

A cura di  
Cristina Mariani,  
docente Assoservizi,  
Società Assolombarda



## DALLE PAROLE AI FATTI

Un seminario per il marketing d'agenzia



Cristina Mariani condurrà il seminario, organizzato da Assicura, dal titolo

**"MARKETING PER L'AGENZIA: STRUMENTI E SOLUZIONI PER AUMENTARE LA CLIENTELA"**

**Milano, 23 settembre 2011, Blend Tower,  
Piazza IV Novembre, 7**

per programma e iscrizioni:  
[www.cardieditore.com/ceventi/marketingperagenzia](http://www.cardieditore.com/ceventi/marketingperagenzia)

## Presentare slide con successo

Lo scopo di una presentazione è creare accordo, convincere le persone, "vendere" idee (e polizze). Ma è difficile riuscirci senza creare un coinvolgimento emotivo da parte dei partecipanti. Ecco come fare...

Molti di noi si trovano spesso a presentare informazioni a gruppi più o meno allargati di persone, a volte usando delle slide proiettate oppure condivise su schermo del computer come supporto al discorso. Ma non tutti sanno presentare in modo efficace ed interessante: spesso questi incontri risultano noiosi e dispersivi, fino ad "uccidere" l'audience.

"Death by Power Point" (un software molto usato per le presentazioni) è un modo di dire coniato da Angela Gerber in un articolo del 2001 (per leggere l'articolo, vedi link nella sitografia), ma ancora decisamente attuale.

In esso si citano alcuni errori comuni in molte presentazioni; eccoli riassunti:

- **troppe informazioni in una sola slide**; si vedono spesso slide piene di testo ed elenchi puntati; ma questo rischia di confondere gli spettatori che nell'ansia di leggere tutto quello che è scritto finiscono per non ascoltare il relatore;

- **i punti importanti sono "sepolti" in mezzo a dati**, grafici e tabelle varie; l'attenzione dello spettatore cala rapidamente; se si spreca tempo in troppi dettagli all'inizio della presentazione si rischia che quando arriva il momento di trasmettere le informazioni davvero importanti gli spettatori si sono già distratti;

- **la presentazione come slide-show**; è il presentatore il vero protagonista dell'evento, non la sequenza di slide e i materiali presentati. Molti presentatori finiscono per leggere semplicemente il contenuto delle slide: cosa che i partecipanti potevano

fare anche da soli a casa propria;

- **le presentazioni improvvisate**; si capisce subito se il relatore non ha avuto tempo di prepararsi, perchè o legge pedissequamente dalle slide o non ne tiene conto per niente e improvvisa il discorso. La preparazione include anche la sala, le sedie, le luci, il videoproiettore, il microfono. Tutto deve funzionare alla perfezione, cosa difficile da garantire se si arriva all'ultimo minuto.

### LA REGOLA DEL 10-20-30

Come dovrebbe essere una presentazione per essere veramente efficace? Ecco i suggerimenti di alcuni esperti. Guy Kawasaki, imprenditore e autore di libri di successo, propone la regola del 10-20-30: le presentazioni dovrebbero comprendere non più di 10 slide (perchè si dice che il cervello umano non può comprendere più di 10 concetti alla volta), durare non più di 20 minuti e il carattere tipografico usato dovrebbe essere grande 30 punti come minimo. Vietato usare caratteri piccoli; inoltre è importante che ogni slide si proponga di trasmettere un solo concetto, non di più.

Seth Godin, guru americano di marketing e comunicazione (il suo blog è seguito da milioni di persone ed è una delle principali fonti informative sull'argomento), nonché imprenditore ed editore, ci ricorda che lo scopo di una presentazione è creare accordo, convincere le persone, "vendere" delle idee (e anche delle polizze), ed è difficile fare ciò senza un qualche tipo di coinvolgimento emotivo da parte dei partecipanti.

Ecco i suggerimenti di Seth Godin

(che pur essendo un occupatissimo guru di marketing trova il tempo di rispondere alle mie email con spunti sempre geniali):

- fatevi delle note, appunti, schemi cartacei da seguire man mano che le slide scorrono sullo schermo; NON leggete dalle slide;

- create delle slide che rinforzano le vostre parole, ma NON le riportano esattamente. Le persone devono ascoltare voi che parlate, e le slide devono servire come supporto, eventualmente anche emotivo, al discorso (per questo è importante includere delle immagini);

- se è necessario fornire dei dati o delle informazioni dettagliate, create un documento scritto da lasciare alle persone al termine della presentazione; avvertite i partecipanti che riceveranno tutta la documentazione, per cui non si devono preoccupare di prendere appunti e possono concentrarsi sull'ascolto e sulla partecipazione. Questi documenti cartacei non devono essere distribuiti all'inizio, altrimenti possono distogliere l'attenzione.

- chiarite qual è l'obiettivo dell'incontro: se è la vendita, al termine della presentazione chiedete esplicitamente un appuntamento personale per ulteriori chiarimenti e la sottoscrizione della polizza.

In modo ancora più chiaro, il creativo inglese Mark McGuinness consiglia di usare questi criteri:

- una sola "grande idea" (ad esempio, la polizza vita ti serve per la serenità della tua famiglia)

- tre punti chiave (la durata della vita media, la pensione di reversibilità in-

# Occhio al passaparola

Un cliente contento lo dice a un altro, ma...

*Si perchè: sfondo bianco, titolo accattivante, immagine pertinente, uso del colore nei box, poco testo riassuntivo che lascia spazio ai commenti del presentatore, carattere grande*



Un cliente insoddisfatto lo dice ad altri 10....

Ai tempi di Internet questi 10 possono diventare 10000

sufficiente, i rendimenti alternativi);  
● una sola storia interessante (il caso reale di una famiglia vostra cliente);  
● una sola idea per slide (vedi sopra);  
● un chiaro invito all'azione (sottoscrivi la nostra polizza XY).

## COME CATTURARE L'ATTENZIONE

E per finire ecco i miei consigli. Sono docente in numerosi enti formativi (Assoservizi di Assolombarda, Camera di Commercio di Venezia, Politecnico del Design, tra gli altri) e oltre alle aule in cui i partecipanti sono imprenditori e dipendenti, mi capita spesso di essere chiamata come relatrice in eventi organizzati da aziende e associazioni di categoria, per cui le presentazioni in Power Point sono per me uno strumento di lavoro quotidiano.

Secondo la mia esperienza perchè una presentazione sia veramente efficace è indispensabile coinvolgere attivamente i partecipanti. Pochi o tanti che siano, se passano più di 10 minuti e nessuno ha fatto domande, interrompete la presentazione e chiedete loro qualcosa. In più di un'occasione ho lasciato il palco dei relatori e, afferrato il microfono, sono scesa tra i partecipanti che cominciano a "calare la palpebra" e li ho svegliati con domande stile talk show (microfono sotto il naso e "lei cosa ne pensa?"). Qualcuno sorride, i più partecipano.

Variate il tono della voce; non c'è niente di più noioso di ascoltare discorsi anche interessanti espressi in tono piatto e monotono. Fate una prova veloce: registratevi e riascoltatevi. Capirete subito se il vostro tono funziona oppure no. Fate ascoltare la registrazione ad altri e seguite le loro indicazioni.

Nelle slide, usate molte immagini. Flickr è un database e social network che raccoglie foto e immagini. Occorre fare attenzione ai diritti di utilizzo: non tutte le immagini sono state

concesse dai loro autori in libero utilizzo. Per questo assicuratevi di scegliere foto per cui è stata rilasciata la licenza di uso Creative Commons. Oppure potete utilizzare un motore di ricerca come Compfight.com, che vi consente di specificare la licenza Creative Commons tra i parametri della ricerca.

Dosate gli elenchi puntati e numerati: Seth Godin li sconsiglia assolutamente, ma io ritengo che nella formazione ogni tanto siano indispensabili. Evitate però di abusarne: un elenco ogni 4-5 slide è sufficiente.

Non esagerate con le transizioni e gli effetti speciali: due o tre vivacizzano la presentazione, ma troppe infastidiscono. Idem per i sottofondi musicali.

Personalmente, preferisco evitare gli sfondi colorati o sfumati.

Un bello sfondo bianco dà più risalto alle immagini e ai concetti espressi.

Per concludere, in questa pagina po-

tete trovare un esempio di slide "sì" e di slide "no".

Vi rimando alle prossime puntate per un approfondimento sullo stile di presentazione verbale.

## SITOGRAFIA

### "Death by Power Point"

<http://www.smallbusinesscomputing.com/biztools/article.php/684871>

### "The 10/20/30 rule of Power Point"

[http://blog.guykawasaki.com/2005/12/the\\_102030\\_rule.html#axzz1SB4e6cDS](http://blog.guykawasaki.com/2005/12/the_102030_rule.html#axzz1SB4e6cDS)

### "How to create a captivating presentation"

<http://the99percent.com/tips/7039/How-to-Create-a-Captivating-Presentation>

### "Really bad Power Point"

[http://sethgodin.typepad.com/seths\\_blog/2007/01/really\\_bad\\_powe.html](http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2007/01/really_bad_powe.html)

*No perchè: Titolo descrittivo, sfondo che confonde, troppo testo ridondante, carattere piccolo, nessuno stimolo visuale*

## Meccanismi di trasmissione del passaparola

- Il passaparola può essere positivo o negativo
- Quando è positivo, può succedere che un cliente soddisfatto segnali il prodotto o l'azienda ad un conoscente
- Quando è negativo, più probabilmente il cliente insoddisfatto parlerà dell'accaduto a una molteplicità di persone
- Questo effetto è amplificato dal fenomeno di Internet che facilita la diffusione delle informazioni