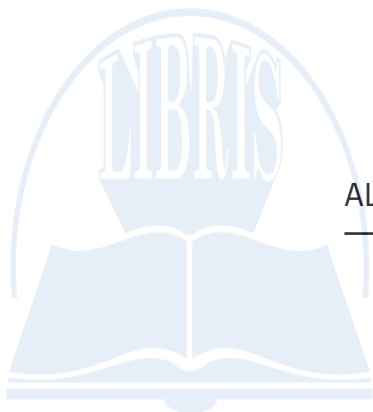


**Arată și spune
o poveste**



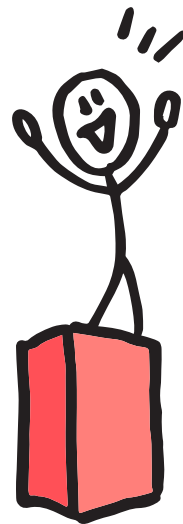
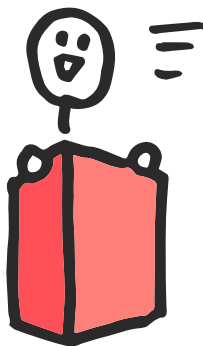
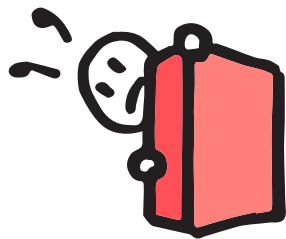


ALTE CĂRȚI DE DAN ROAM

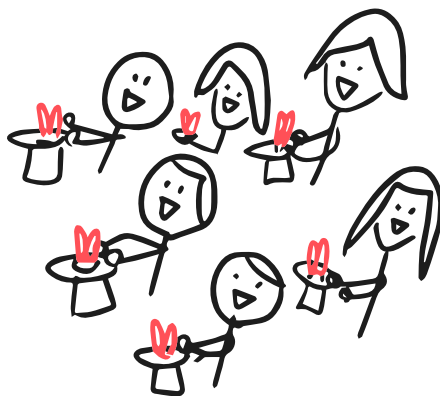
Blah Blah Blah

Pe spatele șervețelului

Unfolding the Napkin



Arată și spune o poveste



Cum poate
oricine să facă
prezentări
extraordinaire

DAN ROAM

Traducere din engleză de
Diana Dorobanțu

 PUBLICA

Titlul original al acestei cărți este *How and Tell: How Everybody Can Make Extraordinary Presentations* de Dan Roam.

Copyright © 2014 by Dan Roam

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition is Published by arrangements with **Portfolio**, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

© Publica, 2016, pentru ediția în limba română

Toate drepturile rezervate. Nicio parte din această carte nu poate fi reprodusă sau difuzată în orice formă sau prin orice mijloace, scris, foto sau video, exceptând cazul unor scurte citate sau recenzii, fără acordul scris din partea editorului.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
ROAM, DAN

Arată și spune o poveste : cum poate oricine să facă prezentări extraordinare / Dan Roam ; trad.: Diana Dorobanțu. - București : Publica, 2016

ISBN 978-606-722-178-7

I. Dorobanțu, Diana (trad.)

316.77

EDITORI: Cătălin Muraru, Silviu Dragomir

DIRECTOR EXECUTIV: Bogdan Ungureanu

COPERTĂ: Alexe Popescu

REDACTOR: Silvia Dumitrache

CORECTURĂ: Rodica Crețu

DTP: Răzvan Nasea

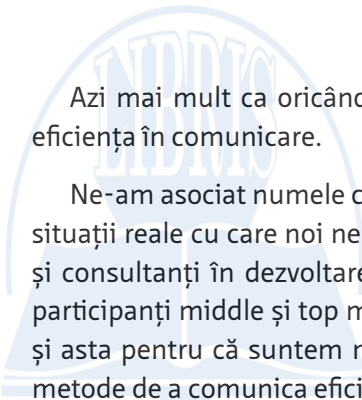
CUVÂNT ÎNAINTE

Zilnic suntem puși în situația de a ne convinge colegii, de a mobiliza echipe, de a schimba credințele limitative sau, uneori, chiar de a face o prezentare de impact a unui raport plictisitor sau a unei informații tehnice. Și probabil că fiecare dintre noi a simțit măcar o dată (sau de mai multe ori!) că „vorbește cu pereții”, că „patinează în gol” sau că nu reușește să implice audiența.



Timpul s-a scurtat, viteza a crescut și fereastra de atenție pentru a deveni „relevant” pentru cei ce ne privesc a devenit extrem de mică. Și ne putem întreba: oare cum să definesc și să livrez o comunicare, o prezentare, astfel încât să fie scurtă, la obiect, atractivă și... să producă schimbarea sau învățarea dorită?

Situațiile sunt multiple: speech în fața a zeci de oameni din diverse departamente, interacțiuni de management, întâlniri de proiect, relații comerciale, management informal, mentoring, coaching, inițiative inter-departamentale, raportări către top management sau... modul în care îl pot convinge pe copil să-și strângă jucăriile.

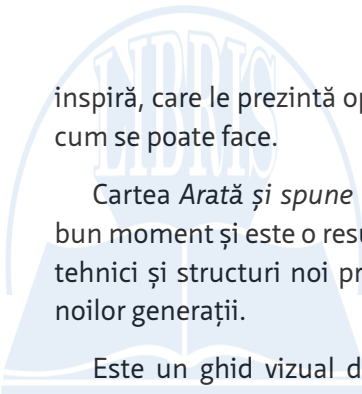


Azi mai mult ca oricând, timpul consumat și rezultatele obținute depind de eficiența în comunicare.

Ne-am asociat numele cu această carte pentru că cele prezentate mai sus sunt situații reale cu care noi ne întâlnim zilnic din postura noastră de traineri, coachi și consultanți în dezvoltare/training. În fiecare an, venim în contact cu mii de participanți middle și top management. Este un privilegiu și o datorie deopotrivă și asta pentru că suntem mereu întrebați care sunt cele mai noi (și de impact) metode de a comunica eficient. Și clienții noștri, și noi suntem într-o permanentă căutare. După care dezbatem împreună. Noi însă avem un privilegiu... și o datorie. Metodele, tehnicile și structurile descoperite sunt puse imediat în practică prin facilitarea grafică (*no slides*) pe care o folosim în livrarea de training, în ședințele de coaching, în speech-urile motivaționale, în prezentările de final de program. Pentru că, în definitiv, idei sunt multe, dar practica este cea care le validează pe cele bune.

Încă un aspect important se arată la orizont și se apropie cu pași repezi. Odată cu apariția noilor generații, nevoile audienței se schimbă. Sunt generații crescute într-o lume vizuală, creativă, colorată. Mai mult decât atât, acceptarea ideilor nu mai are legătură cu puterea formală a celui care vorbește. Spre exemplu, puterea formală a managerului devine irelevantă. Membrii echipei vor cumpăra exclusiv ideile în care „văd” valoare pentru ei și nu doar pentru că au fost „spuse” de managerul lor. Cu alte cuvinte „a spune” nu se mai potrivește cu contextul. „A arăta”, „a propune/vinde” ideile devin o competență esențială.

Va exista în continuare și varianta „a spune de mai multe ori” sau „a spune mai tare” și, cumva, revine în sarcina fiecăruia să decidă câtă energie consumă sau ce este mai eficient. Oamenii îi vor urma pe acei lideri cu care se conectează, care îi



inspiră, care le prezintă opțiunile, care îi invită să aleagă și care, mai apoi, le arată cum se poate face.

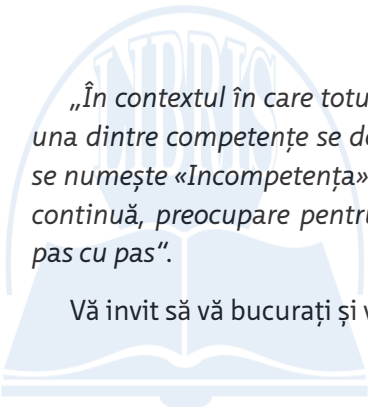
Cartea *Arată și spune o poveste* a lui Dan Roam „a venit către noi” în cel mai bun moment și este o resursă extraordinară pentru cei ce vor să deprindă metode, tehnici și structuri noi privind comunicarea de impact, adaptată zilelor noastre, noilor generații.

Este un ghid vizual de prezentări cu focus pe rezultat și eficiență, un ghid structurat despre cum să faci designul unei idei și să o livrezi în funcție de tipul de prezentare și de obiectiv. Ne arată puterea poveștilor vizuale și modul în care se face conectarea la nivel subconștient. Este o carte care excelează prin simplitate. Este simplă, dar nu simplistă, și se observă munca de sinteză a celor mai complexe situații posibile.

Și poate că după câțva timp, după ce vom fi parcurs această carte, vom spune: „Dacă nu s-ar fi povestit, nu ar fi existat”. Ideile sunt transmise între oameni abia după ce aceștia se conectează. Dan Roam ne arată cum să rămâi autentic, cum să desenezi povestea care conectează audiența cu subiectul și cum să hrănești, mai apoi, și raționalul cu date și informații de o manieră grafică. Ne arată cum se construiește în mod vizual congruența Inimă-Creier.

Cine învață, cine adaptează la propriul stil și cine aplică, ulterior, variantele și ideile din această carte, va vedea rezultatele imediat și va deprinde o abilitate-cheie, de viitor.

Închei cu o expresie inspirată de interacțiunile cu participanții la diversele programe de dezvoltare, cu implementare post-training de tip Agile:



„În contextul în care totul se schimbă în jurul nostru cu o viteză uluitoare, doar una dintre competențe se dezvoltă singură, fără niciun efort. Această competență se numește «Incompetența». Celelalte se dezvoltă cu efort: auto-observare, căutare continuă, preocupare pentru învățare și, evident, implementarea celor învățate... pas cu pas”.

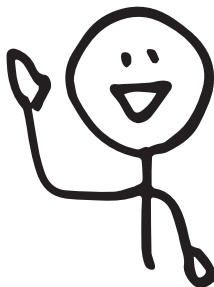
Vă invit să vă bucurați și voi de acest ghid vizual. Priviți-l pe îndelete...

Adrian Paraschiv

Senior Partner

Stand for Development – The Agile Knowledge Transfer Company

www.standfordevelopment.com





*Pentru Isabelle, Sophie și Celeste
(Și pentru tine, domnișoară Puma)*





Cum să
faci o
prezentare
extraordinară:



Spune
adevărul.





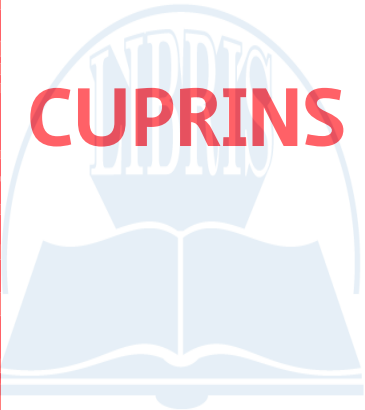
Spune
adevărul
printr-o
poveste.



③

Spune
povestea
folosindu-te
de imagini.





CUPRINS

ACESTE INSTRUMENTE NE VOR AJUTA PE PARCURS	xii
UN SIMPLU GÂND	xiv
CAPITOLUL 1 CELE TREI REGULI	1
CAPITOLUL 2 REGULA 1: SPUNE ADEVĂRUL	7
CAPITOLUL 3 REGULA 2: SPUNE ADEVĂRUL PRINTR-O POVESTE	27
CAPITOLUL 4 REGULA 3: SPUNE POVESTEA FOLOSINDU-TE DE IMAGINI	177
CAPITOLUL 5 CUM SĂ NU ÎȚI FACI GRIJI	235
CAPITOLUL 6 CADOUL	255
MULȚUMIRI	258
LECTURI SUPLIMENTARE	260

ACESTE INSTRUMENTE NE VOR AJUTA PE PARCURS

1. O **piramidă** care să te ajute să spui adevărul



2. O **schiță** care să te ajute să spui povești



3. O **diagramă radială** care să te ajute cu imagini



UN SIMPLU GÂND

Dacă îți spun adevărul, atunci îl voi spune printr-o poveste, iar dacă spun acea poveste prin intermediul imaginilor, atunci te voi ține lipit de scaun.

Permite-mi să-ți arăt cum.





ARATĂ ȘI SPUNE O POVESTE

CAPITOLUL 1

CELE TREI REGULI

Ca prezentatori, obiectivul nostru este simplu:
să-i ajutăm pe alții să vadă ceea ce vedem noi.

Pentru a face acest lucru, trebuie să-i:

amuzăm

educăm

convingem

motivăm

și în cele din urmă să ne

schimbăm

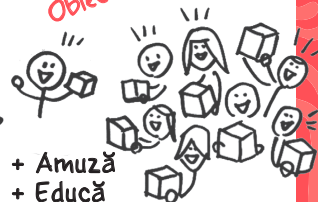
publicul.

Aceștia
suntem noi.



Acesta este...

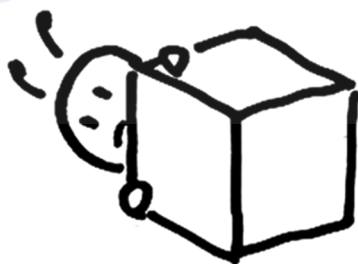
Obiectivul nostru



- + Amuză
- + Educă
- + Convinge
- + Motivează
- = Schimbare!

Cu alte cuvinte, creăm și prezentăm un **raport**, o **explicație**, un **pitch** sau o **poveste** atât de captivantă încât publicul nostru își dorește să vadă lucrurile așa cum le vedem noi.

Sună destul de simplu.

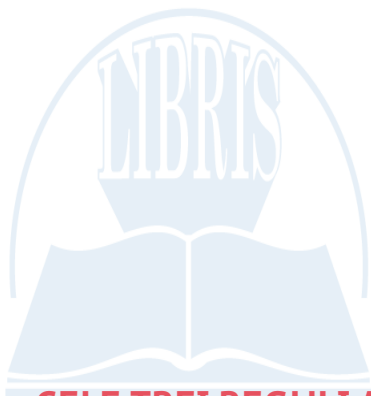


Dar nu este.



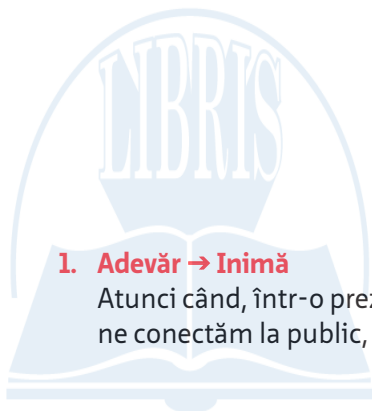
Așa că iată întrebarea: dacă este atât de ușor să prezinți, de ce este atât de greu?

Deoarece uităm **să arătăm** și **să spunem o poveste**.



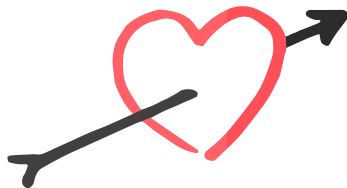
CELE TREI REGULI ALE PREZENTĂRII ȘI POVESTIRII:

1. Începe cu adevărul, iar **inima** te va însoți.
2. Începe cu o poveste, iar **înțelegerea** va urma.
3. Ghidează-te cu ochii, iar **mintea** te va însoți.



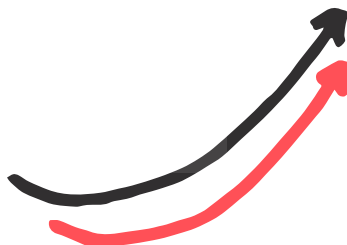
1. Adevăr → Inimă

Atunci când, într-o prezentare, spunem adevărul, se întâmplă trei lucruri bune: ne conectăm la public, devenim pasionați și căpătăm încredere.



2. Poveste → Înțelegere

Atunci când, într-o prezentare, spunem o poveste, se întâmplă trei lucruri minunate: clarificăm conceptele complexe, transformăm ideile în ceva de neuitat și implicăm pe toată lumea.



3. Ochi → Minte

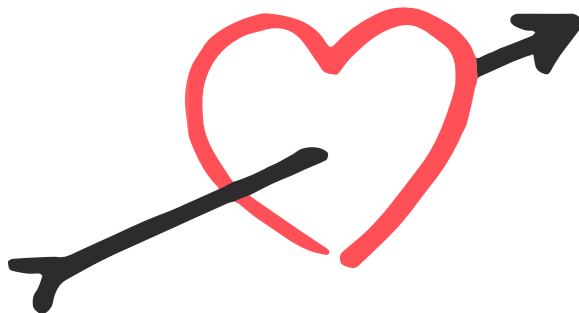
Atunci când, într-o prezentare, spunem o poveste prin intermediul imaginilor, se întâmplă lucruri extraordinare: oamenii înțeleg exact ceea ce spunem, captivăm interesul publicului și alungăm plictiseala.



CAPITOLUL 2

REGULA 1: SPUNE ADEVĂRUL

Începe cu adevărul,
iar inima te va însoți.



A fost unul dintre cele mai bune discursuri pe care le-am auzit vreodată, deoarece a spus mai degrabă adevărul decât baliverne.

STEPHEN KING

Dacă spui adevărul, nu trebuie să ții minte nimic.

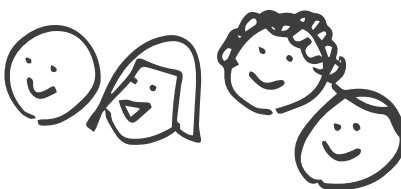
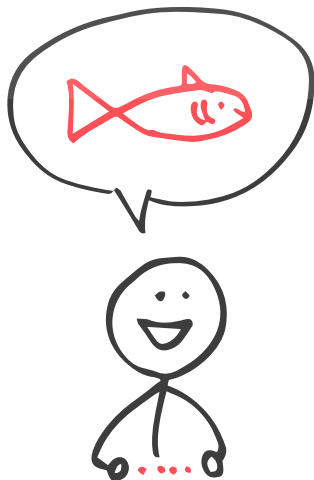
MARK TWAIN

Ce înseamnă o prezentare extraordinară?

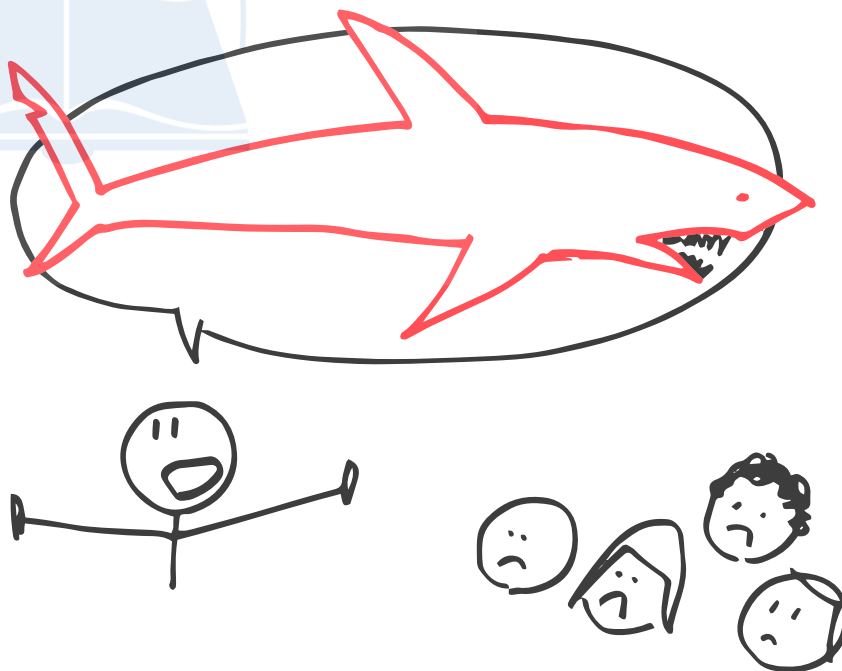
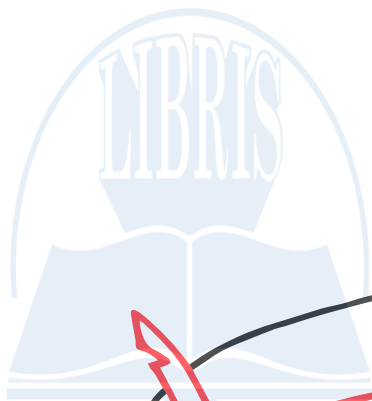
Una care îți schimbă pe oameni.

Ce-i determină pe oameni să se schimbe?

Adevărul.



Nu există o modalitate mai rapidă prin care să câștigi încrederea publicului tău decât dacă spui adevărul.



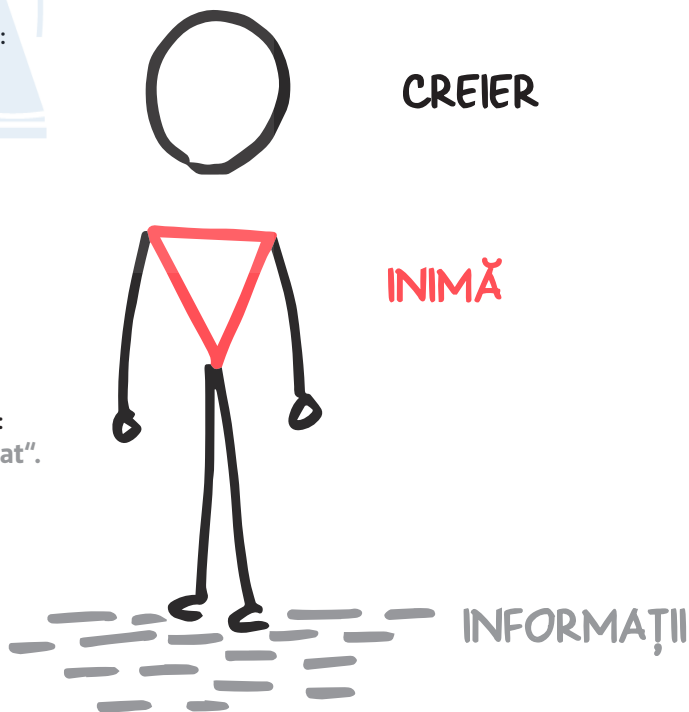
N-ai cum să pierzi mai repede atenția publicului tău decât dacă exagerezi.

Acestea fiind spuse, există mai multe tipuri de adevăr.

CREIERUL nostru spune:
„Cred că acest lucru
este adevărat”.
(Adevărul intelectual)

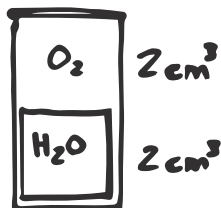
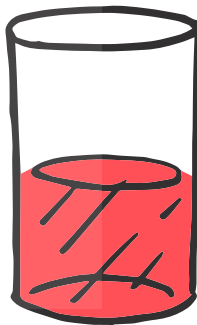
INIMA noastră spune:
„Cred că acest lucru
este adevărat”.
(Adevărul emoțional)

INFORMAȚIILE ne spun:
„Acest lucru este adevărat”.
(Adevărul factual)

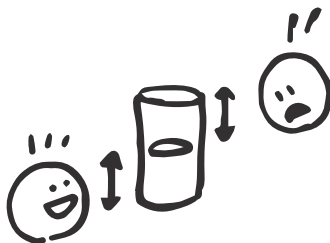


Toate cele trei adevăruri sălășluiesc în noi tot timpul.
De exemplu, am putea să ne uităm la această imagine și să spunem:

„Paharul este pe jumătate _____”.



INFORMAȚIILE îmi spun:
Volum de $O_2 = 2 \text{ cm}^3$
Volum de $H_2O = 2 \text{ cm}^3$



CREIERUL meu știe:
Un pahar pe jumătate plin
este o sursă de speranță.
Un pahar pe jumătate gol
este o sursă de deznădejde.



INIMA mea crede:
Paharul este pe
jumătate plin!



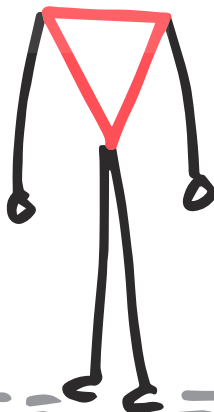
Care dintre aceste adevăruri
este cel corect?

Toate sunt.

?



CREIER



INIMĂ

Care dintre ele face o prezentare
mai bună?

Depinde.



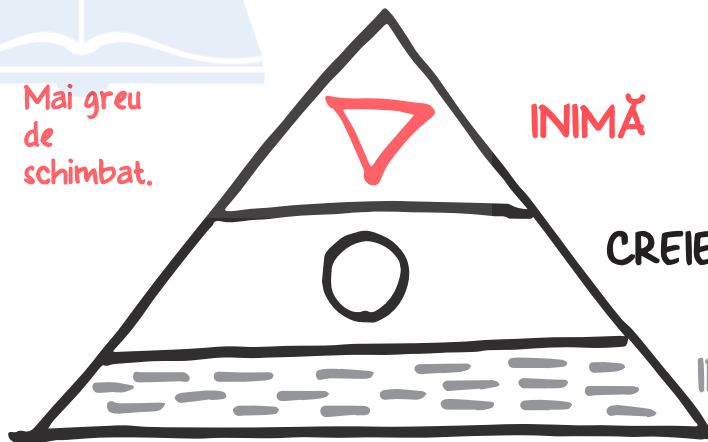
INFORMAȚII



**NU TOATE ACESTE ADEVĂRURI
SUNT EGALE.**



Mai greu
de
schimbat.



INIMĂ

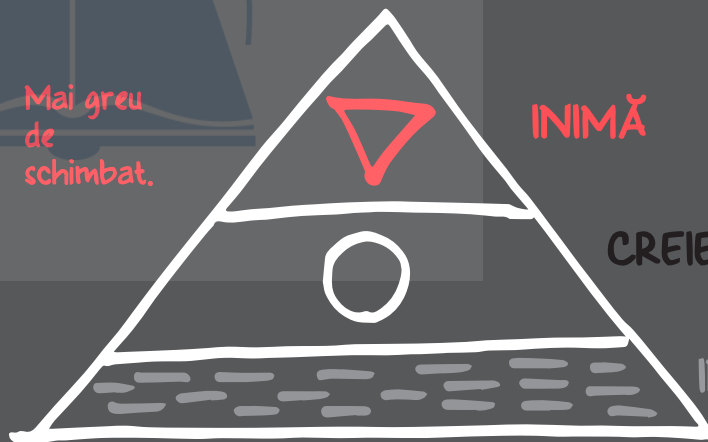
CREIER

INFORMAȚII

Lucrurile în care **CREDEM** depășesc ca importanță lucrurile pe care le **ȘTIM**.
Și ambele depășesc ca importanță „**DOAR FAPTELE**”.



Mai greu
de
schimbat.



O prezentare bună oferă informații noi.

O prezentare minunată schimbă lucrurile pe care le cunoaștem.

O prezentare extraordinară schimbă lucrurile în care credem.

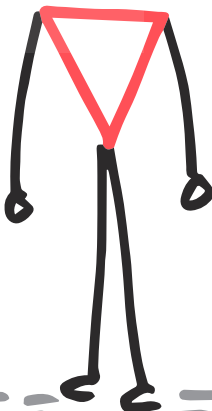


*Pentru acest subiect, pentru
acest public și pentru mine,
ce adevăr ar trebui să spun?*

?



CREIER



INIMĂ

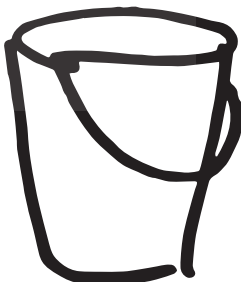
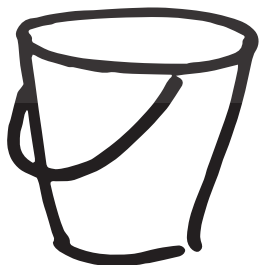


INFORMAȚII



Există o modalitate simplă prin care poți răspunde la această întrebare.

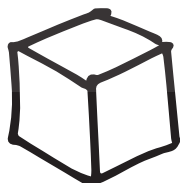
Să o numim



„Regula găleții”

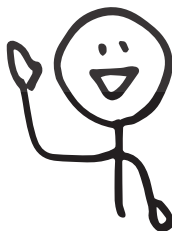


**TOATE PREZENTĂRILE SUNT ALCĂTUITE
DIN DOAR TREI ELEMENTE.**



**Ideea
noastră**

Aceasta este ideea/
conceptul/lecția/
instrumentul sau
regula pe care vrem
s-o împărtășim.



Noi

Aceștia suntem noi
și avem ceva de
împărtășit.



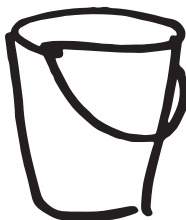
**Publicul
nostru**

Acesta este publicul
nostru; aceștia sunt
oamenii cărora vrem să
le împărtășim ideea.

Acestea sunt cele trei găleți ale noastre.
Obiectivul nostru este să le aliniem:



IDEEA
mea



Eu
însuși



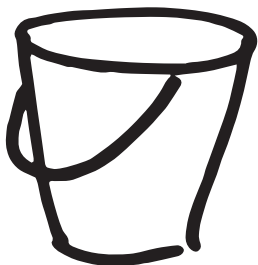
PUBLICUL
meu

Apoi le umplem cu adevărurile noastre:

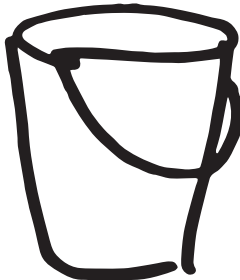
Gânduri, impresii,
informații, anecdote,
idei, preocupări...

Obiectivele, speranțele,
convingerile, îngrijorările,
perspectivele mele...

Date demografice,
experiență, abilități,
aptitudini, agende
ascunse, aspirații,
necunoscute...



IDEEA
mea



Eu
însuși



PUBLICUL
meu