



Storytelling em Apresentações ^{Para} leigos

Storytelling é uma das ferramentas mais eficientes em apresentações por vários motivos:

- As histórias envolvem o público e despertam respostas emocionais.
- Tornam a informação mais compreensível e fácil de lembrar.
- Pode aumentar a retenção e tornar as mensagens mais atraentes.
- Ajuda a criar confiança entre o apresentador e o público.

Esta Folha de Cola prática dá algumas orientações para tornar suas apresentações mais interessantes e poderosas.

DIRETRIZES PARA UMA ÓTIMA APRESENTAÇÃO

A prioridade nos negócios é montar seu repertório de histórias. Assim que fizer isso, veja algumas diretrizes para uma comunicação poderosa:

- **Nomeie os personagens.** O público se identifica com nomes reais mais do que com títulos.
 - Diga: *Jéssica, nossa apresentadora maravilhosa, sugeriu...*
 - Em vez de: *A apresentadora sugeriu...*
- **Faça uma rápida descrição da pessoa ou do ambiente para tornar a história real.**
 - Diga: *A sala não estava bem iluminada, mas encontrei um lugar perto da janela.*
 - Em vez de: *Entrei na sala e sentei em silêncio.*
- **Fale no tempo presente para tornar sua narrativa mais imediata.**
 - Diga: *Eu entro na sala, e o que você acha que acontece?*
 - Em vez de: *Quando entrei na sala, o que você acha que aconteceu?*
- **Inclua informações sensoriais (o que você viu, sentiu, provou, ouviu ou cheirou).**
 - Diga: *O ar frio parecia cacos de vidro nos meus pulmões.*
 - Em vez de: *Estava frio lá fora.*
- **Fale sobre o que é e o que pode ser.**
 - Diga: *Os números do T4 devem estar cima de 5% para os bônus robustos de fim de ano.*
 - Em vez de: *Falhamos em nossa previsão do T3 em 5% apenas.*
- **Mostre ou descreva, não fale apenas.**
 - Diga: *Com o sol escaldante do meio-dia na minha cara, gostaria de ter trazido meu chapéu.*
 - Em vez de: *Estava muito quente lá fora.*



Storytelling em Apresentações ^{Para} leigos

Mais algumas diretrizes sobre o que seu público vê:

- **Gesticule com as mãos e coordene com suas palavras.** Se você não fala com as mãos, não está falando. Use gestos tão naturalmente como faria em uma conversa com amigos.
- **Mantenha contato visual.** Isso cria uma relação entre você e seu público, e o mantém envolvido.
- **Ouça seu público.** Ouça com os olhos e os ouvidos.
 - As pessoas estão em alerta?
 - Elas verificam o celular?
 - Estão tendo conversas paralelas?
 - Você ouve madeira serrando (outra forma de dizer ronco) pela sala?
- **Esteja presente, organizado, animado, cheio de energia, confiante e focado.** Esteja ciente dessas qualidades nos outros apresentadores. Se você não vai a muitas apresentações, veja algumas palestras TED.

RESUMO INICIAL

Público:

1. Qual é o ponto central — a mensagem principal que quero que meu público lembre?
2. Quem é meu público principal?
3. O que meu público precisa saber sobre o assunto?
4. O que o meu público ganha com isso?
5. Minha história precisa de um ângulo ou de um ponto de vista especial?
6. Qual será a reação do meu público em relação ao assunto? Positiva? Neutra? Negativa?

Finalidade:

Minha finalidade é _____ para que meu público _____.

Perguntas:

Quais perguntas com *quem, o que (qual), quando, onde, por que* e *como* meu público quer que sejam respondidas?

Storytelling em Apresentações

Para
leigos

Amostra

Amostra



Storytelling em Apresentações

Para
leigos

Sheryl Lindsell-Roberts



ALTA BOOKS
GRUPO EDITORIAL
Rio de Janeiro, 2025

Storytelling em Apresentações Para Leigos

Copyright © 2025 STARLIN ALTA EDITORA E CONSULTORIA LTDA.

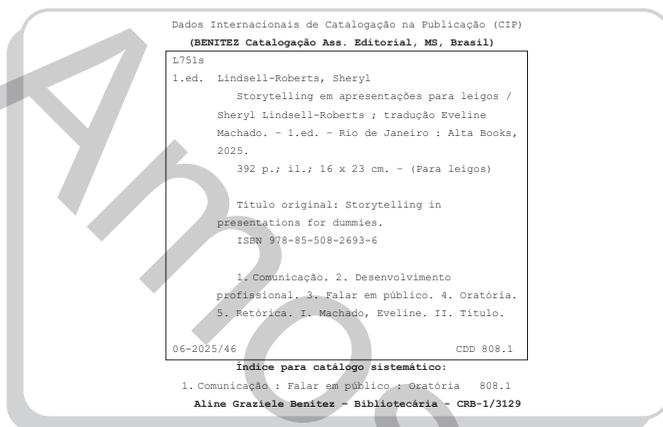
Copyright ©2024 Sheryl Lindsell-Roberts.

ISBN: 978-85-508-2693-6

Alta Books é uma Editora do Grupo Editorial Alta Books.

Translated from original Storytelling in Presentations For Dummies © 2024 by Wiley Publishing, Inc. ISBN 978-1-394-20100-6. This translation is published and sold by John Wiley, the owner of all rights to publish and sell the same. PORTUGUESE language edition published by Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli, Copyright © 2025 by STARLIN ALTA EDITORA E CONSULTORIA LTDA.

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2025 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.



Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra foi formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Material de apoio e erratas: Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesse o site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

Grupo Editorial Alta Books

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Diretor Editorial: Anderson Vieira

Editor da Obra: Gorki Starlin

Vendas Governamentais: Cristiane Mutús

Gerência Comercial: Claudio Lima

Produtor Editorial: Thiê Alves

Tradução: Eveline Machado

Copidesque: Alberto Streicher

Revisão Gramatical: Renan Amorim

Diagramação: Joyce Matos



Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré
CEP: 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)
Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419
www.altabooks.com.br – altabooks@altabooks.com.br
Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br



Sobre a Autora



Sheryl cresceu em Nova York e ainda tem sotaque, o que fica muito evidente quando ela diz a palavra “café”. Sheryl morou em Nova York com seu marido enquanto criava dois filhos, então ela se tornou uma nova-iorquina transplantada e mudou-se para a área de Boston.

Foi uma criança retórica, mas não por escolha! Sheryl foi criada por uma mãe perfeccionista, visando uma fala impecável. Quando Sheryl tinha uns cinco anos, sua mãe ensinou-lhe a soletrar esquizofrenia e antidesestabelecimento, e ela passeava com Sheryl como um cachorrinho premiado pedindo-lhe para dizer essas palavras para qualquer um ouvir. Essa experiência teve um impacto subliminar, porque incutiu em Sheryl o amor pelas palavras e a maestria de falar na frente das pessoas — abrindo caminho para sua carreira incrível como treinadora corporativa, aficcionada por comunicação empresarial e coach.

Após seu mestrado combinado em negócios e língua inglesa, Sheryl começou sua própria empresa de comunicação, a Sheryl Lindsell-Roberts & Associates. Além de treinamento corporativo, sua carreira abrange campanhas de marketing e relações públicas, produção de vídeos, redação de documentos técnicos e produção de livros. Ela está ferozmente empenhada em ajudar as pessoas a engajar seu público com historiopia, reduzir o tempo de redação em 30% a 50% e passar informações importantes de imediato com um forte impacto visual. Estas são duas das sessões de

treinamento características de Sheryl, que ela costuma adaptar às necessidades específicas dos clientes:

» **Storytelling e Storyboarding: O Segredo para Apresentações Espetaculares**

» **Escreva para que Possa Ser Lido (escrita comercial e técnica)**

Escrever é mais do que o ofício de Sheryl — é sua paixão. Um dia ela espera escrever o grande romance norte-americano, mas enquanto isso, escreveu mais de 25 livros para os mercados de negócios e humor. Quando não está digitando em frenesi ao ponto de confundir o mercado com novos livros, ela se dedica à decoração de interiores. Outras atividades envolvem escrever poesia, praticar caiaque, esqui cross-country, caminhadas na neve, jardinagem, pintura (quadros, não paredes), ioga, caminhar rápido, tocar violino e viajar pelo mundo.

Sua mais recente andança (durante a escrita deste livro) levou-a ao Egito, onde ela teve a incrível experiência enriquecedora com histórias da arqueologia e da mitologia egípcia. Os guias teceram histórias de reis e faraós. Eles fundiram o concreto com o misticismo antigo. Essas histórias visuais ganharam vida como romances históricos que foram congelados no tempo. Histórias que continuam vivas milhares de anos depois. Histórias que continuarão a viver daqui a milhares de anos. Isso fundamenta ainda mais a resiliência da narrativa.

Sheryl é convidada para programas de rádio e TV nos Estados Unidos. Ela já foi destaque em muitas publicações, incluindo o New York Times, e é uma colaboradora contínua da revista Training. Para saber mais, visite Sheryl em <https://www.linkedin.com/in/sherylwrites/> [em inglês].

Dedicatória

Dedico este livro a cada pessoa em cada público que assistiu às minhas sessões de treinamento, workshops e apresentações. Aprendi tanto com elas quanto elas aprenderam comigo, talvez até mais. Sou estudante do aprendizado sem fim e espero continuar aprendendo com cada pessoa que passa pela porta (ou aparece na tela do meu computador). Acredito verdadeiramente que se você não aprende algo novo todo dia, é porque não presta atenção. Aqui está a primeira dúzia de coisas que meu público me ensinou (para a próxima dúzia, você terá que esperar pelo meu próximo livro). ☺

1. Fazer apresentações fica muito mais fácil depois das primeiras vezes.
2. Leve o feedback a sério e aprenda com ele.

3. Curta o que você faz, deixe transparecer.
4. O público adora histórias relacionadas a ele; conte muitas.
5. Ensinar é a maior experiência de aprendizado.
6. Nunca tenha medo de mostrar vulnerabilidade.
7. Ria de si mesmo — todos nós pisamos na bola de vez em quando.
8. Desafie o seu público, mas seja sensível.
9. Seja flexível e adaptável.
10. Fazer perguntas ao público é uma ótima maneira de ficar longe de problemas.
11. Deixe seu público saber que você o aprecia.
12. O público está lá para aprender com você e torcer por você.

Também dedico este livro ao meu melhor amigo e crítico mais severo — meu marido, Jon. Quando quero refinar histórias ou expor uma ideia, sempre posso contar com suas percepções. Sua mente analítica, proveniente da engenharia e das ciências, traz uma visão diferente da minha. Também aprecio a sua indulgência quando estamos no meio de uma conversa e ele percebe que meu foco está mudando de suas palavras para novas percepções sobre o que eu estou escrevendo.

Agradecimentos: Criando Historiopia

Prefácio: John Wiley & Sons, Inc. (conhecida como Wiley) foi fundada em 1807 quando Charles Wiley (pai de John) abriu uma loja de impressão em Manhattan. Nos primeiros dias, a empresa era como um bastião para os escritores norte-americanos excepcionais como James Fenimore Cooper, Washington Irving, Herman Melville e Edgar Allan Poe. Corta para agora... o que nos leva à história sobre a elaboração deste livro.

AMBIENTAÇÃO

A estrutura geral deste livro foi definida em muitos departamentos: publicação e edição, contratos e setor jurídico, vendas e marketing, finanças e contabilidade, design e desenvolvimento, produção e operações. Também foi definida online com reuniões de vários escritórios em home office.

PERSONAGENS	<p>Tracy Boggier, editora sênior de aquisições: Este livro tornou-se realidade com a visão perspicaz de Tracy. Ela acreditava em historiopia e storytelling nas apresentações, e trabalhou incansavelmente nos bastidores, a cada etapa do caminho, para sua construção e conclusão.</p> <p>Sheryl Lindsell-Roberts, autora do Six-time Dummies: Esta importante arquiteta conceituou o tema e fez planos detalhados para a construção sólida com materiais de alta qualidade e trabalho manual.</p> <p>Chrissy Guthrie, editora de desenvolvimento: O papel vital de Chrissy envolveu ideias perspicazes e desenvolvimento de design, bem como esclarecer a intenção e a mensagem para realmente atender aos padrões elevados da série <i>Para Leigos</i> (ou neste caso <i>Para Entendidos</i>).</p> <p>Jennifer Connolly, revisora: Para garantir um fluxo claro de legibilidade, Jenn aprimorou o texto para assegurar que nada ficasse sem ser verificado.</p> <p>Kristie Pyles, editora-chefe: Kristie atuou como designer de interiores, dando orientação para o layout e a arte. Ela também adquiriu as permissões necessárias.</p> <p>Meir Zimmerman, editor técnico: Para garantir a integridade do projeto, Meir fez inspeções locais para se proteger de quaisquer pontos fracos, omissões ou falhas.</p>
CONFLITO	<p>Trabalhando com esta equipe, os conflitos foram muito poucos. Mas toda história precisa de um conflito. Assim — ao longo do caminho, quando houve pequenas diferenças de opinião —, chegamos a acordos rápidos e amigáveis.</p>
SOLUÇÃO	<p>Unidos na jornada, construímos um livro indispensável que transformará apresentadores novatos ou medíocres em “o” apresentador e transformará o público em herói.</p>

Sumário Resumido

Introdução	1
Parte 1: Marcianos, Histórias e Heróis	7
CAPÍTULO 1: Arrase nas Apresentações com Histórias	9
CAPÍTULO 2: Historiopia: Histórias do que É Até O que Pode Ser	23
Parte 2: Fundamentos	35
CAPÍTULO 3: Conhecendo Seu Público para Ele Ser o Herói	37
CAPÍTULO 4: Explorando e Elaborando Ótimas Histórias	51
CAPÍTULO 5: Começando Forte para Ter Respostas Impactantes	73
CAPÍTULO 6: Terminando de Forma Inesquecível	93
CAPÍTULO 7: Storyboarding: Histórias Quadro a Quadro	101
Parte 3: Adicionando Floreios	119
CAPÍTULO 8: Softwares: Comprando e Usando	121
CAPÍTULO 9: Bom Senso: Slides Eficientes	141
CAPÍTULO 10: Materiais e Apostilas: Suba de Nível	157
CAPÍTULO 11: Sua Bio: Sua História	171
CAPÍTULO 12: Feedback: Formulários de Avaliação	185
Parte 4: Hora do Show	195
CAPÍTULO 13: Pronto para Se Apresentar	197
CAPÍTULO 14: Apresentações Colaborativas em Equipe	217
CAPÍTULO 15: Sob Pressão: Perguntas Difíceis e Más Notícias	231
CAPÍTULO 16: Um Toque de Humor	241
CAPÍTULO 17: Vive la Différence: Diversidade e Inclusão	251
CAPÍTULO 18: Do Presencial ao Virtual	261
Parte 5: Apresentações Especializadas	273
CAPÍTULO 19: Sessão de Treinamento ou Workshop	275
CAPÍTULO 20: Arrasando em uma Reunião Executiva	293
CAPÍTULO 21: Apresentando um Trabalho na Conferência	307
CAPÍTULO 22: Apresentando o Conteúdo de Outra Pessoa	321

Parte 6: A Parte dos Dez	329
CAPÍTULO 23: Dez Dicas para Combater o Medo de Palco	331
CAPÍTULO 24: Dez Dicas para Contar uma Boa História	337
CAPÍTULO 25: Mais de Dez Formas de Tornar Sua Apresentação Interativa ..	341
CAPÍTULO 26: Dez Razões para as Apresentações Falharem	345
Parte 7: Apêndices	349
APÊNDICE A: Checklist da Apresentação	351
APÊNDICE B: Glossário	355
Índice	359

Amostra

Sumário

INTRODUÇÃO	1
PARTE 1: MARCIANOS, HISTÓRIAS E HERÓIS	7
CAPÍTULO 1: Arrase nas Apresentações com Histórias	9
Storytelling Não É Só um Jargão	10
Storytelling É Seu Machado; Amole-o.	10
Preparando o Cenário	11
Evite Slides Padronizados	13
Eliminando os slidezillas	13
O storytelling visual pode ser extremamente poderoso.	14
Despertando a Imaginação do Público com Historiopia	16
Usando o Arco da História.	16
Colocando Heróis Contra Vilões	18
Ao Storyboarding.....	21
CAPÍTULO 2: Historiopia: Histórias do que É Até O que Pode Ser	23
Levando o Público em uma Jornada.	24
Entendendo por que as pessoas respondem às histórias ..	25
Lembrando que as histórias podem ser visuais	25
Descobrimo que todos têm uma história (Sim, até você!) ..	26
Mapeando Sua Jornada em Historiopia com Esboços Sequenciais	28
Falando em primeira pessoa, no tempo presente	30
Aprendendo com os Grandes da História	30
Esopo	30
Abe Lincoln	31
Jerry Seinfeld.	31
(Mister) Fred Rogers	32
Winston Churchill e Volodymyr Zelenskyy	32
Steve Jobs.	33
Convidados nas Palestras TED	33
PARTE 2: FUNDAMENTOS	35
CAPÍTULO 3: Conhecendo Seu Público para Ele Ser o Herói	37
Veja o Alvo para Saber Onde Mirar.	38
Você Visa as Necessidades do Público?.	38
Usando o Resumo Inicial para Segmentar o Público.	39
Público	41

	Finalidade.....	46
	Perguntas.....	47
CAPÍTULO 4:	Explorando e Elaborando Ótimas Histórias	51
	Formas de Explorar as Histórias com Experiências.....	52
	Sendo um ouvinte ativo.....	53
	Habilidades de observação aprimoradas.....	54
	Quando uma experiência desperta uma reação.....	54
	Quando você (ou um conhecido) supera as adversidades.....	55
	Baseando-se no que você leu.....	55
	Sem Sobrecarga e Desordem na História.....	57
	Transformando as Histórias com Dados.....	58
	Conhecendo as ferramentas.....	59
	Elaborando a história com dados.....	59
	Usando dados para inspirar ação.....	60
	Elaborando Seu Repertório de Histórias.....	61
	Começando com lápis (ou caneta) e papel.....	61
	Fazendo conexões e criando uma lista.....	62
	Os Quatro Pilares do Storytelling.....	63
	Ambientação.....	63
	Personagens.....	63
	Conflito.....	64
	Solução.....	64
	Incluindo uma Chamada para Ação.....	64
	Embelezando suas histórias.....	65
	Olhando os outros para ter inspiração.....	67
	Refinando Suas Histórias.....	69
	Incluindo linguagem sensorial para adicionar profundidade.....	69
	Substituindo insensibilidade por atenção plena.....	70
	Revisitando a linguagem de gêneros.....	70
	Inventando Sua Própria Palavra (Seja um Neologista).....	71
	Aprendendo com um especialista moderno.....	71
	Vencendo o desafio.....	71
CAPÍTULO 5:	Começando Forte para Ter Respostas Impactantes	73
	Conseguindo a Atenção do Público Quando Ele Entra.....	74
	Abrindo a Apresentação com uma História.....	75
	Transmitindo a jornada do herói.....	75
	Colocando o contexto na frente.....	76
	Contando uma história futura.....	77
	Compartilhando estratégias convergentes.....	78
	Elaborando um estudo de caso.....	78
	Fazendo a sugestão de pauta.....	79
	Elementos visuais para complementar as histórias de abertura.....	80
	Outros atrativos na abertura.....	83

	Apresentando Você e o Programa	84
	O Poder da Pausa	85
	Aberturas Consideradas Tabus	85
	Evitando Aberturas sem Confiança	86
	Apresentando uma Atividade Inicial	86
	Começando com atividades em grupo	88
	Prévia do Público sobre as Expectativas de P&R	92
CAPÍTULO 6:	Terminando de Forma Inesquecível	93
	Informando que Você Está Fechando	94
	Combinando CTA e História	94
	Outros Encerramentos Poderosos	96
	Terminando com Elegância e na Hora	97
	Reduzindo se for preciso	97
	Agradecendo a todos por terem vindo e saboreando os aplausos	98
	Dando Algo para Se Lembrarem de Você	99
	Mantendo Contato para Networking	100
CAPÍTULO 7:	Storyboarding: Histórias Quadro a Quadro	101
	Storyboarding nos Negócios	102
	Antes de Iniciar o Storyboarding... ..	102
	Diferentes Formatos de Storyboarding	103
	Usando quadros de histórias em quadrinhos	103
	Usando notas adesivas	104
	Usando a edição em “parede de papel”	104
	Preparando as colunas Dizer e Mostrar no software de processamento de texto	106
	Simulando quando os elementos visuais conduzem a conversa	112
	Transições e Pausas no Esboço	113
	Um Passo Atrás para Ver o Quadro Geral	114
	Terceirizando os Profissionais	115
	Conhecendo suas necessidades	115
	Verificando fornecedores	116
	Storyboarding para Apresentações de Venda	116
	Tornando o público o herói de cada apresentação de vendas	117
	PARTE 3: ADICIONANDO FLOREIOS	119
CAPÍTULO 8:	Softwares: Comprando e Usando	121
	Vida Antes da Morte (por PowerPoint)	122
	Compra: Softwares de Apresentação	123
	Conhecendo suas necessidades	123
	Encontrando o app certo	124
	Usando e Compartilhando Softwares de Apresentação em Reuniões Virtuais	124

Um Título Atraente para a Apresentação	125
Não precisa reinventar a roda	125
Monólogo interno do público	127
O Poder do Slide de Abertura	128
Entendendo como não abrir	128
Criando um slide de abertura envolvente	128
Como e Quando Usar Listas e Números	129
Usando listas com marcadores	130
Usando listas numeradas	130
Usando uma estrutura paralela	131
Pontuando uma lista	132
Evitando as listas intermináveis	133
Formatando o Texto	133
Permitido na formatação do texto	133
Proibido na formatação do texto	134
Preparando diagramas, gráficos e tabelas	134
Adicionando transições e animações	134
Incorporando vídeos	135
Adicionando Brilho às Apresentações	136
Plataformas populares	136
Visualizando na nuvem	136
Slide com Acessibilidade para Todos	137
Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web (WCAG)	138
Slides para um público daltônico	138
Revisando até os Olhos Cansarem	139
CAPÍTULO 9: Bom Senso: Slides Eficientes	141
Não Maltrate os Slides	142
Otimizando o Espaço de Seus Slides	143
Slides que não são eficazes	143
Slides que são eficazes	146
Estatísticas a Seu Favor	150
A diferença entre manipular e persuadir	150
Permanecendo ético	150
Incorporando Imagens	151
Usando fotos	151
Usando clipart	153
Vivendo em um Mundo Visual	154
Elementos visuais para contar uma história inteira	154
Complementando os elementos visuais com uma história	154
Transformando dados e tabelas em história	156
CAPÍTULO 10: Materiais e Apostilas: Suba de Nível	157
Preparando Materiais	158
Apresentando seus slides no material	159
Deixando espaço para anotações	159

O que incluir	159
Quando distribuir os materiais	161
Elaborando Apostilas	162
Dando instruções passo a passo	163
Incluindo exemplos de Antes e Depois	164
Incorporando histórias	166
Adicionando exercícios práticos	167
Lembrando da sua bio e das informações de contato	167
Escrevendo os Exemplos	167
Imprimindo e Encadernando	168
Opções de impressão	168
Opções de encadernação	168
CAPÍTULO 11: Sua Bio: Sua História	171
Tendo Personalidade, Não Apenas Disposição	172
O direito de se gabar	173
Destacando-se no grupo	174
Escolhendo sua voz	174
Criando Seu Infomercial	174
Uma apresentação rápida e sucinta	175
Criando um perfil de dois parágrafos	177
Elaborando uma bio de uma página	179
Desenvolvendo Sua Persona Online	181
Incluindo palavras-chave para SEO	182
Limites da contagem de caracteres	182
Respondendo aos comentários	182
Encontrando Informações Suas na Internet	183
Verificando a precisão	183
Difamação nas redes sociais	184
CAPÍTULO 12: Feedback: Formulários de Avaliação	185
Avaliações Visuais Imediatas do Público	186
Formulários de Avaliação do Público	187
Fazendo perguntas fechadas	187
Mais detalhes com perguntas abertas	188
Juntando tudo	190
Espelho, Espelho Meu	192
Fazendo uma autoavaliação	192
PARTE 4: HORA DO SHOW	195
CAPÍTULO 13: Pronto para Se Apresentar	197
Uma Ótima Primeira Impressão	198
Vestindo-se para a ocasião	198
Usando um crachá	199
Usando um microfone	200
Praticando a Arte de Praticar	200
Praticando diante das pessoas e tendo feedback	201

Usando fichas.....	202
Tornando o público o herói.....	203
Quando usar o positivo ou o negativo.....	203
O uso estratégico da repetição.....	205
Evitando redundâncias desnecessárias.....	206
Fazendo perguntas retóricas.....	206
Praticando pausas e pontuações com a voz.....	206
Padrões de fala e escolhas das palavras.....	207
Entrando no Clima.....	208
Olhando nos Olhos e “Escutando”.....	208
Atenção à Diversidade e à Inclusão.....	209
Atualizando sua terminologia.....	210
Evitando barreiras online.....	210
Lidando com os Imprevistos da Tecnologia.....	211
Durante as apresentações presenciais.....	211
Durante as apresentações virtuais.....	212
É Melhor Prevenir.....	213
Os Benefícios de Falar em Público.....	215
CAPÍTULO 14: Apresentações Colaborativas em Equipe.....	217
Reunindo a Equipe.....	218
O que torna uma equipe coesa.....	219
O papel do gerente de projetos.....	219
Lidando com os preguiçosos.....	220
Completando Juntos o Resumo Inicial.....	221
Storyboarding em Equipe.....	221
Apresentações Formais ou Informais.....	223
Tecnologia para Auxiliar na Colaboração.....	224
Dando e Recebendo Feedback dos Pares.....	225
Cenário: Preparando uma Venda.....	226
Preenchendo o Resumo Inicial e preparando os materiais.....	226
Esboço sequencial deste cenário.....	227
Verificando se a equipe Naugle foca os visitantes como os heróis.....	229
CAPÍTULO 15: Sob Pressão: Perguntas Difíceis e Más Notícias.....	231
Lidando com os Ranzinzas.....	232
Respondendo a uma pessoa combativa.....	232
Aliviando a tensão.....	233
Respondendo a Perguntas.....	233
Decidindo quando responder.....	234
Lidando com perguntas difíceis.....	235
Não ter a resposta.....	236
Dando Más Notícias.....	237
Assumindo as más notícias.....	237
Fazendo um sanduíche de más notícias.....	237

	Usando uma abordagem direta	238
	Olhando para frente ao dar más notícias	240
CAPÍTULO 16:	Um Toque de Humor	241
	Revigorando uma Sala “Entediada”	242
	Dando um Pouco de Risada	242
	Slides com Descontração	243
	Criando um Arquivo Engraçado	245
	Sacando um Adereço	245
	Frases de Efeito ou Citações	247
	Na Dúvida, Pule a Citação	247
	O que Fazer se o Público Deixou o Senso de Humor em Casa	248
	Rindo por 30 Dias	249
CAPÍTULO 17:	Vive la Différence: Diversidade e Inclusão	251
	Habilidade com um Público Diverso	252
	Falando com clareza	253
	Prestando atenção na linguagem corporal	254
	Sendo sensível ao conteúdo	254
	Pronunciando os nomes corretamente	254
	Apresentando-se em um País Estrangeiro	255
	Conhecendo as Conversões	256
	Storytelling em Múltiplas Gerações	256
	Sem julgamentos	257
	Entendendo as dinâmicas geracionais	257
	Misturar as gerações cria uma troca de ideias rica	258
	Acessibilidade para Todos	259
	Fazendo adaptações	259
	Fazendo a apresentação	260
CAPÍTULO 18:	Do Presencial ao Virtual	261
	Narrativa ao Resgate	262
	Conhecendo Você	263
	Convites eletrônicos e acompanhamentos	263
	Enviando um trabalho prévio	264
	Pronto para o Close	265
	Tendo energia sentado	267
	Estando pronto com um substituto	267
	Escolhendo um plano de fundo	267
	Criando uma Cultura de Inclusão	268
	Apresentação Interativa (Síncrona)	269
	O número máximo de participantes	269
	Encontrando formas de ser interativo	270
	Sendo Esperto na Tela	271
	Fazendo o Acompanhamento do Público	272

PARTE 5: APRESENTAÇÕES ESPECIALIZADAS 273

CAPÍTULO 19: **Sessão de Treinamento ou Workshop** 275

Entendendo Seu Público e Transformando-o no Herói	276
Avaliação das Necessidades de Treinamento (TNA)	277
Possíveis áreas para o treinamento de habilidades profissionais e sociais	278
Obtendo um ROI	280
Planejando e Organizando Sua Sessão	281
Personalizando a sessão	282
Incorporando atividades envolventes	283
Histórias Relacionadas com a Sessão	285
Por que as pessoas comparecem	285
Vitórias e erros do passado	285
Elaborando a Jornada da Historiopia	286
Incluindo personagens, cenários, conflitos e soluções	286
Compartilhando uma história de aviso	287
Diferentes Estilos de Aprendizado	287
Avaliando o Sucesso da Sessão	288
Treinamento, IA e Big Bang	289
Como a IA está moldando o treinamento	290
Agregar valor ou substituir pessoas?	291
Usando a IA para o bem	291
Estando ciente das desvantagens da IA	292

CAPÍTULO 20: **Arrasando em uma Reunião Executiva** 293

Mensagem (Curta e Gentil)	294
Reclamações dos Executivos	294
Sua Chance de Brilhar	295
Descobririndo a persona do público	295
Encontrando um aliado com antecedência	297
Técnica de escrita BLUF na abertura	297
Adicionando dados de apoio	297
Regra 10/30 e pronto para mudar	299
Fortalecendo uma conclusão robusta	300
Ensaie. Ensaie. Ensaie.	300
Reuniões com Executivos de Vendas	300
Descobririndo o problema, as necessidades e o resultado desejado	301
Questionar pode fechar o negócio	302

CAPÍTULO 21: **Apresentando um Trabalho na Conferência** 307

Apresentando-se em uma Conferência	308
Histórias, Ciências e Conferências	309
O storytelling é a alma da comunicação científica	309
Onde encontrar histórias	310
Desenvolvendo um Resumo	310
Pronto para a Conferência	311
Estruturando sua mensagem	311