



***Cómo hacer una
presentación
exitosa al estilo
Steve Jobs***

Introducción

Steve Jobs, fundador de Apple es uno de los mayores referentes en el mundo de los negocios, innovador de nacimiento y creador de grandes éxitos increíbles. Hay muchas cosas que podríamos destacar de Steve Jobs, pero una de las más geniales son sus presentaciones. Poseedor de discursos legendarios que se han convertido en referencia para quienes quieren tener intención de mejorar cada día en discursos y presentaciones en público.

Comunicar de manera eficiente y eficaz es una habilidad de la que empresarios de grandes y pequeñas empresas deben sostenerse, en este ebook conocerás de qué manera Steve Jobs consiguió que sus presentaciones fueran tan efectivas. No es nada simple, y es por esta razón que el contenido que vas a leer te servirá en cada presentación oral que hagas desde aquí hacia el futuro, aprende de uno de los más grandes emprendedores de la historia!

Vas a encontrar 5 puntos esenciales que llevaron a Steve Jobs a ser uno de los mayores influyentes de presentaciones orales del siglo XXI.

La presentación del millón de dólares

El entusiasmo es lo primordial, Steve Jobs preparaba sus presentaciones como si necesitara ganar un millón de dólares con ella. Es que los productos de su empresa Apple, requerían de presentaciones “millonarias” ya que estaban creador para ser ganadores absolutos del mercado.

Steve Jobs era sencillamente brillante por lo obsesionado que era, perfeccionista hasta el hartazgo e incansable trabajador. Comenzaba a prepararse con bastante antelación cuando tenía que realizar una presentación del algún producto de Apple o incluso de alguna campaña de marketing de la empresa. El secreto de este personaje fue siempre que tenía claro exactamente todo lo que iba a decir y porque lo decía. Todo era muy calculado, además practicaba cada presentación con audiencias de su empresa, para sentirse cómodo en cada acción. Absolutamente todo dentro de su discurso era ensayado hasta la perfección.

Contar una historia

Si algo tenía Steve Jobs era que entretenía al público, no aburría con conceptos fríos o muy técnico, hablaba desde lo humano. Concretamente lo que hacía bien era contar historias. Sus presentaciones jamás parecieron un discurso corporativo, más bien parecían charlas sobre temas apasionantes.

Su misión de cambiar al mundo trasladado a su empresa era lo que movía a Jobs y con esta misión y visión de las cosas, sus presentaciones siempre fueron muy espectaculares por la ideología que él tenía. Decía frases como, “tu trabajo ocupará una gran parte de tu vida y la única manera de hacerlo muy bien es amando lo que haces”. En todo momento sus discursos trataban de enfocarse en la pasión.

Contra los enemigos...

Steve siempre buscaba tocar las venas de su público con historias emocionantes y que no lograrías dejar de estar atento a cada palabra

suya. ¿Conoces el famoso comercial de Apple de 1984?, Antes de presentar su famoso comercial del super bowl, Steve Jobs creó una historia dramática alrededor donde el villano era su competencia directa, IBM. “Ellos lo quieren todo. Apple será la única marca que se interpondrá en su camino”, dijo. El público se levantó, aplaudió y gritó su nombre efusivamente.

Al encontrar un bandido o enemigo, este emprendedor logró que el público también lo sienta así y de esa manera estabas de un lado o del otro, el público también había encontrado un enemigo, el enemigo de Apple.

Así que cuando pienses en tu presentación ante el público, seguí el la técnica de Jobs de “vender objetivos emocionales, no productos en sí mismos”, Tenés que enfocarte siempre en el aspecto emocional de las cosas, no en su aspecto físico o teórico, buscá que el público sienta la emoción de poder sentir a tu producto o servicio.

Hablar de teorías o datos estratégicos seguramente es algo que te parece importante a destacar en tu presentación, pero lo ideal es convencer enfocandote en emocionar y lograr una experiencia en tu discurso.

Lo de “contar historias” no es verso, hoy en día de llama marketing emocional, pero Jobs lo sabía de antes y recurría a numerosas anécdotas personales o casos de la vida real para reforzar sus ideas y entretener al público.

Otro punto importante a destacar es que sus presentaciones no eran

enredadas, es decir que tenían un comienzo, un nudo y un desenlace o final, era como contar un cuento! De esa manera Jobs lograba llevar a su público hasta la euforia del final feliz.

Frases cortas

Algo que siempre caracterizó a Apple fue su simpleza. Teniendo en cuenta que está comprobado que la mejor manera de comunicar es mediante texto e imagen, nunca solo texto, Steve Jobs tenía en sus presentaciones ayudas visuales muy impactantes, con grandes fotos y frases cortas, no había párrafos o demasiado texto que aburra al público.

El secreto está en saber resumir tus ideas en pocas palabras pero seleccionadas de manera eficiente, casi como si fueran publicitarias.

Cuando Steve Jobs presentó al iPod en 2001 dijo: “son mil canciones en tu bolsillo”. Y aunque sus discursos eran más que frases bonitas, la realidad es que lograba promocionar a cada producto con una sola frase y todo muy sencillo que cualquier persona, grande o chico podría entender perfectamente.

Concretamente, Steve Jobs ofrecía a su público un titular y una breve descripción por cada producto. Cada uno de sus productos tenía su propia frase que lo identificaba, cuando presentó el MacBook Air en enero de 2008, Steve Jobs dijo: “es el portátil más pequeño del mundo”. Para ese entonces fue una frase impactante ya que no había en el mercado “un portátil pequeño”.

Entretener para vender

Como personas que todo el tiempo estamos recibiendo información, nuestro cerebro no retiene más de diez minutos de información. Esto significa que sin importar lo bueno que sea un presentador u orador, nuestro cerebro se va a cansar en 10 minutos.

Steve Jobs hacía presentaciones de hasta una hora y media, ¿Cómo lograba la atención de su audiencia?

Organizaba a sus presentaciones con intervalos de hasta 15 minutos con algo a lo que prestar atención y algo entretenido para su público, mostraba un video o una charla en vivo con uno de sus compañeros de Apple, esto hacía que las personas no se sientan aburridas. Todo esto era para crear una experiencia en sus presentaciones y no solo dedicarse a “mostrar” un producto o servicio.

Por ejemplo, durante la presentación del primer iPhone mencionó tres frases al estilo acertijo y su público se puso como loco, “Un teléfono, un iPod y un dispositivo para internet”, en cuanto al iPod dijo, “puedes tocar tu música”, siempre se refería a las “sensaciones” que iba a tener la gente usando uno de sus dispositivos.

Si dentro del público había alguien distraído, seguramente a partir de ese momento tendría que estar muy atento a la presentación para no perderse nada. La clave está en mantener al público en alerta permanente.

En la presentación de la Macintosh de 1978 Steve Jobs decía: “Ustedes vieron algunas fotografías de la Macintosh, ahora verán a la Macintosh en “PERSONA”, esta frase demuestra que Steve Jobs quería acerca la tecnología a la humanidad y no a lo meramente técnico o maquinario.

La explosión

final

Jobs concluía sus presentaciones con “una cosa más” (One more thing), que en la mayoría de los caos era algo increíblemente alucinante que estaba por ver la luz. un producto nuevo, software o alguna aplicación, para dejar al público asombrado y queriendo saber más.

La famosa frase “siempre déjalos queriendo más”, era importante para Jobs quien siempre se encargaba de generar la curiosidad de su audiencia en cada final de sus presentaciones.

Este ingrediente final es la relación que Jobs hacía en sus presentaciones para acercar la emoción a los espectadores y no tenía que ver exactamente con lo racional. Para destacar tenés que tener en cuenta que en muchos caos siempre el público recuerda la emoción final sin importar cómo fue todo lo anterior.

Es por esta razón que para que tu discurso sea recordado, el final siempre tiene que ser explosivo y emocionante, tal como lo hacía Steve Jobs, al final de todas sus presentaciones.

Por eso las presentaciones de Steve Jobs eran un verdadero suceso que iban más allá de un lanzamiento de un dispositivo tecnológico.

Las presentaciones no deberían ser una entrega de información, sino una manera de crear una experiencia para las personas.

La idea es educar y entretener a la vez que se vende.



Gracias por leer este ebook, espero que te sirva de ayuda para tus presentaciones en público, si te interesan mis contenidos visitá www.maurobernoco.com

Más recursos en maurobernoco.com/recursos

Seguime en las redes:

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[LinkedIn](#)