

# PUBLIC SPEAKING

Fiecare cursant primește câte o foaie A4 și are la dispoziție 5 minute să își realizeze cartea de vizită, fără a specifica și numele lui.. Apoi se strânf toate materialele și se amesteca, fiecare cursant trage câte o foie și încearcă să identifice proprietarul.

Dupa joc facem debriefing:

- a fost greu sa isi aleaga fructul?
- cum s-au simtiti cand erau pe scuan si desenau?
- cum s-au simtit cand au venit in fata oamenilor si au prezentat

## 1) Introducere in Public Speaking

### Public speaking

Vorbitul în public este procesul de proiectare și transmitere a unui mesaj către un public.

Ce este comunicarea?

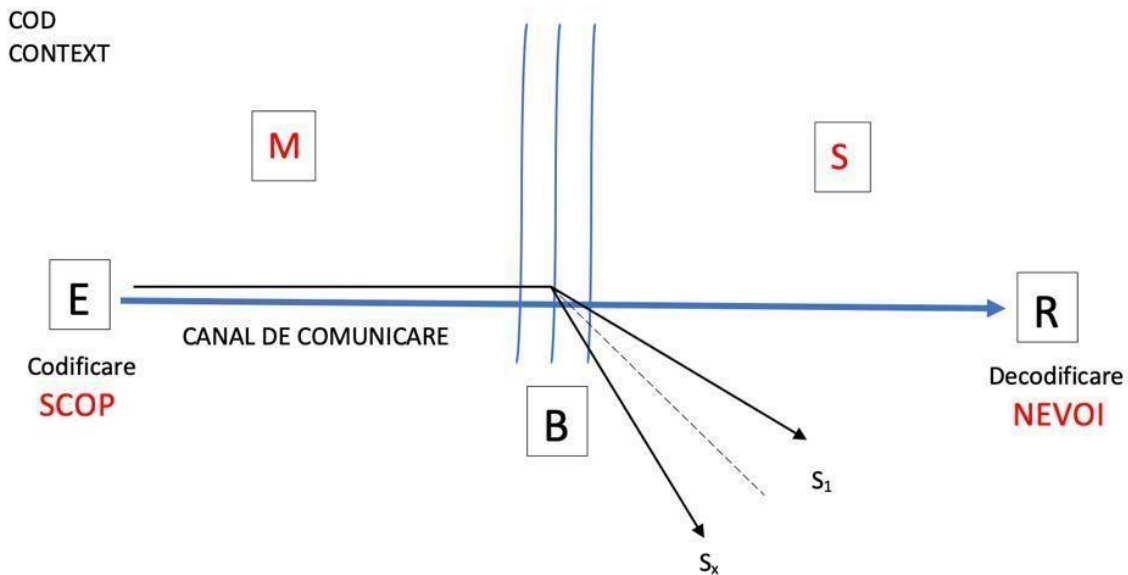
Comunicarea se definește ca transfer de informații de la un emițător la un receptor. Comunicarea eficientă este conditionata de intelegerea comuna a mesajului.

## 2) Schema Comunicarii

Esența comunicării constă în transmiterea informației de la un receptor catre un emitator printr-un canal de comunicare.

Privind comunicarea din perspectivă procesuală, putem constata prezența unor elemente indispensabile configurării acesteia, cum ar fi:

- a) emițător și receptor;
- b) mesajul;
- c) canalul de transmitere;
- d) codul.
- e) feedbackul
- f) barierele
- g) context



## Legenda

**E**-emitor

**R**-receptor

**B**- bariere

**M**-mesaj

**S**-Sens

**Emițătorul** reprezintă persoana care transmite mesajul.

**Receptorul** este persoana care primește mesajul.

**Mesajul** acoperă un teritoriu complex în cadrul procesului de comunicare, constituind „conținutul” transmis între cei doi actori ai comunicării. Mesajul constituie elementul de legătură între aceștia.

Canalul de comunicare: calea prin care se transmite mesajul.

**Codul** reprezintă un sistem de semnificare specific unui grup social sau unei culturi și presupune, în egală măsură, un sistem de semne și un sistem de norme în baza căruia respectivele semne se combină.

## **Bariere in comunicare**

Tot ceea ce stinghereste, limitează sau blochează transferul de informații constituie bariera de comunicare.

- Codificare: modul în care emițătorul alege transmiterea mesajului
- Decodificare: transformarea mesajului în vederea interpretării acestuia de către receptor

Feedback: răspunsul pe care receptorul îl trimite transmițătorului ca urmare a procesării mesajului primit de la acesta din urmă

### **3) Comunicarea eficienta**

Luând în considerare schema comunicării, aceasta este realizată în mod eficient atunci când  $M = S$ .

Dacă considerăm emițătorul a fi o sursă de lumină, mesajul emis este filtrat de către bariere și poate fi fie reflectat (comunicarea nu mai este realizată), fie refractat (mesajul nu mai ajunge la receptor). Este astfel datoria speaker-ului/emițătorului de a vorbi "pe limba celorlalți", pentru a reduce aceste alterări ale traseului mesajului.

Speaker-ul trebuie să își adapteze informația astfel încât aceasta să fie pe înțelesul publicului care audiază. Astfel, mesajul emis, atunci când este decodificat de către receptor prin sensul său propriu trebuie să poată fi înțeles și asimilat.

O metodă prin care poți asigura o comunicare eficientă este de a te pregăti în prealabil, studiind publicul căruia i te vei adresa. În funcție de vârstă, bagaj cultural, religios, și alte caracteristici ce pot influența viziunea asupra vieții, un speaker trebuie să își adapteze discursul pentru ca acesta să poată fi asimilat fără a fi distorsionat de către astfel de posibile bariere.

Interacțiunea cu publicul poate facilita comunicarea eficientă. Atenția la reacțiile publicului la discursul tău poate semnaliza instanțele în care nu te faci înțeles. Un speaker bun își poate modela discursul în timp real, atunci când realizează că nu se face înțeles pe baza limbajului nonverbal al publicului său.

### **4) Bariere in comunicare**

Barierele în comunicare reprezintă elemente ce pot preveni transmiterea informației, total sau parțial, sau pot distorsiona mesajul emis, inhibând realizarea comunicării eficiente.

Barierele pot fi clasificate în trei tipuri, și anume:

- Ale emițătorului
- Ale receptorului
- Ale canalului

Barierile emițătorului pot fi:

- De limbaj: acesta poate fi prea tehnic, greu de asimilat, prea formal sau prea informal. În cadrul barierelor de limbaj se regăsesc și barierele lingvistice și anume utilizarea unor regionalisme, arhaisme, neologisme, termeni argotici sau de jargon inaccesibili publicului căruia ne adresăm.
- Tulburări de vorbire: bâlbâială, pronunție peltică etc.
- Starea: fizică/psihică, de sănătate, de spirit etc.
- De discriminare/discriminatorii: Criteriile pot fi: rasă, etnie, sex, orientare sexuală, stare socială, dizabilități, vârstă etc.
- Limbaje para- și nonverbal necomplementare

Barierile receptorului sunt aceleași cu cele ale emițătorului. Excepția este ca emițătorului i se prezintă încă o barieră, deoarece el are scopul comunicării și ca atare trebuie să convingă receptorul să ia parte la acest act.

Barierile canalului pot fi:

- Senzoriale: vizuale, olfactive, gustative, auditive și tactile.
- Ale condițiilor de mediu: umiditate, temperatură, lumină, ventilație etc.
- De proxemică

## 5) Tipuri de Comunicare

Actul comunicării implică componente verbale, non-verbale și paraverbale.

**Comunicarea implică trei componente:**

1. Verbală – cuvintele pe care le alegem
2. Nonverbală – limbajul nostru corporal
3. Paraverbală – cum spunem cuvintele

Combinat, aceste trei componente sunt folosite pentru a:

1. Trimite mesaje clare și concise

2. Primi și înțelege corect mesajele trimise către noi.

### **Limbajul verbal - 7% emoție**

Limbajul verbal poate fi scris sau oral.

Utilizarea / alegerea cuvintelor are un impact puternic asupra atmosferei care se creează în mediul în care prezinți. De exemplu, cuvintele critice, învinuitoare și acuzatoare pot să creeze o mentalitate defensivă, de rezistență, care nu este propice pentru rezolvarea productivă a problemelor.

Transmiterea eficientă a unui mesaj necesită să ne expunem punctul de vedere cât mai scurt și succint posibil. Ascultarea unui speaker incoerent și neorganizat este plictisitoare și demotivantă - de ce să continui să asculți? Discursurile lungi și explicațiile întortocheate sunt confuze pentru ascultător, iar mesajul își pierde relevanța și impactul. Aceasta este oportunitatea ta de a-l ajuta pe ascultător să-ți înțeleagă perspectiva și punctul de vedere. Alegeți cuvintele cu intenția de a vă face mesajul cât mai clar posibil, evitând informațiile inutile, tangențiale.

Mesajele verbale eficiente:

1. Sunt scurte, succinte și organizate
3. Nu creează rezistență ascultătorului

### **Limbajul nonverbal - 55% emoție**

Limbajul nonverbal este principala cale prin care exprimăm emoțiile. Comunicarea nonverbală este importantă deoarece ne oferă informații valoroase despre modul în care persoana care transmite mesajul se raportează la conținutul/importanța acestuia (inclusiv despre cum s-ar putea simți, cum primește cineva informații și cum să abordăm o persoană sau un grup de oameni).

Cuprinde:

-mimica

-gestica

-postura

-proxemica

> Spatial intim 0-0,5m

> Spatial personal 0.5-1m

> Spatial social 1-5m

> Spatial public > 5m

-vestimentatie

-accesorii

-contact vizual

-miscare

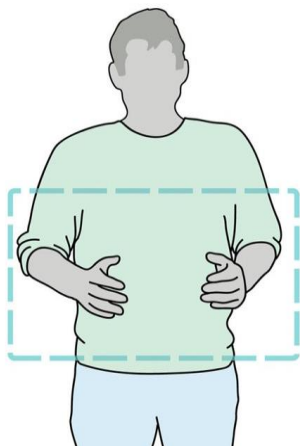
-mimica

**Mimica** – reprezintă exprimarea sentimentelor prin mișcările feței: fruntea încruntată semnifică preocupare, mânie, frustrare; sprâncenele ridicate cu ochii deschiși – mirare, surpriză; nas încrețit – neplăcere; nările mărite – mânie sau, în alt context, excitație senzuală; buze strânse – nesiguranță, ezitare, ascunderea unor informații. **De completat**

Este important sa zambim si sa fim relaxati.

-gestica

Nu exagerata, modul in care miscam mainile sa fie in stransa legatura cu ceea ce vorbim. Gesticulam in dreptunghiul gesticii



Tips:

- Găsește o poziție neutră a mâinilor astfel încât mâinile să stea „confortabil” atunci când nu gesticulezi.
- Evită încrucișarea brațelor - e o poziție în „defensivă”, dă senzația de închidere sau chiar de superioritate față de public.

- Evită să stai cu mâinile la spate
- Evită să te joci cu mâinile / degetele sau cu pixul/markerul în timp ce vorbești - dă senzația de nervozitate, anxietate, stres și distrage atenția.
- Nu sta cu mâinile în buzunar
- Utilizează gesturile pentru a „crea imagini”
- Au crescut profiturile în ultima lună? Puteți ridica mâna pentru a o arăta. Trebuie să lucrăm împreună? Poți să întinzi brațele către public și apoi să le aduci spre tine. (îmi trebuie exemple mai bune ngl)
- Nu ține coatele prea lipite de corp, dar nu realiza nici gesturi prea ample.

#### -postura

Atunci cand sustinem un discurs sau o prezentare trebuie sa avem o postura dreapta si care emana incredere. Nu trebuie sa parem speriasi, sa nu ne miscam foarte mult din cauza emotiilor, deoarece toate acestea pot obosei privirea publicului si astfel putem pierde din atentia pe care acesta ne-o acorda.

Postura/poziția comunică în primul rând statutul social pe care indivizii îl au, cred că îl au sau vor să îl aibă. Sub acest aspect, constituie un mod în care oamenii se raportează unii față de alții atunci când sunt împreună. Urmărirea posturii corpului ne dă informații și despre atitudine, emoții, grad de curtoazie, deschidere etc.

- Nu te clătina de pe un picior pe altul
- Nu sta prea crăcănat
- Nu sta cu picioarele lipite - îți vei pierde echilibrul
- Picioarele ar trebui să fie la nivelul umerilor, iar vârfurile degetelor orientate în față



#### -proxemica

> Spatial intim 0-0,5m

> Spatial personal 0.5-1m

> Spatial social 1-5m

> Spatial public > 5m

Reprezintă percepția și utilizarea spațiului de către om.

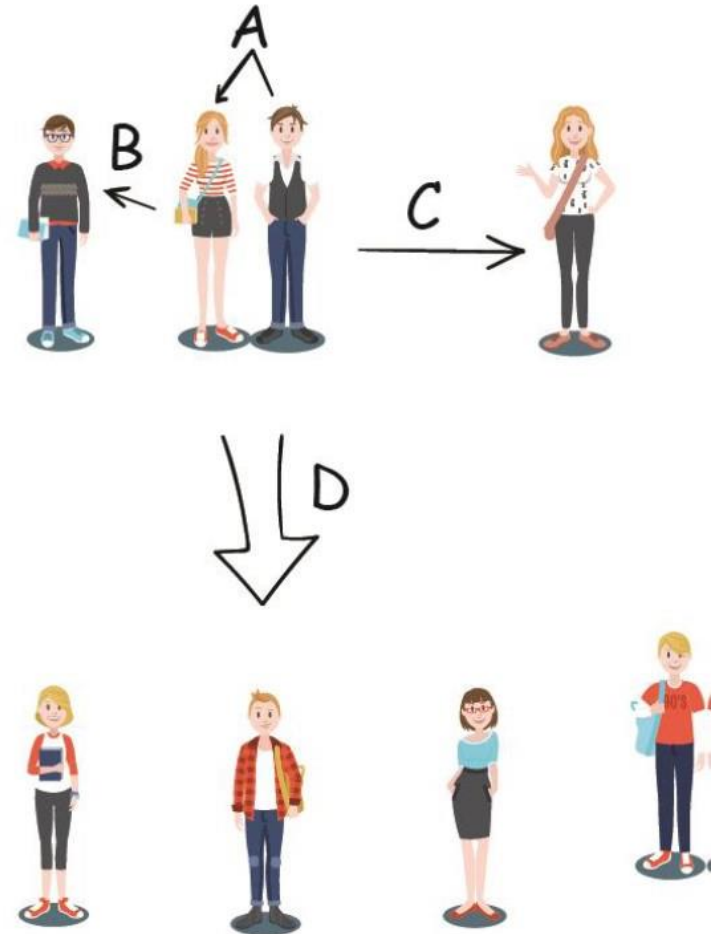
## Proxemica

A-intim  
0,5 m

B-personal  
0,5-1m

C-social  
1-5 m

D-public  
>5m



Spațiul intim = cea mai restrânsă zonă. Se extinde în afara corpurilor noastre. La circa 50 cm în fiecare direcție (asemenea unei "bule" invizibile care ne înconjoară), în ea putând pătrunde doar familia, prietenii și animalele de companie.

Spațiul personal = următoarea dimensiune, ce se extinde de la circa 50 cm la 1 metru. Aici pot pătrunde prietenii și cunoscuții, mai ales în cazul unei conversații informale, dar necunoscuții sunt văzuți ca intruși.

Spațiul social = următoarea zonă, de la circa 1 metru la 5 metri, în care oamenii iau parte la interacțiuni sociale cu necunoscuții.



Spațiul public = mai departe de 5 metri, este spațiul deschis tuturor.

#### -vestimentatie

Vestimentatia trebuie sa fie adaptata la tipul de discurs pe care il sustinem, la grupul tinta pe care il avem si la genul de eveniment unde vorbim.

Este important de mentionat faptul ca zona superioara a corpului ar trebui sa contina haine deschise la culoare pentru a lumina fata, iar zona inferioara (picioare) ceva mai inchis la culoare pentru a nu atrage atentia

- Nu purta prea multe colori. Vestimentația intens și variat colorată poate distrage atenția publicului.
- Interesul tău este să atragi atenția în partea de sus a corpului / spre zona capului. Așadar, este indicat să porți culori deschise și cât se poate de neutre în partea de sus și culori închise în partea de jos.
- Evită încălțăminteă extravagantă și multicoloră - distrage atenția.
- Evită îmbrăcămintea cu mesaje inscripționate, cu imagini sau cu sigle foarte mari ale firmelor. Dacă este vorba de un tricou / hanorac al organizației pe care o reprezinți, este indicat să explici publicului despre ce e vorba încă de la început. (trb reformulat)

#### -accesorii

Este important ca atunci cand suntem public speakeri sa nu exageram cu accesoriile, vrem sa atragem atentia cu lucrurile pe care le spunem, nu cu bijuteriile pe care le avem.

#### -contact vizual

Se spune că ochii sunt "oglinda sufletului". Modul în care privim și suntem priviți are legătură cu nevoile noastre de aprobare, acceptare, încredere și prietenie.

Este foarte important sa facem contact vizual cu toti participantii nostri, ne ajuta sa empatizam mai usor, sa ne apropiem de ei.

Contactul vizual este unul dintre cele mai importante aspecte în relația cu ceilalți. Menținerea unui contact vizual constant, dar nu exagerat, arată respect și interes pentru ceea ce au oamenii de spus.

Este important ca în timpul unei prezentări să menții contactul vizual cu publicul cel puțin 90% din timp. Nu-ți fixa privirea asupra unui singur om din public mai mult de 4-5 secunde

și evită să te uiți doar la oamenii dintr-o anumită parte a sălii. Chiar și a privi sau a nu privi pe cineva are un înțeles. Privind pe cineva confirmăm că îi recunoaștem prezența, că există pentru noi; interceptarea privirii cuiva înseamnă dorința de a comunica. Totuși, o privire insistentă și continuă deranjează.

Realizarea contactului intermitent și scurt al privirilor indică lipsa de prietenie. Mișcarea ochilor în sus exprimă încercarea de a ne aminti ceva; în jos - tristețe, modestie, timiditate sau ascunderea unor emoții. Privirea într-o parte sau neprivirea cuiva poate denota lipsa de interes. Evitarea privirii înseamnă ascunderea sentimentelor, lipsă de confort sau vinovăție

Există mai multe metode pentru a realiza contactul vizual:

-privim fiecare participant în parte

-daca avem o sala plina de oameni, putem aplica privitul in "M" sau "w"

Paraverbal - 38%

-intonatie

-masura

-tonalitate

-rime

-inflexiuni

-Variația ritmului și a volumului

-Concordanță între voce și conținut

-O poveste – variați ritmul în concordanță cu acțiunile

-Informație complexă - încetiniți ritmul și lăsați publicul să o absoarbă

-Înlocuieste "UM"/"AA" cu pauze/ritm mai lent

-Respirație

## **7) Structura unui discurs**

### **- Introducere**

Deschidere puternică

Limbaj corporal plăcut

Postură

Zâmbet

Strângere de mână\*

Elimină/estompează barierele

Vorbește despre public și despre ce speri să le oferi

Dezvăluie o anumită vulnerabilitate

Putem începe un discurs cu:

-o întrebare

-o poveste

-o intrigă

-un citat

-o confesiune

-o pauză mai lungă

### **- Cuprins**

-încearcă să îți structurezi prezentarea pe baza a câteva idei principale în funcție de lungimea discursului.

-detaliază fiecare idee astfel încât oamenii să rămână cu cel puțin câte un detaliu despre fiecare

-asigura-te ca se observa trecerea de la o idee la alta si auditorii tinteleg asta. Poti face acest lucru cu o mica pauza in comunicare intre idei

-fixeaza o ordine logica pentru ideile tale, daca este cazul chiar cronologica.

## **– Încheiere**

-sa ai un final puternic din punct de vedere al mesajului transmis, poate chiar un final care sa faca apel la emotie daca este cazul

-poti face un rezumat clar si concis al discursului tau pentru a te asigura ca oamenii au inteles mesajul pe care l-au transmis. In rezumat poti aminti fix detaliile cu care ai vrea tu sa ramana publicul tau

-indem la actiune, ichei discursul cu un call to action specific mesajului transmis (daca ai avut un discurs despre importanta voluntariatului, "hai si tu sa faci voluntariat cu noi si impreuna sa contribuim la evolutia societatii")

-follow up

## **8) Cum trebuie sa arate o prezentare online**

Cerințele cheie pentru o prezentare eficientă:

- cunoașterea subiectului
- cunoașterea publicului
- material de prezentare de bună calitate
- abilități de expunere
- platformă de încredere

Sfaturi în ceea ce privește prezentarea online:

- elimină distracțiile din background-ul tău (orice obiect ar putea să atragă atenția) sau utilizează un background virtual
- testează din timp luminozitatea ( dacă te afli lângă o fereastră, ai grijă ca lumina de afară să bată din spatele calculatorului; dacă nu există destulă lumină în cameră, poti plasa o lampă în spatele calculatorului)
- alege un spațiu cât mai liniștit pentru prezentare
- poziționează camera astfel încât să fie la nivelul ochilor sau chiar deasupra. Dacă ai camera prea jos, pare că publicul se uită în sus la tine, de sub bărbie. Poziționează-te astfel încât ochii să fie în jumătatea de sus a ecranului. Nu te apropia prea mult de

camera video; capul tău nu ar trebui să umple ecranul. uită-te la camera ta, nu la ecran, altfel publicul te vede uitându-te în jos tot timpul.

- simplifică slideurile prezentării pentru a fi ușor de urmărit și interacționează cu publicul pentru a le păstra atenția. Un vizual de impact poate menține atenția audienței
- dacă vrei să vorbești despre numere, graficele/diagramele sunt prietenii tăi
- nu te ascunde în spatele materialului pe care îl prezinți, folosește-te de gesturi (mâini)
- îmbracă-te cât mai simplu, formal, dar confortabil. Nu alege haine în culori vibrante pentru că pot distra atenția. Încearcă să folosești culori mai închise dacă ai multă lumină în cameră sau culori deschise în cazul în care luminozitatea este mai redusă.

## Presentations are a package!

### VERBAL



What you **say** during or after the presentation

### VISUAL



What's on your **slides** during the presentation

### WRITTEN



What they can **read later**, after the presentation

### 9) Cum se pregătește un public speaker înainte de un discurs

- A oferi o prezentare de succes poate fi dificil. Rareori prima prezentare este reușită, însă pregătirea din timp și practica te vor ajuta să devii bun, iar în timp chiar excelent. A fi un prezentator bun este o abilitate utilă în multe domenii, atât pe plan personal, cât și profesional. O bună pregătire este foarte importantă. Pregătirea și planificarea eficientă vă vor oferi încredere. Publicul tău va simți încrederea pe care o ai în tine și va avea încredere la rândul său. Acest lucru vă va oferi mai mult control asupra audienței și asupra prezentării dvs.
- Etapele pregătirii
  - Documentare

Documentarea este prima etapă în realizarea unui discurs sau a unei prezentări. Înainte de a crea o structură, este esențial să adunăm cât mai multe informații despre subiectul ales, chiar și atunci când deținem deja informații sau experiențe. Astfel, putem descoperi informații noi sau le putem actualiza pe cele pe care le deținem deja. În plus, atunci când ne documentăm riguros, avem mai multă încredere în discursul pe care îl livrăm, iar emoțiile vor fi mai ușor de gestionat.
  - Pregătirea și structurarea discursului.

Este recomandat să pregătiți discursul din timp, astfel încât să îl puteți îmbunătăți și să îl aduceți la cea mai bună formă a sa. Pentru a vă asigura că discuția este utilă și plină de informație, concentrați-vă pe un anumit subiect fără a devia prea mult. Chiar dacă domeniul ales este unul complex, este important să ne concentrăm pe fiecare subiect în parte pentru a menține atenția publicului, fără

a-i pierde prin detalii. Recitiți structura discursului de câteva ori înainte de prezentare, pentru a reține punctele principale pe care le veți prezenta și pentru a căpăta încredere.

- Adaptarea discursului la public

Este important să îți cunoști publicul dinainte, pentru a ști cum îți poți adapta discursul pentru a fi pe înțelesul, dar și pe placul tuturor participanților. Adoptă un limbaj, respectiv termeni potriviți participanților. Fă-ți prezentarea cât mai interesantă căutând aplicații folositoare, beneficii sau lucruri puțin cunoscute despre subiectul abordat. Interesul față de prezentare este influențat atât de conținut, cât și de stilul vorbitorului.

Luați în considerare aceste puncte atunci când vă pregătiți:

- Obiectiv

„De ce fac această prezentare?” – Obiectivul tău ar trebui să fie clar în minte.

- Public

„Cui îi fac această prezentare?” – Câți oameni? Cine sunt ei? Un grup mic, intim de câțiva colegi sau o adunare mare de zeci de oameni necunoscuți?

- Locul de desfășurare

„Unde fac această prezentare?” – O sală mică sau o sală mare de conferințe? Există facilități și echipamente? Care va fi aranjarea locurilor?

- Timp și lungime

„Când fac această prezentare și cât va dura?” - Va dura 5 minute sau 1 oră? Chiar înainte de prânz, când publicului îi este foame, sau imediat după prânz, când publicului îi este somn?

- Metodă

„Cum ar trebui să fac această prezentare?” – Formală sau informală? Multe ajutoare vizuale sau doar câteva? Cu sau fără anecdote și simț al umorului?

- Conținut

„Ce ar trebui să spun?”

Includeți numai informații relevante. Creați un titlu pentru prezentarea dvs. Titlul vă va ajuta să vă concentrați asupra subiectului. Pregătiți-vă ajutoarele vizuale, dacă există.

### **10) Cum interacționăm cu publicul**

- Trebuie să construiți o relație caldă și prietenoasă cu publicul dvs. Aveți grijă să stabiliți contact vizual cu fiecare membru al audienței dvs. Fiecare persoană ar trebui să simtă că îi vorbești direct.

- Încercați să aflați despre orice chestiuni culturale specifice care vă pot afecta publicul. Diferențele culturale pot fi adesea observate în limbajul corpului.
- Publicul tău trebuie să te poată auzi clar. În general, ar trebui să aveți cât mai multe variațiuni în voce, fără a deveni deranjante. Vocea ta va fi atunci mai interesantă pentru publicul tău. Îți poți varia vocea în cel puțin trei moduri:
  - viteza: poți vorbi cu viteză normală, poți vorbi mai repede, poți vorbi mai încet și te poți opri complet! Tăcerea este o tehnică foarte bună pentru a atrage atenția publicului.
  - intonație: puteți schimba înălțimea vocii. Puteți vorbi pe un ton înalt. Puteți vorbi pe un ton scăzut.
  - volum: poți vorbi la volum normal, poți vorbi tare și poți vorbi în liniște. Coborârea vocii și vorbirea în liniște poate atrage din nou interesul publicului.
- Utilizați cele trei părți ale discursului dvs. pentru a vă consolida mesajul:
  - În introducere, spuneți care va fi mesajul dvs. pe scurt, elementele principale.
  - În cuprins, prezentați mesajul complet.
  - În final, repetați ideile principale sau concluziile mesajului.
- Rămâneți calm și politicos dacă primiți întrebări dificile în timpul prezentării. Dacă primiți întrebări deosebit de incomode, puteți sugera celor care au întrebat să-ti pună întrebări la final. Uneori poți reformula o întrebare sau răspunde la întrebare cu o altă întrebare. Sau chiar să rogi un alt participant să ofere un răspuns, sporind astfel interacțiunea cu publicul.

### **11) Tips and tricks: Public Speaking**

1. Respira: atunci când simți că ai emoții înainte de a începe un discurs, rezervați o pauză pentru tine în care să respiri adânc și să îți reglezi bătăile inimii.
2. Folosește notițele: îți poți face o agendă cu notițe pentru a fi organizat, pe care să te uiți în pauza ca să vezi dacă ai uitat vreo informație și unde ai ajuns cu prezentarea.
3. Fa pauze în vorbire : Înlocuiește “ăăă” din vocabularul tău cu o pauză în care să respiri.
4. Ai grijă cum îți miști mainile: Dacă mainile tale se mișcă haotic, obosești privirea publicului și le distragi atenția de la fața ta și informația pe care o transmiți.
5. Repetați discursul în fața oglinzii, prietenilor, familiei : acest lucru te ajută să îți observi greselile pentru a le putea îmbunătăți, te ajută să scapi de emoții și să te obișnuiești cu structura pe care o ai și cu publicul.
6. Înregistrează-te în timp ce vorbești : te ajută să auzi cum sună discursul, dacă vorbești prea repede sau prea încet, dacă ai prea multe “ăăă” în discurs.
7. Adaptează-ți vocabularul la publicul pe care îl ai .

8. Dacă folosești suport vizual (prezentări Powerpoint), ai grijă să nu fie foarte încărcate cu informație și să nu aibă un design obositor de privit
9. Fii empatic cu publicul tău: te va ajuta să te apropie de ei și să se simtă mai confortabil
10. Pregătește-te din timp discursul.
11. Vino cu 30 min înainte de a începe discursul tău și obișnuiește-te cu sala .
12. Bea apă dacă simți că ai gura uscată.

## 12) Pitch-ul

Termenul de pitch este folosit pentru o prezentare scurtă, de aproximativ 1 minut.

Aceasta are un scop precis și este făcută pentru a prezenta un concept, o idee de afacere sau un produs. Scopul pe care îl ai cu un pitch este acela de a capta atenția interlocutorului. Dacă el va da curs dialogului și va pune întrebări despre subiect, înseamnă că ai avut un pitch reușit.

- Când veți face draftul pitch-ului veți avea inițial un material care va fi probabil de 2-3 ori mai lung decât ar trebui. Nu vă îngrijorați, luați, citiți-l, reformulați și începeți să eliminați detaliile care nu vă par esențiale.
- Pentru a vă asigura că ceea ce veți spune este cursiv și cuprinzător, cel mai ușor este să vă înregistrați în timp ce vorbiți, iar apoi să vă ascultați. Astfel veți putea îmbunătăți modul în care livrați discursul și veți putea și observa cu ușurință care sunt punctele de inconsistență din pitch, unde mai trebuie adăugate detalii și ce propoziții pot fi eliminate.
- În funcție de contextul dat, poți începe pitch-ul tău cu o întrebare, pentru a capta atenția publicului tău.
- Pentru a putea ține minte cu ușurință informațiile pe care trebuie să le livrați, nu învățați ca pe o poezie textul, riscați să uitați părți esențiale. Încercați să memorați structură și să memorați întrebările la care trebuie să răspundeți. Fiind un subiect de care sunteți pasionat, și despre care aveți atât de multe informații, vă va fi ușor să răspundeți la orice întrebare.
- Vă sugerăm să dați înregistrarea cu pitch-ul și altor persoane din anturajul vostru și să ascultați cu atenție feedback-ul lor, pentru că vă va ajuta să-l îmbunătățiți.

Pitch-ul poate să fie o prezentare orală simplă sau poate să fie ajutat de un slide deck, de obicei o prezentare Powerpoint în care sunt incluse informații, exemple, poze.

## 13) Feedback (cum dai și cum primești)

În ceea ce privește feedbackul, există o serie de reguli nescrise care, atunci când sunt respectate, facilitează comunicarea și nivelul de înțelegere al acestuia din partea celor care primesc feedbackul.

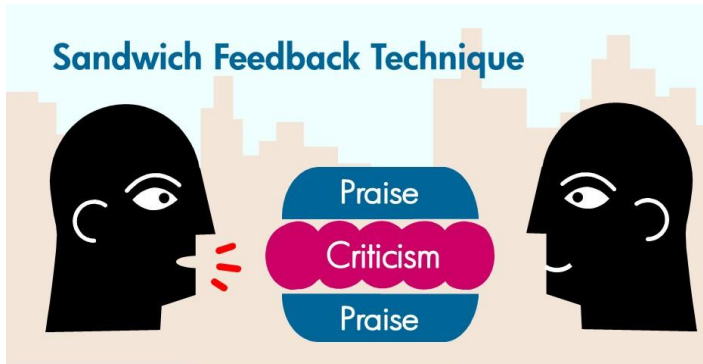
1. Feedbackul trebuie să fie cât mai punctual, explicit, la obiect.



2. Scopul pe care îl are persoana care oferă feedback este de a-l ajuta pe cel care primește feedback.
3. Oferim feedback pe comportament, nu pe persoană. Nu folosim etichete (ești leneș/ bla bla insert exemple) ci ne axăm specific pe o anumită acțiune pe care am observat-o.
4. Atunci când oferim un feedback, este important să accentuăm IMPACTUL pe care respectivul comportament l-a generat. De ce este relevant să oferim acest feedback? Ce urmări a avut comportamentul pe baza căruia oferim feedback?
5. Nu răspundem la feedback. Putem cere clarificări atunci când nu înțelegem ce a vrut să spună cel care a dat feedbackul. Trebuie să înțelegem faptul că fiecare oferă feedback bazat pe experiența proprie și nu putem nega experiența cuiva/ impactul pe care acțiunile noastre l-au adus respectivului.
6. Deoarece de multe ori fraza \*De ce?\* poate fi interpretată ca fiind pasiv-agresivă în anumite contexte, este preferabil să folosim formula \*Ce te face să..?\* / \*Ce te-a făcut să...?\*

Există o multitudine de metode de feedback care pot fi adoptate în funcție de dinamica fiecărui grup - depinde de nevoile fiecărui grup, de dinamica dintre participanții unei conversații și de preferințele oamenilor în ceea ce privește comunicarea.

### Feedback Sandwich ;((((



Inițiem feedbackul cu o parte pozitivă/ lucruri pe care le apreciem la munca persoanei respective.

Spunem feedbackul constructiv pe care îl avem în minte.

Culminăm optimist cu feedback pozitiv.

### DEP

**Descriptiv** (observațiile noastre obiective)

**Evaluativ** (impactul generat de comportamentul asupra căruia oferim feedback și justificarea acestui impact - ce s-a întâmplat după ce respectiva persoană a acționat conform observațiilor noastre și de ce?)

**Prescriptiv** (idei pentru îmbunătățirea pe viitor a respectivului comportament)

## **OENA**

**Observație** (descriem obiectiv ce s-a întâmplat)

**Emoție** (impact/ cum ne-am simțit)

**Nevoi** (ce nevoi există în prezent/ în general în situații de acest gen)

**Acțiuni** (idei de viitor)

La final

\*Includeți aplicații care să vă ajute cu partea teoretică

\*Includeți energizare (cel puțin 2)

\*Includeți icebreakeruri (cel puțin 2)

### 1. Finalizare

Gasiti 2 moduri noi de a lua feedback din sala.