

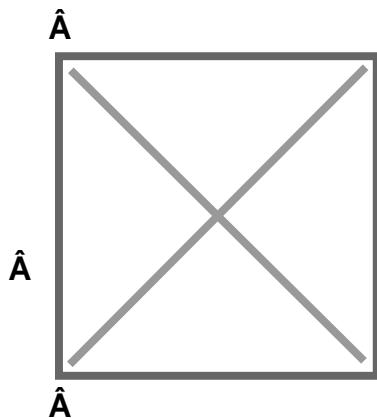


Cómo impresionar a tu audiencia.

Descripción

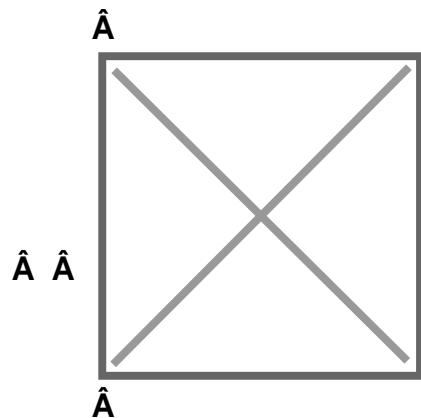
*default watermark*  
**Los cursos del CIAP te dan herramientas para  
impresionar a tu audiencia.**

Â  
Â

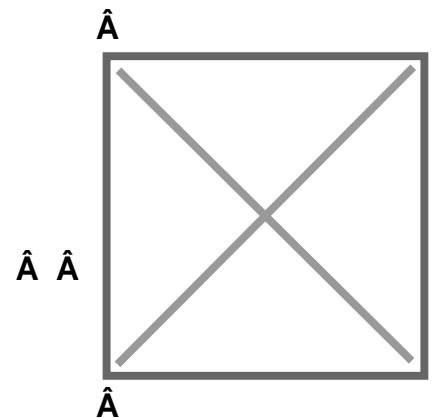


[Más información aquí](#)

Â



[Más información aquí](#)



[Más información aquí](#)

Â

Â

## Las claves de comunicaciÃ³n para cualquier presentaciÃ³n o reunÃ³n de trabajo.

Â

### Ensayar

La media serÃ¡, como mÃ¡ximo, cinco veces el tiempo de lo que va a durar tu exposiciÃ³n. No basta con redactar minuciosamente la presentaciÃ³n si esta no fluye con naturalidad ante la audiencia. La prÃ¡ctica te ayudarÃ¡ tambiÃ©n a calcular bien los tiempos para no sobrepasarlos, uno de los errores mÃ¡s habituales y que mÃ¡s irritan a los oyentes. Evitar tambiÃ©n en este sentido expresiones como â€œbueno, y con esto acaboâ€ cuando todavÃ¡ tenemos intenciÃ³n de seguir hablando 10 o 15 minutos mÃ¡s.

### Los nervios son buenos

A algunos parecerÃ¡ paradÃ¡jico pero en opiniÃ³n de Javier Bernad, una persona demasiado relajada puede transmitir sensaciÃ³n de apatÃ¡a mientras que cierto nivel de nerviosismo contribuye a comunicar entusiasmo y pasiÃ³n por el tema que tratas, elemento clave de persuasiÃ³n. Obviamente un elevado nivel de excitaciÃ³n puede ser contraproducente y conducirnos a una pÃ©rdida del control de los gestos o el manejo de la voz. Para estos casos hay tÃ©cnicas de ayuda como pueden ser realizar respiraciones hondas o sonreÃr para relajar la situaciÃ³n a la vez que empatizamos con la audiencia.

### Tienes que parecer poderoso

Â Se refiere con esto a la autoridad sobre la materia que tratamos y ganarnos asÃ la credibilidad del oyente. De nuevo aparece aquÃ el factor pasiÃ³n para contagiar nuestro entusiasmo y que nunca se relacionarÃ¡ con unos brazos caÃ±dos o un cuerpo estÃ¡tico que mira a la sala en lugar de buscar el contacto visual con la audiencia. De tres a cinco segundos por persona, es la receta de Javier Bernad para conectar con la mirada de los oyentes y transmitir autoridad.

### LimÃtate a dar un mensaje

Querer decir muchas cosas y dotar a todas de la misma importancia es, segÃºn Bernad, otro de los errores mÃ¡s comunes. â€œSi el mensaje es Ã³nico, mejor que si son dos, y para reforzarlo conviene repetirlo varias veces a lo largo de la intervenciÃ³nâ€. Recuerda tambiÃ©n en este punto la conveniencia de estructurar la exposiciÃ³n en torno a dicho mensaje, que abrirÃ¡ y cerrarÃ¡ la conferencia, de manera que todos los elementos narrativos que se vayan incorporando al discurso confluyan en el tema principal. La tÃ©cnica para conseguirlo no es otra que dedicar tiempo suficiente en la elaboraciÃ³n del discurso y si el cÃ¡lculo para el ensayo es de cinco veces para la redacciÃ³n serÃ¡a 30 horas para un discurso de una hora de duraciÃ³n y sin perder de vista la perspectiva de lo que aportas a la audiencia, como si fuese un discurso de marketing.

### A la audiencia no le importa tu vida

Bernad enlaza con Ã©ste el punto anterior advirtiendo a los posibles ponentes de que â€œa la gente no le importas tÃºâ€. Les importan ellos y de ti lo Ã³nico que les interesa es la soluciÃ³n que les estÃ¡s ofreciendo para ahorrar dinero, tiempo, hacerles la vida mÃ¡s fÃ¡cilâ€; lo que sea conforme al perfil de la audiencia pero que sean ellos quienes ganen, que es por lo que te prestan atenciÃ³nâ€.

---

**CategorÃa**

1. DiseÃ±o
2. Productividad

**Fecha de creaciÃ³n**

13 de septiembre de 2022

**Autor**

mariociap

*default watermark*