

11 Consejos para hablar en Público

Extracto del Artículo incluido en la revista "Entrepreneur" Octubre 2008

Guy Kawasaki (1), ha realizado un interesante resumen de lo que significa hablar en público, tras 20 años de experiencia. Podemos comparar la preparación para hablar en público con el entrenamiento de cualquier disciplina deportiva, a base de práctica, feedback y mejora, se puede dominar. Sus 11 consejos son:

- **Tenga algo interesante que decir:** esto significa el 80 por ciento de la batalla. Si usted no tiene nada que decir, usted no debería hablar – fin de la discusión.

- **Omita la parte de las ventas:** el propósito de hablar en público es entretener e informar, la venta no es el objetivo directo, y la personas que asisten normalmente no esperan que se les hagan propuestas de venta.. Si a usted se le invita, por ejemplo, para hablar del futuro de la música digital, jamás lo haga sobre el más reciente reproductor de MP3 que se encuentra vendiendo su compañía.

- **Enfóquese en entretener:** muchos instructores de oratoria estarían en desacuerdo, pero el objetivo de un discurso es el de entretener a una audiencia. Mantener la atención solo es posible si el público está entretenido, y eso le permitirá contribuir con unos granitos de arena en información o lanzar un par de ideas importantes. Si por el contrario su discurso es tedioso, no habrá cantidad de información que lo hará grandioso, y el público se dispersará mentalmente.

- **Comprenda a la audiencia:** Si en los 5 primeros minutos puede hacer ver a su audiencia que entiende sus necesidades, que los conoce, los tendrá atrapados por el resto del discurso. Todo lo que usted necesita entender se encuentra en las tendencias, competencia y asuntos clave enfrentando a la audiencia.

- **Sobrevístase:** mi padre era un político en Hawai. Cuando yo comencé a hablar, el me dio este consejo: nunca te vistas por debajo del nivel de la audiencia. Eso quiere decir que, si ellos visten con trajes, usted así debería hacerlo. El vestirse de menos es igual a comunicar "yo soy más listo/rico/poderoso que usted. No le puedo tomar en serio y no hay nada que pueda hacer acerca de ello". Esta es la manera equivocada de agradecerle a una audiencia.

- **No denigre a la competencia:** denigrando a la competencia usted estaría tomando una ventaja injustificada del privilegio de dar un discurso. Usted no le está haciendo un favor a la audiencia. Ella se lo está haciendo a usted, así que no caiga tan bajo en cuanto a utilizar la oportunidad de calumniar a su competencia.

- **Cuente historias:** la mejor manera de relajarse es contando historias de cualquier clase. Los buenos oradores son buenos contadores de historias; y los que son grandiosos cuentan historias que apoyan su mensaje.

- **Precircule con la audiencia:** he aquí la manera de poner la conexión de su audiencia a su altura: hábleles antes de comenzar su discurso –especialmente a aquellos que se encuentran en primera fila. Luego, cuando se encuentre en el podio, verá sus rostros amigables. Su confianza despegará hasta cielo, usted se relajará y se sentirá grandioso.
- **Hable al comienzo de un evento:** la audiencia se encuentra más relajada y están más aptas para escucharle, reírse con sus chistes y seguir sus historias. Al tercer día de una conferencia, la audiencia se encontrará cansada y todo lo que tendrán en mente será irse a casa.
- **Pida una sala pequeña:** si usted tiene esta opción, consiga la sala más pequeña que le sea posible. Una sala llena es una mucho más sensible. Es mejor tener a doscientas personas en una sala para doscientas personas que quinientas en una sala para mil. Usted siempre querrá que la gente recuerde "una sala llena".
- **Ensaye y hable todo el tiempo:** esto es algo "demasiado predecible" aunque relevante. Mi teoría es que usted debe dar un discurso al menos 20 veces para hacerlo decente. Usted puede repetírselo a su perro unas 19 veces si lo desea, pero esto toma práctica y repetición. Tal como una vez lo dijo el renombrado violinista Jascha Heifetz, "si no practico por un día, yo lo sabré. Si no lo hago por dos, los críticos lo sabrán. Y si no practico por tres, la audiencia lo sabrá".

* Puede consultar el artículo completo en

<http://www.entrepreneur.com/magazine/entrepreneur/2008/october/197100.html>

(1) Guy Kawasaki es un director de [Tecnología de Garaje Ventures](#), una fase inicial de empresa de capital de riesgo y un columnista de la revista *Entrepreneur*. Anteriormente, fue un becario de Apple en Apple Computer, Inc. Guy es autor de ocho libros, entre ellos *El arte de la Inicio*, *las Reglas para los revolucionarios*, *como conducir su competencia Crazy*, *el Significado de los sueños de ventas*, y *El Camino Macintosh*. Tiene un BA de la Universidad de Stanford y un MBA de UCLA, así como un doctorado honorario de Babson College.