

Presentare è un'arte. Impariamola.

luglio 11, 2011



(<https://waltermeregalli.files.wordpress.com/2011/07/presenter.jpg>)

Presentare le proprie soluzioni al cliente è un'arte che va imparata!

Gli anni di esperienza nel campo della comunicazione e del design grafico mi hanno insegnato che qualche volta progetti mediocri vengono salvati da una buona presentazione e spesso, troppo spesso, progetti davvero buoni vengono penalizzati da una presentazione non all'altezza. Per cui vale la pena che ci si metta d'impegno e si cominci a considerare la PRESENTAZIONE come un MOMENTO CULMINANTE del nostro processo creativo.

Spazziamo il campo da qualsiasi dubbio: **NON ESISTE PRESENTAZIONE AL MONO O PRESENTER IN GRADO DI FAR APPREZZARE UN PROGETTO CREATIVO PRIVO DI IDEE!**

Alcune regole base:

1. **NON IMPROVVISATE**, a meno che non siate professionisti consumati dell'arte della presentazione. Preparatevi, ma non esagerate, lasciate sempre uno spiraglio al cambio di rotta dell'ultimo momento
2. **STUDIATE IL PROGETTO A FONDO** – anche se lo avete realizzato voi. Guardate il vostro

progetto come si guarda uno sconosciuto, del quale ci si fida poco: è così che il cliente si porrà nei suoi confronti

3. **INDIVIDUATE 3 ASPETTI FORTI**, vi aiuterà a presentarli
4. **INDIVIDUATE 3 ASPETTI NEGATIVI**, vi aiuterà a non cadere in fallo
5. **INFORMATEVI SUL NUMERO DEI PRESENTI e SULLA LORO MANSIONE** – fate in modo che ognuno di loro possa seguire quello che presenterete su una copia di stampati “personali”, mentre voi presenterete utilizzando una copia più grande, la vostra “lavagna, preparatela con cura – io prediligo dei cartoncini neri in formato 35×50 sui quali montare a colla degli A3, meglio se i cartoncini sono rilegati con una spirale o simile. Sì, lo so che nell’era della tecnologia un simile mezzo può fare molto “preistoria”, ma la carta non mi ha mai abbandonato.
6. **EVITATE LE SORPRESE** – seguite una logica piuttosto
7. **EVITATE I COLPI AD EFFETTO** – vi fanno sembrare più simile ad un prestigiatore che non a un professionista della comunicazione
8. **USATE UN LINGUAGGIO CONSONO E COMPRENSIBILE** – se presentate un nuovo progetto ad un cliente con il quale avete un rapporto cordiale o addirittura gioviale, non salite su l’inutile piedistallo di un linguaggio formale, presentate utilizzando le parole di sempre. Se invece non conoscete i vostri interlocutori, mantenete un tono professionale.
9. **RITMO! RITMO! RITMO!** non c’è nulla di peggio di una presentazione soporifera, per cui costruite il ritmo della vostra presentazione come se foste alle prese con una piccola piece teatrale.

Personalmente credo sia sempre una buona tecnica mostrare al cliente, prima delle soluzioni finali, il punto dal quale siete partiti – mood, suggerimenti, riferimenti storici o geografici, ispirazioni, ecc.

Fate comprendere da dove è nato il vostro processo creativo, apprezzeranno anche sfumature che magari durante la presentazione potrebbe sfuggirvi o, meglio ancora, svilupperanno le loro associazioni libere personali. **LE ISPIRAZIONI FANNO PARTE DELLA SOLUZIONE**, presentatele!

Stabiliti i punti, stabilita la successione, stabilito il ritmo, lasciatevi andare.

Personalmente non presento quasi mai più di tre soluzioni creative, per evitare di trasformare una presentazione in una corsa d’endurance. Se si tratta di progetti di brand identity, sono solito concludere con un *cartello riepilogativo*, nel quale riproporre le soluzioni una accanto all’altra.

Alla tradizionale domanda del cliente “tu quale preferisci?”, rispondo sempre che non è importante quello che preferisco io, ma, alla luce di quanto esposto, quello che *li fa sentire più a loro agio*.

EVITATE COME LA PESTE di controbattere ad ogni critica o appunto negativo e non mostratevi – se possibile – piccati o mal disposti ad apportare cambiamenti.

Ma soprattutto, i vostri clienti vi pagano perché siete dei professionisti, se vengono avanzate critiche sciocche o campate per aria, non esitate a stroncarle – fatelo con garbo, ma fatelo – così come non esitate ad accettare appunti costruttivi o che possono aprire a soluzioni ancora più funzionali.