que estão assistindo (e faturam milhões de reais).

Agora olhe novamente agora para a foto que foi tirada. Está vendo a pessoa que estava palestrando? Ela teve a chance de tornar seu trabalho desejável através da apresentação que estava fazendo.

Porém, perceba a reação dos empresários e empresárias sentados na plateia.

Veja como essas pessoas estavam: cabeça abaixada, mexendo no celular, no computador...essas pessoas não estavam dando a mínima atenção para quem estava falando!

Agora, faça uma **reflexão** comigo:

se as pessoas não te escutam, como saberão que o seu trabalho é bom? Como saberão que sua ideia tem validade, que seu projeto deve ser aprovado? Como você vai conseguir fazer negócio com o seu cliente?

Entenda, você sempre tem um objetivo ao fazer uma apresentação, e a forma como você planeja esse momento será a diferença entre você atingir seu objetivo profissional ou não.

O que vou mostrar agora são os oito objetivos que sua apresentação deve atingir para você estar muito mais próximo do seu "sim", muito mais próximo do que você quer atingir com a sua apresentação.

Quero que você entenda que, assim como um produto, toda apresentação é composta por dois elementos.

Por exemplo, imagine que você vai até o mercado e está andando pelos corredores.

Todos aqueles produtos distribuídos pelas gôndolas estão tentando chamar sua atenção para que você os compre.



Como eles conseguem te vender?
Através de duas formas: a primeira é por meio de um visual que chame a sua atenção. É isso que o visual faz. Mas não basta apenas chamar a sua atenção; aquele produto também precisa de um conteúdo que esteja de acordo com o seu gosto, que você queira consumir constantemente.

Porque entenda que, se você abrir uma lata e tomar um gole do conteúdo que tem ali dentro e ele não estiver de acordo com as suas preferências, o que você vai fazer? Vai jogá-lo fora, não vai continuar consumindo.



Com a sua apresentação, o cenário é o mesmo, igual ao de um produto no mercado. Você está disputando a atenção das pessoas quando está apresentando algo, seja presencialmente ou online. As pessoas têm diversos estímulos; por que elas vão parar e prestar atenção no que você está falando?

Portanto, a primeira maneira de conseguirmos a atenção dessas pessoas é através de um visual - um visual estratégico, que surpreenda as pessoas, que desperte o interesse pelo que você vai falar, mas também que passe a mensagem correta.





VISUAL ESTRATÉGICO

Quando falamos de visual estratégico, você deve se atentar a quatro pontos muito importantes:



- Imagens -



- Cores -



- Ícones -



- Fontes -



Imagens

Sim, existem sites gratuitos para você buscar imagens e eu vou lhe dar duas opções muito boas:

www.pexels.com

www.pixabay.com

Mas fica aqui um alerta: Não adianta você procurar de forma aleatória pela internet qualquer imagem. É muito importante você utilizar imagens que ajudem a contar uma história.

Se quero passar para meu cliente a percepção de que hoje ele tem um problema no dia a dia dele, essa imagem precisa mostrar esse problema; você tem que mostrar uma pessoa realmente preocupada, e não aquela expressão de preocupação meio boba que as pessoas fazem em algumas fotos, porque senão estou passando a mensagem errada de que a preocupação do meu cliente não é tão importante - parece até aquela meio sessão comédia de um filme da sessão da Tarde.

Portanto, a imagem certa é o que também vai transmitir a mensagem certa.





É muito importante ter em mente que não basta apenas querer fazer uma apresentação bonita; "quero fazer uma apresentação colorida porque colorido é algo criativo."

Novamente, a cor certa também passa a mensagem certa. Quando você quer passar mensagens mais sérias ou mensagens com mais drama, aquela ideia de um grande problema, você vai optar por tons mais escuros.

Uma grande parte das demissões
ocorre por diminuição de performance
causada por problemas com

ANSIEDADE

Mensagens mais positivas ou até mesmo um tom mais leve, por exemplo, se você quer usar humor ou se quer representar algum ganho, uma melhora, você pode optar também por tons mais claros.

ANÁLISE DE PROJETOS



Claro, essa é uma regra mais geral, mas quero que você tenha em mente que seu principal objetivo não pode ser apenas fazer algo bonito; você tem que ser estratégico, até mesmo se você trabalha em uma empresa.

Importante: Se a sua empresa já tem cores pré-determinadas, existe um motivo por trás disso; a sua empresa já tem uma estratégia de cores. Então, você deve usar aquilo que já foi pré-determinado.

✓ Ícones

Os ícones devem transmitir rapidamente uma mensagem à sua audiência. Funciona mais ou menos como uma placa de trânsito.

Olhe o desenho da placa ao lado. Você não precisa saber ler em japonês para entender o que quer dizer na placa de trânsito, porque o símbolo é universal.



O ícone da sua apresentação serve justamente para isso; você quer passar um conceito rapidamente para sua audiência, e quando consegue, ela entende melhor sua mensagem e consegue prestar atenção no que você está falando (porque não vai ficar tentando entender o que você quis dizer com aquele ícone).



Furadeira



**Quadro na
parede**



Aa| Fontes

Antes de pensar em qual fonte é mais legal ou qual fonte vai inovar sua apresentação, existe algo que você precisa ter em mente, que é básico: toda fonte que você colocar deve ser de fácil leitura. A fonte ser de fácil leitura vem de dois aspectos: o primeiro é uma fonte que não tenha muitos detalhes, como, por exemplo, fontes manuscritas.

Quando você coloca um texto corrido com fontes manuscritas, é muito difícil da sua audiência conseguir ler. Ou fontes que têm muitas curvas, aquelas que parecem de livros antigos.



Importante: Hoje, vivemos num cenário de multiplataforma; por exemplo, alguém pode estar assistindo sua palestra pelo computador, enquanto outra pelo celular, ou às vezes estão todas juntas numa sala assistindo num telão. Você precisa garantir que todo texto que você colocar seja visível para qualquer pessoa, independente da plataforma pela qual ela está assistindo. Portanto, o tamanho da sua fonte deve ser de 18 para cima.



Conteúdo Empático

Esses quatro pontos que acabamos de analisar compõem o que chamamos de visual estratégico, e ele serve para chamar a atenção da pessoa, transmitir uma mensagem rapidamente, assim como um produto no mercado faz.

Mas existe outra coisa muito importante à qual também precisamos nos atentar: a ideia do conteúdo empático. O conteúdo empático é exatamente o mesmo princípio daquele produto que a pessoa deseja consumir, ou seja, ele deve estar de acordo com "o gosto" da sua audiência.

Aqui entram quatro grandes estratégias dentro do nosso checklist que vão tornar sua mensagem empática, feita para sua audiência.



Narrativa



Narrativa é a capacidade que você tem de pegar as ideias que estão na sua cabeça, como se fosse um fio embolado, e conseguir desenrolar esse fio para entregá-lo de forma que tenha começo, meio e fim, nas "mãos" da sua audiência.

Aqui você deve criar 3 grandes momentos na sua apresentação:

01

Um começo que prenda a atenção das pessoas

02

Um meio em que você consiga explicar um conteúdo mais técnico de forma interessante e gradual.

03

Um fim com propósito, que consiga gerar movimento na sua audiência, por exemplo: fazer um cliente comprar um produto seu, um superior aprovar seu projeto, os participantes de um treinamento corporativo mudarem um comportamento.

Storytelling



Quando falamos de história, não nos referimos ao aspecto lúdico. O storytelling, ou a capacidade de contar histórias, são estratégias para você criar conexão com sua audiência, exemplificar por meio de conceitos, narrativas, analogias práticas. As histórias aumentam consideravelmente o interesse da sua audiência pelo que você vai falar e conseguem tornar suas ideias mais tangíveis.

Maneiras de usar o storytelling:

- 01** Estudos de casos de outras empresas que exemplifiquem a importância de um projeto.
- 02** Depoimentos e histórias reais de clientes.
- 03** Analogias para facilitar o entendimento de um conceito complexo.
- 04** Cenários hipotéticos para gerar desejo por uma melhoria.



Quero que você entenda que didática não tem a ver só com o professor que está dando aula na universidade ou se você trabalha com treinamento. Todos precisamos da capacidade em ser processuais e organizar nossas ideias utilizando uma narrativa e contando histórias, para que a pessoa que está te escutando consiga entender os conceitos que vamos explicar para ela.

Imagine que você vai explicar um projeto na sua empresa; vai dizer que você não precisa ser didático para a pessoa conseguir entender como aquele projeto vai funcionar?

Muitas vezes sua capacidade didática é a diferença entre um projeto ser aprovado ou não. Se eu não entendo como algo funciona, aquilo é confuso para mim; e se é confuso, não tem utilidade. Muitas vezes uma pessoa não vai fazer perguntas para entender melhor o que você está explicando. Quantas vezes alguém simplesmente fica ali balançando a cabeça e fingindo que está entendendo?

Como melhorar sua clareza e capacidade de explicação?

- 01** Utilize linguagem e termos que se conectam com o perfil da audiência.
- 02** Sempre que possível, deixe conceitos técnicos claros a partir de exemplos.
- 03** Se tiver ideias muito complexas com uma audiência com pouco conhecimento do assunto, crie analogias com situações comuns do dia a dia.

Persuasão



Infelizmente, muita gente acha que a habilidade de vender serve apenas para quem trabalha na área comercial, mas, na verdade, você está vendendo o tempo todo.

Você precisa ser persuasivo em diversos momentos da sua vida. Se você está trabalhando em um treinamento e está ensinando pessoas uma nova técnica, você precisa "vender" essa técnica.

Se a pessoa não comprar essa ideia, ela simplesmente não vai começar a utilizá-la no dia a dia. Se você é um colaborador, independente da área, você precisa vender ideias, convencer alguém dentro da empresa.

Como melhorar sua clareza e capacidade de persuasão?

- 01** Faça um estudo da sua audiência para entender a fundo seus problemas e necessidades.
- 02** Não foque somente nos aspectos técnicos da sua proposta, sempre deixe claro o benefício real que sua audiência terá com as informações que você está passando.
- 03** Se antecipe às objeções da sua audiência e planeje o conteúdo de sua apresentação de forma com que você coloque informações que ajudam a quebrar essa resistência inicial.

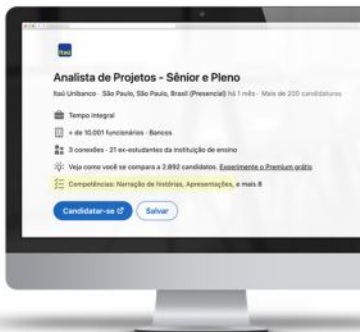


A partir de hoje, toda vez que for criar qualquer apresentação, utilize esse checklist, pois assim você garante que estará construindo um visual que é estratégico e um conteúdo que é empático.

Com a junção desses 2 elementos, você terá um bom produto nas suas mãos para oferecer para sua audiência, porque no momento em que você estiver apresentando, independentemente do assunto, as pessoas ali que estão assistindo vão tomar uma decisão: se o que você está apresentando vale o tempo delas ou não.

Essa é uma habilidade tão importante que está sendo cobrada por grandes empresas. Veja esta vaga para trabalhar em um grande banco; não é uma vaga de publicidade ou de marketing, é de analista de projeto sênior. O que eles pedem ali? Habilidade de narração de histórias, de saber criar apresentações.

E por quê? Porque no dia a dia, esse colaborador precisará apresentar projetos, explicar como eles funcionam, ser persuasivo, vender esses projetos para outras áreas. Não basta ser bom tecnicamente em projetos; essa pessoa precisará saber como se comunicar bem também.





Transformamos o potencial de empresas e pessoas em resultado, através da visão criativa

Somos uma empresa de treinamentos que desenvolve competências que a escola tradicional não ensina mas que fazem pessoas e negócios se destacarem, independente de sua área de atuação, através da Visão Criativa.

A Visão Criativa é a capacidade de transformar o ordinário em extraordinário, de encontrar soluções que não só resolvem problemas, mas que promovem crescimento e resultado.

Quando falamos em criatividade, muitos imaginam pessoas com ideias mirabolantes e um perfil específico: publicitários, escritores, designers, programadores do vale do silício. A sensação é de que essa habilidade está muito distante da nossa realidade.

Na FF Criativa pensamos de forma diferente. Criatividade não é sobre "fazer coisas legais"; é sobre achar soluções que geram valor real e mensurável.

As 5 habilidades desenvolvidas pela Visão Criativa

PENSAMENTO ANALÍTICO

Essa habilidade é crucial para maximizar o retorno sobre investimento, permitindo avaliar e decidir estrategicamente onde alocar tempo e esforço para otimizar resultados.

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E ENGAJAMENTO DE PESSOAS

Para alcançar excelência e contribuir com o sucesso de qualquer empresa, experiências envolventes que motivem tanto clientes quanto colaboradores são essenciais.

COMUNICAÇÃO (PERSUAÇÃO, CLAREZA E RETENÇÃO DE ATENÇÃO)

Dominar a comunicação, narrativa e visual é determinante para promover ideias e conceitos, destacando-se em qualquer ambiente profissional.

ESTRATÉGIAS DE APRENDIZADO E GESTÃO DO CONHECIMENTO

Conhecimento é o ativo mais valioso de uma empresa. A habilidade de traduzir e transferir conhecimento para que qualquer pessoa não apenas adote, mas também replique processos com eficiência e alta qualidade.

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Essas são 2 habilidades que tornam pessoas capazes de obter resultados superiores em qualquer área. Aqui não só desenvolvemos uma mentalidade que resolve problemas, mas que geram valor e fazem a diferença.

“Treinamentos que geram resultado real para sua empresa”



“ Metodologia MCF de ensino com treinamentos práticos que garantem aplicação real gerando resultados imediatos. ”





Antes de me tornar fundador e CEO da **Fantástica Fábrica Criativa**, tenho mais de **16 anos de experiência** na área de **treinamento e desenvolvimento de pessoas**.

Trabalhei em grandes empresas e em parceria com diversas consultorias. Durante todo esse tempo, era muito comum presenciar **treinamentos que não geravam resultados reais**.

No final do ano a empresa mostrava um alto número de pessoas treinadas, mas a grande verdade é que **o resultado para o negócio era muito pequeno**. Colaboradores eram colocados em sala de aula, passavam horas escutando alguém falando sobre um conteúdo técnico, e **voltavam para seus trabalhos com pouca mudança**.

Assistir um vídeo não é aprender. Ficar sentado em uma sala escutando alguém falar não é gerar mudança. **Número de pessoas treinadas não é resultado**.

Desde o início, na nossa empresa o propósito é muito claro: **prezamos pelo resultado** dos nossos alunos. E o **resultado só vem com aplicação do conhecimento e aprendizado**.

Estudando quais eram os maiores **bloqueios e dificuldades** em um processo de treinamento, criamos nosso método de ensino, o **MCF (mentalidade, conteúdo e ferramenta)**.

O método MCF de ensino



Mentalidade:

O primeiro passo é alterar nossa forma de pensar. O processo de aprendizado normalmente trava em nossos velhos hábitos e crenças. Desenvolvemos uma forma de pensar voltada para criatividade e inovação, mas sempre com foco em fazer mais e melhor em menos tempo.



Conteúdo:

Os métodos convencionais focam em conceitos e teorias que são bonitas durante a aula, mas que são difíceis de aplicar no dia a dia. Nós buscamos ensinar técnicas que fazem conexões com a realidade dos nossos alunos. Tudo que é apresentado durante o treinamento tem utilidade real, gera resultado e não é somente mais uma informação que eles irão esquecer no dia seguinte.



Ferramentas:

Nossa metodologia é composta por ferramentas exclusivas que auxiliam o aluno a repetir o processo ensinado em sala de aula com mais segurança, assertividade e velocidade, garantindo a mudança de comportamento, aplicação do aprendizado e por fim resultado no seu dia a dia.

Esses **três pilares** garantem que você não está só colocando mais um **certificado no currículo dos seu colaboradores**, mas sim gerando aprendizado de uma habilidade valiosa, que **lhe coloca a frente dos seus concorrentes** e desenvolve profissionais que geram resultado real.

Gestão do conhecimento em equipes

Train the trainer



Crie uma equipe capaz de treinar colaboradores em novos conhecimentos e processos da empresa, através de um método de treinamento e desenvolvimento de pessoas inovador e engajador.

Apresentação e Storytelling

Apresentações Fantásticas



Guiaremos você pelos 3 pilares da criação de apresentações, com um conteúdo que prende a atenção das pessoas e visual criativo e estratégico, que funcionam como uma alavanca na obtenção dos seus objetivos.

Estratégia de comunicação e narrativa

Histórias Fantásticas



Se comunique com seus clientes e colaboradores de forma mais estratégica, utilizando técnicas de storytelling e narrativa tornando sua comunicação mais clara e persuasiva.

Estratégia de experiência do usuário e engajamento de pessoas gamificação



Capacite sua equipe para desenhar estratégias que aumentam o engajamento de colaboradores internos e clientes, em tarefas e processos que geram alto retorno para a empresa.

Desenvolvimento de equipes com a cultura de Criatividade e Inovação Visão Criativa



Desenvolva em seus colaboradores uma mentalidade de melhoria contínua, através de ferramentas e estratégias de gestão de ideias, que promovem soluções práticas para problemas do dia a dia e geram valor real para o negócio.

CLIQUE AQUI PARA LEVAR A FF CRIATIVA PARA SUA EMPRESA



Junte-se as centenas de grandes empresas **transformadas pela FFCriativa**

mais de
4.000
alunos
transformados

mais de
100
empresas
treinadas

mais de
500
mil horas
de aulas assistidas





Educação Corporativa

Clique e acesse nossas redes sociais:

