



# Lean Presentation Design

Creare una presentazione  
efficace in un batter d'occhio

**Maurizio La Cava**

**FrancoAngeli**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

**Maurizio La Cava**

# **Lean Presentation Design**

Creare una presentazione  
efficace in un batter d'occhio

**FrancoAngeli**

Immagine di copertina: Freepick.com

2a edizione. Copyright © 2016, 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*



<b>1. LE PRESENTAZIONI SONO OVUNQUE E NON FUNZIONANO</b> .....	11
1. Le presentazioni: lavoro di tutti e di nessuno.....	11
2. Perché le presentazioni falliscono? .....	17
<b>2. PRESENTATION DELIVERY. L'ARTE DI PRESENTARE</b> .....	27
1. La dinamica di una presentazione .....	27
2. La modalità relatore di PowerPoint .....	30
3. Il potere social delle presentazioni .....	35
<b>3. NON TUTTE LE PRESENTAZIONI SONO FATTE PER ESSERE PRESENTATE</b> .....	39
1. <i>Full vs slim</i> .....	43
2. <i>Handout</i> – Il giusto compromesso.....	44
<i>Case study</i> – <i>Le presentazioni che fanno a meno del presentatore</i> .....	46
3. Presentazioni con audio .....	49
<b>4. LA STRUTTURA DI UNA PRESENTAZIONE DI SUCCESSO</b> .....	53
1. I tre pilastri portanti di una presentazione .....	56
1.1 Paura di parlare in pubblico .....	58
1.2 Slide inefficaci .....	59
1.3 Flusso di informazioni disconnesse .....	60
2. Un Canvas per verificare che la tua presentazione funzioni .....	61
<b>5. UN APPROCCIO LEAN PER LE PRESENTAZIONI</b> .....	65
1. Il trade off delle presentazioni: efficacia vs efficienza .....	65
2. Un processo <i>lean</i> per le presentazioni .....	69
<b>6. COMPRENDI L'AUDIENCE</b> .....	73

<b>7. SCRIVI LA STORIA</b> .....	81
1. <i>Storytelling</i> per presentazioni .....	82
1.1 Sapevi di avere tre cervelli? .....	85
1.2 Introduci il problema per catturare l'attenzione .....	85
1.3 Supera le resistenze e costruisci la tua credibilità .....	88
1.4 Se vuoi che lo facciano, devi chiederglielo .....	89
<b>8. I PRINCIPI DI PERSUASIONE</b> .....	95
1. Reciprocità .....	95
2. Autorità .....	96
3. Coerenza .....	98
4. Gradimento .....	98
5. Riprova sociale .....	99
6. Scarsità .....	101
7. Urgenza .....	102
8. Fiducia .....	104
<b>9. UN CANVAS STRATEGICO PER STRUTTURARE IL CONTENUTO DELLE PRESENTAZIONI</b> .....	107
1. Come strutturare una presentazione di vendita .....	108
<b>10. HOOKING – LA STRATEGIA DI AGGANCIO INIZIALE</b> .....	117
1. Strategie di aggancio iniziale, da dove cominciare? .....	118
1.1 Raccontare una storia .....	118
1.2 Domande e interazione con l'audience .....	119
1.3 Condividi un dato scioccante .....	120
1.4 Utilizza delle citazioni famose .....	123
1.5 Sfata una credenza comune e provoca l'audience .....	123
1.6 Dai vita al tuo messaggio .....	125
1.7 Sfrutta eventi storici .....	126
1.8 Accendi l'immaginazione dell'audience .....	126
1.9 Vai dritto al problema .....	127
1.10 Allinea le aspettative .....	128
1.11 Utilizza una metafora sorprendente .....	131
2. Combina più strategie insieme .....	131
<b>11. VISUALIZZA I MESSAGGI</b> .....	133
1. Dimentica PowerPoint .....	133
2. Il flusso logico dei messaggi .....	134
3. Il <i>Minimum Viable Product</i> .....	135
4. Sketching .....	138
<b>12. CREA LA PRESENTAZIONE</b> .....	141
1. Il rumore nelle presentazioni .....	142
2. L'importanza degli spazi vuoti .....	144

<b>13. PADRONEGGIA L'USO DEI FONT</b> .....	149
1. L'architettura del carattere .....	149
2. Scegliere il carattere giusto .....	151
3. Quanti font usare per ogni presentazione? .....	152
<b>14. LAVORARE CON LE IMMAGINI</b> .....	155
1. Le immagini nelle presentazioni .....	162
2. Combinare immagini e testo nelle slide .....	166
3. La risonanza semantica delle immagini .....	173
<b>15. GRAFICA VETTORIALE – LE ICONE</b> .....	177
1. Le icone nelle presentazioni .....	177
2. Dove trovare le icone .....	179
3. I formati delle icone .....	182
<b>16. DAI COLORE ALLA TUA PRESENTAZIONE</b> .....	187
1. La ruota dei colori .....	187
2. Luci e ombre .....	189
3. Saturazione .....	190
4. Effetto focus .....	192
5. Temperatura .....	197
6. Il significato dei colori .....	198
7. L'effetto di risonanza semantica .....	203
<i>Case study – Il colore giusto rende i dati più semplici da leggere</i> <i>di Sharon Lin e Jeffrey Heer</i> .....	203
8. Combinazioni colore pronte all'uso .....	206
9. Importare i colori in PowerPoint .....	208
<i>Case study – Combinazioni colore</i> .....	213
<b>17. NEURO PRESENTATION DESIGN</b> .....	217
1. Impara ad analizzare il contesto .....	217
2. Pattern di lettura .....	220
2.1 Il pattern di Gutenberg .....	220
2.2 Il pattern Z .....	223
2.3 Il pattern F .....	225
3. I pattern di lettura non funzionano .....	226
<b>18. PROGETTA L'ESPERIENZA</b> .....	231
1. Prossimità .....	231
2. Allineamento .....	233
3. Contrasto .....	235
4. Ripetizione .....	238
5. Controlla lo sguardo delle persone .....	241
5.1 Guarda dove guardano gli altri .....	241

5.2 Oggetti direzionali.....	243
6. La regola d'oro della progettazione grafica.....	244
Case study – La sconfitta dell'elenco puntato.....	248
<b>STRUMENTI</b> .....	<b>256</b>
Presentation Assessment Canvas.....	257
Lean Presentation Strategy Canvas .....	258
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>259</b>



---

**“Il design non cura  
solo l’apparenza  
delle cose, ma  
come le cose  
stesse funzionano.”**

Steve Jobs

---

# LE PRESENTAZIONI SONO OVUNQUE E NON FUNZIONANO



I

Sembra che il mondo sia impazzito per le presentazioni. Ci sono presentazioni ovunque: in ogni riunione, in ogni piccolo o grande evento, in ogni lezione a scuola o in università, letteralmente in ogni occasione. Te ne sei accorto anche tu, sei stato coinvolto da questa rivoluzione?

Pensaci un attimo e sii onesto con te stesso. Quanto tempo passi a fare presentazioni per il tuo lavoro o per i tuoi progetti personali? Qual è l'ultima volta in cui ti è capitato di voler condividere una tua idea con gli altri, di convincerli a sposarla e agire per portarla avanti?

Potrebbe essere la presentazione di pitch per un brillante progetto imprenditoriale, la presentazione di vendita di un nuovo contratto aziendale o anche una presentazione di sintesi di un'analisi di dati al supporto di un'attività decisionale strategica nell'organizzazione per la quale lavori.

Lo scopo della tua presentazione potrebbe essere una raccomandazione al top management o al board affinché tu possa indirizzare il business verso la direzione più corretta. Potresti trovarti a fare una presentazione per motivare il tuo team o per comunicare gli obiettivi aziendali dell'anno. In altri casi, potresti anche dover fare presentazioni per qualcun altro e dipendere costantemente dai suoi feedback. Potresti avere la leadership di guidare il processo di sviluppo della presentazione oppure eseguire semplicemente quello che ti viene chiesto. Saprai anche usare PowerPoint o Keynote, ma sei veramente in grado di fare presentazioni efficaci?

**Ogni occasione è buona per fare una presentazione**

---

## I. Le presentazioni: lavoro di tutti e di nessuno

È comune saper utilizzare gli strumenti, perché magari uscendo dall'università sei abituato a lavorarci più spesso di un executive in azienda che si fa fare le presentazioni ormai da anni. Sei rapido a trovare un'im-

magine, a incollarla sulla presentazione, a fare un ritaglio e preparare la slide scegliendo font, colori e layout. Sembra il tuo passe-partout per farti notare e dimostrare che sei capace, ma questa abilità ha il potenziale di trasformarsi molto rapidamente in una condanna!

Ecco che nascono tutte quelle dinamiche nelle quali ti trovi a fare e rifare le presentazioni per altri. Magari non piace un colore, la posizione di un testo o il carattere utilizzato e quindi ti tocca metterci le mani e cambiare tutto ancora una volta. Spesso ti chiedi che impatto abbiano i cambiamenti che ti vengono richiesti da un punto di vista di efficacia della comunicazione, ma, alla fine, il tuo stakeholder ha sempre ragione, quindi lasci passare le domande ed esegui le richieste il più rapidamente possibile.

Il vero motivo per cui ti vengono delegate le presentazioni è che tu sei più rapido con lo strumento e non ha niente a che vedere con la tua capacità di realizzare una presentazione efficace. Se sapessi fare presentazioni efficaci potresti indirizzare i tuoi stakeholder illustrandogli la strada migliore affinché le loro presentazioni riescano al meglio e facciano bella figura davanti al loro pubblico. Molti di noi imparano, all'incirca, come utilizzare i software, ma pochi imparano davvero a realizzare una comunicazione efficace e a visualizzarla tramite una presentazione memorabile che resti impressa nella memoria delle persone.

Ieri sera, mentre pensavo di cominciare a scrivere questa nuova edizione di *Lean Presentation Design*, durante la cena con un'amica, professionista del mondo della finanza aziendale, è nato un discorso in merito alle presentazioni.

Mi spiegava le sue frustrazioni ogni volta che, dopo aver raccolto tutti i dati necessari e finalmente organizzato i report in maniera corretta, deve preparare la presentazione per aggiornare il top management. In particolare mi ha detto una cosa che mi ha colpito. Mi diceva che perde molto più tempo a preparare la presentazione del suo lavoro che a produrre i contenuti. Eppure il suo lavoro è piuttosto complicato: deve estrapolare, raccogliere e unire i dati per identificare degli *insights* rilevanti. La ricerca potrebbe anche non dare subito dei risultati rilevanti e quindi richiedere molto tempo. Quindi nonostante produrre il contenuto della presentazione sia un lavoro complesso, prepararne la presentazione richiede più tempo.

Strano? In realtà, se ci pensi, è assolutamente normale.

Dopotutto, fare presentazioni è un'abilità, al pari di tutte le altre.

Ti faresti mai coinvolgere in un processo tecnico di estrapolazione di dati da un gestionale aziendale allo scopo di identificare degli *insights* rilevanti per dare delle raccomandazioni al top management? Capiamoci, è solo un esempio, potrei anche chiederti se te la sentiresti di improvvisarti analista delle performance del carburante dello space shuttle per garantirne la sicurezza durante il prossimo lancio. Ancora una volta, è solo un esempio, dipende dalla tua professione ovviamente.

Diciamo che non sarebbe opportuno assumersi una responsabilità improvvisandosi nell'utilizzo di un'abilità che non si possiede. Eppure,

**Preparare una  
presentazione  
richiede tanto  
tempo**

tutti fanno presentazioni senza conoscere veramente lo strumento (fatti, sono in pochi quelli che conoscono veramente PowerPoint) né cosa veramente significhi progettare una presentazione efficace.

Il risultato? Una valanga di presentazioni inefficaci e di idee brillanti passate completamente inosservate.



**Figura 1**

La maggior parte delle presentazioni è inefficace

Qual è l'ultima volta che ti sei trovato a una presentazione noiosissima durante la quale facevi fatica a seguire il relatore?

Magari sei a un evento il cui tema ti interesserebbe anche, ma cominci a provare una sensazione di torpore, di fatica nel concentrarti su quello che dicono e ti ritrovi, tutto a un tratto, su Instagram a scorrere il feed. Ti chiedi come sia possibile, visto che l'argomento ti interessa, così torni a concentrarti sulle parole del relatore. Niente da fare, lo perdi dopo poco, non riesci a seguire, ti chiedi per quale ragione la stia facendo così lunga quando potrebbe andare dritto al punto e dirti ciò che veramente ti interessa sapere. Ti guardi intorno e noti che una persona, qualche fila dietro di te, sta letteralmente dormendo, mentre molti altri hanno optato per fare altro con lo smartphone. Poi guardi il relatore che, completamente insensibile alla situazione, procede imperterrito nel suo discorso, come se stesse parlando da solo. A quel punto realizzi che sta davvero parlando da solo e ti auguri che a te non succeda mai una cosa del genere quando tu sarai al suo posto. Ma, secondo te, il relatore è davvero insensibile, non sta facendo comunque del suo meglio per fare quella presentazione? Magari il suo meglio non è abbastanza e ha creato l'ennesima presentazione inefficace che finirà nel dimenticatoio del pubblico. Che ricordo ti resterà di quel relatore? Probabilmente non dei migliori! Quindi, la prossima volta che farà una presentazione, non sarai contento di partecipare. Ci sono casi in cui puoi scegliere e casi in cui invece sarai

**Se crei una presentazione inefficace, l'audience si distrarrà e ti troverai a parlare da solo**

**Una presentazione efficace può scolpire il messaggio nella memoria a lungo termine**

costretto a partecipare. In ogni caso, una presentazione fallimentare influenzerà le tue aspettative nei confronti di quel relatore per sempre.

Ora prova a immaginarti un relatore brillante, che presenta idee interessanti in maniera coinvolgente, ti interessa, ti fa sentire parte della presentazione e ti restano impressi i suoi messaggi chiave. Alle volte, capita che i messaggi di una presentazione possano restare impressi per molto tempo e magari dare i frutti anche dopo qualche anno. Hai mai pensato che le presentazioni possono avere risonanza sul lungo termine?

Qualche giorno fa, mentre passeggiavo per la stazione Termini di Roma, mi arriva una telefonata interessante. Un giovane film maker che ha lanciato un affascinante programma di videopodcast mi spiega che vorrebbe intervistarmi per realizzare insieme un intervento nel suo canale, poiché il tema delle presentazioni è di interesse per la sua audience. Spontaneamente gli ho chiesto come mi avesse trovato, aspettandomi una risposta legata al sito o a qualche libro che ho scritto, e invece la risposta è stata totalmente diversa! Infatti, l'intervistatore mi ha detto che più di un anno addietro aveva assistito a una mia presentazione di lancio del mio ultimo libro. In quella occasione non eravamo riusciti a conoscerci, ma, di recente, quando ha deciso di costruire un intervento sulle presentazioni, gli sono venuto in mente. La cosa che mi ha colpito è che lui ricordasse veramente i dettagli della mia presentazione dopo più di un anno e che quello lo avesse spinto ad agire e contattarmi.

Le presentazioni lasciano il segno, sia in positivo che in negativo. Fare presentazioni è ormai parte del lavoro di tutti. Realizzare una presentazione inefficace equivale a fare un cattivo lavoro. Che figura fai se fai un cattivo lavoro?

Immaginiamo che tu ti occupi di marketing. Hai appena realizzato un'analisi di competizione e calcolato tutte le quote di mercato da mostrare per proporre la strategia di introduzione di un nuovo prodotto sul mercato. Il giorno della presentazione, introduci il tuo lavoro, avvii la presentazione, mostri il contesto, introduci il nuovo prodotto e finalmente arrivi alla parte interessante: l'analisi delle quote di mercato, fulcro della presentazione. Mentre stai presentando i risultati dei tuoi calcoli, vedi che qualcuno storce il naso e lascia trasparire un'incertezza. Ti fermi e da buon relatore dai subito seguito alla necessità di chiarimento che hai intuito nel tuo pubblico, chiedendo se ci sia qualcosa di non chiaro. In risposta, ti viene spiegato che le quote di mercato mostrate sono sbagliate per un banale errore di calcolo. Puoi immaginare che figuraccia! Da quel momento, sarai ricordato come quello che ha sbagliato il calcolo delle quote di mercato e la prossima volta che ti troverai a fronteggiare l'audience su un argomento simile, anche se fosse stata una svista, le persone sentiranno la necessità di verificare.

Certamente, la svista capita a tutti e con lavoro e dedizione si può recuperare, ma bisogna stare attenti. La fiducia della tua audience è un bene troppo prezioso che non puoi rischiare di perdere. Ci vuole tanto sacrificio per costruirla e un attimo per perderla per sempre. Insomma, se fai un cattivo lavoro il tuo personal brand ne subirà le conseguenze,

sia che tu lavori all'interno di un'organizzazione che direttamente sul mercato, nel caso in cui tu sia autonomo.

Hai mai pensato che per le presentazioni potrebbe succedere la stessa cosa? In effetti, succede ma è ancora più grave.

Poiché, quando presenti le tue idee, se fallisci nel coinvolgere l'audience e nell'essere persuasivo, il risultato sarà scadente, indipendentemente dal valore delle tue idee. Inoltre, per via dell'effetto "halo" sarai automaticamente percepito come meno capace di quanto tu magari sia. Fare una presentazione scadente è come presentarsi al matrimonio con un abito strappato!

Ti stai chiedendo cosa sia l'effetto "halo"? "L'effetto halo è un bias cognitivo per il quale la percezione di un tratto è influenzata dalla percezione di uno o più altri tratti dell'individuo o dell'oggetto. Un esempio è giudicare intelligente, a prima vista, un individuo di bell'aspetto"<sup>1</sup>.

Ti sto dicendo che, per via dell'effetto halo, se non sarai in grado di fare una presentazione efficace del tuo lavoro, la tua audience penserà che non sei neanche in grado di fare il tuo lavoro. Sappiamo entrambi che se vuoi fare carriera in azienda o se vuoi farti strada acquisendo nuovi clienti dovrai essere in grado di farti apprezzare per il valore delle tue idee.

Come fai a farti apprezzare però se non sei in grado di comunicarle in maniera efficace e coinvolgente? Come pensi di fare la differenza se a ogni presentazione passi inosservato? Questo non è un problema soltanto tuo.

Le presentazioni sono utilizzate da chiunque, in qualunque settore, per diffondere le idee delle persone e persuaderne altre ad agire. Purtroppo, le presentazioni spesso falliscono, portando nel baratro le idee alle quali avrebbero dovuto dare vita. Ti sei mai chiesto quale sia il costo del fallimento di una presentazione? Pensaci un attimo.

Sulle presentazioni viaggiano spesso decisioni importanti che hanno un impatto reale sulle persone, sul business e sulle organizzazioni. Che importanza hanno le tue presentazioni? Potrebbero avere importanza per il business o per il progetto per cui stai presentando e potrebbero avere importanza per te, per la tua carriera. Qual è il costo del fallimento di una tua presentazione? Se il tuo messaggio non viene compreso, le tue raccomandazioni non vengono accolte e la tua prossima presentazione finisce nel dimenticatoio come tutte le altre, che cosa succede?

Qual è il costo del fallimento di un investor pitch per una startup che ha urgentemente bisogno di raccogliere finanziamenti per poter esistere, qual è il costo di una vendita fallita nel caso tu sia il responsabile vendite di una multinazionale nel settore cibo e tu voglia acquisire un nuovo distributore come canale per raggiungere il consumatore finale?

Lo stesso vale per un team che sta vendendo un progetto di consu-

**Una presentazione inefficace danneggia il tuo personal branding**

**Fallire una presentazione equivale a sacrificare delle idee**

<sup>1</sup> [https://it.wikipedia.org/wiki/Effetto\\_alone](https://it.wikipedia.org/wiki/Effetto_alone).

lenza, in pitch con altre aziende di consulenza, per vincere la gara e acquisire il cliente.

In una situazione del genere, tra l'altro, la tua organizzazione avrà fatto un importante investimento in anticipo per potersi preparare al meglio per realizzare un buon pitch.

Quindi, oltre al costo opportunità della mancata acquisizione del cliente, devi aggiungere le risorse già investite per la preparazione del pitch. Il costo di una presentazione fallita dipende dall'impatto che le tue decisioni hanno sul business e quindi dall'importanza dei messaggi che veicoli per la tua organizzazione.

L'inefficacia delle presentazioni, tuttavia, non è il solo problema che affligge il mondo dei presentatori. Infatti, fare presentazioni costa tantissimo tempo, si va sempre lunghi e si finisce per lavorare oltre l'orario d'ufficio, nel weekend o eventualmente nei giorni di ferie. Quand'è l'ultima volta che hai accettato di finalizzare una presentazione in viaggio su un aereo, su un treno o addirittura in metropolitana piuttosto che rilassarti e leggere un buon libro?

## Figura 2

Lavorare oltre l'orario d'ufficio per terminare una presentazione



**Una presentazione inefficace fa perdere tempo a chi la realizza e a chi la ascolta**

Personalmente credo che a nessuno piaccia passare il weekend a fare la presentazione per la riunione del lunedì mattina. Insomma, queste presentazioni generano un ingente carico di lavoro, ti fanno lavorare oltre l'orario d'ufficio e nonostante tutta questa dedizione spesso risultano inefficaci.

Ti dirò che non finisce qui! Infatti, non soltanto perdi tanto tempo per preparare una presentazione inefficace, ma farai perdere tempo anche a tutti quelli che sono venuti ad ascoltarti senza capirci niente. Se sei fortunato e le persone saranno veramente interessate, ti chiederanno le

slide alla fine dell'evento per poterselo leggere in separata sede e capirci qualcosa.

In tal caso, a cosa è servito investire tutto quel tempo per preparare una presentazione e partecipare a un incontro se, alla fine, sarebbe bastato mandare la presentazione per email e mettersi a disposizione per eventuali domande?

Questo è soltanto uno dei tanti esempi di presentazioni fallimentari, ma ce ne sono tanti altri.

## 2. Perché le presentazioni falliscono?

---

Siamo d'accordo che le presentazioni richiedono molto tempo per essere realizzate e che spesso non funzionano. Sono certo che sarà capitato anche a te di assistere a presentazioni veramente noiose dalle quali non sei riuscito a estrarre alcun valore. Per comprendere come disegnare una presentazione efficace in tempi ragionevoli bisogna comprendere quali sono le ragioni per cui le presentazioni falliscono.

Cosa ti viene in mente quando ti dico la parola: presentazione? Pensaci un attimo, prova a visualizzarla.

Con buone probabilità nell'immagine che il tuo cervello ha appena ricostruito c'erano delle slide. Quando si parla di presentazioni siamo abituati a pensare immediatamente alle slide e quando pensiamo alle slide pensiamo spesso a PowerPoint. Ci sono tanti diversi strumenti per fare presentazioni, ma PowerPoint è certamente il più diffuso e utilizzato.

**PowerPoint,  
un formidabile  
strumento per  
le presentazioni**

Oggi, 25 anni dopo la sua nascita, PowerPoint fa parte degli esami dei bambini nelle primary schools poiché gli insegnanti ritengono che la conoscenza di questo strumento sia vitale per la vita dei bambini a ogni livello di educazione e nella loro carriera. Steve Pinker dice che gli scienziati non possono più fare lezione senza PowerPoint. Le messe vengono fatte con PowerPoint nelle chiese ricostruite incorporando grandi schermi. I diplomatici usano PowerPoint per le presentazioni delle Nazioni Unite. Il business e le no-profit di ogni dimensioni utilizzano PowerPoint. I quotidiani, i magazine e i libri menzionano PowerPoint senza neanche dover spiegare cosa sia. In un mondo di 7 miliardi di persone, Microsoft afferma che PowerPoint sia installato su più di un miliardo di computer<sup>2</sup>.

PowerPoint è uno strumento molto potente, non sempre di facile utilizzo, ma certamente accessibile a tutti, perfetto per la maggior parte delle occasioni in cui viene utilizzato. Grazie a questo strumento, ormai parte dominante della Office Suite, è possibile dare vita a presentazioni complesse, ricche di media, che possono poi essere presentate o distribuite per la lettura.

Tuttavia, è riduttivo pensare alle presentazioni soltanto come un in-

<sup>2</sup> Gaskings R., *Sweating Bullets*, Vinland Books, 2012.

sieme di slide. **Le presentazioni sono, prima di tutto, un dialogo tra persone.** Ogni presentazione è un momento di condivisione delle proprie idee con un obiettivo predefinito.

Le idee sono lo strumento che da, a ogni essere umano, il potere di cambiare il mondo<sup>3</sup>.

Riflettici un attimo. Ogni grande rivoluzione che ha cambiato il corso della storia o anche ogni lancio di nuovi prodotti e tecnologie disruptive che hanno cambiato le abitudini del genere umano nasce dallo stesso seme: un'idea. Probabilmente saranno state idee brillanti, ma ciò che ha veramente fatto la differenza è la capacità dell'ideatore di comunicarle agli altri in modo che potessero comprenderle, adottarle e condividerle innescando un cambiamento. Perché puoi avere l'idea più brillante di questo mondo, ma se non impari a comunicarla efficacemente, morirà dentro di te.

Eppure ci si concentra di più sull'avere delle belle slide piuttosto che una comunicazione efficace. Quando arriva il momento di fare una presentazione, la reazione più comune è quella di lanciare PowerPoint e cominciare a disegnare slide.

Solitamente si parte dalla raccolta delle slide che si possono riciclare. Slide di altre presentazioni che sono già state fatte e alle quali basta apportare qualche modifica per poterle riutilizzare. A questo punto comincia il lavoro di adattamento e abbellimento, in cui si perde un'indecifrabile quantità di tempo. Ecco che ci si sbizzarrisce con PowerPoint tra allineamenti, distribuzioni, gruppi di oggetti, tipi di carattere, dimensioni del carattere, titoli, schemi diapositiva, colori e tanto altro. Quanto tempo perdi nell'abbellimento delle tue slide?

Ogni volta che fai una presentazione prendi centinaia di decisioni che incidono sull'esperienza che stai progettando per il tuo pubblico, slide dopo slide. Il problema è che raramente si progetta l'esperienza per l'utente finale (il pubblico) in maniera consapevole.

**Non tutti siamo creativi ma tutti abbiamo l'esigenza di creare presentazioni efficaci**

Quanto tempo perdi a scegliere colori che poi non funzionano tra di loro, un font che ti piaccia ma del quale non conosci veramente l'efficacia, ad aggiungere transizioni e animazioni che garantiscono solo un effetto mal di mare al pubblico pensando che la tua presentazione risulti più attraente? Così facendo investi il tuo tempo nell'abbellimento di presentazioni che infine risultano inefficaci.

Ma la creatività non è per tutti e, spesso, chi fa presentazioni non è necessariamente un designer con un background creativo. Le presentazioni le fa il manager, l'imprenditore, il medico, le facciamo io e te, chiunque! Come prendere rapidamente decisioni di comunicazione e *design* che assicurino l'efficacia del risultato?

La sfida è scegliere il carattere giusto, la palette colori, il posiziona-

<sup>3</sup> Duarte N., "The secret of great talks", [https://www.ted.com/talks/nancy\\_duarte\\_the\\_secret\\_structure\\_of\\_great\\_talks?language=en](https://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks?language=en).

mento degli oggetti e il layout migliore per ogni tipo di contenuto a seconda dell'audience di riferimento in maniera corretta, rapidamente e dall'inizio. Sappiamo entrambi che queste sono le scelte che richiedono il maggior investimento di tempo. Le scelte che ti portano alla visualizzazione dei tuoi messaggi.

Spesso ti trovi a fronteggiare la tua stessa indecisione, non sai scegliere quale carattere ti piace di più, quale sia la migliore posizione per un testo o per una forma. Non sei sicuro di quale immagine utilizzare e allora opti per utilizzarne molteplici, ma non ci stanno sulla slide e allora cominci a rimpicciolirle.

Le immagini rimpicciolite hanno tutte dimensioni diverse e nel ridimensionamento le sforni per renderle simili. Alla fine guardi la slide e non sei convinto, non ti piace. Purtroppo però hai appena investito 20 minuti del tuo tempo per abbellire questa slide, quindi ti accontenti e vai avanti.

Indipendentemente dal fatto che ti ritrovi in questo modo di procedere, c'è una cosa della quale sono certo, cioè la *ratio* con la quale normalmente prendi queste decisioni. Infatti, si tratta di decisioni prese in maniera puramente creativa.

Pensaci bene. Il posizionamento di un oggetto in uno specifico punto della slide, la dimensione del testo, il carattere, i colori e anche il layout generale della slide sono il risultato di una serie di prove per capire se il risultato ti possa piacere.

Poniamo il caso in cui tu abbia realizzato una slide che effettivamente ti piace. Adesso, immagina che io ti chieda se quella slide sia oggettivamente efficace per la tua audience, tu cosa mi diresti?

Vedi, non è detto che ciò che piaccia a te sia necessariamente la soluzione più efficace anche per il tuo pubblico e non è detto che ciò che piaccia a qualcuno nel pubblico sia la soluzione più efficace per tutti.

Cosa ti sto suggerendo? Che il bello è soggettivo. Tu dovresti disegnare per le persone, non per te stesso. "I designer creano soluzioni che migliorano la qualità di vita delle persone"<sup>4</sup>.

Una presentazione è efficace se funziona per le persone alle quali stai comunicando. Il punto di partenza di una buona presentazione dovrebbe essere rappresentato dalle persone che la riceveranno. Perseguire il bello è un'inutile perdita di tempo, poiché richiede un ingente investimento di tempo per realizzare una soluzione che è **soggettivamente la migliore**. Ciò significa che stai perdendo tempo a realizzare delle slide che secondo te sono belle, ma non sei in grado di determinare se sono oggettivamente efficaci per il tuo pubblico.

Ti faccio un esempio per spiegarmi meglio.

Hai mai visto questa immagine prima d'ora?

**Abbellire le slide  
costa tempo**

**Disegna per la  
tua audience,  
non per te  
stesso**

<sup>4</sup> Reynolds G., *Presentation Zen. Simple Ideas on Presentation Design and Delivery* (2nd Edition), New Riders, 2011.