

Joni Galvão

Eduardo Adas

SUPER APRESENTAÇÕES

COMO VENDER IDEIAS E CONQUISTAR AUDIÊNCIAS

Visite www.superapresentacoes.com.br e veja
informações adicionais de cada capítulo deste livro

3ª impressão



© 2011 SOAP Comunicação LTDA

Diretor editorial <i>Marcelo Duarte</i>	Arte <i>Adriano Costa Vespa</i> <i>Alessandra Farias</i>
Coordenadora editorial <i>Tatiana Fulas</i>	<i>Alyne Leme</i> <i>Vitor Tanno</i>
Assistente editorial <i>Vanessa Sayuri Sawada</i> <i>Juliana Paula de Souza</i>	Colaboração <i>Denis Dourado</i> <i>Fabio Mattos</i> <i>Olivia David</i>
Assistente de arte <i>Alex Yamaki</i>	<i>Luiz Pellegrini</i>
Estagiária <i>Leika Regina Inoue</i>	Preparação <i>Beatriz de Freitas Moreira</i>
Reportagem <i>Marina Vidigal</i>	Revisão <i>Telma B. Gonçalves Dias</i> <i>Carmen T.S. Costa</i>
Projeto gráfico <i>Adriano Costa Vespa</i> <i>Rodrigo Gutierrez</i>	Impressão <i>Corprint</i>

CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

Adas, Eduardo
Superapresentações – Como vender ideias e conquistar audiências/ Eduardo
Adas, Joni Galvão. – 1.ed. – São Paulo: Panda Books, 2011. 184 pp.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-7888-104-7

1. Apresentações empresariais. 2. Comunicação empresarial. 3. PowerPoint
(Programa de computador). I. Título.

11-0159

CDD: 658.452
CDU: 005.57

2011

Todos os direitos reservados à Panda Books.

Um selo da Editora Original Ltda.

Rua Henrique Schaumann, 286, cj. 41

05413-010 – São Paulo – SP

Tel./Fax: (11) 3088-8444

edoriginal@pandabooks.com.br

www.pandabooks.com.br

twitter.com/pandabooks

blog.pandabooks.com.br

Visite também nossa página no Facebook e no Orkut.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer meio ou forma sem a prévia autorização da Editora Original Ltda. A violação dos direitos autorais é crime estabelecido na Lei n. 9.610/98 e punido pelo artigo 184 do Código Penal.



Para a Patricia, minha mulher, amor da minha vida,
que sempre está ao meu lado em todos os momentos.
Para nossos filhos, Pedro e Luiza, nossas maiores
alegrias, motivos de realização e orgulho.

Eduardo Adas



Para minha mulher Dani, que é a inspiração
para tudo que faço. Para Bruno, joia única
em minha vida.

Joni Galvão





AGRADECIMENTOS

A você que comprou, ganhou, emprestou de um amigo ou está, neste exato momento, pensando em comprar este livro.

- A nossos amigos e irmãos, Roger e Artur.
- A Fabio e Pera, pela dedicação e compromisso incondicional.
- A todos os funcionários da SOAP.
- A todos os ex-funcionários da SOAP.
- A todos os futuros funcionários da SOAP.
- A todos os futuros ex-funcionários da SOAP.
- A todos os clientes, que sempre nos inspiram para grandes inovações.
- A Bill Gates e à Microsoft por disseminarem o PowerPoint, que possibilita a realização do potencial de cada apresentador.
- A Ronaldinho, o eterno número 1 da SOAP, que estará sempre em nossos corações.
- Se esquecemos de alguém, obrigado também!



Hugo Bethlem

**Vice-presidente executivo
de relações corporativas
do Grupo Pão de Açúcar**

Trabalho desde muito cedo e uma das minhas maiores motivações é poder compartilhar minhas experiências, conhecimentos e práticas com as pessoas. Ao longo desses anos, venho buscando diferentes formas de transmitir os valores e conceitos que têm ajudado a me desenvolver pessoal e profissionalmente para ser alguém melhor.

Procuro adequar e atualizar o meu discurso para que eu faça alguma diferença para as pessoas e possa ajudá-las na conquista de algo novo, melhor e importante para suas vidas. No entanto, a velocidade das mudanças e desse processo, principalmente na última década, se mostra impressionante. Neste cenário, a SOAP tem sido uma grande parceira no processo de valorização das minhas ideias, fazendo com que as pessoas percebam o cuidado e a atenção com que desenvolvo apresentações para elas.

Conquistar a atenção e levar a audiência por alguns minutos em uma mesma e alta frequência vai muito além de um PowerPoint. Uma geração conectada, interativa e que pede agilidade exige do apresentador, além de um profundo conhecimento dos conteúdos, um novo jeito de apresentá-los. Para fundamentação

de uma ideia ou de um projeto, o domínio do conteúdo é o primeiro passo. No entanto, encontrar a melhor forma pode ser imperativo para que ela se torne relevante e alcance seu objetivo, seja ele de caráter de negócio, como a venda de um projeto ou apresentação de resultados, seja de engajamento ao redor de uma causa e outras tantas possibilidades. Nesse sentido, a metodologia e dinâmica da SOAP me ajudam a deixar o meu legado, seja no Brasil ou em terras distantes.

O processo e a rotina criada pela SOAP para apresentação de ideias e projetos envolvem métodos de trabalho como abordagem, estruturação da linha de raciocínio, roteiro, cuidado com o apelo visual e, para dar alma a isso tudo, o desenvolvimento do apresentador. O resultado final são, como a própria SOAP define, “apresentações no estado da arte”, em que é notório o cuidado em se compartilhar algo novo, agregando valor ao tempo e ao conhecimento de quem apresenta e transmite a informação com grande generosidade, e de quem, com ânsia de aprender, recebe.

É isso o que encontraremos neste livro: um guia que o ajudará a buscar “o estado da arte” para suas apresentações e que irá destacar e valorizar o conteúdo, que é todo seu.

Boa leitura!

INTRODUÇÃO

- 10 - Como tudo começou
- 12 - Nasce a SOAP
- 14 - Vocês fazem PowerPoint?
- 17 - Qual é o tamanho da SOAP?
- 18 - O segredo é a reinvenção
- 20 - SOAP no mundo
- 24 - Em qualquer lugar do globo, é preciso um novo olhar sobre as apresentações
- 26 - O olhar da SOAP
- 31 - O que é uma apresentação no estado da arte
- 32 - Como fazer uma apresentação no estado da arte?

CAP. 1 - ROTEIRO

- 36 - Roteiro: O primeiro passo para uma boa apresentação
- 38 - Diagnóstico: A base do roteiro
- 46 - Redigindo o roteiro
- 48 - A redação de um roteiro inclui algumas etapas importantes
- 56 - Estratégias para elevar a atenção da audiência
- 70 - As partes de uma apresentação
- 74 - Dez pontos a favor do seu roteiro

CAP. 3 - A IDENTIDADE VISUAL

- 110 - A coerência visual
- 110 - O que levar em conta ao criar uma identidade visual?
- 111 - Os elementos determinados na identidade visual
- 126 - Estilos de identidade visual

CAP. 2 - SLIDES: A CRIAÇÃO VISUAL

- 80 - Por que investir no visual de uma apresentação
- 84 - Rumo aos slides
- 94 - Recursos visuais
- 103 - Dados, gráficos e tabelas
- 104 - Dicas para apresentação de dados
- 106 - Que abordagem você quer imprimir em seus slides?
- 107 - A harmonia visual das apresentações

131

CAP. 4 - O APRESENTADOR

- 132 - Tirando o máximo do apresentador
- 134 - O domínio do roteiro e a interação com o apoio visual
- 136 - Como treinar para uma apresentação?
- 138 - Linguagem, voz e espontaneidade
- 145 - Sessão de perguntas e respostas

149

CAP. 5 - O POWERPOINT E OUTRAS FERRAMENTAS DE APOIO

- 150 - PowerPoint: Vilão ou herói?
- 152 - A evolução das apresentações ou "A origem das apresentações chatas"
- 157 - Além do PowerPoint
- 162 - As novas alternativas de apresentação
- 164 - Como fazer uma boa apresentação virtual
- 168 - Apresentações autoexplicativas

184

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

175

FECHAMENTO

- 176 - Um exercício de desapego

Clique para adicionar um título

Clique para adicionar



INTRODUÇÃO

Este é um livro que fala do poder da comunicação nos momentos decisivos para o seu negócio. Um livro sobre apresentações fora de série, capazes de exprimir com clareza determinado conceito ou ideia, de maneira bem estruturada, didática e absolutamente atraente para a audiência. Apresentações que representam uma comunicação realmente eficiente e às quais iremos nos referir daqui para a frente como “apresentações no estado da arte”.

No papel de sócios criadores da SOAP, empresa brasileira que se dedica integralmente a essa forma de comunicação, pretendemos chamar a atenção para a importância das apresentações em momentos estratégicos das empresas. Encaramos o reconhecimento do valor desses momentos como o primeiro passo para a elaboração de excelentes apresentações. Além disso, reservamos a maior parte deste livro para compartilhar com você o método que adotamos para confeccioná-las. Mostraremos diversos recursos de raciocínio e de linguagem que, bem empregados, são capazes de revolucionar sua maneira de se comunicar em reuniões e palestras.

Antes de colocarmos as mãos na massa, gostaríamos de contar um pouco da nossa história, que se confunde com a história da criação do mercado de apresentações no Brasil. Para você já ir captando nosso espírito, ilustramos todo o livro com base em um dos princípios utilizados na confecção de apresentações, que consiste em usar o visual para reforçar as mensagens verbais. Esperamos que tenha uma boa leitura e que tire verdadeiro proveito dos conceitos e das ferramentas aqui expostos. Temos absoluta certeza de que eles são capazes de transformar suas apresentações e a sua história profissional.



Como tudo começou

Por Joni Galvão

Sou fascinado pela inovação. Desde criança, enquanto a maioria das pessoas ia para um lado, eu caminhava para outro. Sempre busquei ver as coisas por outro prisma, enxergar fora da caixa. Nos mínimos detalhes, sempre fugi do tradicional – desde o momento de escolher um presente até a hora de estruturar um negócio. Não foi essa a criação que recebi, mas foi assim que me desenvolvi.

Ainda jovem, decidi que seria atleta – jogar vôlei era meu sonho. Fiz faculdade de Educação Física, pratiquei o esporte por alguns anos, mas por uma série de fatores acabei desistindo dessa opção quando estava com 25 anos. Tardiamente, saí à procura de um novo setor em que pudesse atuar. Fiz vários cursos, conheci gente do mercado corporativo, trabalhei em algumas empresas e, em 1998, aos 29 anos, comecei a trabalhar com consultoria.

Foram quatro anos trabalhando na Accenture, uma das empresas mais respeitadas do setor. Eu tinha um bom cargo, bom salário e estabilidade, mas ainda assim não estava feliz: queria mais liberdade de criação, não aguentava ficar preso ao modelo de gestão que era obrigado a adotar naquela rotina. Muito insatisfeito, estava decidido a abrir um negócio próprio. Só não sabia em que área poderia atuar.

Conheci o PowerPoint em 1995 e adorei o programa. Eu me lembro de passar horas brincando em frente à tela, explorando as ferramentas, criando animações e me aperfeiçoando naquela linguagem. Comecei a fazer uso profissional desse programa na Accenture, onde rotineiramente apresentava projetos e propostas para os clientes.

Ainda nos anos de consultoria, ingressei no MBA em marketing no Ibmec, em São Paulo. No curso, eu me destaquei muito e sempre tive a certeza de que o sucesso se devia à forma como apresentava meus trabalhos. Feitos em PowerPoint, eles encantavam professores e colegas, que logo começaram a me pedir ajuda em apresentações para o curso e para as empresas nas quais trabalhavam.

Logo constatei que estava diante de uma grande oportunidade. Em uma área que tanto me atraía, em uma atividade em que eu de fato me destacava, havia uma demanda evidente. Em empresas de todos os portes, notei que apresentações importantes acabavam sendo delegadas a secretárias, a estagiários ou a filhos de diretores que estivessem cursando uma faculdade. O trabalho não era feito por agências de publicidade, nem por agências de comunicação. As pessoas não tinham a quem recorrer.

Conversando com meu amigo e primo Eduardo Adas – com quem sempre tinha sonhado em abrir um negócio –, e com a certeza de que estávamos diante de uma excelente oportunidade que, sem dúvida, nos realizaria, propus:

“Edu, que tal criarmos uma empresa de apresentações no estado da arte?”.

Como tudo começou

Por Eduardo Adas

Sou formado em engenharia de produção. A visão do processo, da estratégia e do negócio como um todo sempre me atraiu. Eu me formei em 1987 e logo depois comecei a trabalhar como consultor. Fui consultor autônomo durante 15 anos e, nesse período, tive muitos clientes. Eu adorava o que fazia e minha empresa foi muito bem.

Além da visão estratégica, sempre encarei a capacidade de comunicação como importante ferramenta de trabalho. Diante de um cenário a ser modificado em uma empresa, acredito que de nada adiantam boas ideias se o cliente não compreender o valor delas. Tendo isso em mente durante meus anos de consultoria, eu já valorizava a comunicação ao estruturar minhas propostas e recomendações estratégicas. Como consequência, minhas apresentações chamavam a atenção dos clientes, que muitas vezes me pediam ajuda nas apresentações de suas empresas.

Eu não era o único. Enquanto me destacava com as apresentações para meus clientes, meu primo e amigo Joni Galvão também caprichava em suas entregas. Conversávamos muito sobre isso e sobre outras particularidades do dia a dia profissional. Tínhamos ótimo entendimento, víamos algumas complementaridades em relação aos nossos perfis, e tínhamos o sonho de um dia abrir um negócio conjunto. Chegamos a pensar em uma empresa de marketing esportivo, em uma empresa de treinamento de executivos e também em uma consultoria conjunta. Até fizemos algumas consultorias em parceria, mas não chegamos a idealizar uma sociedade nessa área.

No ano de 2002, enquanto tudo ia muito bem nos meus negócios, tive uma série de conversas com o Joni, que se sentia sufocado em sua rotina profissional e estava louco para dar uma reviravolta naquele cenário. Em uma de nossas conversas, ele propôs que abríssimos em sociedade uma empresa de apresentações.

Confesso que fiquei reticente. Estávamos em janeiro de 2003, Lula tinha acabado de assumir a Presidência, o país vivia um clima de incerteza... Seria um risco abandonar meus clientes e meus vários projetos em nome de um negócio pioneiro. Embora concordasse com a existência de uma demanda e soubesse da nossa capacidade e gosto por fazer apresentações, eu questionava se conseguiríamos viver daquilo, se o negócio teria mesmo bom potencial. De todo modo, resolvi arriscar:

“Confesso que tenho muitas dúvidas e incertezas, mas topo. Vamos em frente, Joni, vamos criar essa empresa de apresentações!”



Nasce a SOAP

Criamos a SOAP em abril de 2003. Seria a primeira empresa de apresentações no Brasil que conciliaria comunicação, design e consultoria. Para compor seu nome, escolhemos as iniciais do estado da arte – State of the Art Presentations –, imprimindo no nome da empresa nosso objetivo de fazer trabalhos de alto nível, que transformariam a demanda identificada em negócio.

Nosso casamento foi perfeito. Mesclando a visão criativa de um com a capacidade de planejamento e execução do outro, além de importantes habilidades absorvidas por ambos nos anos de consultoria, conseguimos uma complementaridade muito rica. Tínhamos o jogo de cintura para lidar com clientes, a visão global do funcionamento de uma empresa, de métodos, processos e especialmente de estratégias. Isso tudo, somado ao domínio das apresentações empresariais e a uma aguçada visão de como aprimorá-las, fechou o pacote SOAP.

Sem investimento inicial, apenas com computadores pessoais em mãos, montamos nossas operações em uma pequena sala na zona

