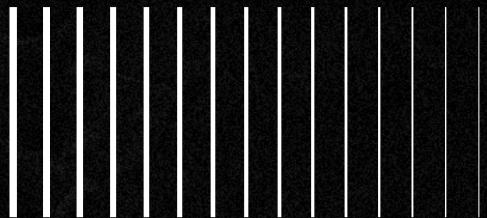


Apresentações que **conquistam**





Agenda do módulo



-  **01** Storytelling: transmita sua mensagem com efetividade
-  **02** Conheça o seu público e acerte na mensagem
-  **03** Atenção! Desperte o interesse da sua audiência
-  **04** Técnicas para reter a atenção do início ao fim
-  **05** Conte histórias com dados e convença
-  **06** Como apresentar tabelas, gráficos e informações complexas
-  **07** Preparação antecede o sucesso: hacks para você montar sua apresentação





▼ 01

**Storytelling: transmita
sua mensagem com
efetividade**



“



“Uma conversa bem-sucedida
é um pequeno milagre. As
pessoas veem o mundo de
maneira diferente depois.”

Chris Anderson

Infoxicação

A infoxicação é o excesso de informações/de estímulos.
Ela deriva do momento que estamos vivendo.

- > Redes sociais.
- > Televisão.
- > Aplicativo de troca de mensagens.
- > Aplicativos de celular no geral.



Toda marca tem um desafio de descobrir soluções para **reter a atenção dos seus consumidores.**



CASE NETFLIX

A **Netflix**, por exemplo, tem uma análise baseada em dados, que é usada como estratégia para manter seus usuários engajados na plataforma. Eles descobriram que têm até **90 segundos para captar a atenção dos usuários**.

A empresa descobriu que você leva até 1,8 segundos para decidir se irá consumir ou não um conteúdo, e a solução que ela encontrou é apresentar, com base no seu histórico, os filmes e séries que mais se encaixam no seu perfil.

Da mesma forma, os filmes que estão entre os mais assistidos também têm estratégias bem definidas para serem os queridinhos, como apresentar, nos primeiros segundos, uma cena impactante, que nos conecte com a história ou que gere curiosidade, por exemplo.

Storytelling

O que os filmes de sucesso têm em comum? Um personagem principal, **um herói** que sofre várias transformações durante a história, e **um vilão**, que está sempre causando confusões.

Essa narrativa é chamada de storytelling. Além do conteúdo, tem a forma como a gente conta essa história.

Uma técnica de contar histórias seguindo um enredo elaborado e que tem como **objetivo encantar e inspirar os ouvintes**.

Um dos modelos de storytelling mais famosos entre os escritores é a **Jornada do herói**. Também chamada de monomito, foi desenvolvida pelo escritor e antropólogo Joseph Campbell.



Baseada na teoria de Campbell, a Conquer criou uma versão prática da Jornada do herói para construção de apresentações envolventes.

Dividimos os 12 momentos da Jornada do herói em 4 momentos e 3 elementos, nossa **metodologia 3x4**.

Essa metodologia conta com 4 momentos:



**conexão
com o
público**



**criação
do vilão**



**solução
matadora**



**moral
da história**

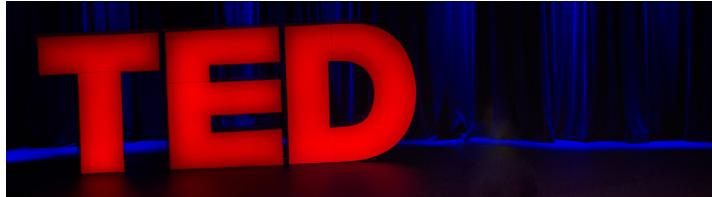
E três elementos: Conteúdo, Forma e Empatia





3 elementos

Você conhece as palestras do TED talk?



Chris Anderson, curador do TED talk, ensina que um dos segredos para o sucesso do discurso é dar aos ouvintes uma razão para quererem ouvir o seu discurso até o fim.

Conteúdo



Não entregue todo o
 conteúdo de uma vez.





3 elementos



forma – corpo:

É a maneira como você embala o conteúdo, com **recursos visuais**, como imagens e vídeos, e, também, **cinestésicos** para trazer seu público para dentro da sua história.

Porém, não adianta ter um bom conteúdo e usar recursos imagéticos se não conseguir se conectar emotivamente com o seu público. É necessário **criar vínculos** com os seus ouvintes.

Por fim, o terceiro elemento:

alma – empatia:

É o ponto em que você entende a dor do seu público, momento que há a conexão do conteúdo com a necessidade da solução.

É onde você garante que o público esteja o tempo todo se conectando com a história.



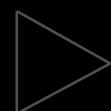
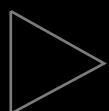
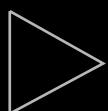
|||||

mão na massa



Escolha um filme, uma palestra
ou uma apresentação de que
você goste muito.

**Faça uma análise e preencha o
framework com os 3 elementos
que você observou.**





▼ 02



Conheça o seu público
e **acerte na mensagem**



Quem está te ouvindo?

Uma apresentação que conquista tem dois segredos:

- 1. Atenção:** podemos criar um conteúdo interessante e que agregue valor para o público;
- 2. Engajamento:** para manter o público interessado durante a apresentação, é necessário ter o poder de conquistar a audiência, se conectar emocionalmente e compartilhar essas emoções.

Como gerar conexão e engajamento? Confira esses pontos:

> **Sorria:** o sorriso é contagiante.

Você está nervoso(a) e não consegue fingir naturalidade?
Então, finja isso até que se torne real.



.....

Finja até você conseguir.





Como gerar conexão e engajamento? Confira esses pontos:

> Faça contato visual:

Percorra seu olhar em todos que estão te assistindo. Mesmo nas pausas, não quebre o contato visual e mostre que você se importa com seu público.

> Não cruze os braços:

Olhos para baixo, braços cruzados e ombros contraídos dão a impressão de que você está inseguro(a) e desconfortável em estar ali.

> Conheça seu público:

Ter um bom conteúdo para apresentar não engaja e não convence. Pense: por que as pessoas estão ali dispostas a te ouvir?



É a representação fictícia do seu público ideal.

Público é todo mundo, mas a persona vai ser aquela pessoa que vai te ouvir e pensar: “**Nossa, isso foi feito para mim**”.

Tem como base dados reais sobre comportamento e características demográficas dos seus ouvintes, assim como histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações. A persona guia a criação de conteúdo da sua apresentação e faz a conexão entre o seu discurso e o público.



Como criar uma persona?

Responda às seguintes perguntas:

Quais são seus valores?

O que ele (a) faz no dia a dia?

Quais são seus medos?



Insira uma foto/imagem

Quais são as marcas que costuma usar?

- > idade?
- > onde mora?
- > onde trabalha?
- > qual é seu cargo?
- > fale sobre a educação e personalidade do avatar

O que ele(a) consome no dia a dia?

Qual é o seu sonho?

Quais são suas dores?

Como minha apresentação pode impactar de forma positiva a vida dessa persona?

Você deve adequar seu conteúdo e suas falas à linguagem do público que irá te ouvir.

Essa pessoa é o que ela **consome, seus sonhos, suas dores...**

Quando entendemos suas dores e quem ela é, entendemos o **impacto** que nossa apresentação irá causar.

Nós somos feitos de histórias.



mão na massa



Use a apresentação que você
escolheu para esse curso.

Preencha a primeira coluna
(conexão) do framework da
Metodologia 3x4.



--	--	--	--



▼ 03

**Atenção! Desperte
o interesse da sua
audiência**



Desvendando o vilão

Em uma apresentação, o vilão é um obstáculo que precisa ser superado, é o conflito que vai ser resolvido no decorrer da sua apresentação. Ele deve ser o gerador de interesse da sua história!

Existem 3 tipos de vilões que podem ser usados nas apresentações:

- 1. Estatísticas negativas.**
- 2. Dores do público.**
- 3. Reações emocionais.**

Exemplos:

- > Trâmites burocráticos para mudar de país.
- > Um perfil específico de atores para a produção de um filme.
- > As estatísticas negativas acerca de um tema.
- > O medo de dirigir.
- > Reflexões sobre um assunto.



JOGA JUNTO – Se o canudo não muda, a gente muda o canudo



Nós somos feitos de histórias.





Framework da Metodologia 3x4

Problema e criação do vilão

- > Apresentar estatísticas e dar força aos números.
- > Mostrar o que pode acontecer caso não façamos algo a respeito.

- > Temos um inimigo em comum, ele se chama...

- > “Estourar” os números na tela
- > Personificar o vilão em alguma image/video

Se você quer utilizar dados de pesquisa no seu vilão, mas ainda não os possui, procure no Google. Lembre-se de buscar fontes confiáveis, atuais e que tenham conexão com a temática da sua apresentação!



Use as aspas (“”) para filtrar os resultados que contêm uma palavra ou um símbolo específicos. Além disso, você pode usar o comando **Ctrl + f** para encontrar uma palavra ou um símbolo específicos.



Por exemplo:

Ao todo, foram registrados 47,4 milhões de estudantes, considerando toda a educação básica, em suas 178,3 mil escolas. De 2021 para 2022, são 714 mil alunos a mais (um incremento de 1,5%). 8 de fev. de 2023



Utilize o comando **filetype:pdf** e filtre a pesquisa do Google para artigos em formato PDF.



mão na massa



Preencha a segunda coluna do
framework Metodologia 3x4.

Crie o vilão da sua apresentação.



▼ 04



Técnicas para reter a atenção do início ao fim



Nesse momento, o público deve se surpreender. Você deve explicar como a sua ideia irá combater e vencer o(s) problema(s) apresentado(s) no vilão! Portanto, capriche!

Dicas para ser claro no seu discurso:

1. Frases curtas: na hora de apresentar a solução, use frases curtas e seja assertivo(a) no seu discurso.
2. Fuja do óbvio.
3. Credibilidade: apresente cases e depoimentos.

“



Seth Godin

“Não procure clientes para o seu produto – encontre produtos para os seus clientes.”



Framework da Metodologia 3x4:

Solução matadora

- > Diante do problema, precisávamos de uma solução revolucionária/ diferente...
- > A partir de hoje, apresento a vocês o/a novo/a...

- > Apresentação simplificada e usual da solução de um jeito simples que todos possam entender

- > Trazer histórias pessoais ou de pessoas que utilizaram a solução.



mão na massa



Preencha a terceira coluna do
framework Metodologia 3x4.

**Crie a solução matadora da sua
apresentação.**





A moral da história

Chegamos ao final da nossa jornada da **Metodologia 3x4!**

A moral da história é uma **lição a ser aprendida ou a mensagem principal a ser transmitida.**

> Não esqueçam nunca que...

> Criar e destacar na tela um slogan, frase, imagem que possa ficar na memória

> Chegamos aqui...
> Aprendemos que...
> A partir de hoje...

Slogan | Pontos importantes na criação de um slogan:

- > Facilidade para ser lembrado
- > Construído por frases curtas
- > Ressaltar qualidades e diferenciais
- > Gerar a identificação
- > Ser viciante
- > Deve ser honesto



5 técnicas para a criação de um slogan marcante



1. Poesia: rima, cadência, repetição de sons

Tomou doril a dor sumiu



2. Duplo significado: ajuda a despertar curiosidade

Informação é o nosso esporte



3. Ironia: usa do humor e do inesperado para atrair a atenção

Não é uma Brastemp



4. Justaposição: contraste ou contraposição de ideias

O melhor plano de saúde é viver. O segundo melhor é Unimed.



5. Repetição: reforço, fixação e ritmo

**Terrível contra os insetos.
Contra os insetos.**



mão na massa



Usando como base as 5 técnicas
do slogan marcante, **escreva 3**
alternativas de slogan da sua
apresentação.





▼ 05



**Conte histórias
com dados e
convença**



O que é **data storytelling**?

É uma técnica em que os dados são utilizados para contar uma história. Apresenta as informações de maneira eficaz. Pode ser usada tanto para o público interno como para o externo de uma empresa.

Mas afinal, o que são dados?

Os dados podem ser definidos como um conhecimento que se tem sobre algo e são usados para **solucionar** uma determinada questão.



Dados



Informações



Insights

Após a coleta de dados, eles precisam ser organizados para se tornarem uma informação, que, depois, possibilitarão os insights.

Existem dois tipos diferentes de pesquisas, que são formas de coletar dados:

> **Pesquisa quantitativa**, que têm o intuito de coletar fatos concretos e são baseadas em números e métricas.

> **Pesquisa qualitativa**, que têm um caráter mais subjetivo e levam em consideração a experiência do participante. Esse tipo de pesquisa é menos estruturado e tende a se aprofundar em um tema.



Para compreender melhor, vamos ver o exemplo:

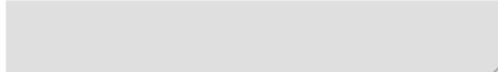
1. Com que frequência você assiste filmes?

- Sempre
- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Nunca

Quantitativa

Qualitativa

2. De todos os filmes que já assistiu, qual foi o que mais gostou?



4 hacks para fazer boas perguntas

1. Faça perguntas claras

Escolha palavras simples e objetivas.

2. Mantenha um número equilibrado de opções de respostas

Sabe aqueles tipos de questionários que uma pergunta tem 3 opções, a outra 4... Não faça isso! Crie um padrão para a sua pesquisa. A repetição de padrões gera familiaridade.

3. Seja imparcial nas perguntas

O objetivo do questionário é fazer com que o outro seja sincero sobre o que ele acha, e não sobre o que você acha.

4. Crie perguntas diferentes umas das outras

Deixe o questionário mais atrativo alternando entre questões de múltipla escolha, abertas ou escala de níveis.



mão na massa



Monte o seu questionário de pesquisa com no mínimo 5 perguntas. Insira **3 perguntas quantitativas e 2 perguntas qualitativas.**



Apresente os dados de forma atrativa

Utilize o framework “Quem?”, “O quê?” e “Como?”.



Quem?



O quê?



Como?

1. Quem é o seu público?

Quando você entende quem é o seu público, o que ele faz e o que ele quer ver, mais preparado(a) você estará, pois você conseguirá satisfazer as necessidades dele.

2. O que você quer comunicar?

Seus dados precisam de um objetivo. O que eles estão comunicando para seu público? Essa informação é relevante? Não adianta trazer uma análise de dados que não contribua para a solução de um problema. O objetivo da sua apresentação é curar a dor do seu público.

3. Como os dados disponíveis ajudarão a apresentar a ideia?

Foque na mensagem da sua apresentação! Os dados devem ilustrar e apoiar as informações mais importantes. O que os números contam? Como eu posso entregá-los?



Tenha opiniões baseadas em **dados**.



“Acima de tudo,
mostre os dados.”

Edward Rolf Tufte

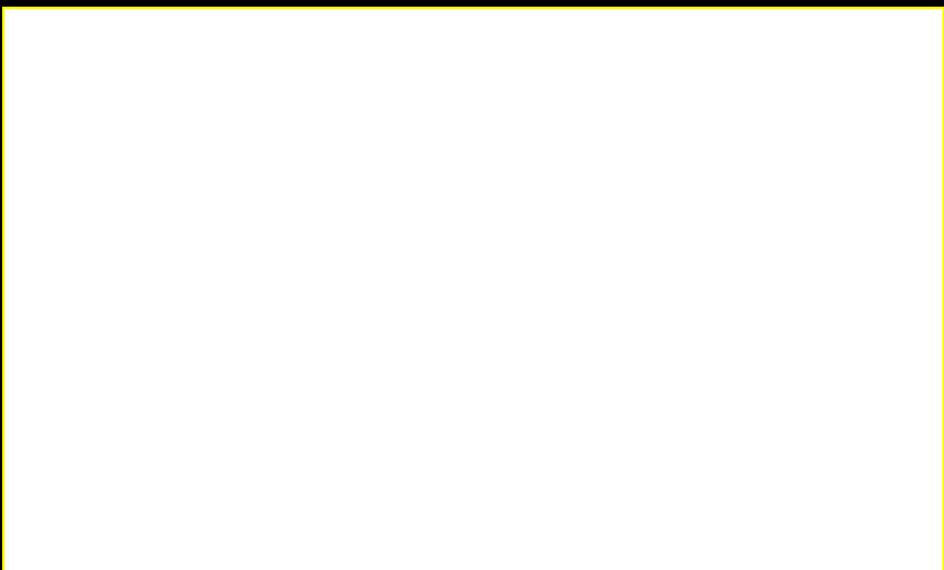




mão na massa



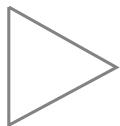
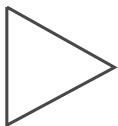
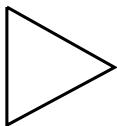
Transforme os dados coletados anteriormente em uma narrativa.
Para isso, **utilize o nosso framework “Quem? O quê? Como?”.**





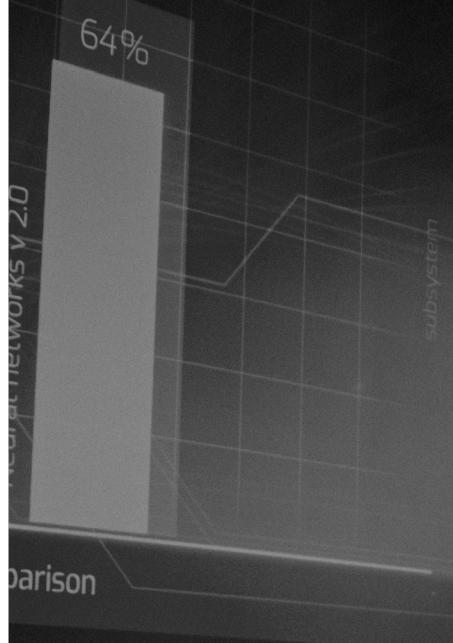
Dale Carnegie

“Uma sinceridade profunda e genuína é a principal característica que qualquer palestrante deve ter para ser digno de confiança.”





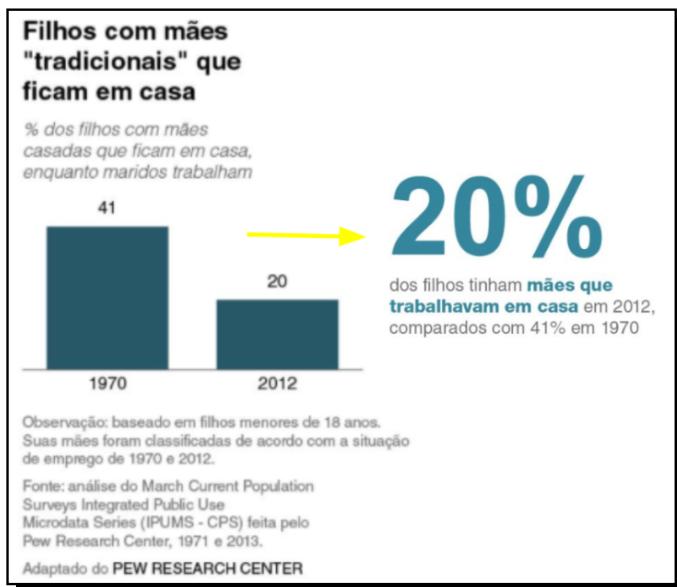
▼ 06



Como apresentar tabelas, gráficos e informações **complexas**



1. Texto simples



Quando você tem apenas um ou dois números para compartilhar, um simples texto já é uma ótima forma de se comunicar.

2. Tabelas

Grupo	Métrica A	Métrica B	Métrica C
Grupo 1	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Grupo 2	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Grupo 3	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Grupo 4	\$X.X	Y%	Z,ZZZ
Grupo 5	\$X.X	Y%	Z,ZZZ

Os elementos gráficos ou a aparência devem assumir um papel secundário, permitindo que os dados fiquem em primeiro lugar.



3. Mapa de calor

	A	B	C
Categoria 1	15%	22%	42%
Categoria 2	40%	36%	20%
Categoria 3	35%	17%	34%
Categoria 4	30%	29%	26%
Categoria 5	55%	30%	58%
Categoria 6	11%	25%	49%

Os mapas de calor são uma representação visual que fornece uma visão comparativa de um conjunto de dados.

4. Gráfico de pontos

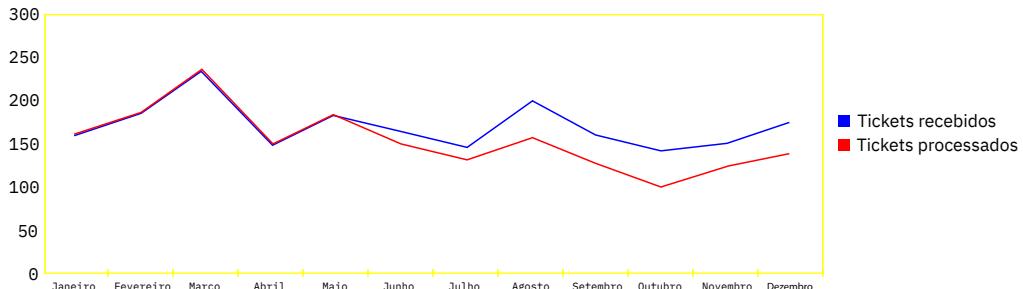
Custo por milha por milhas dirigidas



Eles estão muito presentes no campo científico e são úteis para mostrar os dados quantitativos de uma forma organizada.



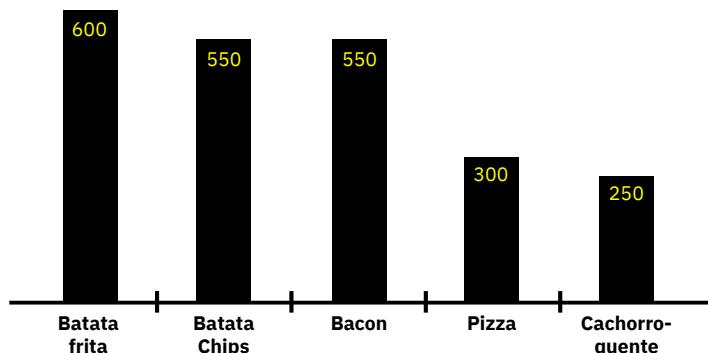
5. Gráfico de linhas



Você pode utilizar os gráficos de linhas para monitorar mudanças ao longo de períodos de tempo curtos ou longos. Eles também são úteis para comparar mudanças ao longo do mesmo período para vários grupos ou categorias.

6. Gráfico de barras

Calorias por 100g



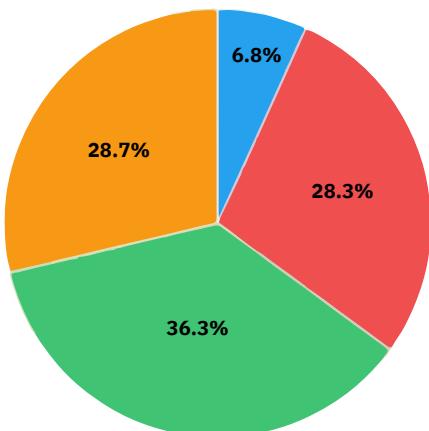
Os gráficos de barras mostram uma ou mais séries de dados, estabelecendo comparações.



“Simplicidade é subtrair o óbvio e adicionar o significativo.”

John Maedav

6. Gráfico de pizza



Os gráficos de pizza são usados para representar **porcentagens**.



mão na massa



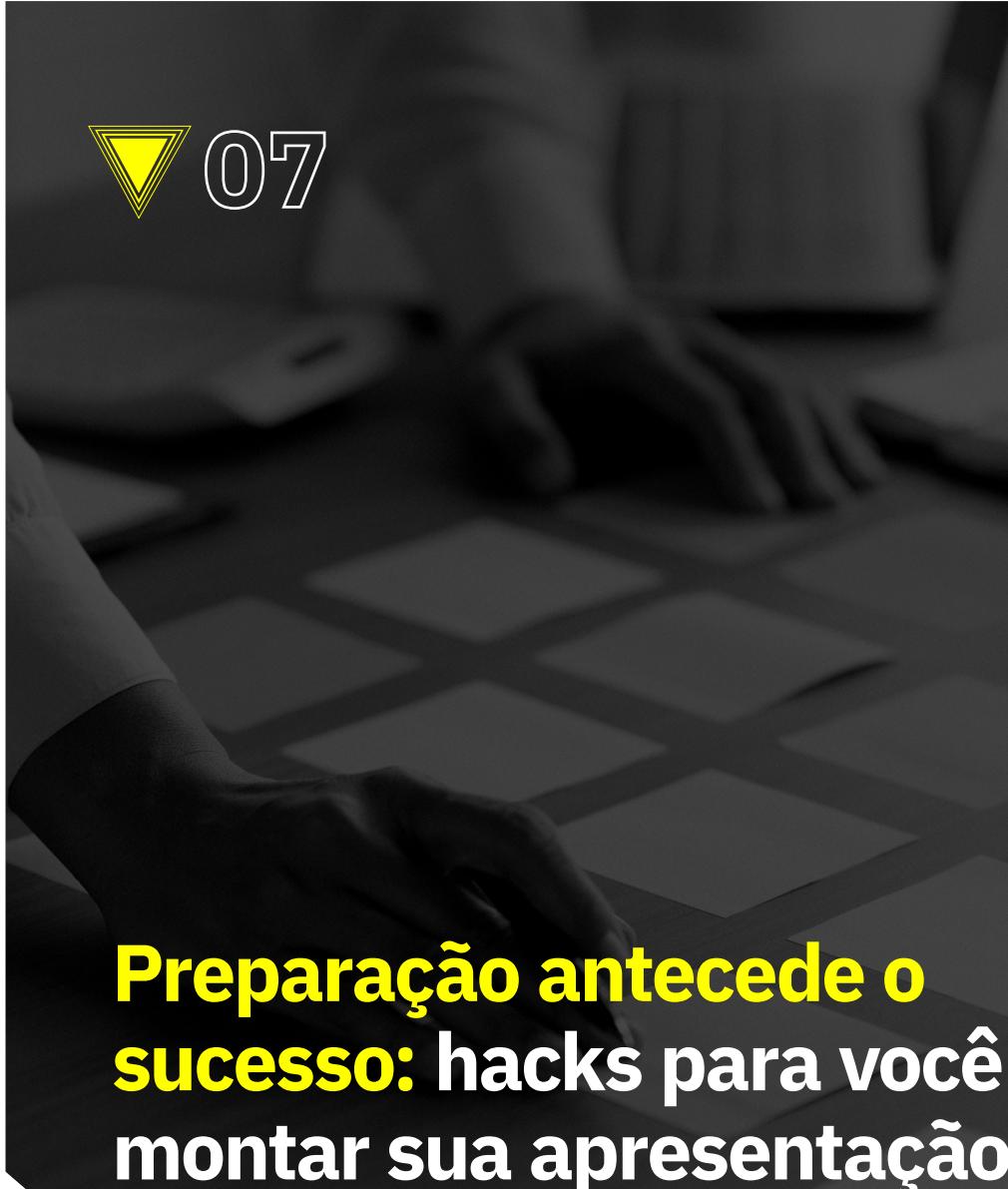
Com base nos dados que você
escolheu:

1. Escolha o tipo de gráfico mais
adequado aos dados da sua
apresentação.
2. Selecione quais são as
informações necessárias para
inserir e quais não são.





▼ 07



**Preparação antecede o
sucesso: hacks para você
montar sua apresentação**



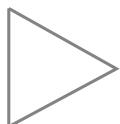
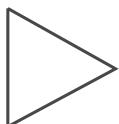
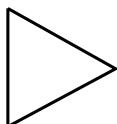
Certa vez perguntaram a um ex-presidente norte-americano:
“Quanto tempo você leva para se preparar para um discurso?”.
Ele respondeu o seguinte:



“Depende. Quanto tempo eu tenho para falar? Se você me der 10 minutos, eu preciso de duas semanas. Se você me der 30 minutos, eu preciso de uma semana. Agora, se eu puder falar livremente, eu já estou preparado.”

Woodrow Wilson

Quanto menos tempo você tem para falar, mais tempo você precisa ter para se preparar para a sua apresentação.





5 passos para você se preparar para uma apresentação de sucesso:

Passo 1

Prepare-se com antecedência: parece muito óbvio e clichê, mas a maioria das pessoas não faz.

Sabe aquela mania de “deixar tudo pra última hora”? Muita gente deixa pra organizar o conteúdo um dia antes da apresentação.

Passo 2

Tenha domínio sobre o discurso

Algumas dicas para você dominar o discurso são:

- > Planeje o que você vai falar.
- > Treine suas falas.
- > Treine a respiração.
- > Estude o roteiro da sua apresentação e destaque os pontos mais relevantes.
- > Pense em exemplos e experiências.
- > Planeje pausas durante o discurso.
- > Faça uso de técnicas de oratória.

Passo 3

Esteja sempre um passo à frente: como minha audiência vai se sentir nesse slide? Está claro para ela? Ela sentirá curiosidade? Medo? Coragem? Empatia?



5 passos para você se preparar para uma apresentação de sucesso:

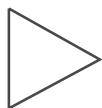
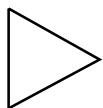
Passo 4

Defina o tempo de duração de cada slide: organize o tempo de duração da sua apresentação.

Passo 5

Revise o roteiro

- > Os slides estão na ordem correta da apresentação?
- > Todos os tópicos abordados estão nos slides?
- > Revise a ortografia das palavras. Não confie apenas no corretor automático.





mão na massa



- 1.** Pense em algo que você gostaria de explicar em uma apresentação.
- 2.** Escolha um conceito, um exemplo ou um case.
- 3.** Grave um áudio com um trecho da sua apresentação.
- 4.** Analise: sua respiração e seu ritmo de fala estão adequados? O que você pode melhorar?



Apresentações memoráveis
deixam suas marcas.





desafio conquer



Faça uma revisão da sua apresentação! Para isso, siga os seguintes passos:

1. Reveja as partes que a compõem: você está se conectando com o público? O seu vilão tem potencial para gerar interesse nas pessoas? Você apresenta uma solução matadora? Você traz uma moral da história?

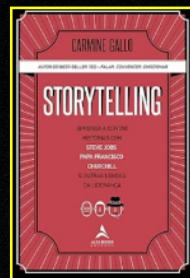
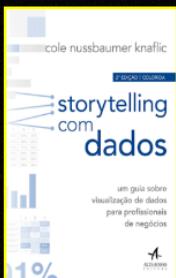
2. Observe o tempo: como você dividiu o tempo em cada uma das partes? Está adequado? Há espaço para improvisar ou mesmo para imprevistos? O tempo está muito apertado?

3. Verifique os dados: os dados apresentados são realmente necessários ou estão em excesso? Eles reforçam a história que você quer contar? Estão dispostos de maneira adequada? São dados confiáveis?

4. Revise a ortografia e a gramática: a linguagem está adequada ao público e escrita de forma clara, correta e concisa? Há palavras que podem gerar algum tipo de problema? Há palavras escritas incorretamente?



quero mais



TED Talk: Como dizer o que pensamos

Como fazer
APRESENTAÇÕES
IMPACTANTES?
ESTALO
ResumoCast



Comunicação e Oratória - ConquerPlus





Apresentações que Conquistam
Segredos da influência e persuasão



Anotações

