

presentazioni efficaci con le slide

consigli per creare presentazioni belle, leggibili, efficaci

■ Strategia

■ Architettura

■ Grafica

■ Testi

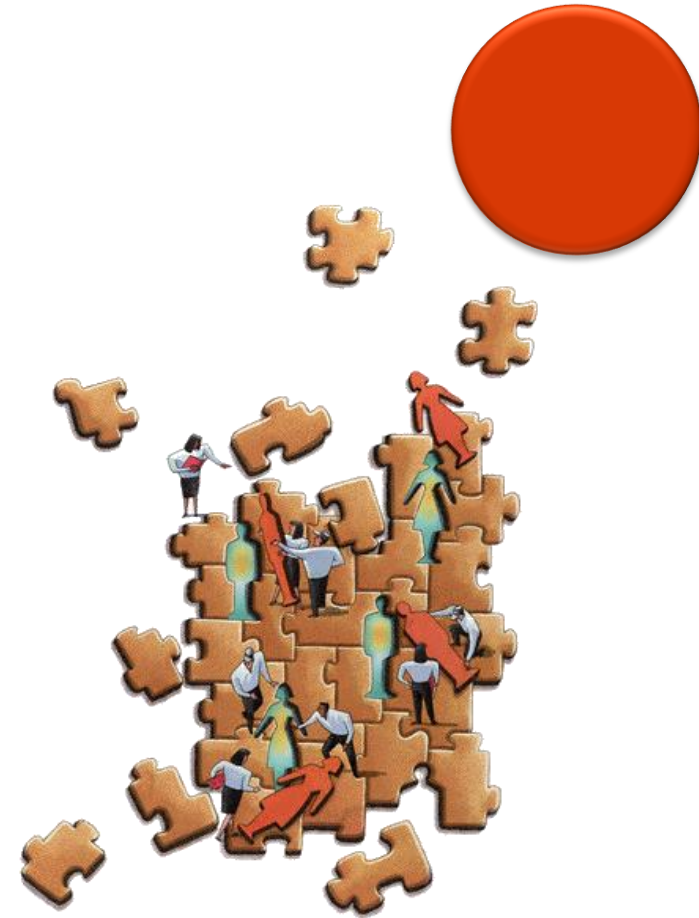
Sommario

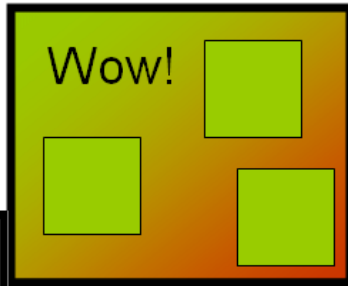
- 1)** I contesti e lo strumento
- 2)** Strategia
- 3)** Architettura
- 4)** Template
- 5)** Standard editoriali
- 6)** Spazi e immagini
- 7)** Testi
- 8)** Grafica
- 9)** Testo e gesto

1

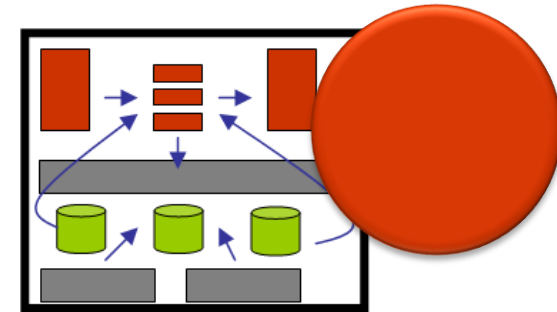
■ I contesti e lo strumento

- 1) Standard semiotici inefficaci o assenti
- 2) Abuso di grafica e effetti speciali
- 3) Testi prolissi e verbosi
- 4) Inutile complicatezza
- 5) Cattivo uso delle immagini
- 6) Cattivo uso di grafici e tabelle
- 7) Cattivo uso dello spazio e del tempo

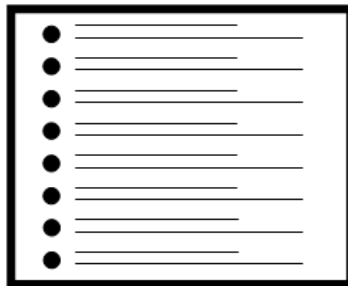
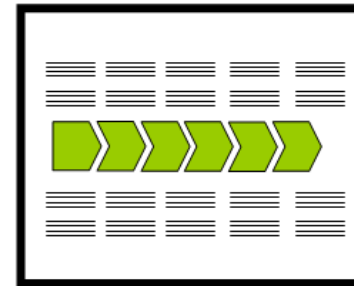




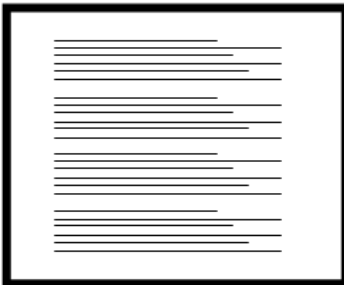
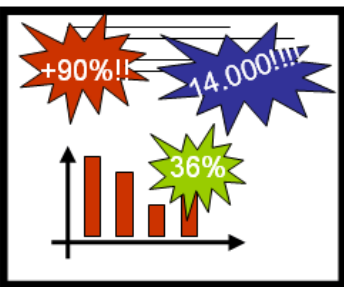
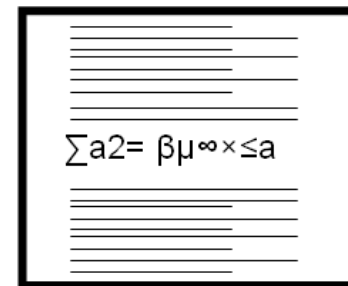
Eccessive e "barocche"
(Marketing e comunicazione)



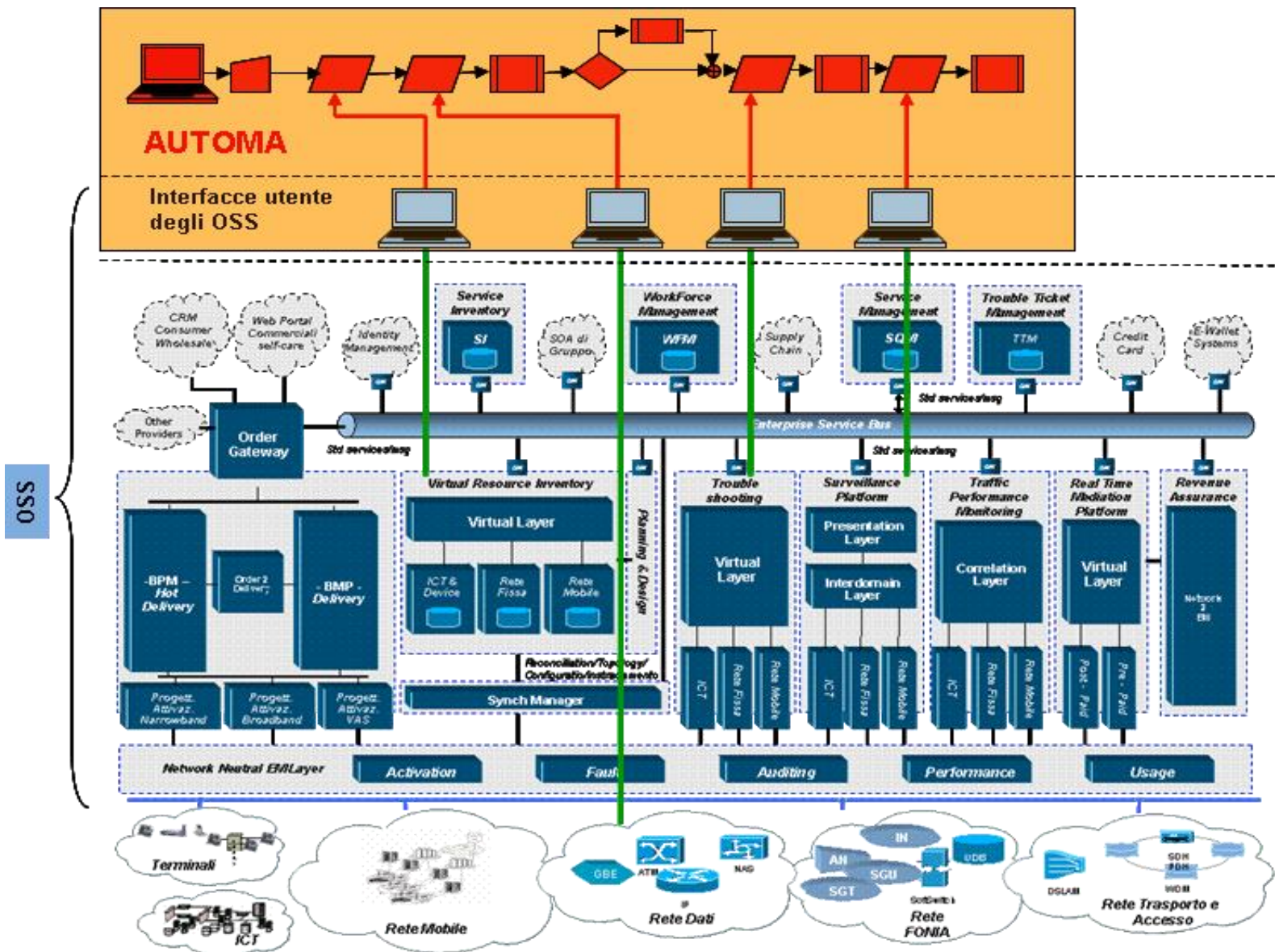
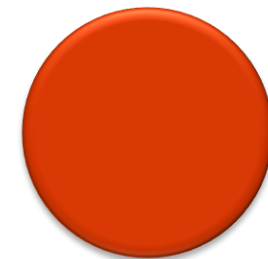
Inutilmente complicate
(consulenza - Informatica)



Noiose e libresche
(didattica - H.R.)



Volevi dirmi qualcosa?



Volevi dirmi qualcosa?

Attualmente in Astra Italia sono presenti diversi ambienti operativi che forniscono infrastrutture di accesso a funzionalità e procedure aziendali. Tali ambienti operativi possono essere collocati all'interno di due aree funzionali distinte, ovvero *Operation e Collaboration*.

L'area *Operation*, costituita dai sistemi OISS, offre servizi orientati alla comunicazione *Person to Machine*, ossia alla "comunicazione" del personale con le infrastrutture e i sistemi che garantiscono l'erogazione ed il mantenimento dei servizi offerti dall'azienda. Ne sono un esempio i servizi di network monitoring, provisioning e system management.

L'area *Collaboration*, costituita dai sistemi OISS, offre servizi orientati alla comunicazione *Person to Person* sia verso l'interno che verso l'esterno dell'azienda, quali servizi di mail e fax, accesso al web e portali, condivisione di dati e cartelle pubbliche.

Obiettivo del progetto è definire l'architettura di una infrastruttura che permetta di integrare in un unico ambiente operativo le funzionalità e le procedure delle aree *Operation e Collaboration*.

Tale infrastruttura è stata nominata *POC (Piattaforma di Operation e Collaboration)*.

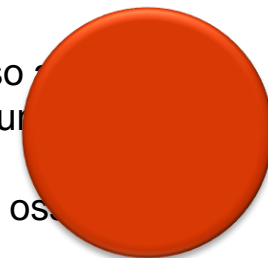
Trasporto Infrastruttura che garantisce l'interconnessione tra le reti esistenti nei vari domini

Mediation Layer E' composta dall'insieme delle componenti che garantiscono l'accesso alle applicazioni; comprende web server, application server, SOA server, terminal server

System Management Infrastruttura che garantisce il management dei sistemi, delle applicazioni, la distribuzione del software e delle patch di sicurezza

EUAM (Enterprise User Application Management) Insieme dei sistemi che permettono la gestione degli utenti e delle applicazioni. Offre funzionalità di identify management, strong authentication, single sign-on, gestione profili utenti e gruppi, crittografia, central application management.

Presentation Layer Infrastruttura di accesso alle aree Operation e Collaboration basata su un'architettura distribuita che garantisce l'accesso sia da postazioni fisse che in mobilità su tutto il territorio nazionale.



Sequenzialità Le slide sono una serie di elementi in successione definita. La strada da percorrere va preparata.

Frammentarietà. Le slide sono una brevi frasi unite ad altri elementi grafici. La presentazione è l'unità virtuale di tutti questi frammenti

Bassa risoluzione Le slide non possono ospitare tante informazioni Una slide presenta quindi una *selezione* di dati.

multicanalità Le slide lavorano bene quando operano su più piani (cognitivo, visuale). Ma bisogna coordinarli e non eccedere



C'è, come in altri media (cinema) una **narrazione** (ma è una narrazione logica)

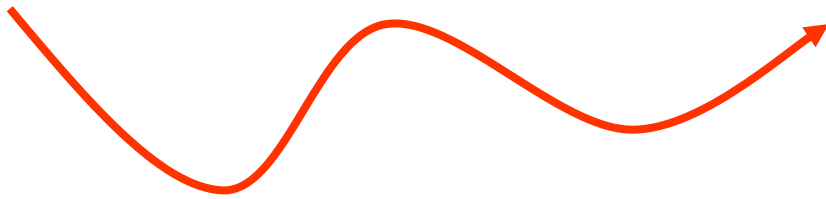
C'è **un'unica strada** da percorrere

C'è un “**prima**” e un “**dopo**”

C'è un andamento con **momenti topici** prestabiliti

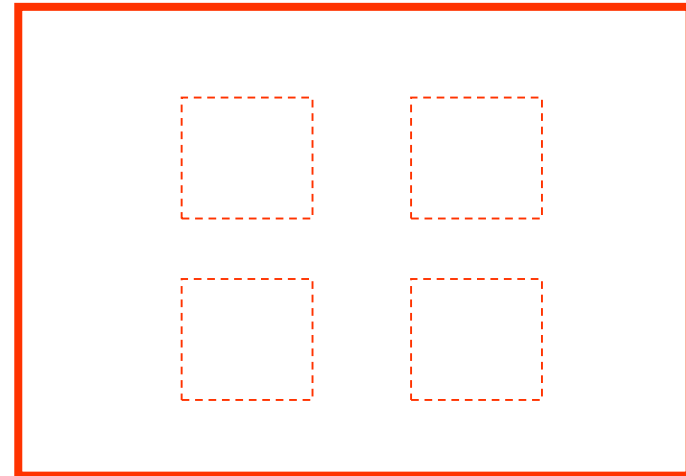


Temporalità a livello globale



Movimento
Andamento predeterminato
Prima e dopo
Acquisizione progressiva

Spazialità a livello locale



Fissità
Andamento non predeterminato
Sopra e sotto
Acquisizione immediata

Le
informazioni
sono disposte
in modo
**tabellare-
spaziale**

- I contenuti si arricchiscono -

	Oggi	Domani
Community	Bacheca 1 Forum didattico	Forum didattici estesi e tutorati Gruppi di lavoro virtuali Spazi gestiti direttamente dagli allievi
Didattica on line	Lezioni on line Dispense da scaricare Materiali (spartiti – mp3) da scaricare	Lezioni on line multimediali Commenti on line alle lezioni Forum didattici legati ai laboratori
Informazione	Iscrizioni Info istituzionali Programmi corsi e laboratori Schede docenti Eventi della scuola	Eventi al di fuori della scuola Gallerie immagini Metodo didattico Recensioni Segnalazioni

Ogni slide contiene **un solo frammento**

I frammenti sono il più possibile
autosufficienti

I frammenti sono **uniti in modo logico** e
conseguenziale



Tante slide **diminuiscono il tempo per leggerle**.
Il tempo per leggerne una compressa è maggiore
della somma dei tempi di lettura di due diluite

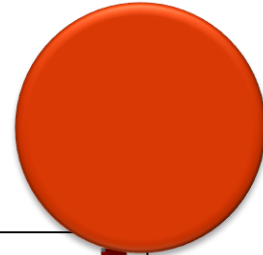
Tante slide migliorano la **divisione naturale** dei
contenuti (no mele con le pere)

Tante slide possono essere **formattate meglio**
(font, spazi, ecc)

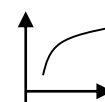


Slide 2 di 158

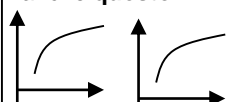
Ogni slide deve contenere solo una cosa. Accumulare più elementi provoca confusione



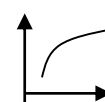
SI →

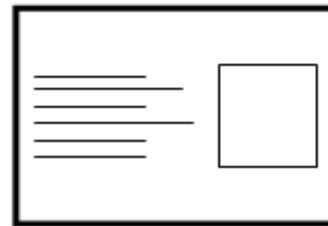
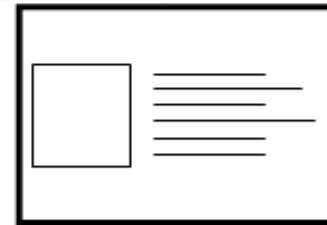
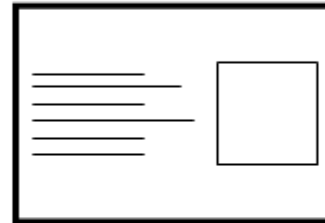
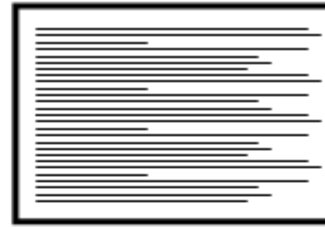
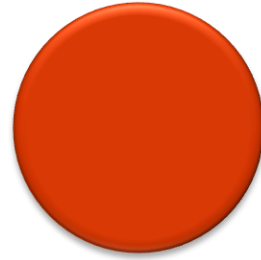
Il messaggio è questo e solo questo	<ul style="list-style-type: none">• Punto elenco• Punto elenco• Punto elenco	Il grafico è questo 
--	--	---

NO →

Il messaggio è Questo Ma anche questo	<ul style="list-style-type: none">• Punto elenco• Punto elenco• Punto elenco	Il grafico è questo ma anche questo 
<ul style="list-style-type: none">• Punto elenco• Punto elenco• Punto elenco• Punto elenco....		

NOOOO! →

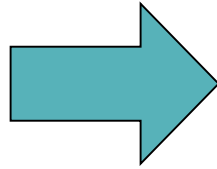
Il messaggio è Questo Ma anche questo <ul style="list-style-type: none">• Punto elenco• Punto elenco• Punto elenco 



Controllate il contenuto originario,
e spezzatelo in modo adeguato

50

25

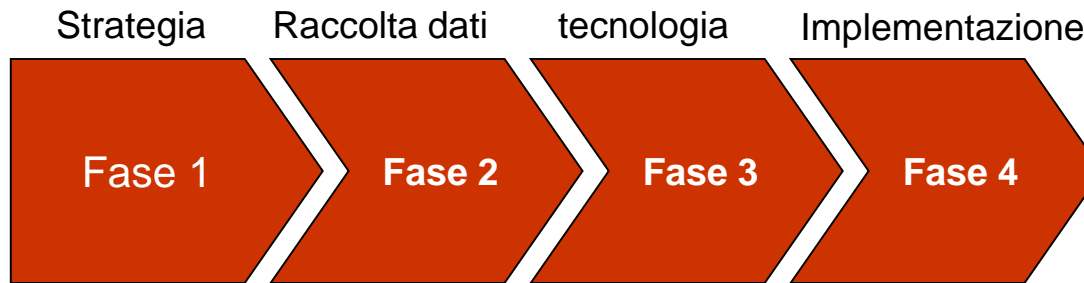


75

**Soddisfazione
(bassa-alta)**

Fascia clientela (bassa-alta)

22	32
14	33



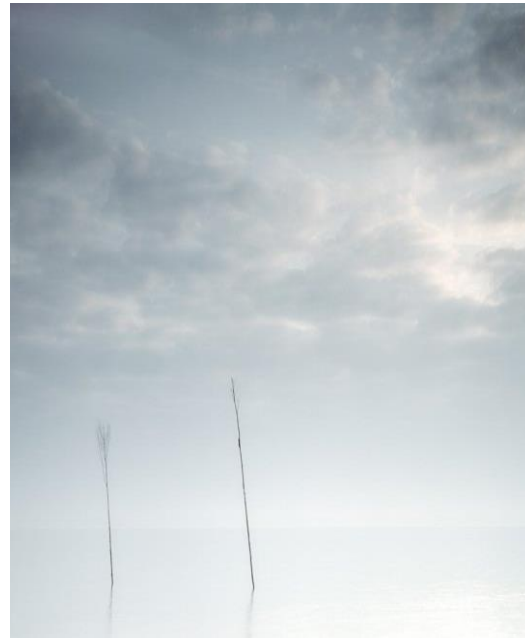
L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine che comporteranno notevoli cambiamenti sul piano organizzativo e di infrastrutture tecnologiche.

Inoltre verrà garantita un'accurata politica di marketing a supporto delle attività al fine di garantire un presidio one-to-one di tutta la clientela, dopo un'accurata segmentazione della stessa in base ai classici parametri socio-demografici.

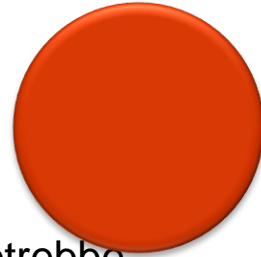
Le slide possono ospitare **pochi dati**, oltre ai quali la slide diviene illeggibile

Ogni slide è frutto quindi di una scelta: devo **selezionare accuratamente i dati** da esporre ed eliminare il resto

I dati convivono con gli “spazi grafici” e con il “**vuoto**”



Dopo aver stabilito l'obiettivo della tua presentazione, dovrai considerare il pubblico a cui essa è indirizzata. Per esempio, dovrai cercare di scoprire ciò che il pubblico conosce sull'argomento della presentazione e cosa pensa a riguardo. Una volta definito l'obiettivo e il pubblico di riferimento, avrai le basi per un efficace presentazione e potrai quindi iniziare a concentrarti sulla tua strategia. Ciò significa decidere in che modo presentare il tuo messaggio. Una volta deciso l'aspetto della tua presentazione, traccia una struttura del layout e dei contenuti prefissati. È utile abbozzare uno schema approssimativo di ogni diapositiva all'interno della presentazione al fine di verificare la disposizione del testo, delle illustrazioni e dei grafici. Un altro importante fattore da considerare è la quantità di tempo a disposizione per esporre la presentazione. Si è tentati a creare una grossa quantità di diapositive, ma una singola presentazione ne dovrebbe contenere non più di 15-20.



Un testo che potrebbe benissimo essere scritto su word, ma che su slide diventa **illeggibile**.

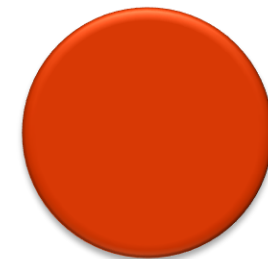
Il testo (adeguatamente formattato) non dovrebbe superare i **300 caratteri**

900 Caratteri

Le slide funzionano bene Se integrano
aspetti razionali e visuali

Razionale non vuol dire per forza
noioso e visuale non vuol dire per forza
“stupefacente”



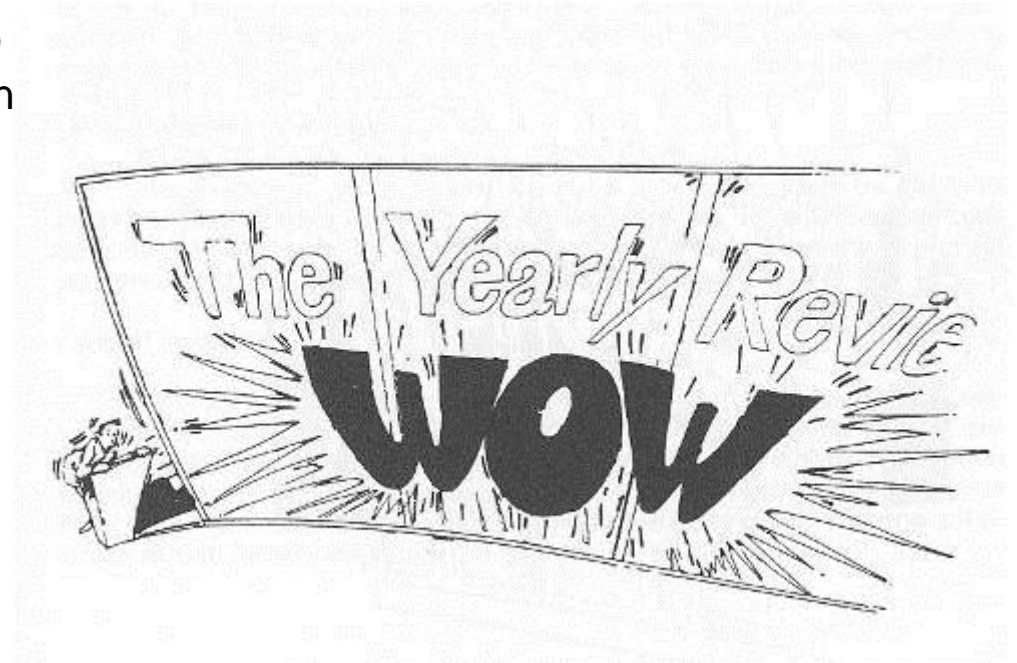


L'aggiunta di stelle "esplosive" non rende la presentazione più divertente e "strepitosa", ma solo più **illeggibile**

Anche le animazioni rispondono al criterio dello stile cognitivo: vanno **pianificate** con uno scopo preciso

Sono **strategiche per la comprensione dei concetti** e non al divertimento della platea

L'animazione migliore è sempre la **“dissolvenza a punti”**



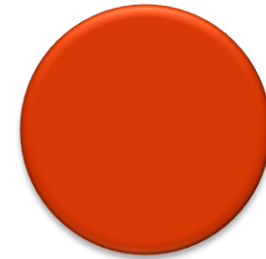
Per **semplificare** in modo efficace
insieme di elementi complessi

Per mettere a **confronto dei dati** e
analizzare dei risultati

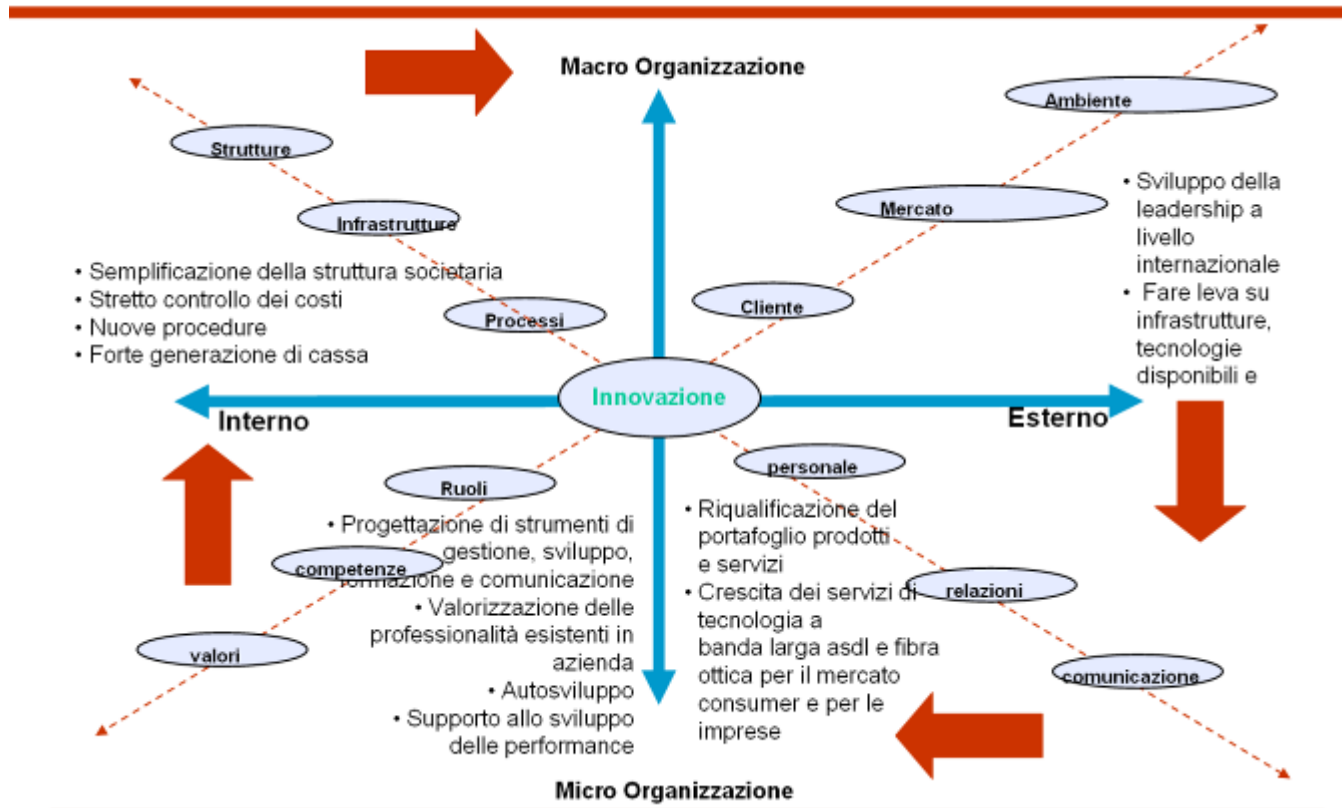
Per **mostrare meccanismi** e relazioni
tra elementi (concetti, fasi, azioni...)



In questo modo riusciamo a convincere
meglio una platea in un percorso
persuasivo fatto di **immagini e testi**



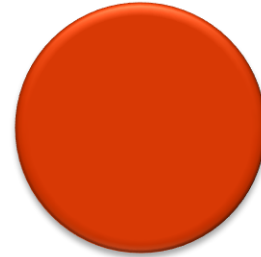
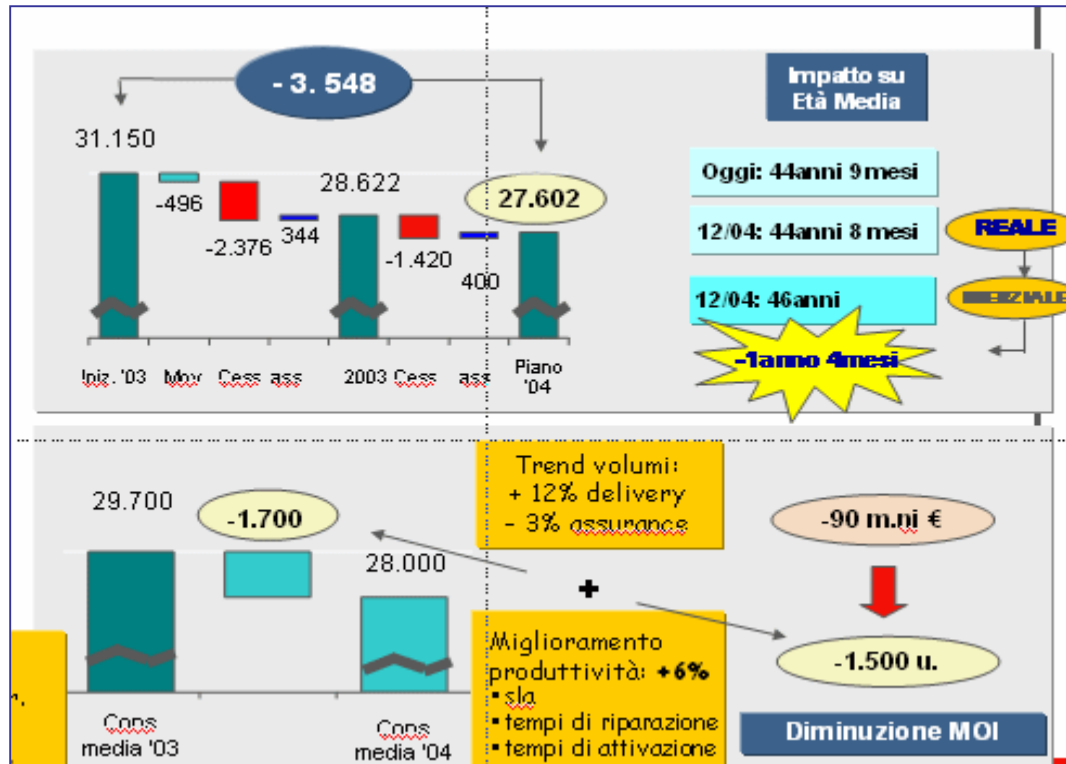
NO



Un modello **troppo complesso e** “sistemico”

Vanno forniti modelli semplici, che riducono la complessità per uno scopo preciso

NO



Confrontare i dati non significa “buttarli sulla slide” ma permettere un **confronto “a colpo d’occhio”**

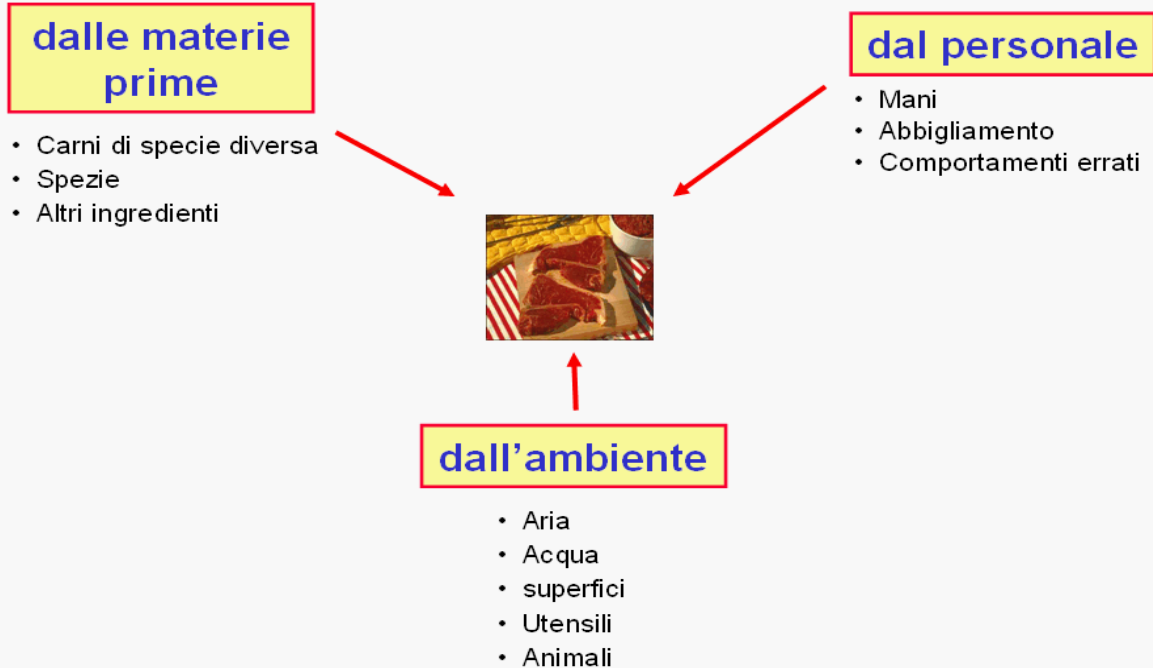
In questa slide i dati non sono confrontabili facilmente

Da Presentationzen
- Garr Reynolds

<http://www.presentationzen.com/>



Vie di contaminazione dei prodotti



Un buon uso delle slide è mostrare i meccanismi funzionamento di qualcosa e **le relazioni** tra elementi (es: processi)

Si può usare **la spazialità delle slide** per mostrare delle relazioni tra elementi

Attenzione: i modelli devono essere **semplici**

2

■ Strategia

Strategia **non è** “riempire il sacco”

Individuare le **aspettative reciproche** (mittente – destinatario)

Sviluppare una **strategia di comunicazione**,
tenendo conto dell'audience

Individuare **stile e linguaggio**

Ordinare le idee in base alla **logica piramidale**

Creare il **prodotto finito**



Quali sono i miei obiettivi?

- Indurre **all'azione**
- **Illustrare** una particolare soluzione
- **Convincere** rispetto alla propria soluzione
- **Insegnare** un insieme di concetti
- ...

Quali sono le aspettative del destinatario?

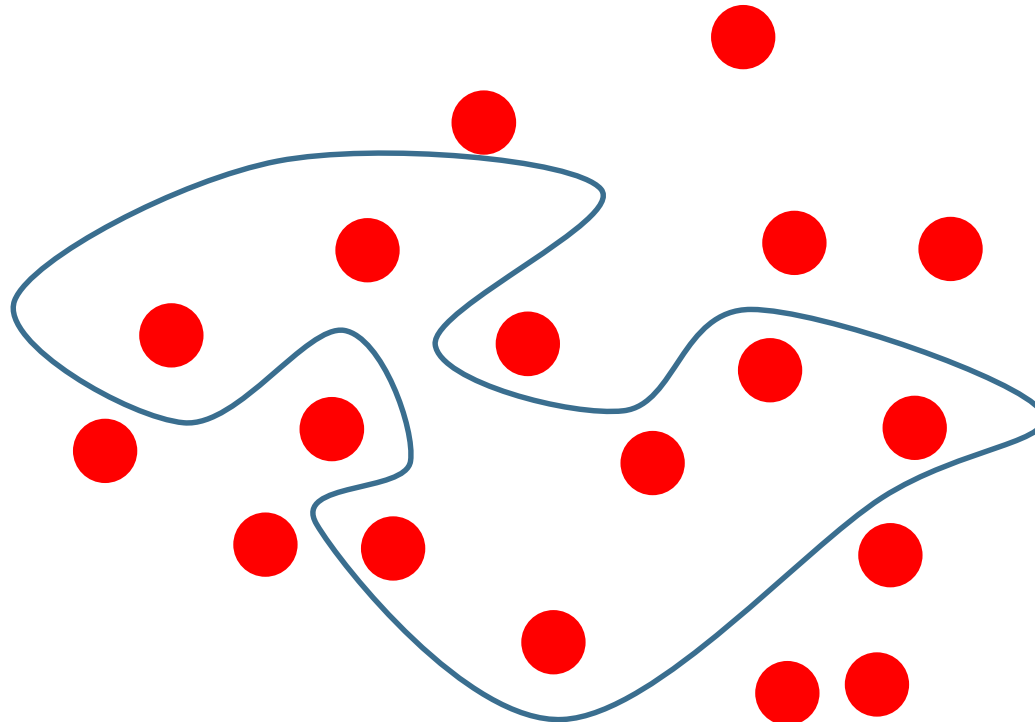
- Capire **qual è** il problema
- **Apprendere** nozioni
- Ascoltare **soluzioni**
- ...

Tarare vuol dire **circoscrivere**

La presentazione efficace
seleziona gli argomenti in
relazione alla platea

La strategia determina la
quantità di argomenti e il livello
di approfondimento di ciascuno

Efficacia non significa
completezza, ma **pertinenza**



Su **quali aspetti** mi concentrerò?

Che livello di **profondità** avrà la presentazione?

Che tipo di **linguaggio** utilizzerò? (specialistico, neutro, metaforico...)

Userò molti **esempi**?

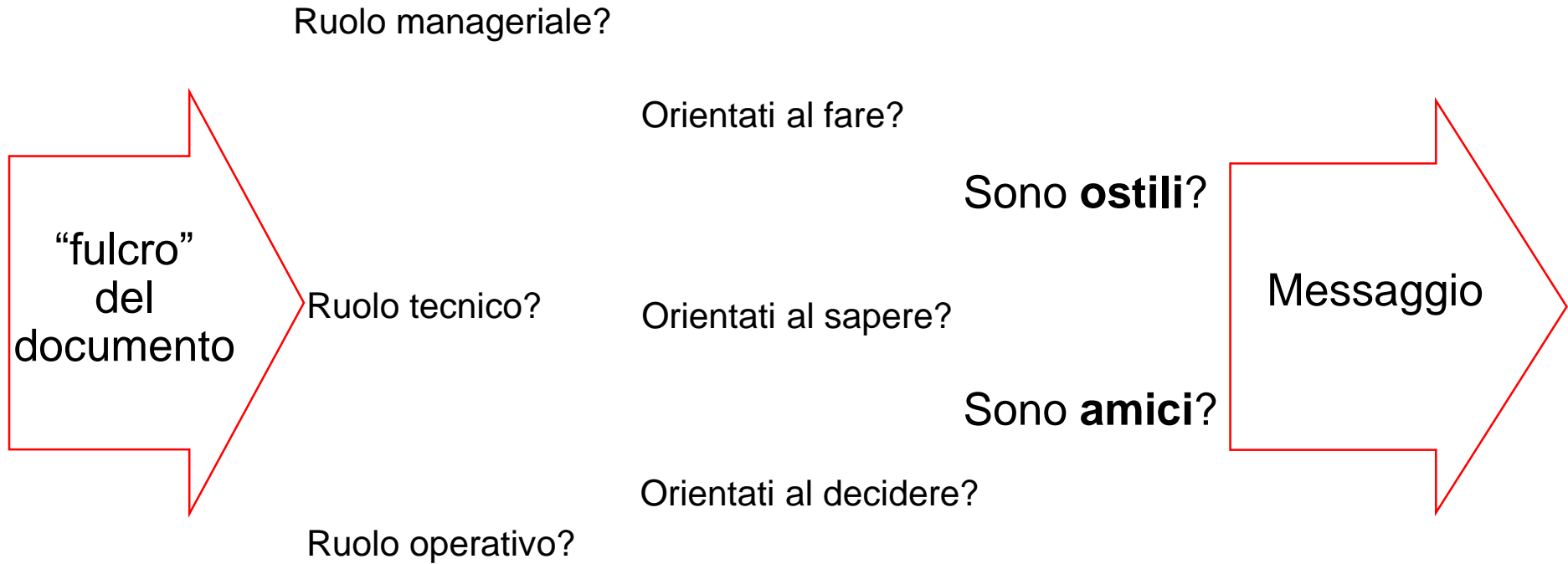
Userò molti **dati**?

Userò molte **immagini**?

Che **ruolo** avranno le immagini?



Tenere conto delle aspettative dell'audience



“Fulcro”

Audience

Agenda

Meta-Messaggio

Soluzione per Collegare in Rete le Filiali della banca

CEO

- Focus su strategia
- Obiettivi di lungo periodo
- Attenzione agli azionisti
- Benefici economici

“Per migliorare l'efficienza e ridurre i costi è necessario collegare le filiali in RPV”

Resp. Sistemi informativi

- Focus su aspetti tecnologici
- Obiettivi di breve periodo
- Attenzione agli aspetti di compatibilità operativa e di processo

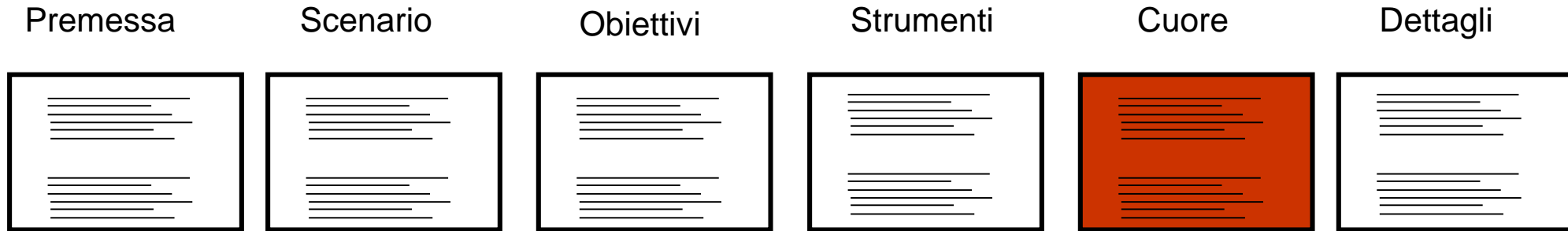
“E' opportuno collegare le filiali in questo modo per consentire uno scambio più veloce e sicuro dei dati”

Risorse operative

- Focus sui processi
- Obiettivi di breve periodo
- Tempistica
- Responsabilità

“Collegare le filiali significa sveltire quel processo farraginoso che oggi richiede fatica e operazioni manuali”

Devo convincere o
spiegare?



Troppo lunga

(quando si arriva al “dunque”?)

Non corrisponde alle aspettative

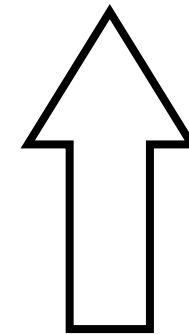
(ma io volevo vedere la soluzione al mio problema!)

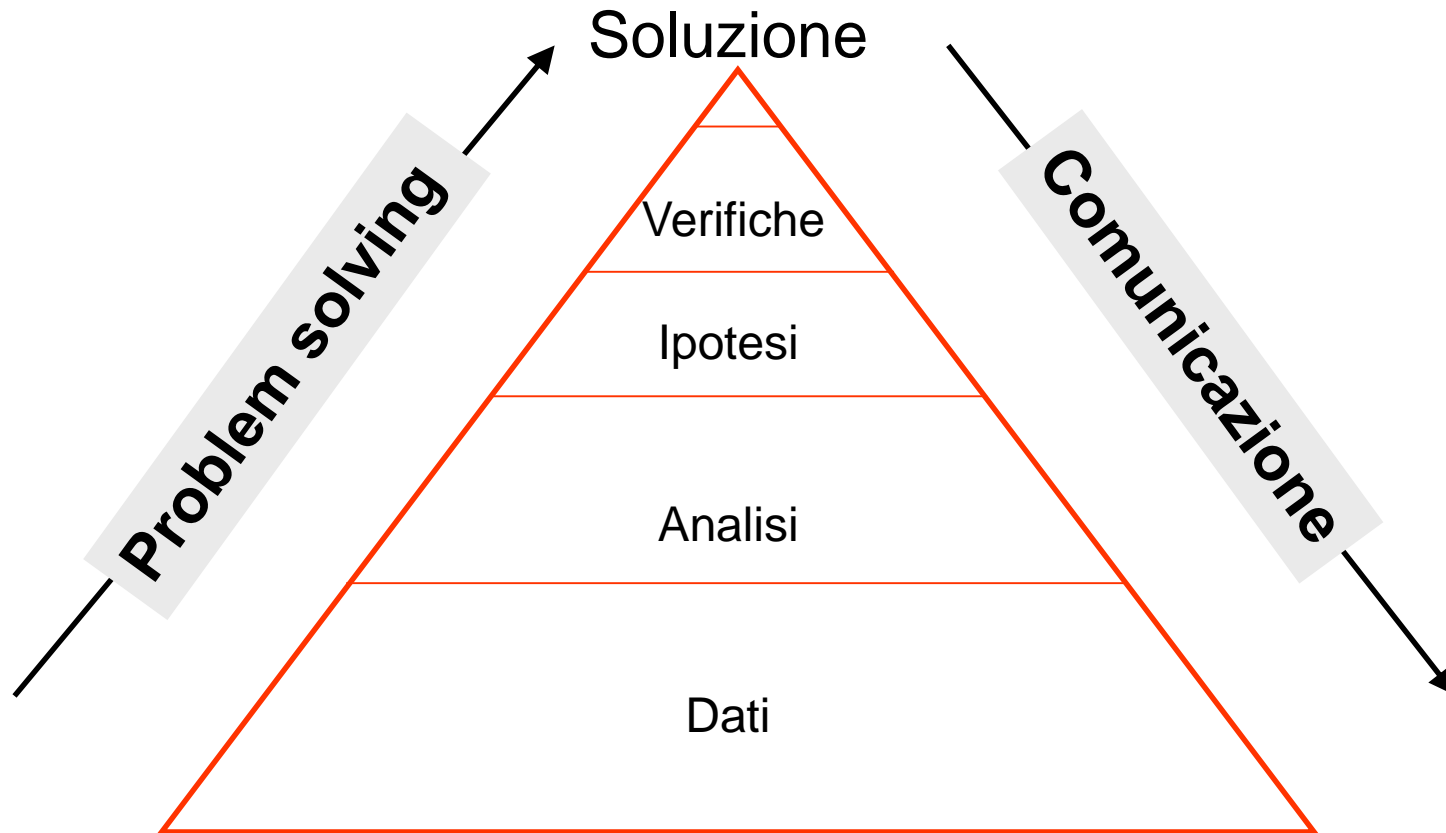
Rischio di eccesso di informazioni

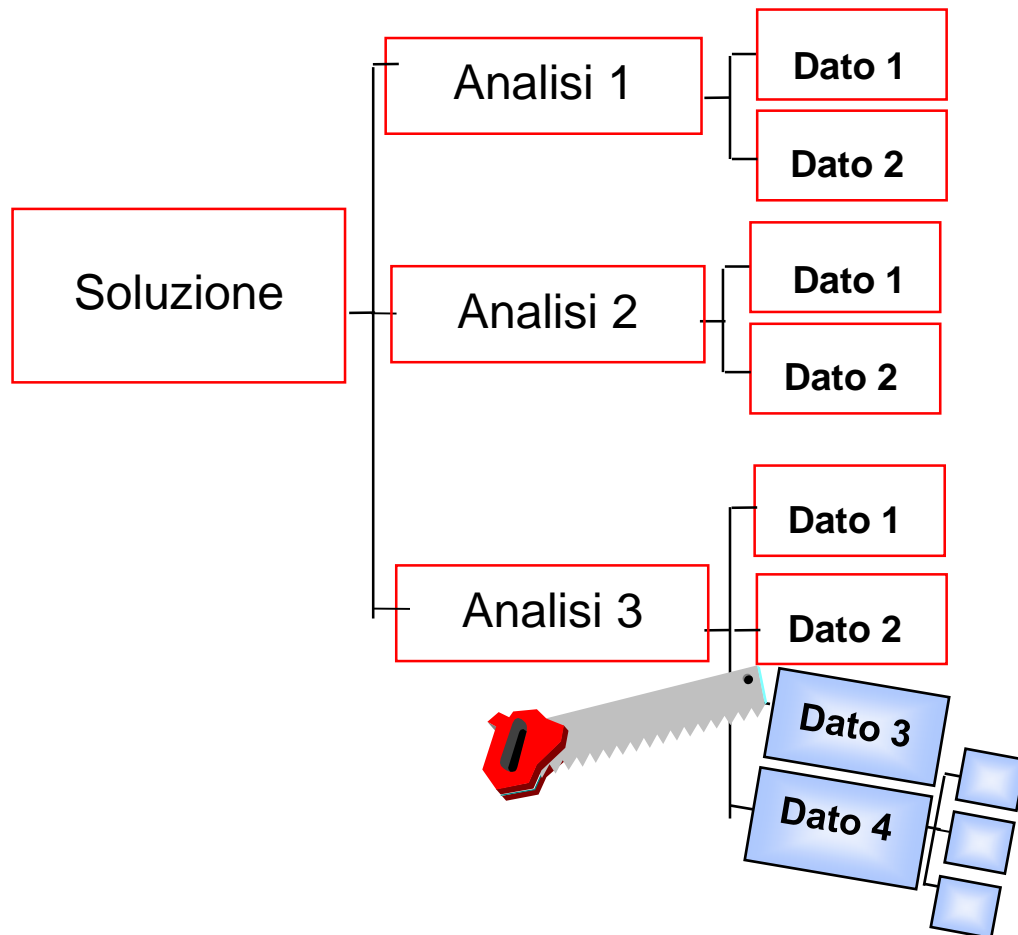
(E questo che cosa c’entra con il mio problema?)

Le informazioni non hanno un contesto adeguato

(Perché mi stai dicendo questo?)







- Mira “**al sodo**”, ampliando progressivamente il livello di dettaglio
- Si basa su una specifica strategia: **non rispecchia interamente** l’analisi ma trascurando volutamente dei dettagli
- Guida l’audience attraverso il processo di analisi svolto dirigendola in **particolari direzioni**
- Viene utilizzato per rendere **più comprensibili** le argomentazioni

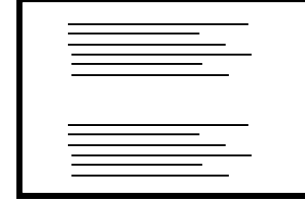
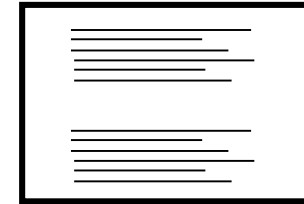
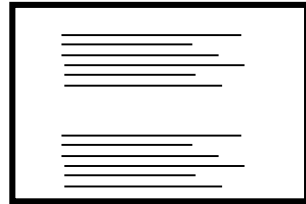
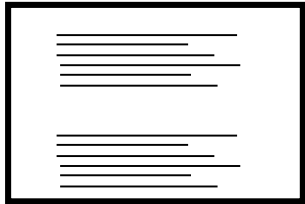
Tu hai
un problema

Questo problema va
affrontato con
soluzioni nuove

Ecco
La soluzione

Dettagli

Esempi



Lunghezza giusta

(Siamo arrivati al dunque in poco tempo)

Corrisponde alle aspettative

(Adesso capisco perché stai lavorando su questa cosa)

Quantità giusta di informazioni

(Mi hai dato gli elementi per capire perché serve questo)

Le informazioni hanno un contesto adeguato

(Sono pronto a capire i dettagli della tua soluzione)

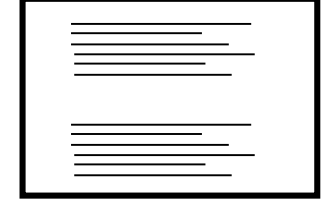
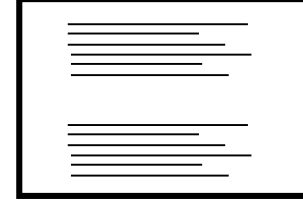
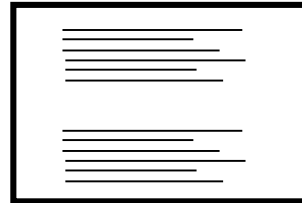
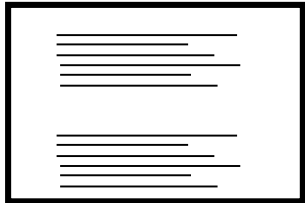
Ti riassumo
il problema

Ecco
La soluzione

Dettagli

Dettagli

Esempi



Lunghezza giusta

(Non mi hai ripetuto quello che sapevamo già)

Corrisponde alle aspettative

(Volevo vedere delle soluzioni)

Quantità giusta di informazioni

(I dettagli sono nella giusta quantità)

Le informazioni hanno un contesto adeguato

(I dettagli arrivano al momento giusto)

Il progetto

Il nostro progetto prevede di riprogettare il sito usando ASP e XML come linguaggi di base.

I vantaggi

Riprogettare il sito web in linguaggio ASP e XML ci consentirà di avere delle pagine dinamiche a aggiornabili facilmente senza costi aggiuntivi.

Le evoluzioni

Sarà possibile avere con facilità flussi di dati alternativi, come i Feed RSS, che potranno essere visti anche da PDA e cellulari

Ma che ce ne facciamo delle pagine dinamiche?

Ma alla fin fine quanto costerà mai aggiornare a mano qualche paginetta?



Flussi di dati alternativi? Ma questa è roba da informatici.

Ma che cosa sono l'ASP, l'XML, i Feed RSS, i PDA? Mi sa che mi stanno vendando fumo...

Il problema

Per aggiornare una pagina sul nostro sito ci vuole mezz'ora. Noi aggiorniamo in media 8 pagine al giorno: in un anno fanno 15.000 euro di spese

Conseguenze

Se gli utenti vogliono scaricare le notizie sul cellulare o su un computer più piccolo non possono farlo e stanno arrivando mail di clienti furanti.

infine non siamo in grado di erogare, oggi, i servizi evoluti di cui parliamo da tempo.

La soluzione

sta in due parole: ASP e XML, due tecnologie economiche e veloci

“Palazzo in fiamme”

Traduzione del problema (“sito statico”) in termini comprensibili (“15.000 euro persi”)

Linguaggio più familiare

Lo scenario

Oggi le banche diversificano i canali per venire incontro alle nuove esigenze della clientela

I vantaggi di diversificare

Diversificando i canali fidelizziamo la clientela, aumentiamo l'efficienza, riduciamo i costi e ci concentriamo sulle operazioni a valore aggiunto

Il progetto Nettuno

Il progetto Nettuno è pensato per diversificare i canali d'accesso alla Banca

Le iniziative del progetto Nettuno

Grazie al progetto Nettuno sarà possibile in breve tempo effettuare depositi monetari e di assegni presso i bancomat e effettuare una serie di pagamenti fiscali, tramite internet

Il nostro settore si chiama “nuovi canali”, vuoi che non lo sappiamo????



Quando arrivano le idee?

Lo scenario? Ancora lo scenario?????

La domanda

Diverisificare, si, ma come?

I Canali possibili

*Bancomat
Sportello
internet*

Il progetto Nettuno

Grazie al progetto Nettuno sarà possibile da maggio effettuare depositi monetari e di assegni presso i bancomat e effettuare una serie di pagamenti fiscali tramite internet

Premesse condivise

Focalizzazione sulla soluzione

Maggiore precisione e concretezza

Nella comunicazione efficace dobbiamo mostrare **prima** il disegno del “puzzle”, e **poi** singoli pezzi



Scenario, direzione, mappa del percorso



Lo scenario noto

La situazione contingente

Il problema (“palazzo in fiamme”)

La missione (“terra promessa”)



Esplicitare in modo chiaro gli **obiettivi** e il percorso

Mostrare l'**agenda** completa dei lavori

Illustrare la/le **tesi** principali

Se possibile, **anticipare le conclusioni**

Ribadire sempre **a che punto** siamo del percorso

Perché non cominciare con una domanda?



Raccontare un aneddoto

Inserire una citazione

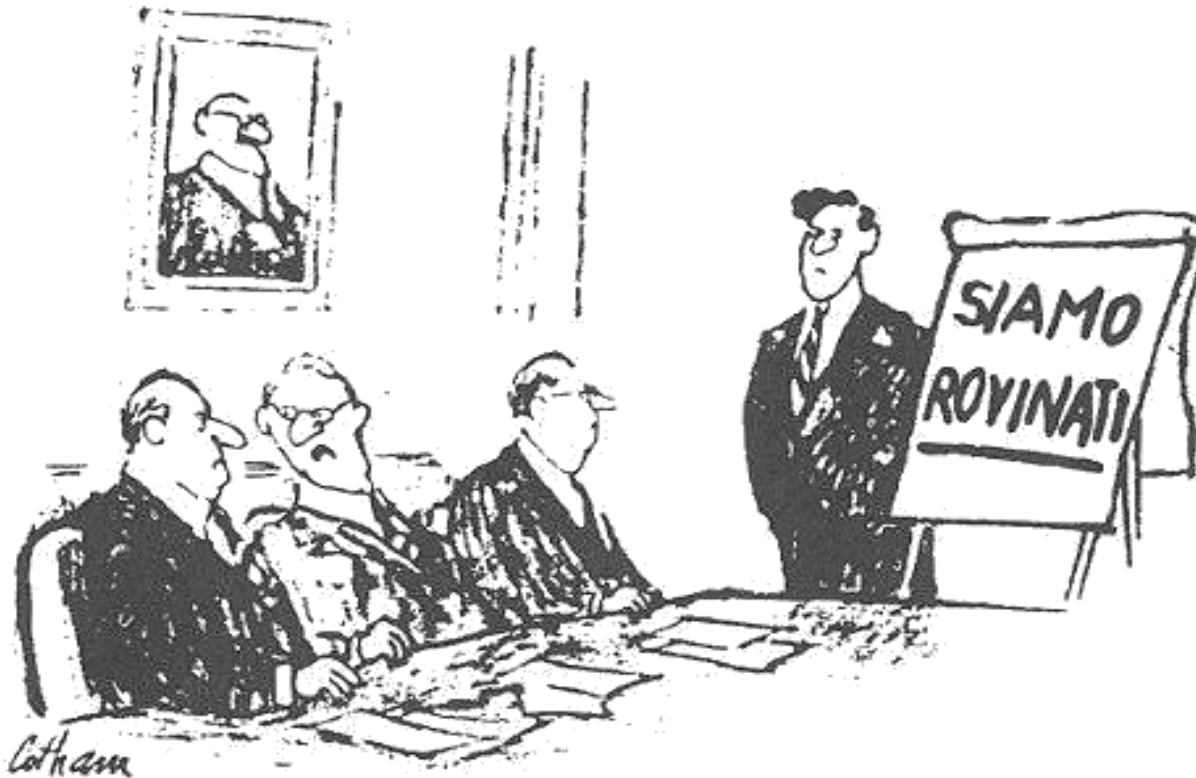
Citare un dato scioccante o sorprendente

Inserire una breve storia

Ricorrere a un'analogia, una metafora, una similitudine

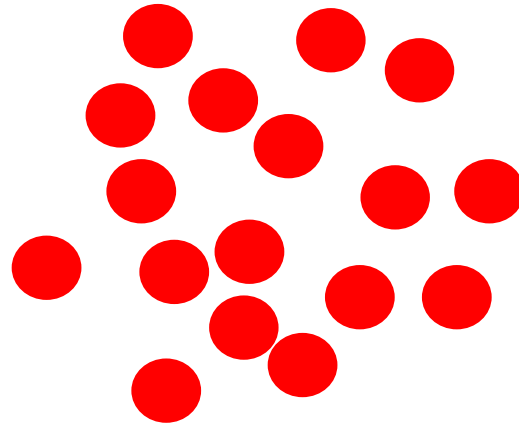
3

■ Architettura

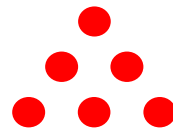


Da: Paul le Roux
Presentare per convincere -
Lupetti

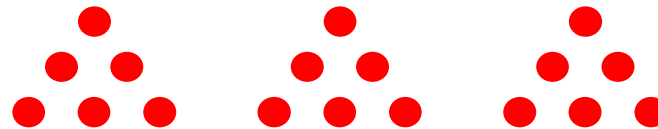
"Ecco quello che mi piace di Hepworth. Le sue presentazioni sono semplici e chiare"



Macro argomenti
destrutturati



Micro argomenti
strutturati a piramide



metti “sul piatto” **i titoli** dei tuoi argomenti

identifica gli elementi principali e marginali

analizza gli argomenti per capire se possano essere divisi

spezza quindi i diversi elementi in pezzi più piccoli e omogenei

raggruppa gli elementi in ad aree omogenee (aspetti teorici, aspetti pratici, aspetti storici, scenari, fasi, eccetera)

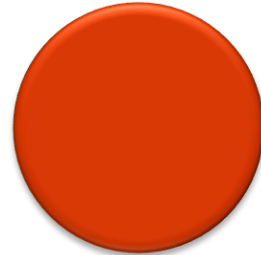
Subordina alcune aree ad altre

Elimina quello che non serve





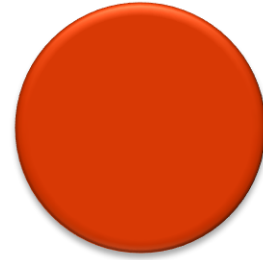
Troppo!





le modalità d'esposizione **TENERE SOTTO CONTROLLO:**

- ★ **Il nervosismo** (non si può evitare, ma imbrigliare)
- ★ **La posizione** (posizionatevi in modo che il vostro corpo vi possa aiutare: alla stessa altezza, frontalmente, mani a palme aperte verso gli interlocutori, il corpo che si protende verso di loro)
- ★ **I gesti** (usare braccia e mani per enfatizzare)
- ★ **La voce** (variare tono e volume e sorridere evitando così di essere monotoni)
- ★ **Contatto d'occhi** (non guardate di sfuggita e guardate tutti, per capirne il grado d'attenzione)
- ★ **Il discorso** come una musica (toni, tempi, pause ecc)
- ★ **Momenti d'alleggerimento e pause x ottenere effetto voluto**



Affollamento

Argomenti diversi

Titoli sbagliati

Troppo approfondimento
per ogni punto

Qual è **il fulcro** della vostra idea?

Se dovessi dire la mia idea **in 20 secondi**, che cosa direi?

Se non riuscite a trovare una formulazione adatta, significa che siete ancora in fase di brainstorming.

Se ci riuscite, bene quella e LA COSA che avete da dire

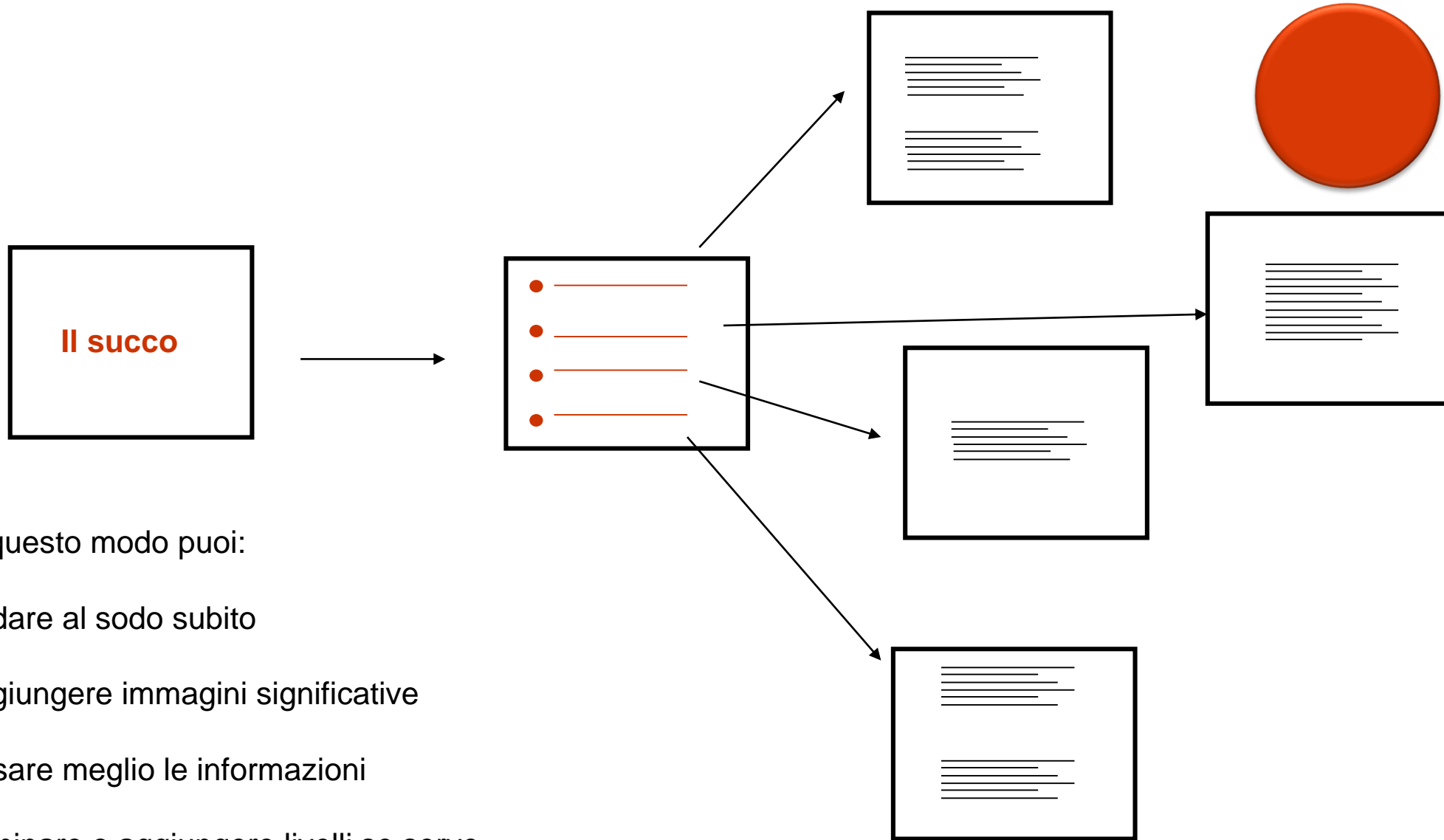
Questa idea è il "cuore" della vostra presentazione. Sarebbe meglio che stesse **in una slide a parte**



"dobbiamo espanderci sul mercato giapponese entro due anni"

"dobbiamo aprire una canale internet per fare e-commerce dei nostri prodotti",

"dobbiamo acquistare un prodotto di CRM che favorisca la conoscenza mirata dei nostri clienti"



In questo modo puoi:

Andare al sodo subito

Aggiungere immagini significative

Dosare meglio le informazioni

Eliminare o aggiungere livelli se serve

Messaggio principale

“E’ necessaria una presenza dell’azienda su Internet”

Il mercato lo impone

Il posizionamento dell’azienda lo consente

I margini sono promettenti

Esempi

Esempi

Esempi

Idee, ragioni, azioni

- Il messaggio principale è esposto **al vertice dell’esposizione**
- Ogni idea della piramide è **la sintesi** delle idee che la supportano
- Le idee sono poste in un qualche **ordine logico**, es:
 - cronologico
 - di grandezza
 - di importanza
 - deduttivo



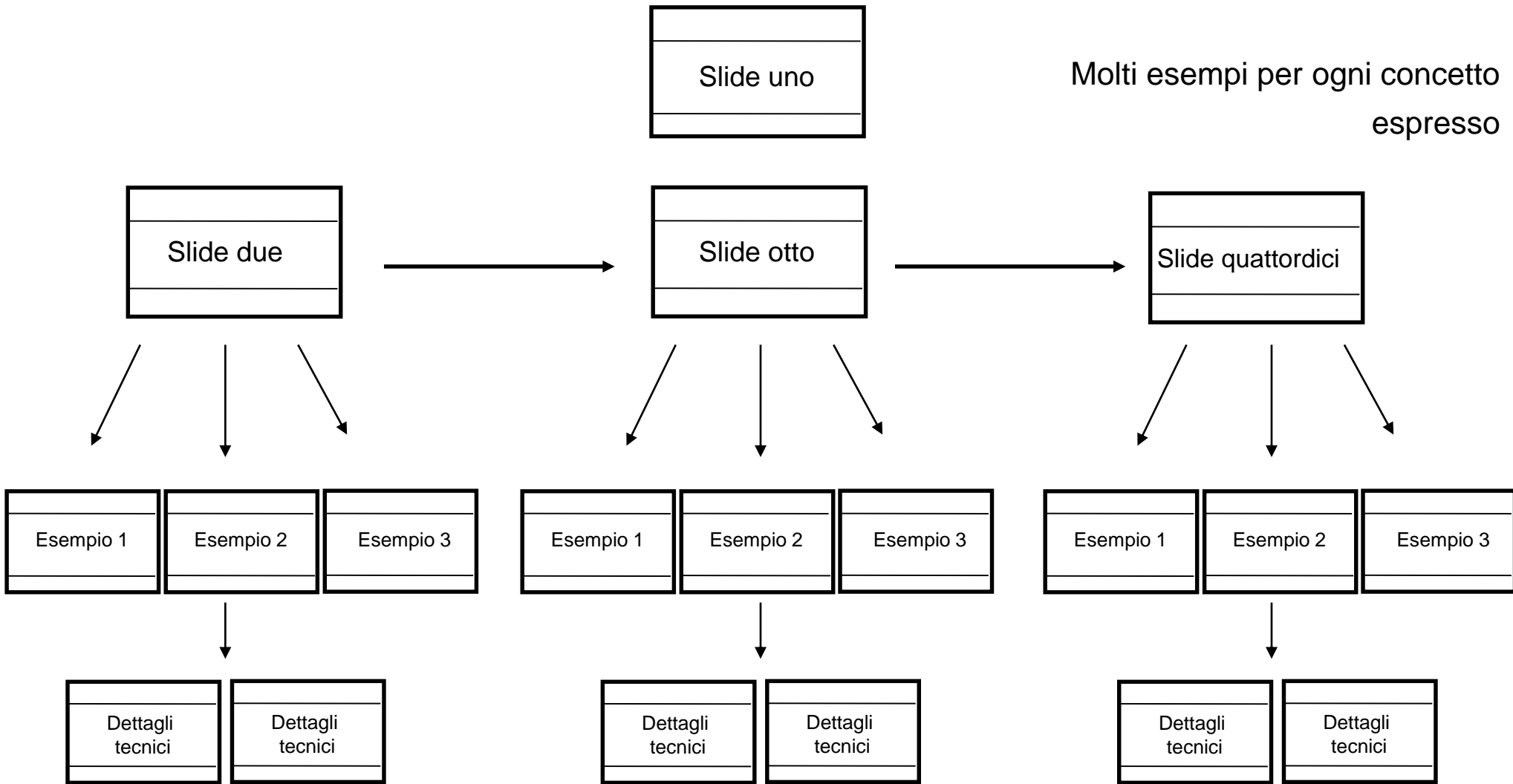
Slide concettuali: esprimono tesi e concetti, danno regole, sviluppano argomenti, aggiungono nozioni

Dettagli tecnici: elenchi dettagliati, nozioni riguardanti diagrammi temporali, costi, logistica, attori in gioco, dati di funzionamento, eccetera

Esempi: dati di supporto, rappresentazioni concrete dei concetti espressi



Molti esempi per ogni concetto espresso

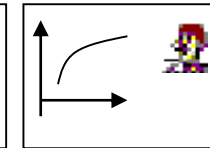
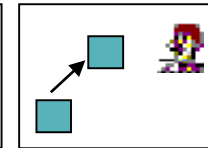
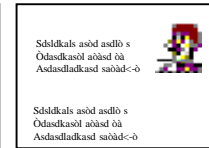
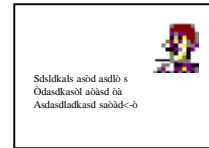


SI

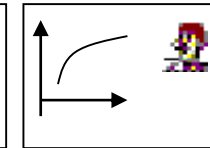
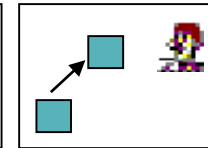
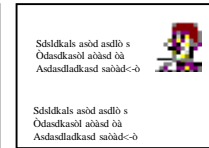
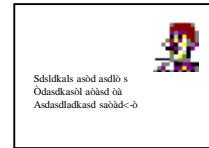


Dividete la presentazione in capitoli, e ad ogni capitolo fate corrispondere un Insieme di slide, ciascuna con un concetto diverso, seguendo la piramide.

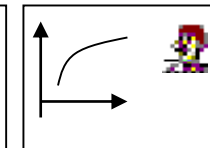
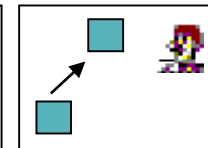
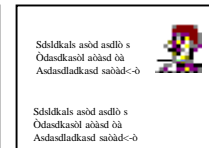
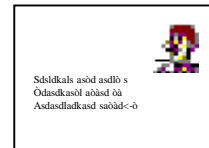
Cap. 1



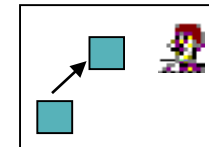
Cap. 2



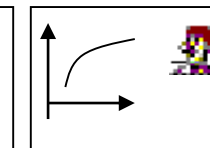
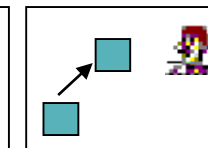
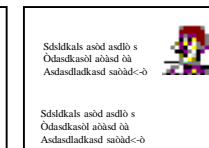
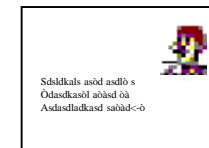
Cap. 3



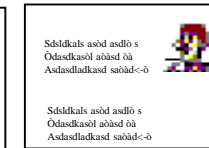
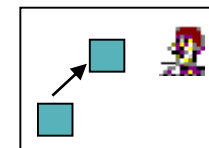
Cap. 1



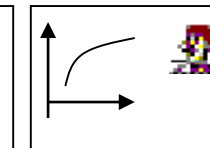
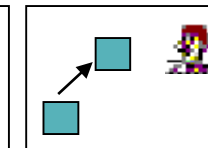
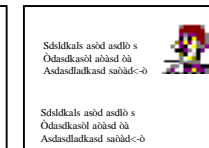
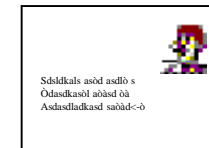
Cap. 2



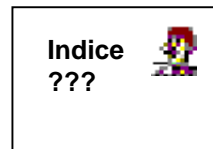
???

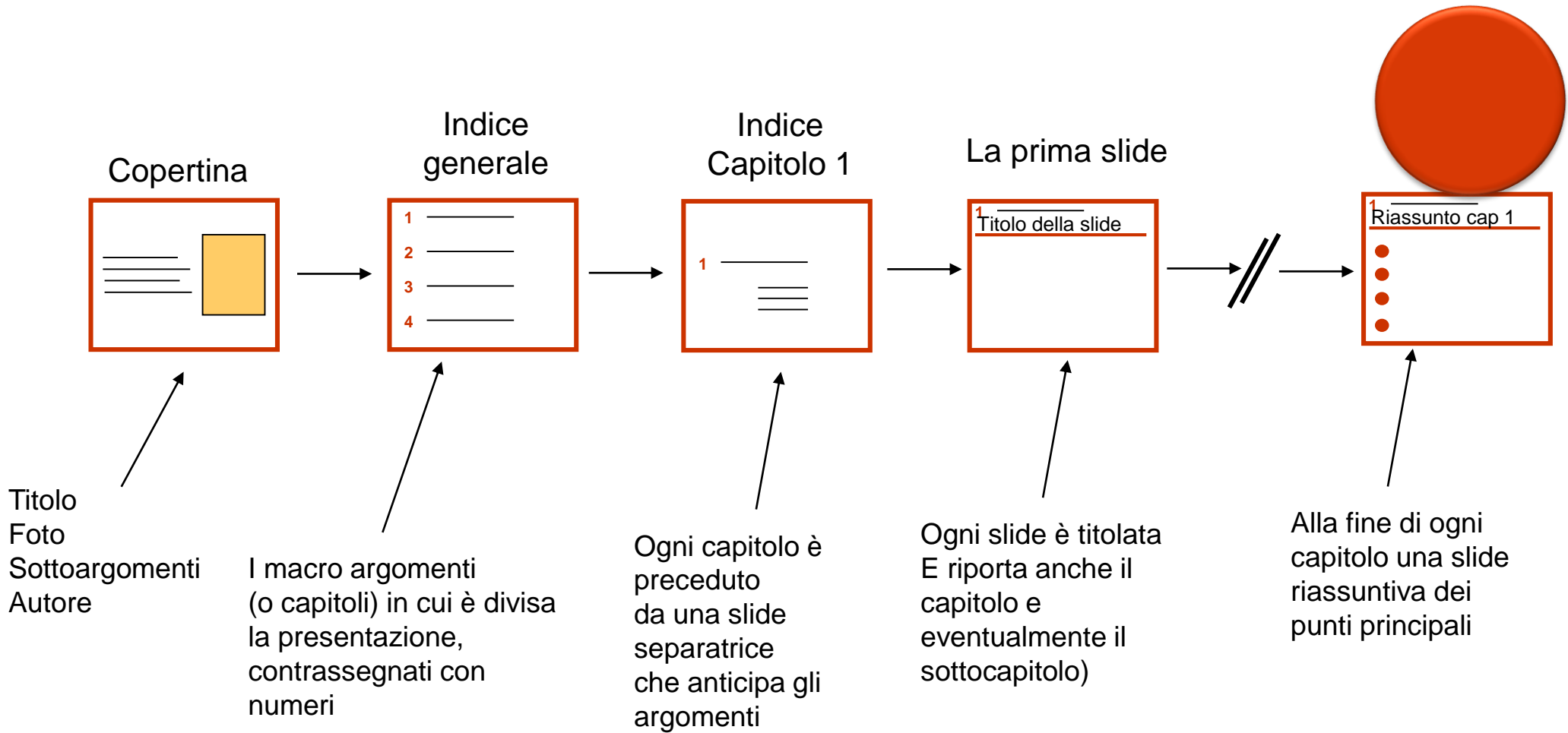


Cap. 3



NO





4

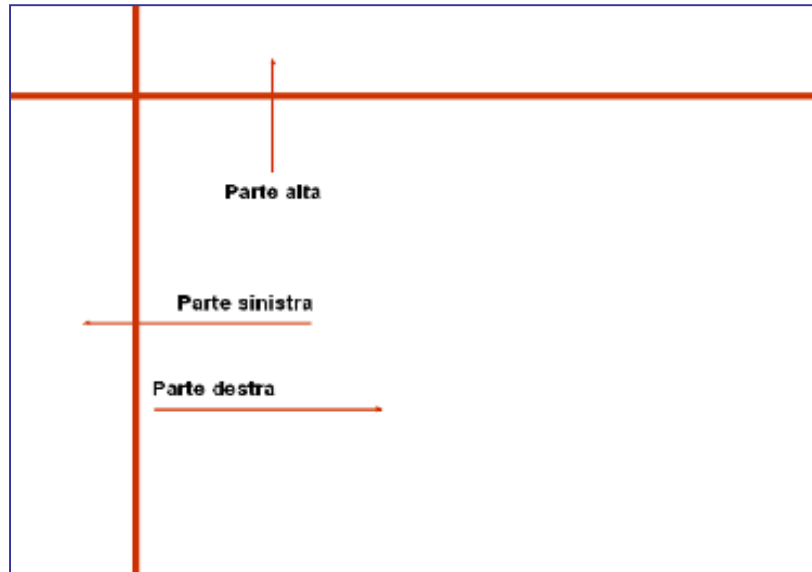
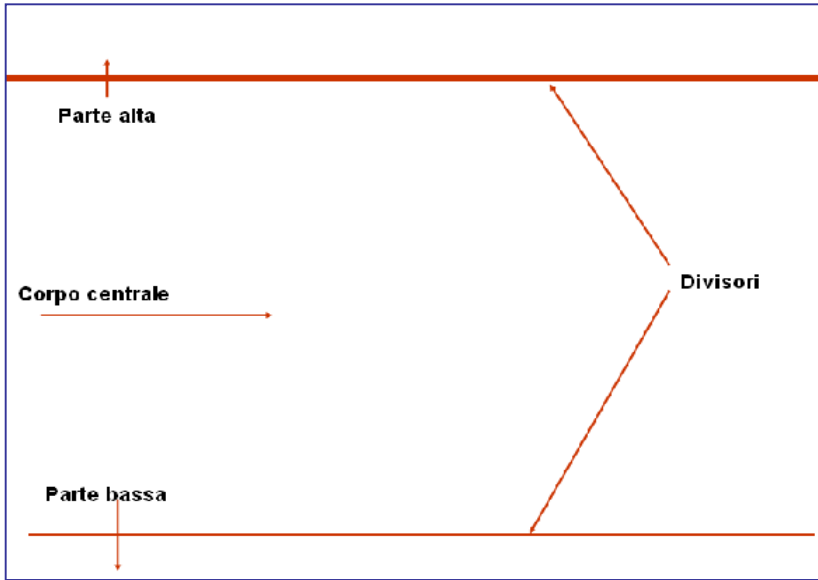
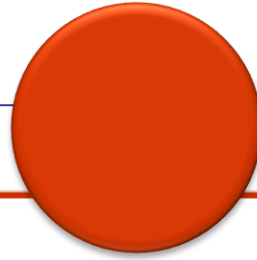
■ Template

A suddividere lo spazio in **spazi logici**

A collocare gli elementi di **contesto**

A esprimere un **concept** adeguato





Essenziali

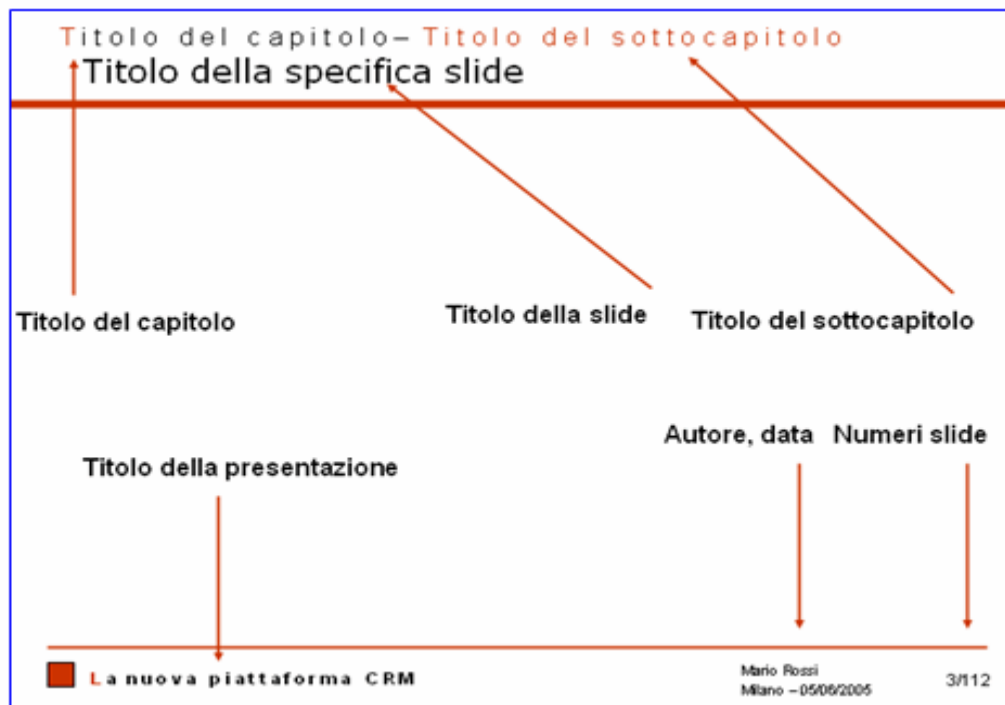


Titolo della specifica slide
Titolo della presentazione
Numero progressivo della slide
Numero complessivo di slide

Opzionali



Titolo del capitolo
Titolo eventuale sottocapitolo
Nome dell'autore
Data
Eventuale logo
Indicazione dell'evento



L'elemento che risalta di più è sempre **il titolo della slide specifica**.

Vicino si colloca, più in piccolo, il titolo del “capitolo” e, eventualmente, il titolo del sottocapitolo.

Più discretamente, tipicamente in basso in ogni pagina, **il titolo della presentazione, relatore, pagina/pagine**.

Questi ultimi elementi non cambiano mai posizione in tutta la presentazione

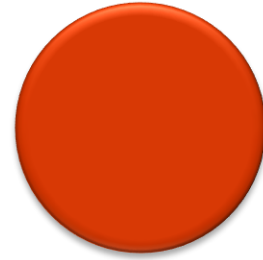


Le sfumature rendono alcune parti di testo **non leggibili**

E' impossibile assicurare una resa ottimale in **tutti i punti** della slide

L'importanza dello sfondo **diventa esagerata**





Lo sfondo deve consentire innanzitutto la **leggibilità**



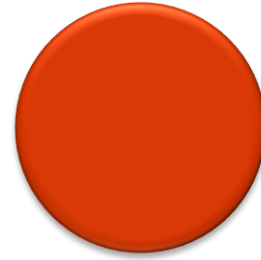
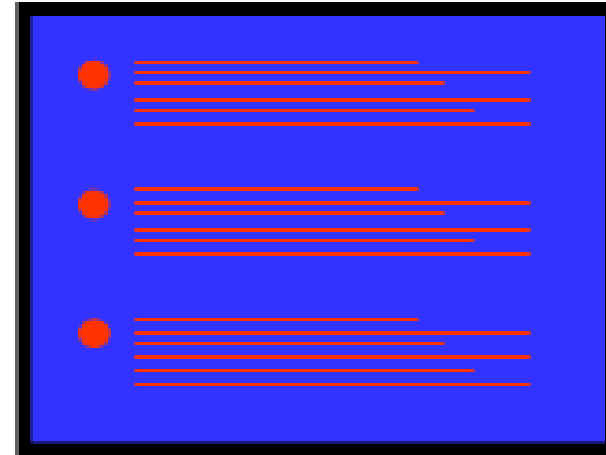
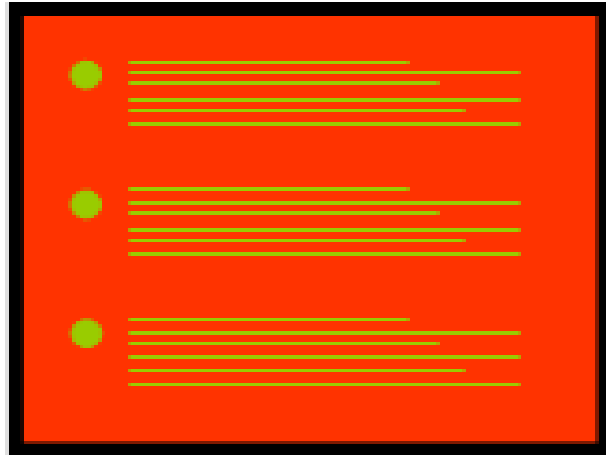
Il **colore** dovrebbe essere uniforme e neutro



Evitate **immagini** in dissolvenza

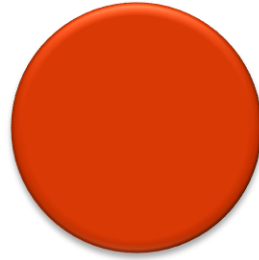
Lo sfondo **NON** è un contenuto



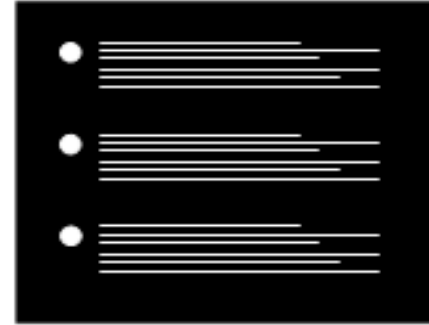
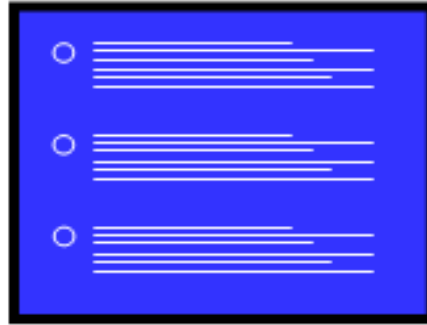


Anche se uniformi, è meglio evitare sfondi con colori forti e chiassosi e combinazioni sbagliate nel rapporto testo/sfondo

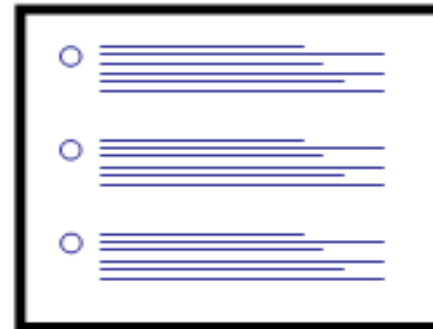
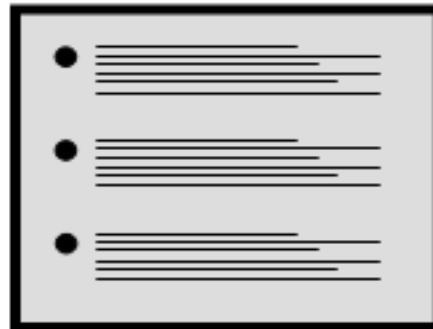
In particolare
Rosso su blu
Verde su rosso



“Ni”

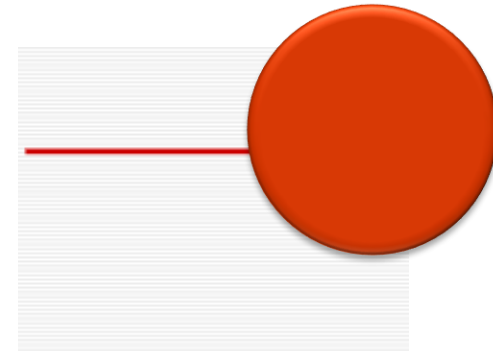


Si





Sfumature



Trame



**Strutture
eccessive**



La copertina dovrebbe contenere, di norma:

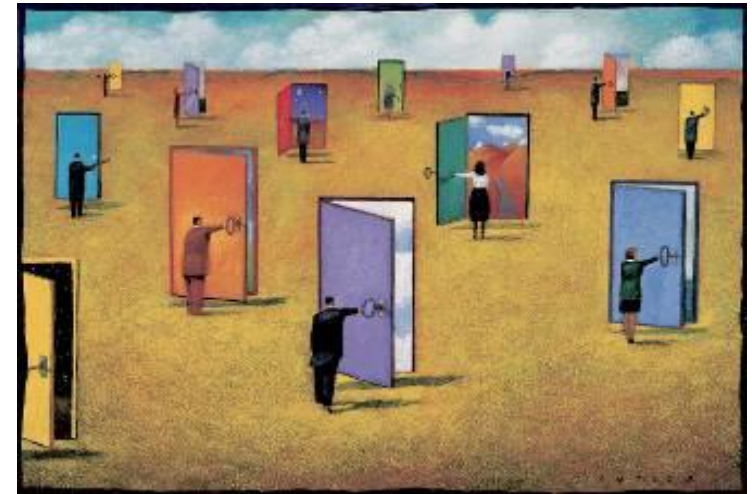
Il titolo della presentazione (è l'elemento più in grande)

Sottotitolo

Alcuni **sottoargomenti**

Autore, data, luogo

Un solo **logo**



Una panoramica del settore delle performing arts

Valeria Rossi

Una panoramica del settore delle performing arts



1. Il settore artistico in Italia
2. Il settore delle performing arts
3. Strumenti di controllo di gestione

5

■ Standard editoriali

Gi elementi di una slide possono essere ambigui

Evitiamo distrazioni e rumori di fondo

Introduciamo variazioni solo quando servono

Chiariamo quali sono gli elementi in gioco



Diamoci uno standard!



Coerenza. Ogni slide deve essere omogenea quanto a standard grafici e testuali

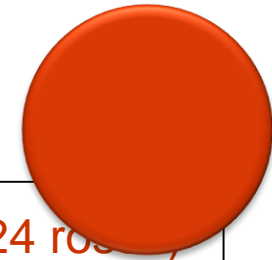
Contrasto. Creiamo una strategia per evidenziare le cose significative

Utilità. Ogni elemento sulla slide deve servire a qualcosa. Evitiamo il rumore di fondo

Colori. Usiamo il colore in modo significativo

Variazioni. Introduciamo variazioni ed elementi-sorpresa

Titoli. Ogni slide va titolata in modo significativo



NO →

Titolo 1 (Times 28 nero)

Sottotitolo grassetto rosso

Testo della slide scritto con un
Carattere di dimensione **18**

Titolo 2 (Arial 24 rosso)

Sottotitolo grassetto nero

Testo della slide scritto con un
carattere di dimensione **16** per il
fatto che c'è più testo e allora
“non ci sta”

SI →

Titolo 1 (Arial 24 rosso)

Sottotitolo grassetto nero

Testo della slide scritto con un
carattere di dimensione **18**

Titolo 2 (Arial 24 rosso)

Sottotitolo grassetto nero

Testo della slide scritto con un
carattere di dimensione **18**
anche se c'è più testo, (magari è
occasione per ridurlo...)

NO

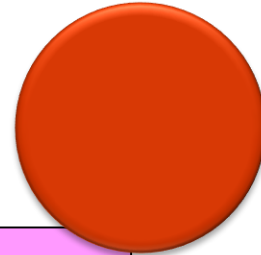
Conto associazioni

Conto formazione

Conto gioventù

Conto investimento

SI



Conto associazioni

Conto formazione

Conto gioventù

Conto investimento

Che cosa significano i **rettangoli**?

Che colore e che dimensione hanno le **frecche**?

Che dimensione hanno i vari tipi di **testo**?

Come marco la **rilevanza** di certi elementi?

Che set di **colori** uso?

Che dimensione hanno le **linee**?

Che cosa significa il **tratteggiato**?

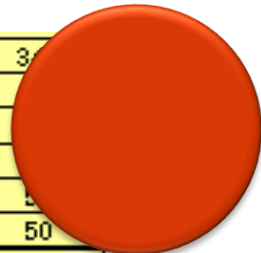


Il contrasto serve a **dare**
importanza e attirare
l'attenzione

NO



Administration, Finance and Control	447	-44		403	-63	3
Human Resources	584	-31	-87	466	-44	
Purchasing	530	-47	-337	146	-21	
Corporate and Legal Affairs	114	-8		106	-9	
Communication and Image	79	-23		56	-1	
Public and Economic Affairs	67	-11		56	-6	50
Totale	1821	-164	-424	1233	-144	1089



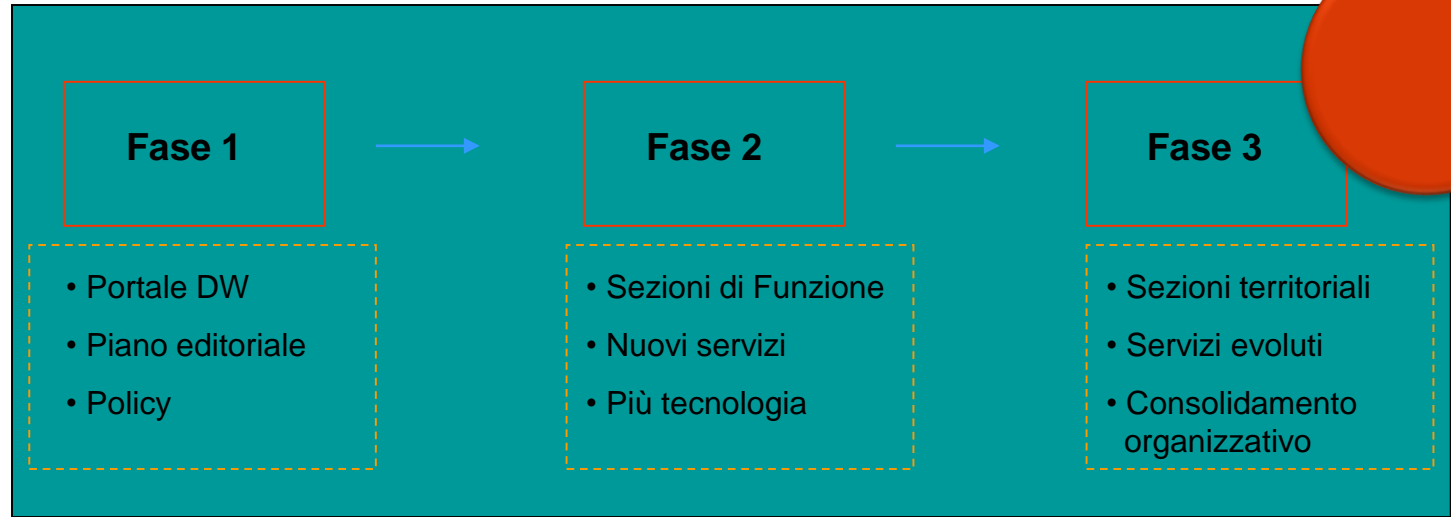
SI



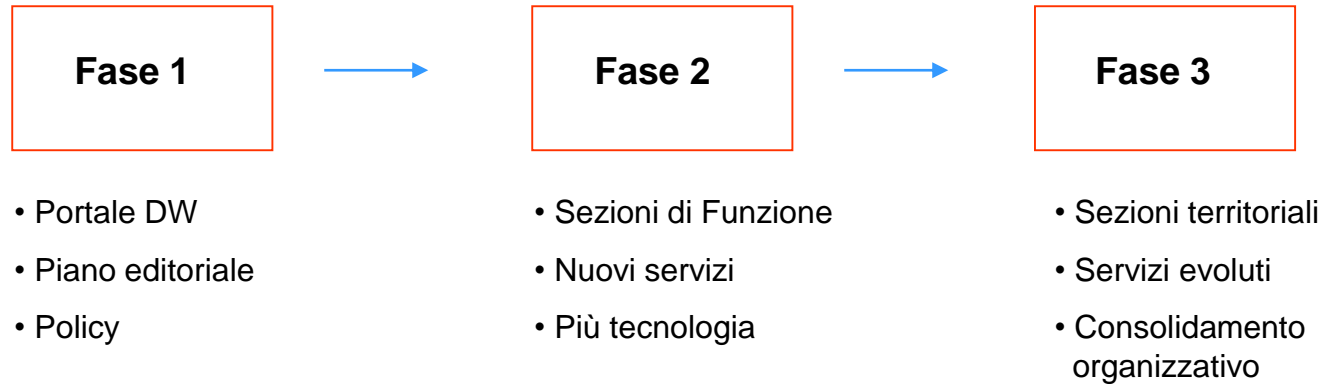
Da: Nancy Duarte
Slideology

In reality, the purpose of this chart was for HR to draw attention to the March timeframe.

NO



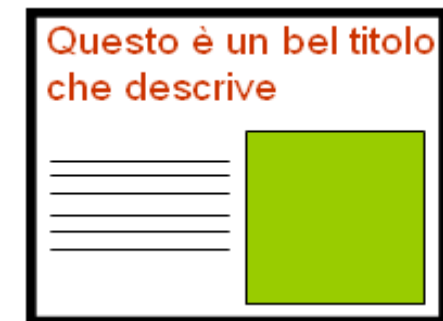
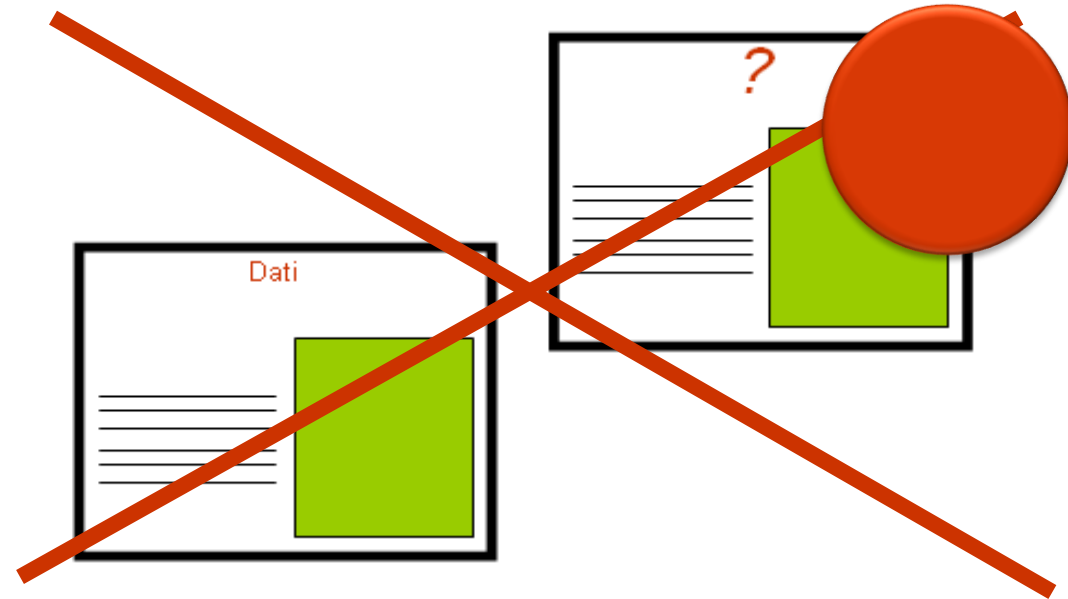
SI



Il titolo della slide è **un'informazione importantissima** per capire il contenuto

E' **descrittivo**, ed è **la sintesi** di quanto espresso nella slide.

Non deve essere criptico, non deve essere troppo generico, o troppo "fiorito" (es. **doppi sensi**)



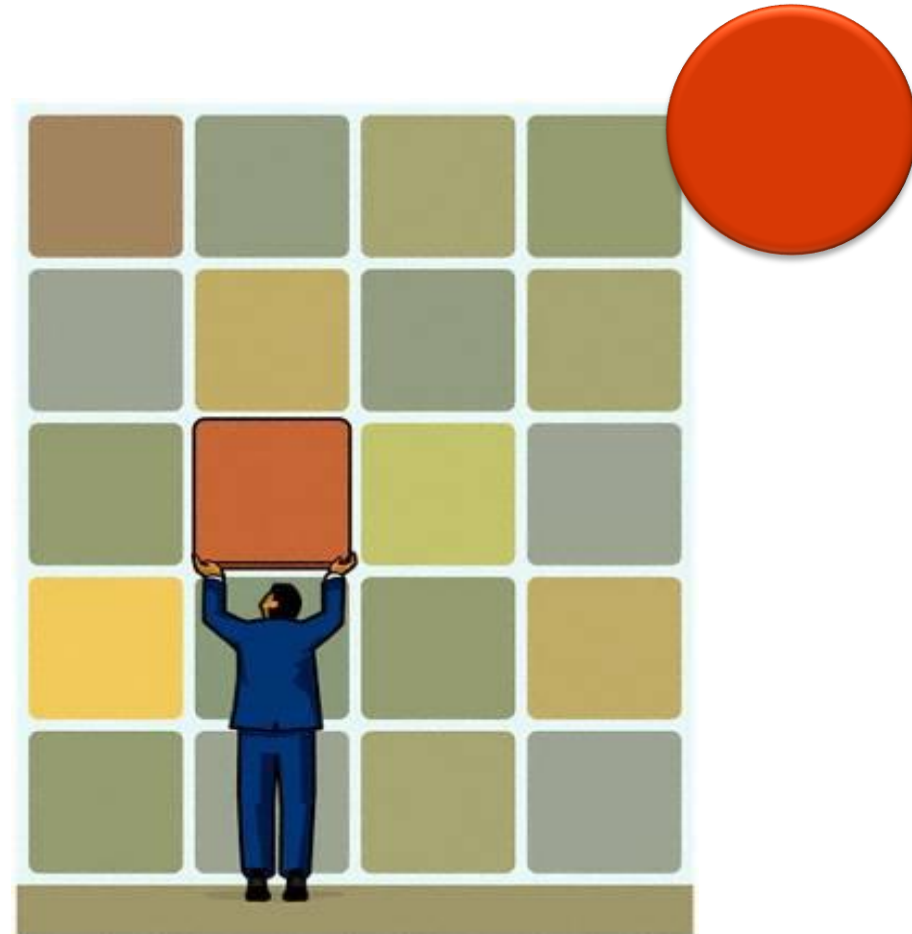
Usare il colore in modo **coerente**

Usare il colore per associare **contenuti simili**

Usare **al massimo 5-6 colori** per una
presentazione

Usare colori diversi e “strani” solo per **richiamare
l'attenzione** su elementi significativi

Tenere conto le **associazioni correnti** (che
variano da cultura a cultura)

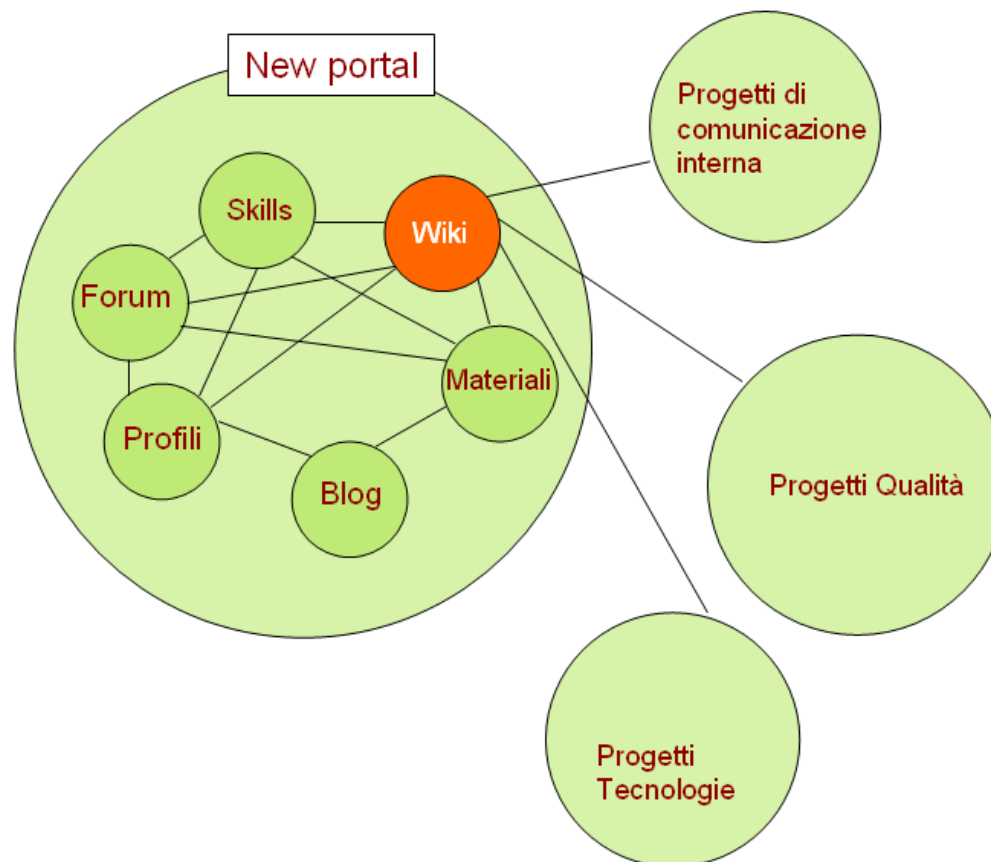


Modulo sul processo di Visioning	Lettura dei contesti, evoluzione degli scenari competitivi, analisi dei business model nelle Telecomunicazioni. Modelli di funzionamento organizzativo coerenti con i business model più evoluti. Strategie e pianificazioni nei nuovi contesti: visioning e leve manageriali di governo del processo. L'assunzione delle decisioni e i fattori di successo organizzativo.
Modulo sul processo di Innovazione	Innovazione e competitività. Studio di casi di successo; benchmark. Il processo tradizionale di innovazione e il nuovo processo: analisi dei modelli più efficaci. Laboratorio di sperimentazione sulla innovazione di processo, di prodotto, etc.
Modulo sul Business Plan	Processo di analisi delle opportunità di mercato. Coniugazione della strategia di marketing e vendita con gli obiettivi aziendali. Strategia di mercato e creazione di valore. Equilibri finanziari. Implementazione e controllo del piano.
Modulo sul processo Valorizzazione delle persone	Legame tra competitività, creazione del valore e Capitale umano; evoluzione del ruolo manageriale e del processo di valorizzazione. Lavoro di focalizzazione sul processo. Individuazione di prassi e strumenti
Modulo sulla leadership e comunicazione	Legame tra il ruolo manageriale e i comportamenti di Leadership e Comunicazione; Coerenza tra stili di leadership e stili di comunicazione Consapevolezza e strategie per utilizzare stili efficaci rispetto alle situazioni contingenti

Alta integrabilità del nuovo sistema

La tecnologia con cui è sviluppata permette una **sufficiente integrabilità** con altre soluzioni attualmente presenti o allo studio nel perimetro aziendale (Asp, .Net, Sharepoint, Open source, ecc)

Andrà ovviamente considerato l'effort di **porting e customizzazione**





Blocchi



Evidenze
(grassetture, dati significativi...)



Testi



Frecce, collegamenti e cornici



Sfondo

Colori

I colori non sono mai più di **5-6** in tutta la presentazione (compreso lo sfondo).

Una volta individuata la loro funzione sarà più facile per l'utente capire il significato del loro utilizzo e diventeranno parte del messaggio

No a colori "a caso".

recuperare **l'attenzione** della platea

sottolineare dei concetti

Introdurre un **cambio** di marcia

aumentare **l'interattività**

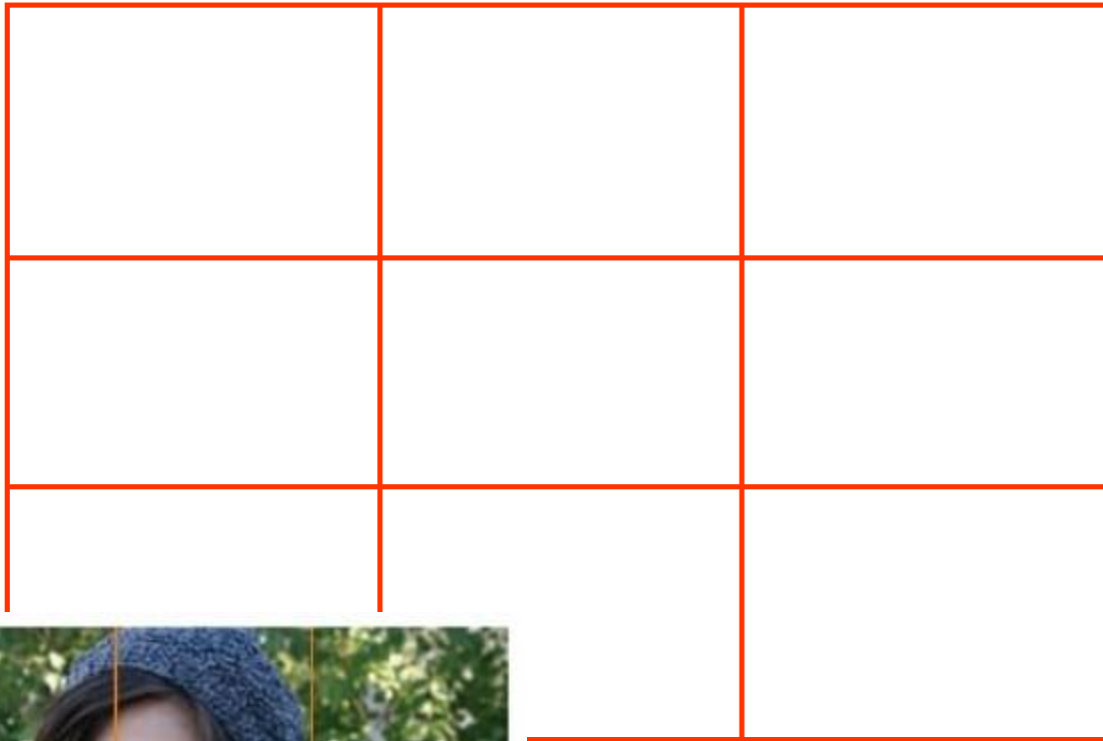
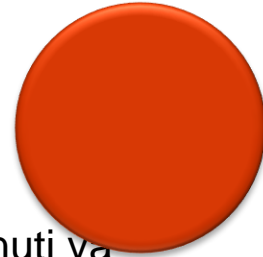
Questi momenti vanno pianificati



E ora?

6

■ Spazi e immagini



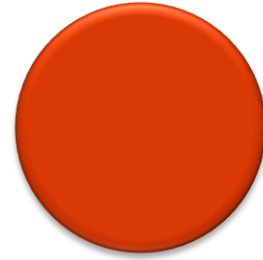
Anche la parte dei contenuti va **suddivisa logicamente** e le vanno assegnate delle proprietà

Queste proprietà andrebbero **conservate il più possibile** nel corso della presentazione

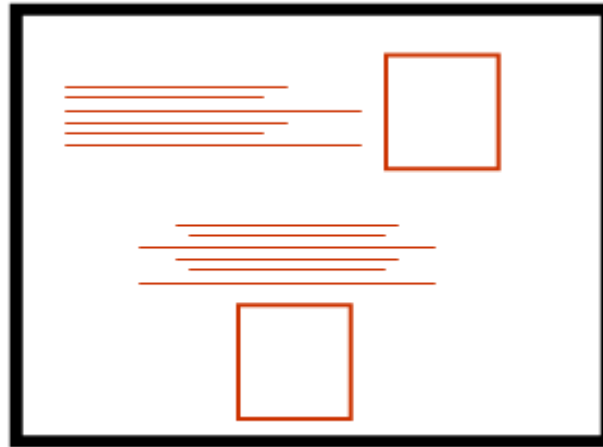
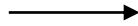
E' comodo considerarla divisa "idealmente" in **9 parti**



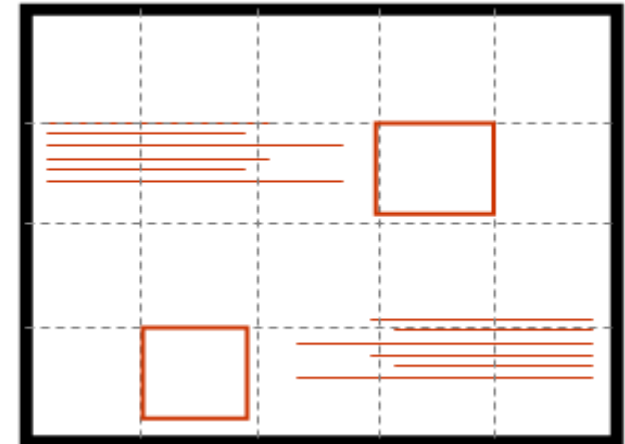
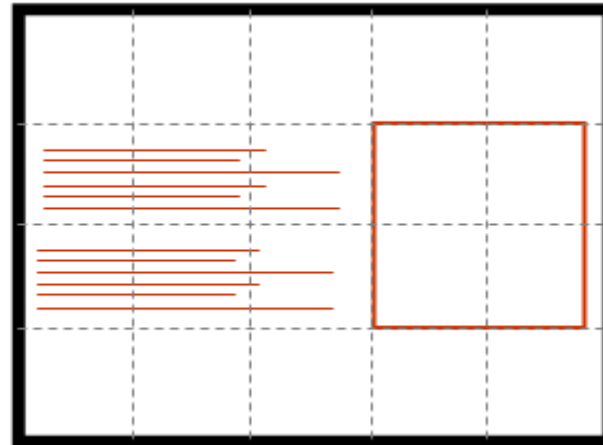
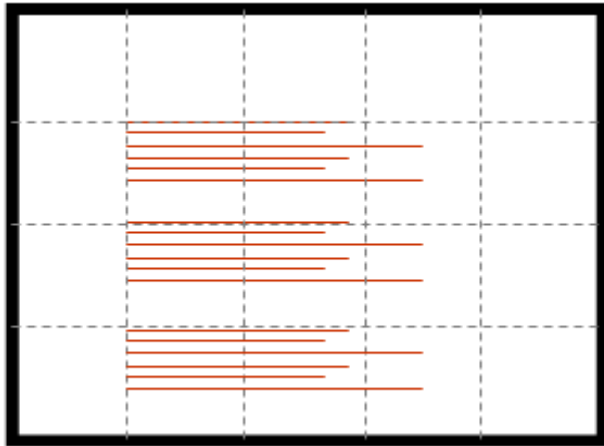
Da: Nancy Duarte
Slideology

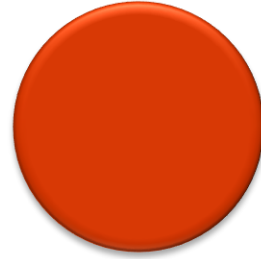


NO



SI



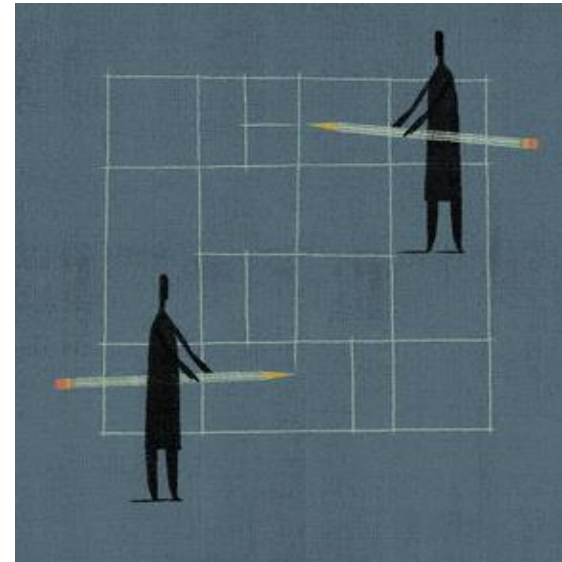


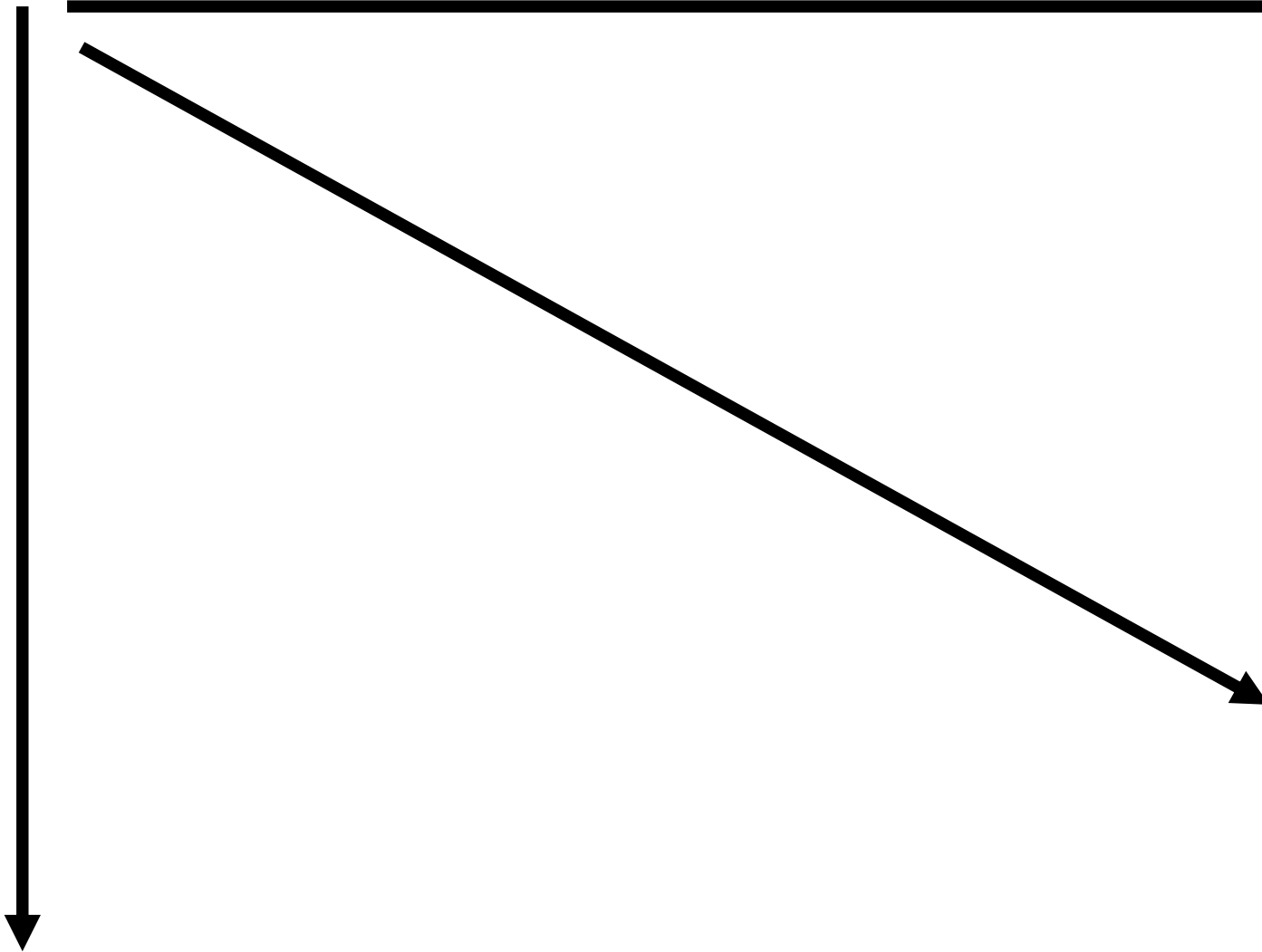
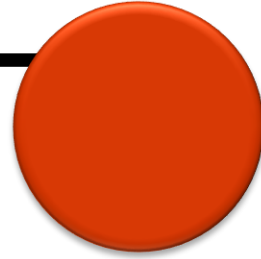
Per fare emergere il **“cuore” informativo** della singola slide

Per **migliorare la leggibilità** dei singoli elementi

Per assegnare il **giusto peso** a ciascun elemento nella slide

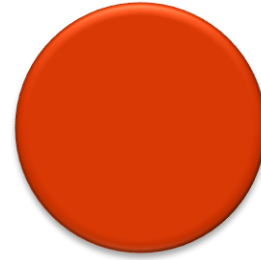
Per dare coerenza alla posizione e alle **appartenenze reciproche** dei diversi tipi di elemento (testi, immagini, schemi, tabelle, grafici)





Argomenti pro

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento –
- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento



Argomenti Contro

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento –
- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

Argomenti pro

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

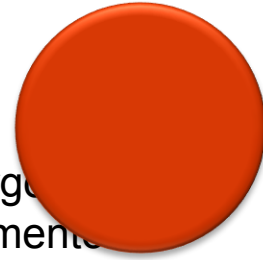
- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

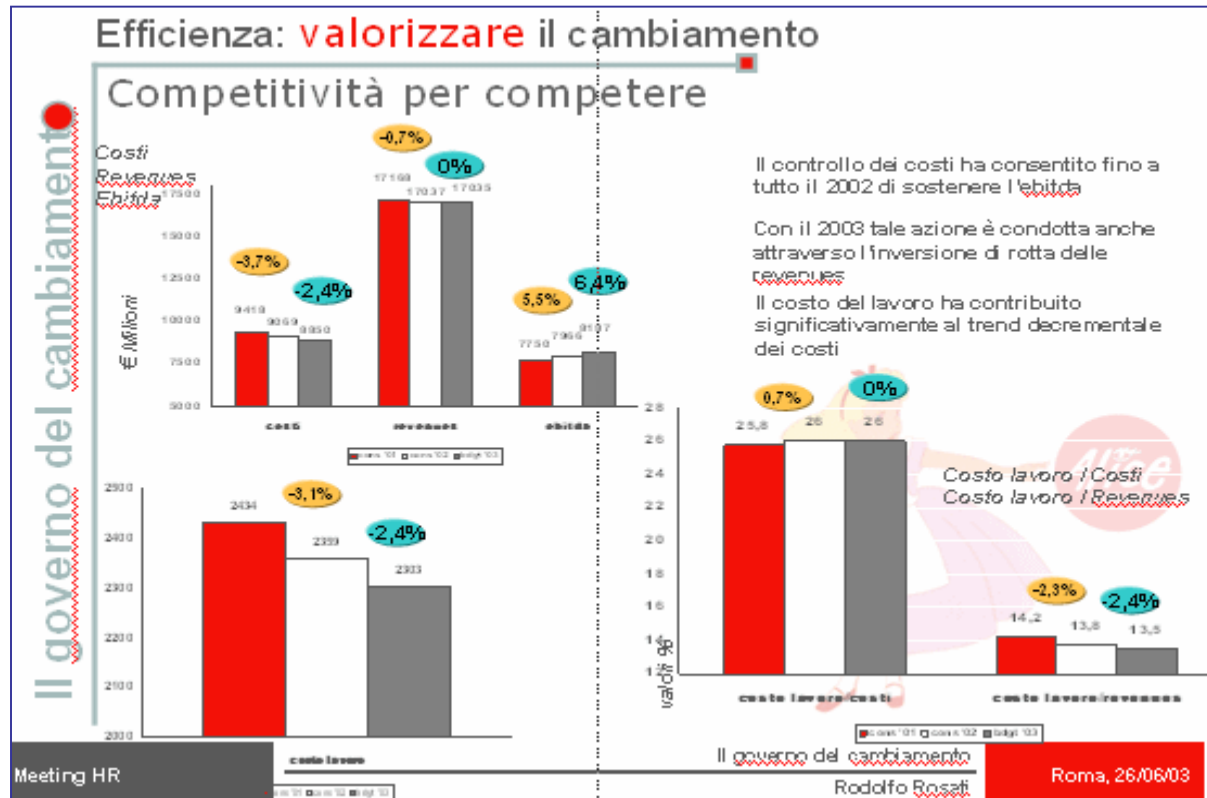
Argomenti Contro

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento

- Argomento 1 e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento
Argomento e spiegazione dell'argomento



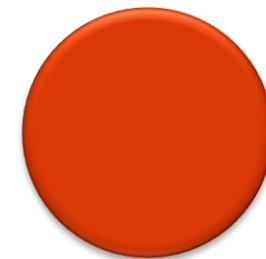


Non si capisce come leggenda

Che ruolo ha il titolo?

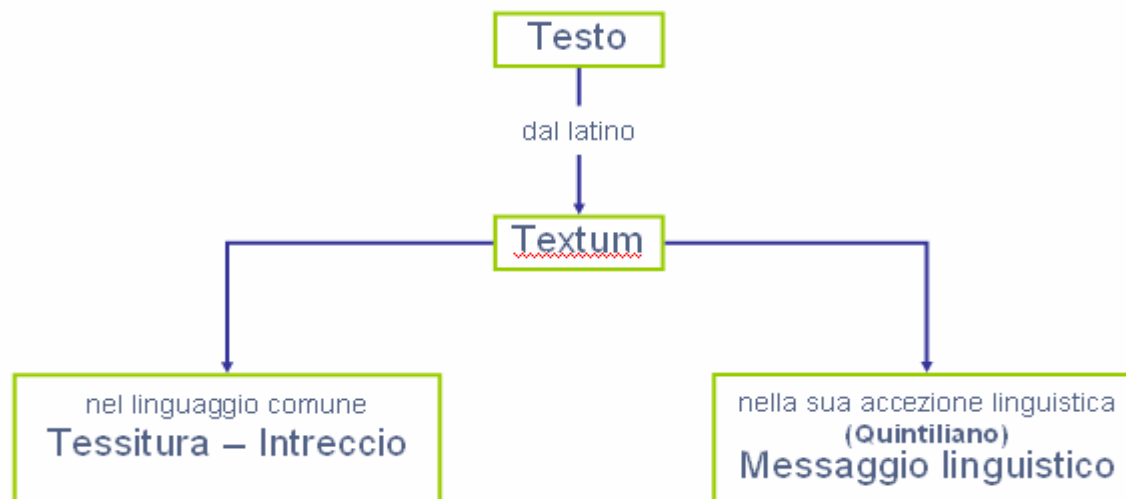
Che ruolo hanno le frasi?

alcuni elementi di sfondo sono troppo evidenti (immagine di sfondo, linee separatrici, didascalie...).



Le caratteristiche del testo

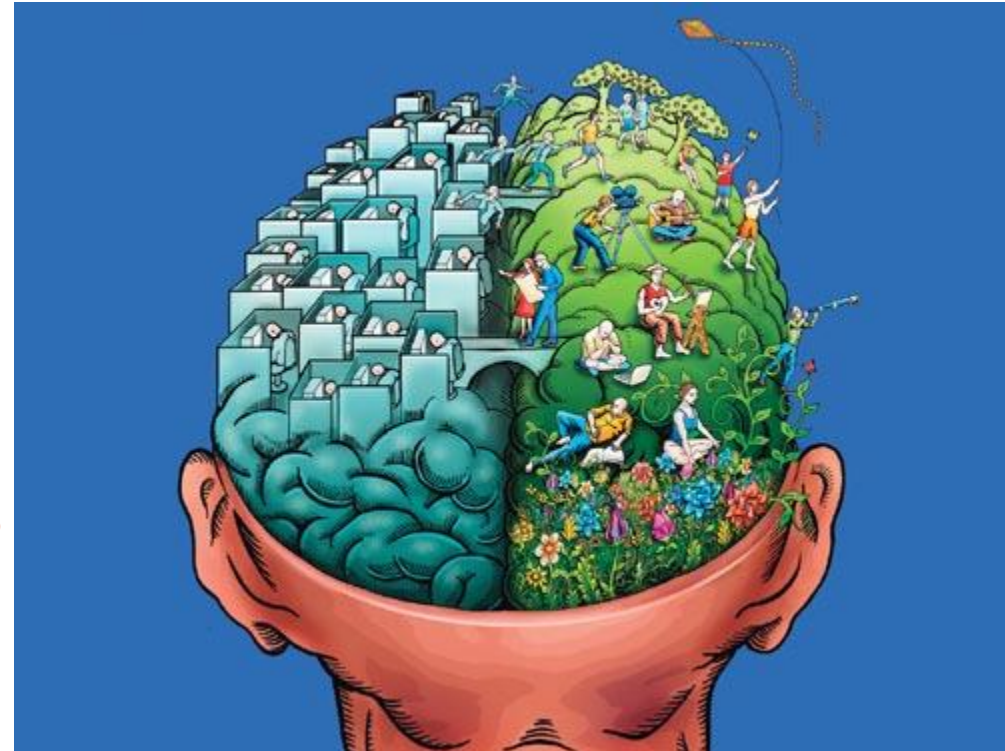
Etimologia del termine



In questo caso il “cuore” della slide è abbastanza chiaro...

E' importante che il testo sia associato ad immagini, forme geometriche o schemi.

E' importante che questi due tipi di elementi non si escludano a vicenda, ma **si valorizzano reciprocamente**



Le immagini aiutano la **memoria**

Le immagini sono “**attivano**” il lettore

Le immagini aumentano **l’attenzione**

Le immagini “**alleggeriscono**” la slide

Le immagini rendono più **efficace** il testo

Le immagini **convincono** di più

Le immagini sono più **immediate**

Le immagini danno **eleganza** alla slide



Funzionano bene quando:

Quando sono unite a un testo

Quando parole e immagini sono vicine tra loro

Quando parole e immagini sono presentate simultaneamente

Quando sono equilibrate e pertinenti

Quando valorizzano il testo

Funzionano male quando:

Quando vogliono “surrogare” il testo

Quando sono inappropriate

Quando sono banali

Quando sono posizionate male

Quando soffocano il testo



Suggerimenti evocative

L'immagine è semplicemente
evocativa

Va bene per un meeting o
altre occasioni "cool"

Forniamo tutti i
giorni ai nostri
clienti

Genuinità

Bontà

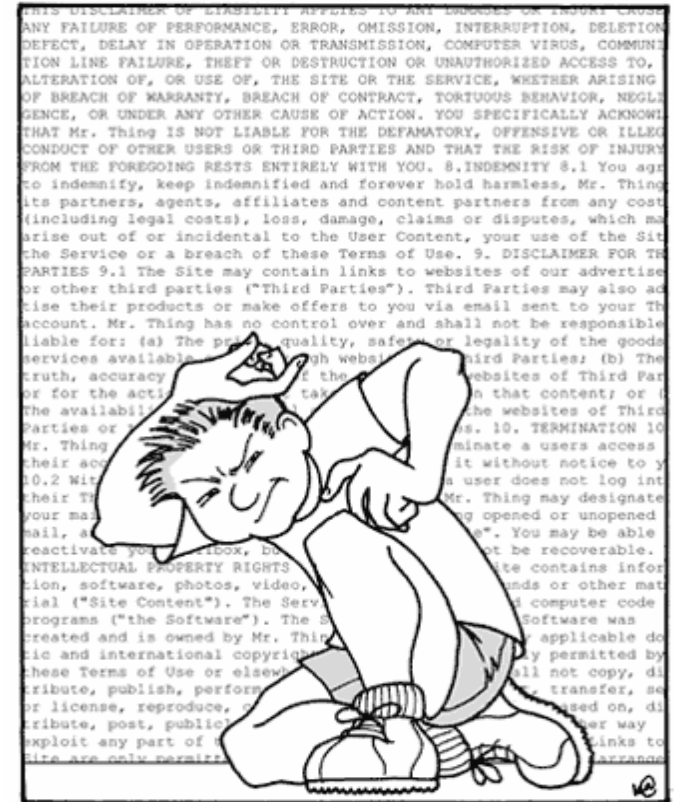
ezza



I blocchi di testo troppo fitti **spaventano** il lettore

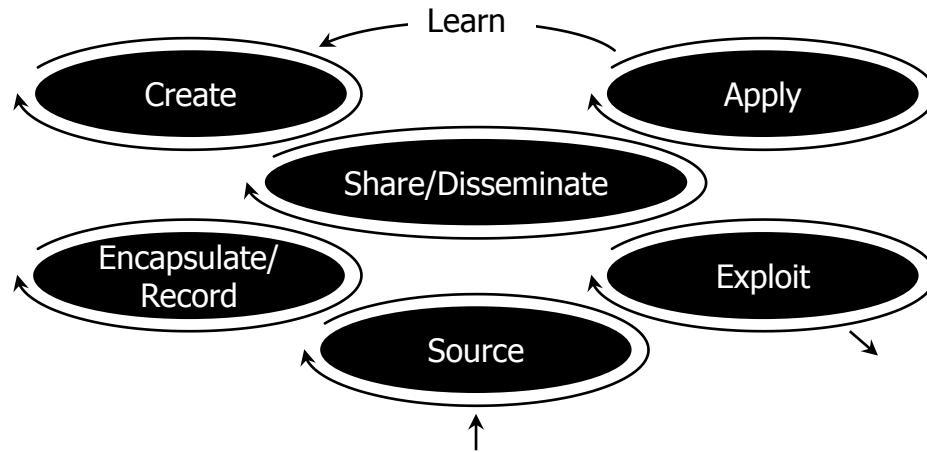
Sul web è difficile mantenere dei **punti di riferimento** e l'occhio si stanca prima

E' necessario spezzare l'omogeneità introducendo **elementi di rilevanza** e bussole di riferimento

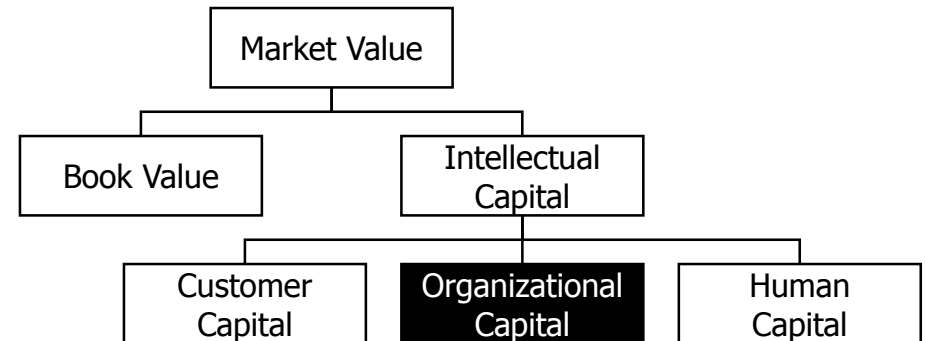




- Raccoglie e divulga le storie locali
- Rispetta le micro-culture organizzative
- Fa da "ponte" tra le Comunità di Pratica
- Libera energie e coinvolge i talenti
- Amplifica i fenomeni emergenti
- Divulga l'innovazione locale
- Usa tecnologie "dialogiche"



L'immagine è uno schema che descrive i rapporti reciproci tra concetti



66% of Americans
are obese or overweight.

All adults	134 million	(66%)
Women	65 million	(62%)
Men	69 million	(71%)



Da Garr Reynolds

<http://www.slideshare.net/garr/sample-slides-by-garr-reynolds>

OECD Factbook 2007

L'immagine illustra un
ciò che va spiegato

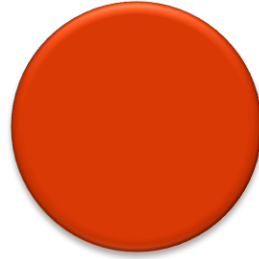
Usability dei testi

- Effetti imprevisti del giustificato -

Il giustificato crea
"buchi" all'interno dei
testi

LECCE, celebre per il
rigoglioso sviluppo che vi
ebbe l'architettura
barocca, la cui festosa
ornamentazione fu
secondata dalla natura
della pietra locale, di bel
colore giallo caldo e
tenerissima al taglio. La
ricchezza non volgare
della sua architettura
valse alla città
l'appellativo, datole dal
Gregorovius, di < Firenze
delle Puglie >. Cominciamo
a visitarla
dalla scenografica Piazza
S. Oronzo con al centro i
resti dell'Anfiteatro
romano e una colonna
romana, portata qui da





Coerenza nell'uso (scegliere fin da subito se una presentazione avrà immagini e di che “taglio”)

Coerenza nel tipo (non mettere nella stessa slide tipi di immagini diverse)

Evitare le Clip Art (banali)

Posizionamento sullo spazio (evitate posizionamenti “a caso”)

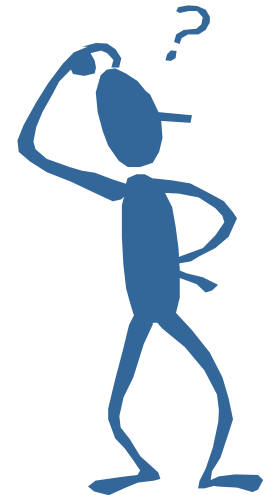
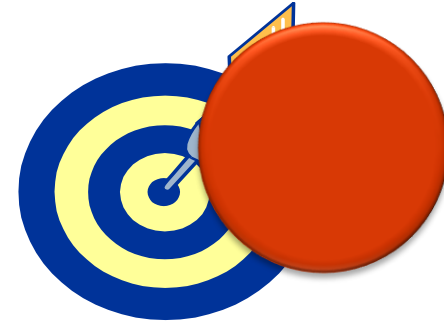
Giuste appartenenze (fate in modo che testi e immagini si appartengano nel modo giusto)

Giusta grandezza (scegliete accuratamente la grandezza relativa delle immagini)

Le clip art sono banali

Evitate l'uso di questo tipo di immagini

Sono brutte, banali, poco significative e danno un'impressione di dilettantismo

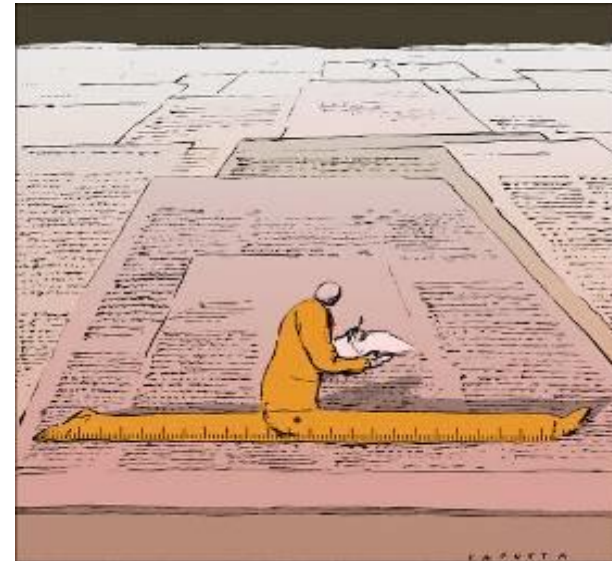


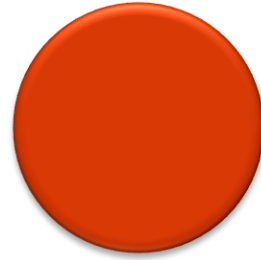
7

■ L' uso dei testi

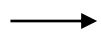
La lettura a video è più faticosa della lettura su carta, e le persone devono **leggere e ascoltare** contemporaneamente

una buona strutturazione del testo, va associata a una grande cura di **usabilità e di leggibilità.**



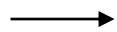


NO



Titolone
Titolo
Titoletto
Testi normali
Didascalie

SI



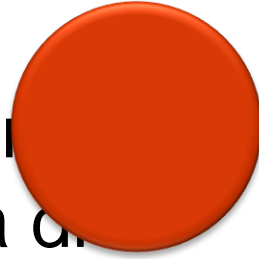
Titolo presentazione (28pt)

Titolo della singola slide (24pt)

Titoletto per un paragrafo (18pt)

Testi normali (14-16pt)

Didascalie (10-12pt)



NO → L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (28pt)

NO → L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (11pt)

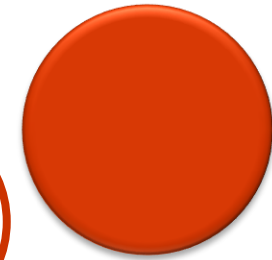
SI → L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (18pt)

Il range dei testi va da 10 a 28

12 pt



32 pt



Elemento	Grandezza Font	Frequenza d'uso
Titolo presentazione	28 - 32	bassa
Titolo slide	22 - 28	alta
Titoletti paragrafi	18	media
Testi normali	16 - 18	alta
Didascalie	12 - 14	media

Carattere con
“grazie”



CARATTERE CON LE GRAZIE

aebgmpst

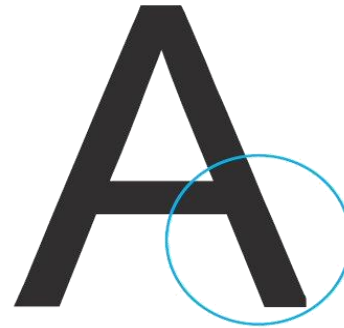
aebgmpst

AEBGMPST

Carattere a
“bastoni”



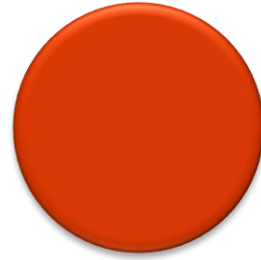
CARATTERE SENZA GRAZIE



aebgmpst

aebgmpst

AEBGMPST



~~L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (*times new roman 18*)~~

~~L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (*comics 18*)~~

L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (*arial 18*)

L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine (*verdana 18*)

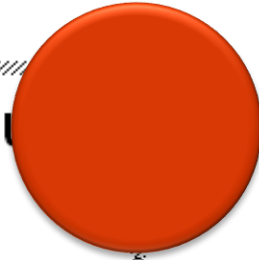
Il testo prosegue indisturbato per 22 centimetri lungo tutta la slide e il mio occhio corre con lui

22 cm



Il testo sta all'interno di una casella di circa 14 centimetri e il mio occhio corre di meno

14 cm



Tale intervento consentirà di meglio identificare una serie di formule “standard” da proporre alla clientela per le operazioni della specie più ricorrenti, prevedendo invece la predisposizione di testi ad hoc da parte della specifica struttura centrale solamente in presenza di operazioni complesse o di richieste particolari delle controparti

← Giustificato

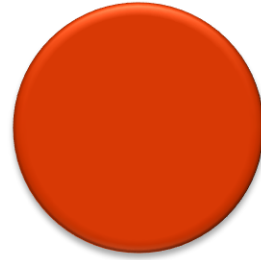
Tale intervento consentirà di meglio identificare una serie di formule “standard” da proporre alla clientela per le operazioni della specie più ricorrenti, prevedendo invece la predisposizione di testi ad hoc da parte della specifica struttura centrale solamente in presenza di operazioni complesse o di richieste particolari delle controparti

← Al centro

Tale intervento consentirà di meglio identificare una serie di formule “standard” da proporre alla clientela per le operazioni della specie più ricorrenti, prevedendo invece la predisposizione di testi ad hoc da parte della specifica struttura centrale solamente in presenza di operazioni complesse o di richieste particolari delle controparti

← A sinistra

BISOGNA PRIMA DI TUTTO PARTIRE DAL CONCETTO ESPRESSO NEL TITOLO: L'ETÀ DELL'ACCESSO È QUELLA DI CUI STIAMO VEDENDO GLI ALBORI E CHE PREVEDE LA FINE DEI TRADIZIONALI CONCETTI ECONOMICI DI MERCATO, PROPRIETÀ, BENI. "ACCESSO" (SOSTANTIVO CHE INIZIA AD ASSUMERE L'ATTUALE SIGNIFICATO SOLO DAL 1991) SIGNIFICA POTER USUFRUIRE DI SERVIZI, CULTURA, INFORMAZIONE, RELAZIONI, RICCHEZZA;



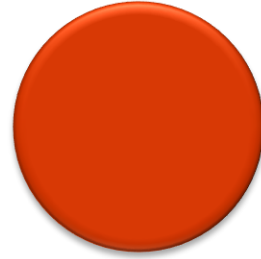
Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;

L'uso delle maiuscole
associa ad ogni parola
un “**pattern**”
riconoscibile dato dalle
ascendenti dalle e
discendenti

Tree Boy Dog

MONOTONOUS
RECTANGLES

Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;



Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;

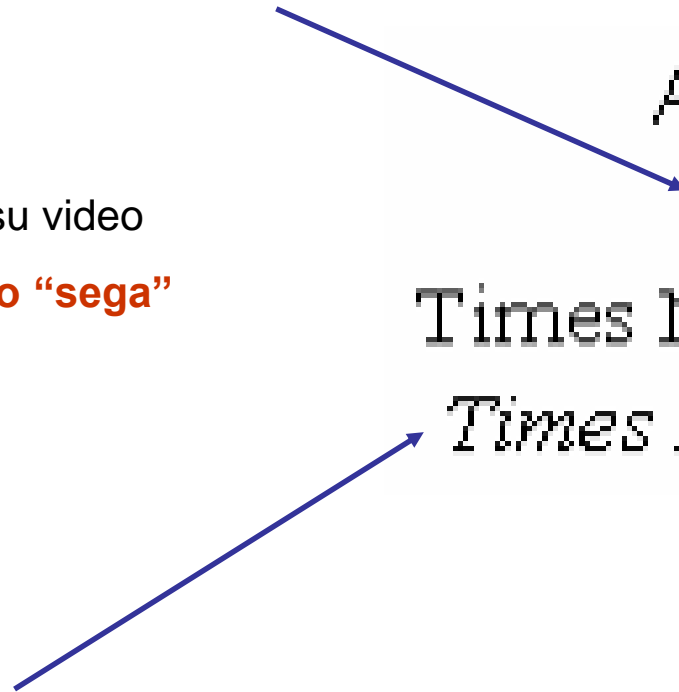
Il corsivo si legge male su video perché enfatizza **l'effetto "sega"**

Arial normale

Arial corsivo

Times New Roman normale

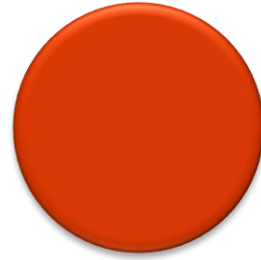
Times New Roman corsivo



Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;


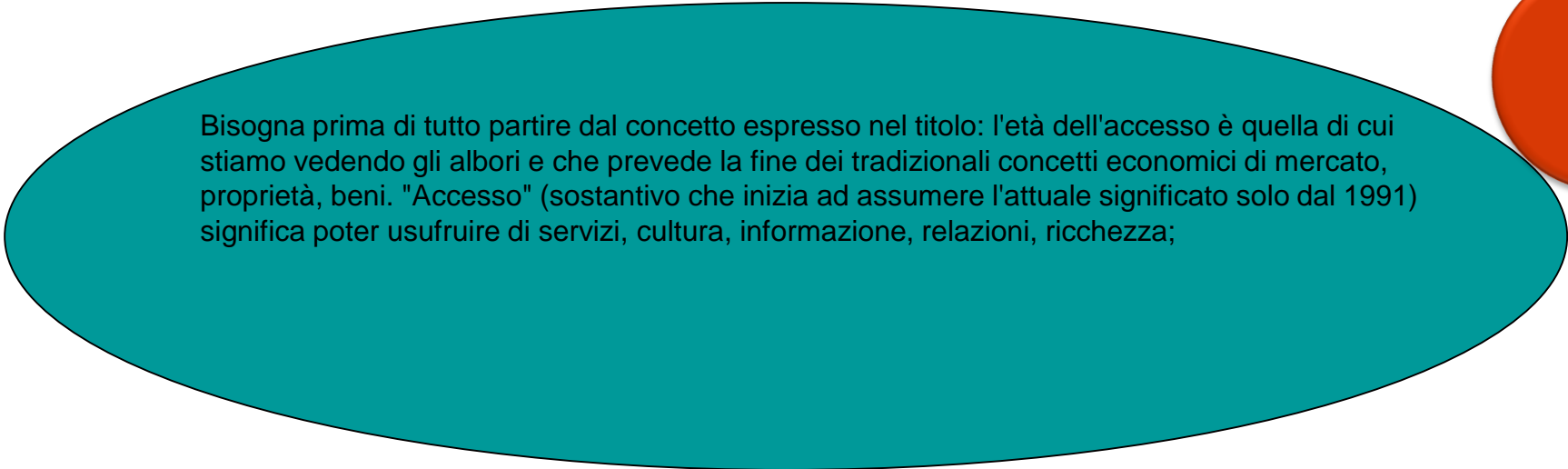


Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;



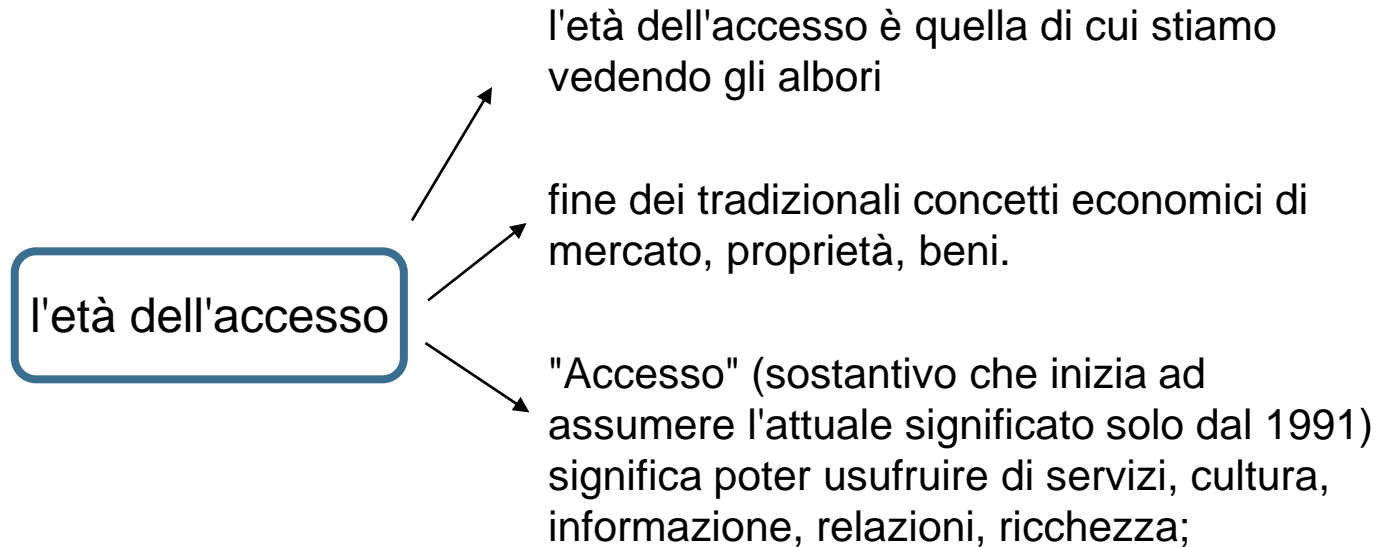
NO → L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese

SI → L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese



Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;

Bisogna prima di tutto partire dal concetto espresso nel titolo: l'età dell'accesso è quella di cui stiamo vedendo gli albori e che prevede la fine dei tradizionali concetti economici di mercato, proprietà, beni. "Accesso" (sostantivo che inizia ad assumere l'attuale significato solo dal 1991) significa poter usufruire di servizi, cultura, informazione, relazioni, ricchezza;



Ci sono sempre Ogni testo possiede alcune parole chiave: vanno individuate e grassetate

Solo sulle parole chiave Non grassetate “a caso”. Selezionate attentamente le parole da evidenziare

No alla macchia di leopardo Evidenziate solo una/due parole per ogni paragrafo. Non esagerate per evitare l’effetto “a macchia di leopardo”





Una volta definito l'obiettivo e il pubblico di riferimento, avrai le basi per un efficace presentazione e potrai quindi iniziare a concentrarti sulla tua strategia. Ciò significa decidere in che modo presentare il tuo messaggio. Le presentazioni elaborate da altri sono spesso una buona fonte di ispirazione.

← Senza grassetto
(uniformità piatta)

Il grassetto serve unicamente ad **evidenziare un singolo punto** (generalmente il più importante)

Una volta definito l'obiettivo e il pubblico di riferimento, avrai le basi per un efficace presentazione e potrai quindi iniziare a concentrarti sulla tua strategia. Ciò significa decidere in che modo presentare il tuo messaggio. Le presentazioni elaborate da altri sono spesso una buona fonte di ispirazione.

← Tutto grassetto
(uniformità urlata)

La sua estensione indiscriminata tende a **sporcare la slide** ed a renderla inelegante.

Una volta **definito l'obiettivo** e il **pubblico di riferimento**, avrai le basi per un efficace presentazione e potrai quindi **iniziare a concentrarti sulla tua strategia**. Ciò significa decidere **in che modo** presentare il tuo messaggio. Le **presentazioni elaborate da altri** sono spesso una buona fonte di ispirazione.

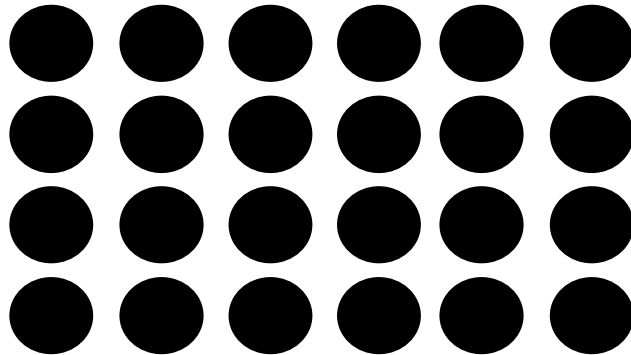
← Macchia di leopardo
(gestalt ambigua)

Parsimonia e uso intelligente. In genere non andare oltre una parola (o gruppetto di parole)

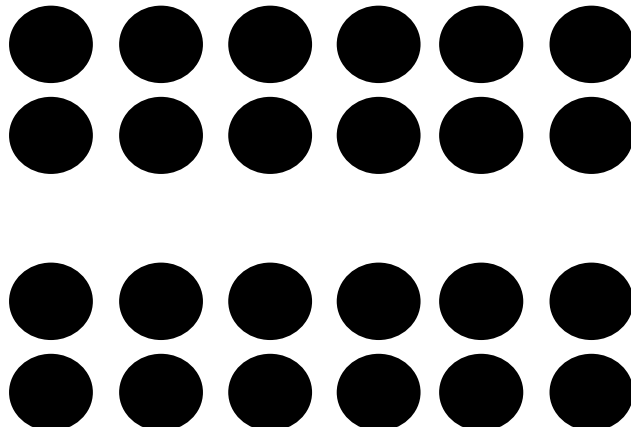
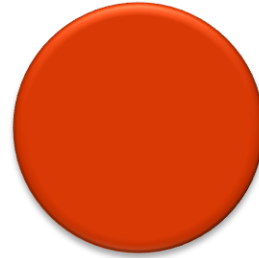
Una volta definito l'obiettivo e il pubblico di riferimento, avrai le basi per un efficace presentazione e potrai quindi iniziare a concentrarti sulla tua **strategia**.

Ciò significa decidere in che modo presentare il tuo messaggio. Le presentazioni **elaborate da altri** sono spesso una buona fonte di ispirazione.

← Singole parole
(informazione immediata)



← Blocco unico
Senso di pienezza
Quantità indefinita e eccessiva



← Gli oggetti ora sono due
Senso di equilibrio
Quantità precisa e dominabile

Informazioni omogenee

I punti appartengono a una categoria riconoscibile

Parallelismo grammaticale

Tutti verbi, tutti sostantivi, ecc

Parallelismo visuale

Lunghezza simile di tutti i punti. Mettete i più lunghi alla fine

Numero adeguato

Almeno 3 voci, non più di 5

Solo per gli elenchi

Non usateli per separare i testi

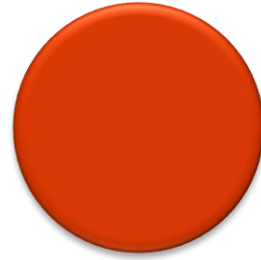


NO →

- L'iniziativa vuole massimizzare gli utili e ridurre le spese attraverso una accurata politica di investimenti a medio e lungo termine che comporta notevoli cambiamenti sul piano organizzativo e di infrastrutture tecniche. Inoltre verrà garantita un'accurata politica di marketing a supporto delle attività al fine di garantire un presidio one-to-one di tutta la clientela, dopo un'accurata segmentazione della stessa in base ai classici parametri socio-demografici.
- Questo non pregiudicherà, ovviamente, la possibilità di operare scelte legate al particolare contesto di riferimento, operando cambiamenti in corso d'opera nelle strategie d'approccio

SI →

- massimizzare gli utili e ridurre le spese
- politica di investimenti a medio e lungo termine
- politica di marketing a supporto delle attività.
- possibilità di operare scelte legate al particolare contesto
- cambiamenti in corso d'opera nelle strategie d'approccio



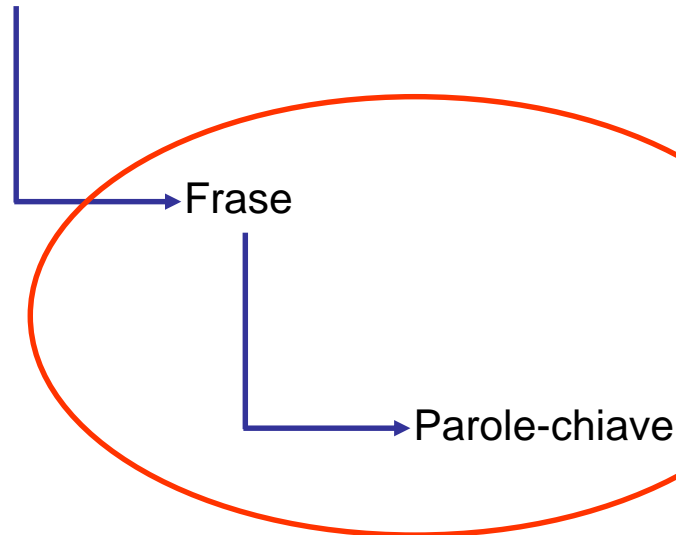
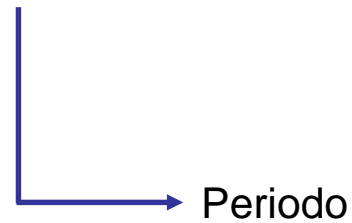
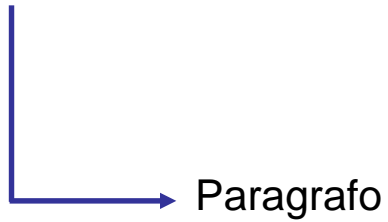
- Primo punto elenco
- Secondo punto elenco
- Terzo punto elenco
- Quarto punto elenco

No

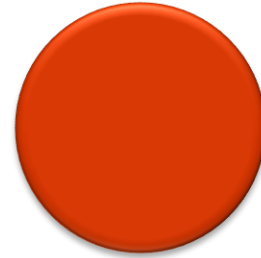
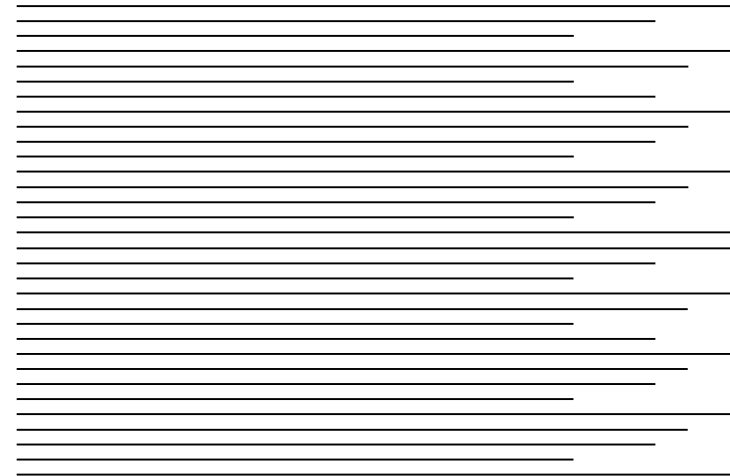
- Primo punto elenco
- Secondo punto elenco
- Terzo punto elenco
- Quarto punto elenco

Si

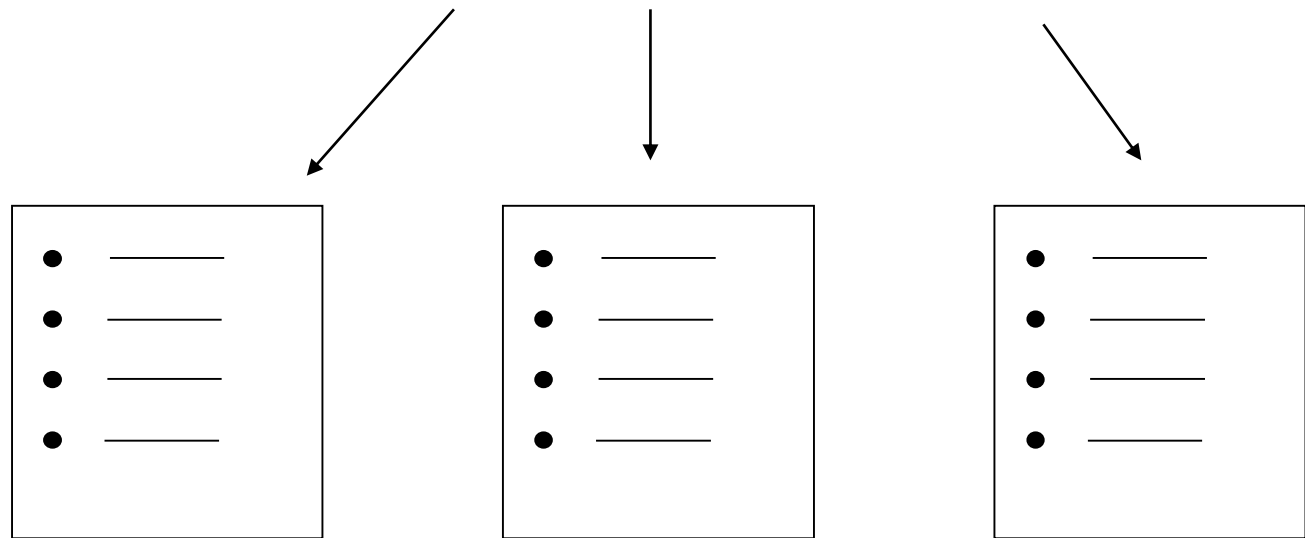
Articolo



Testo iniziale



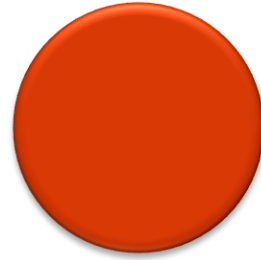
Testo finale



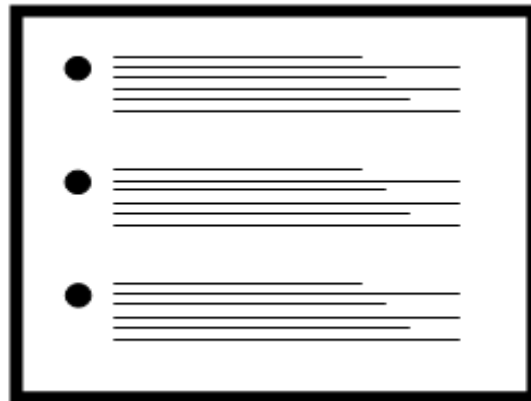
Creare punti focali significa fare in modo che il testo possa “**condensarsi**” attorno ad alcune parole-chiave di particolare rilevanza cognitiva. Queste parole sono, in genere:

- I titoletti
- Le parole grassetate
- Le parole evidenziate

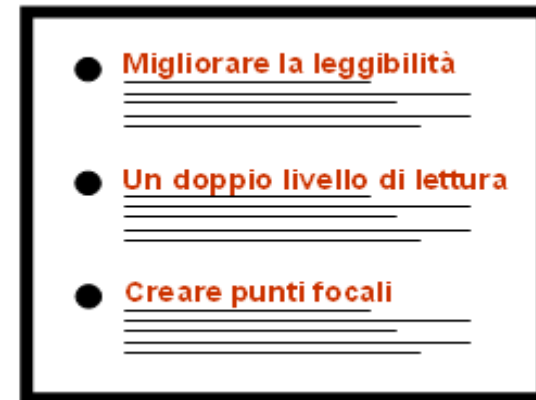




No

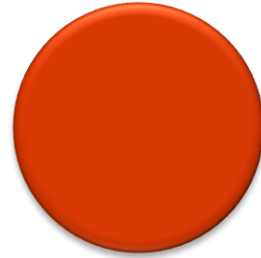


Si



No

All'inizio si costruivano i castelli con i tronchi degli alberi, dopo si decise di usare le pietre, perché resistevano in caso di incendio. Il castello era composto dalla torre centrale detta mastio o maschio, dove abitava il signore del castello, insieme ai suoi familiari ed ai soldati. Nelle vicinanze si trovava il magazzino delle merci, l'armeria e i granai. V'erano anche le stalle per i cavalli dei soldati o per il signore. Quindi v'era la piazza dove si svolgeva il mercato e si raccoglieva il popolo in occasione di condanne oppure in occasione di feste.



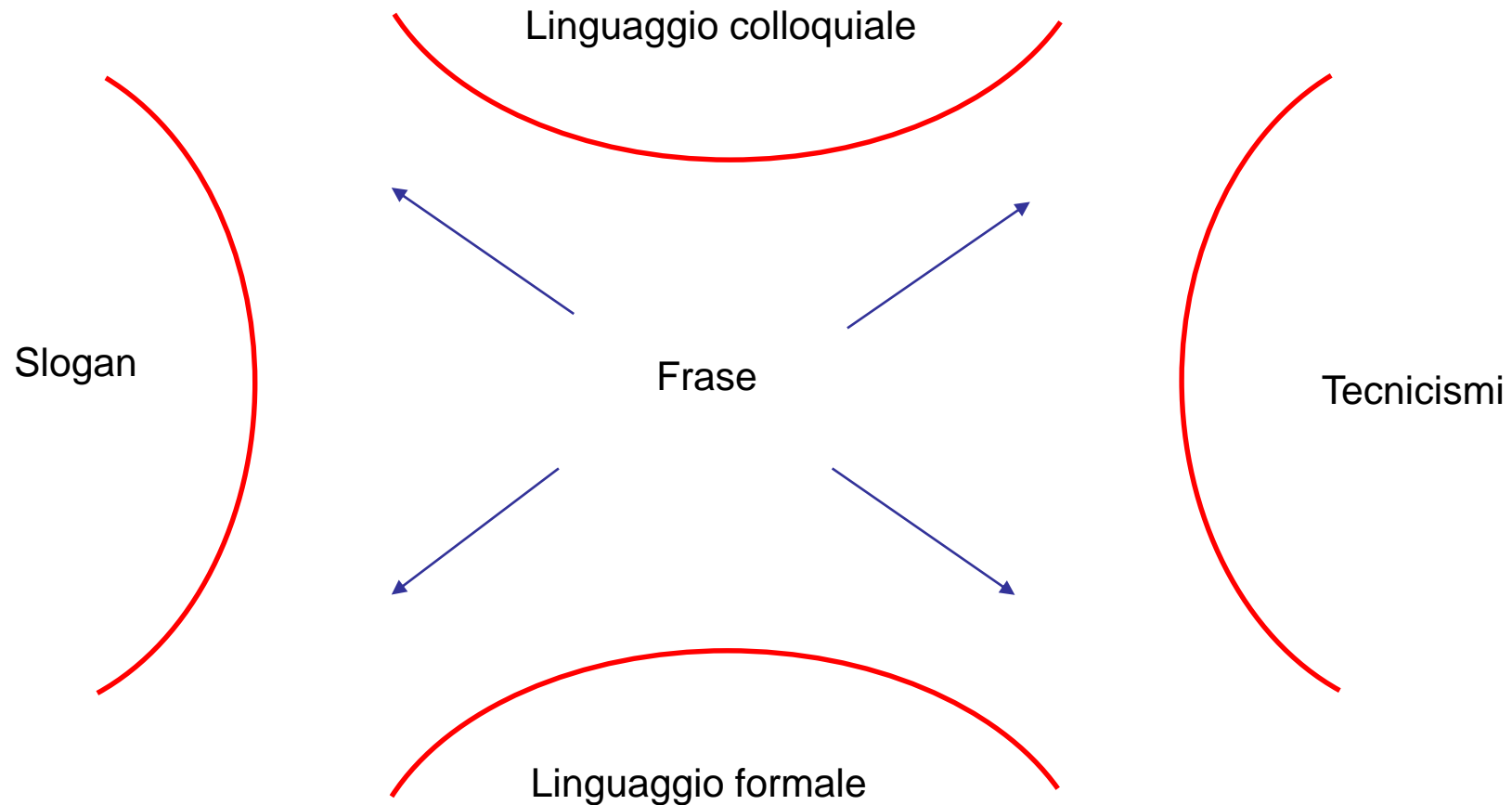
Si

Il castello medievale

All'inizio si costruivano i castelli con i tronchi degli alberi, dopo si decise di usare le pietre, perché resistevano in caso di incendio. Il castello era composto dalla torre centrale detta mastio o maschio, dove abitava il signore del castello, insieme ai suoi familiari ed ai soldati.

Le vicinanze del castello

Nelle vicinanze si trovava il magazzino delle merci, l'armeria e i granai. V'erano anche le stalle per i cavalli dei soldati o per il signore. Quindi v'era la piazza dove si svolgeva il mercato e si raccoglieva il popolo in occasione di condanne oppure in occasione di feste.



Eliminate **gli incisi**

Eliminate i **collegamenti inutili** (malgrado, nonostante...)

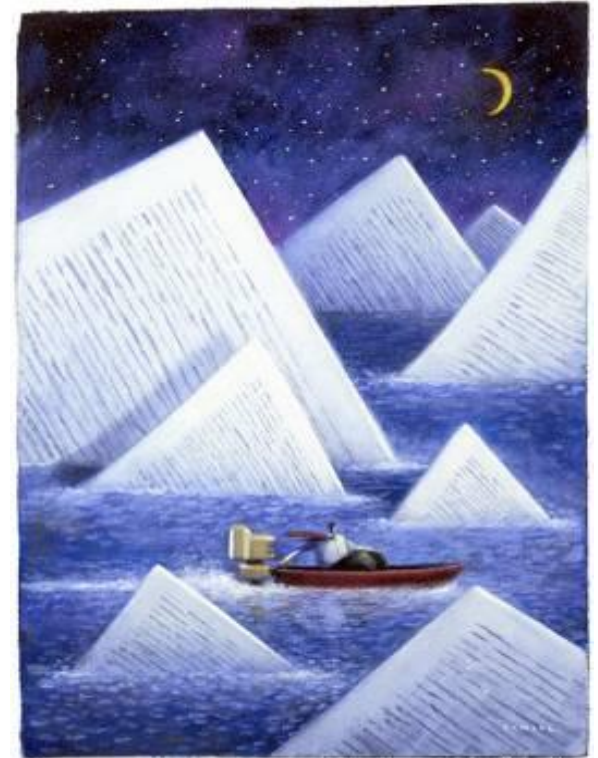
Usate un **linguaggio dichiarativo** (soggetto-verbo-oggetto)

Non divagate rispetto al cuore dell'informazione

Scrivete frasi in **forma attiva**

Specificate **i soggetti** che compiono l'azione

Non superate le **3-4 righe** di testo



Le operazioni di sanificazione devono essere compiute con acqua potabile a 45-60° C circa

Non deve essere superata la soglia degli 70°C circa perché a questa temperatura le proteine residue dalla lavorazione coagulano e si fissano saldamente alle superfici diventando di difficile rimozione

Compiere le operazioni di sanificazione acqua potabile a 45-60° C

Non **superare** la soglia degli 70°C circa

A 70° C le proteine residue dalla lavorazione coagulano e si fissano saldamente alle superfici e diventano difficili da rimuovere

Uno degli episodi più gravi risale al 1993 nel corso del quale vennero coinvolte 732 persone residenti in 4 stati diversi; si osservarono 55 casi di sindrome emolitico-uremica (7.5%) e vi furono 4 decessi tra i pazienti pediatrici (0.5%) La tossinfezione venne ricondotta al consumo di hamburger poco cotti, distribuiti da una catena di ristoranti del tipo fast food. Particolarmente a rischio sono gli hamburger di elevato spessore che difficilmente vengono cotti adeguatamente nella parte centrale

Uno degli episodi più gravi è del 1993 (732 persone residenti in 4 stati diversi);

55 casi di sindrome emolitico-uremica (7.5%) e 4 decessi tra i pazienti pediatrici (0.5%)

Causa della tossinfezione: consumo di hamburger poco cotti, distribuiti in fast food. Particolarmente a rischio sono gli hamburger di elevato spessore: difficilmente vengono cotti bene nella parte centrale

L'usabilità non nasce con l'arrivo del web. Nasce molto prima, ed è legata agli studi sui "fattori umani" nell'interazione uomo-macchina. Questi studi evidenziano una serie di elementi cognitivi di cui tenere conto nella progettazione di dispositivi di interazione e di interfaccia sul web

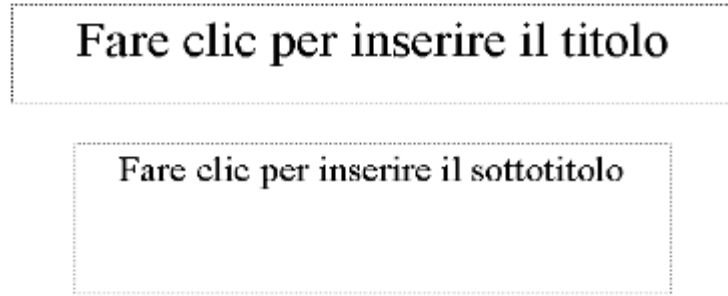
L'usabilità nasce molto prima del web, con gli studi sui "fattori umani" nell'interazione uomo-macchina, che evidenziano elementi cognitivi importanti per la progettazione web

In alcune presentazioni è sufficiente un testo costituito da una sola parola, che serve all'oratore per esprimere le sue considerazioni oralmente. Ha un utilizzo di semplice "supporto emotivo". La parola (o frase) dovrebbe essere

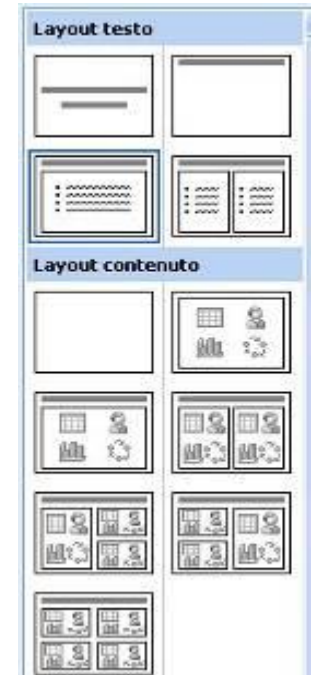
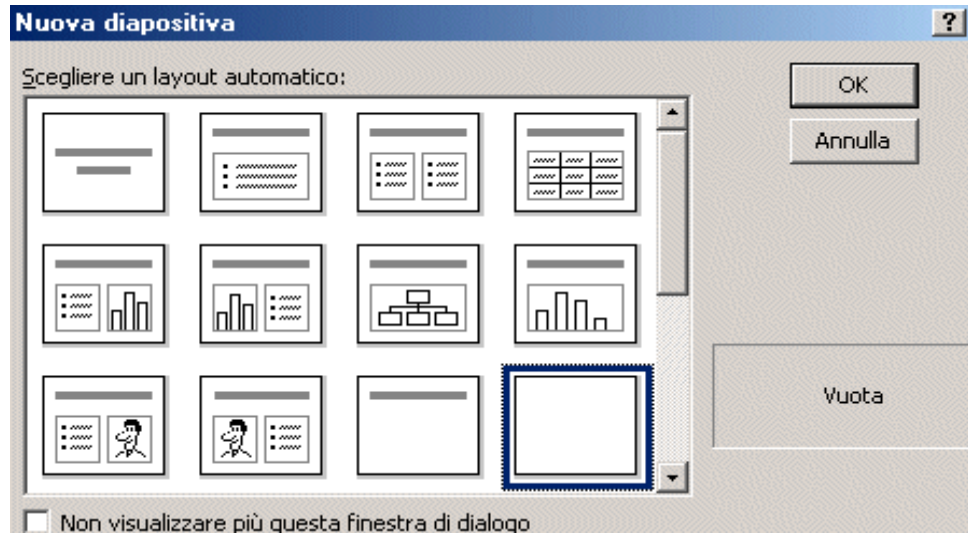
- Evocativa
- Evidente
- Grammaticalmente "forte" (es: un verbo)

C a m b i a r e

NO



SI



8

■ L' uso della grafica

Semplicità (niente riempimenti, forme complicate, esoterismi, forme riconoscibili)



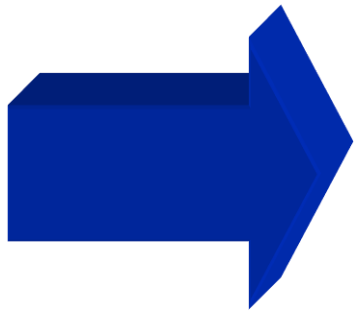
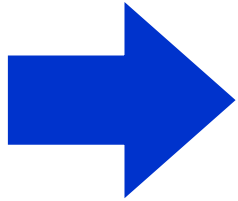
Funzionalità (No alla grafica ornamentale. La grafica ha un ruolo cognitivo)



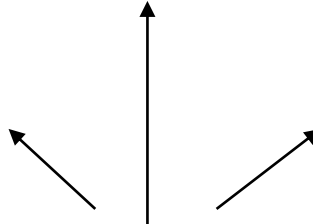
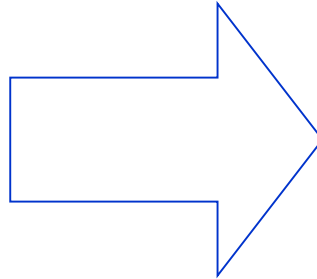
Valore cognitivo (serve ad illustrare meglio i concetti)



NO



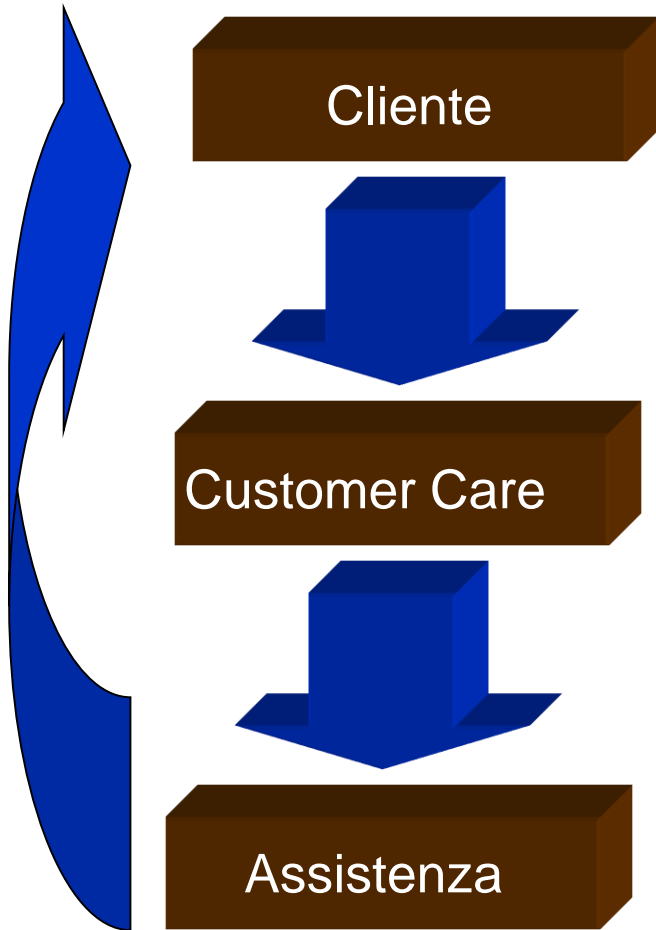
SI



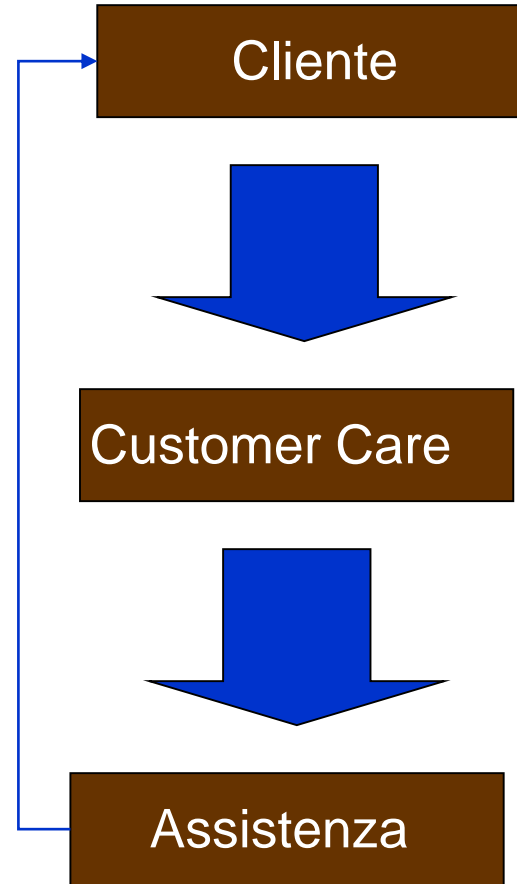
Tra due soluzioni grafiche **scegliete sempre la più semplice**. Tra un cubo e un rettangolo, meglio scegliere il rettangolo, tra una freccia tridimensionale ed una lineare, meglio quella lineare.

Scegliete sempre la soluzione “a più basso costo” nella grafica.

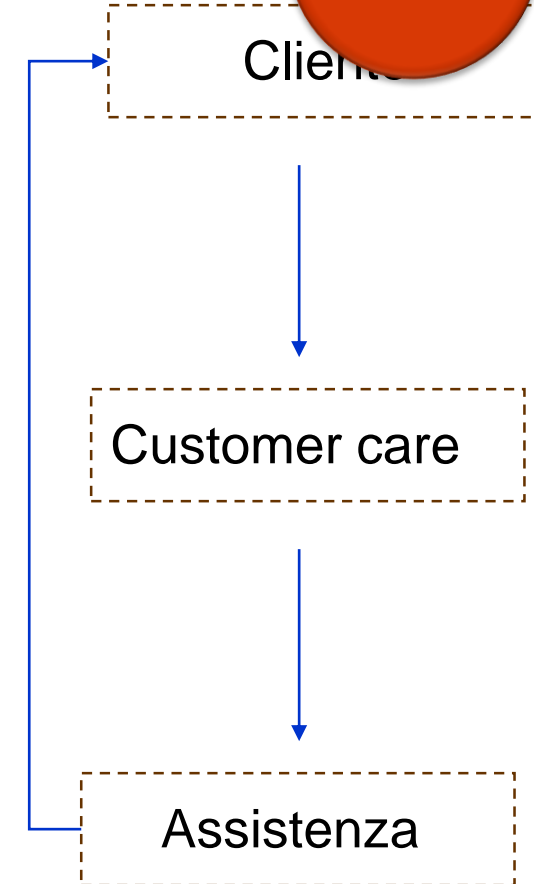
NO



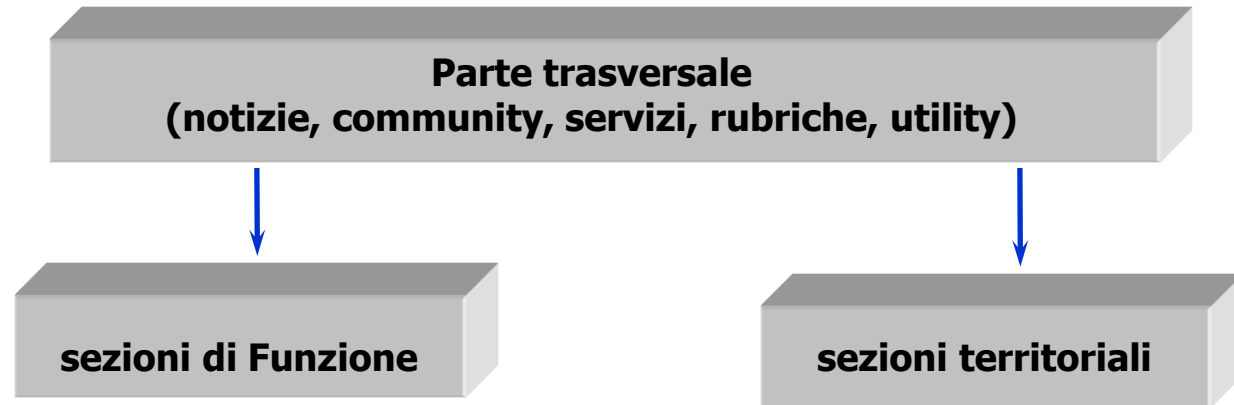
NI



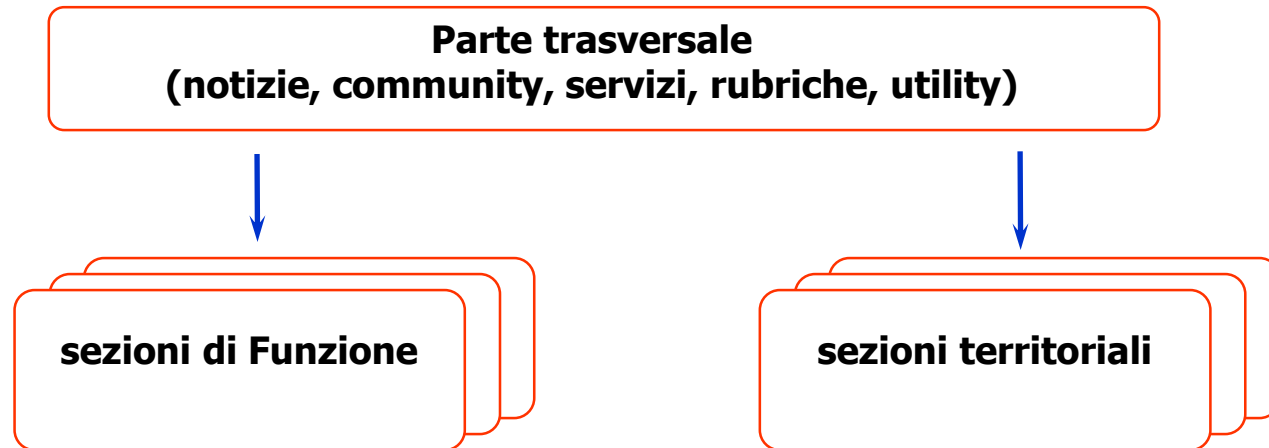
SI

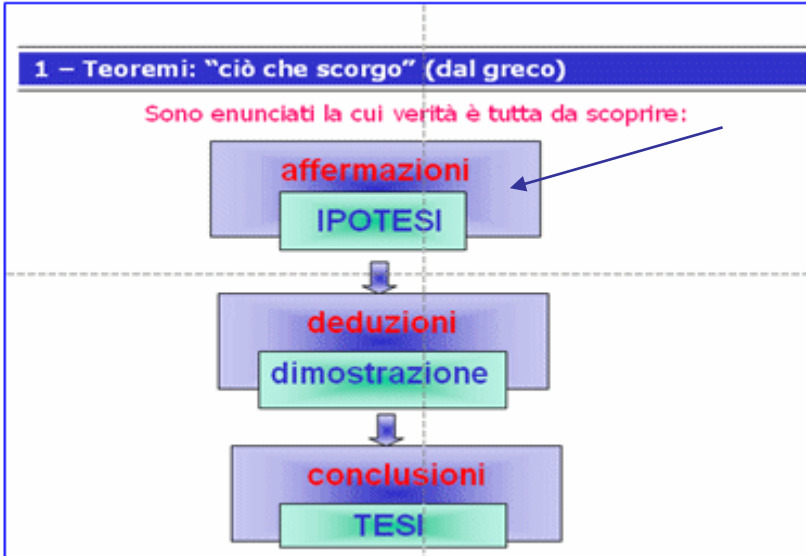


NO



SI





NO

Ogni elemento grafico è funzionalizzato alla rappresentazione dei concetti

Non esiste, sulle slide, la nozione di **grafica ornamentale**: non "impacchettate" un contenuto che potrebbe benissimo sopravvivere da solo

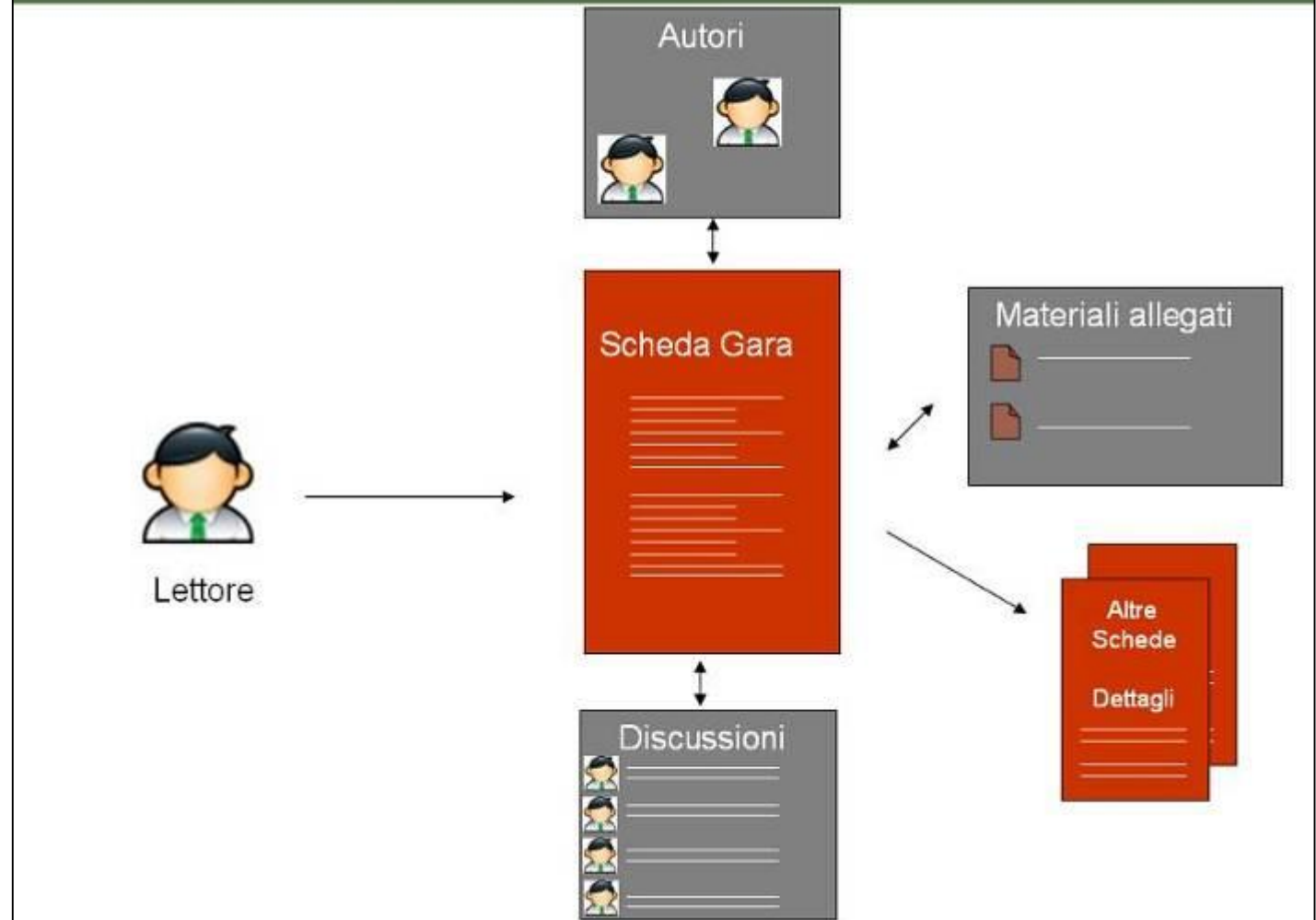
Risultati

Obiettivi

Sviluppi

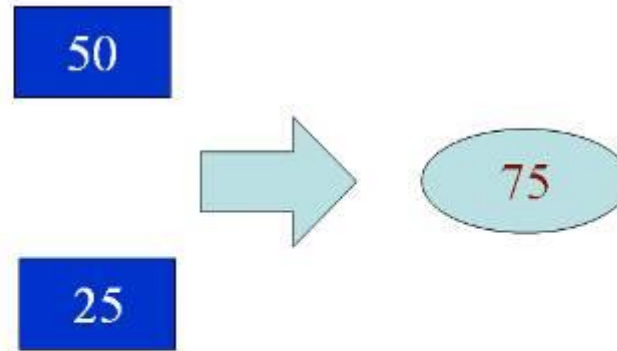
33 trentini andavano a Trento

Le nuove possibilità: integrazione informazioni

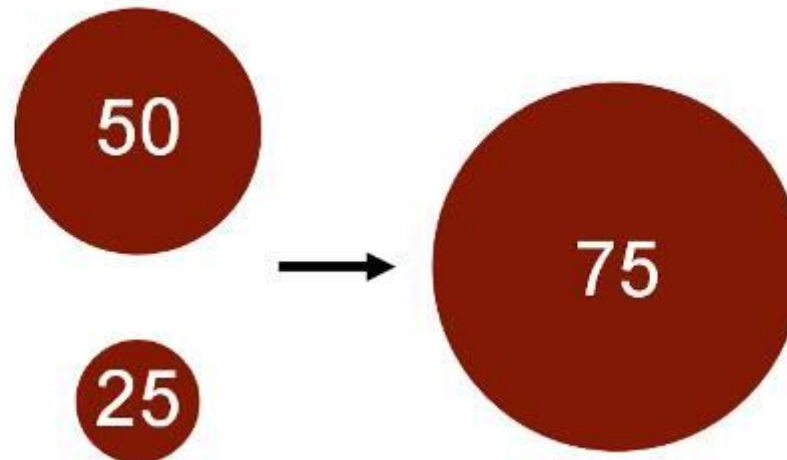


Ogni elemento grafico è funzionalizzato alla rappresentazione dei concetti

NO

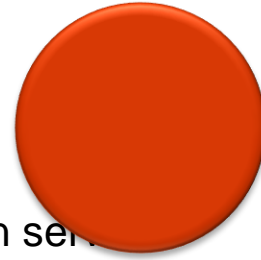


SI

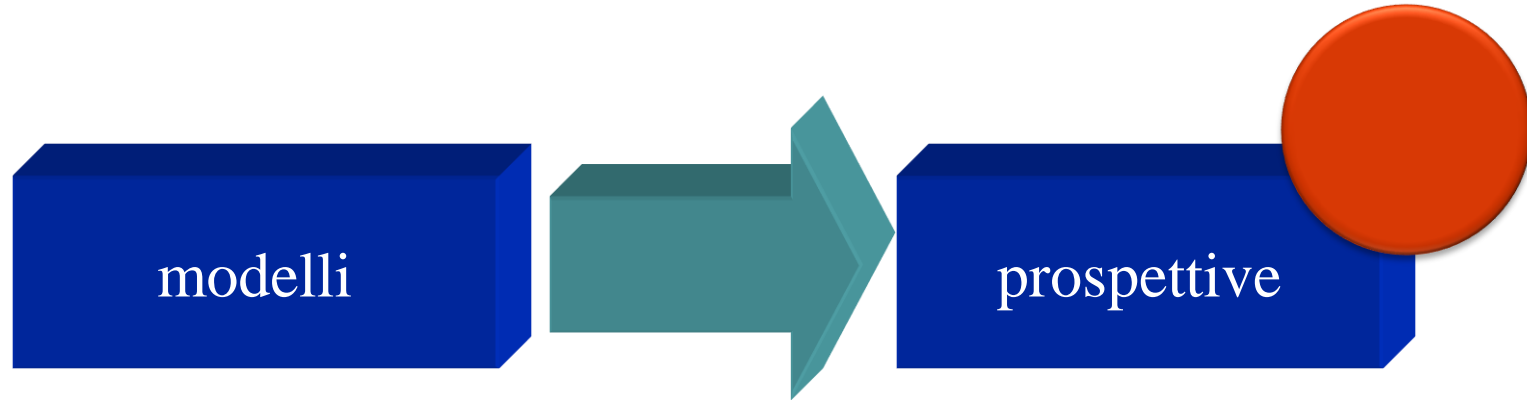


La grafica non serve a stupire, ma **ad informare meglio**. Evitate, quindi, di inserire elementi grafici solo perché è possibile farlo.

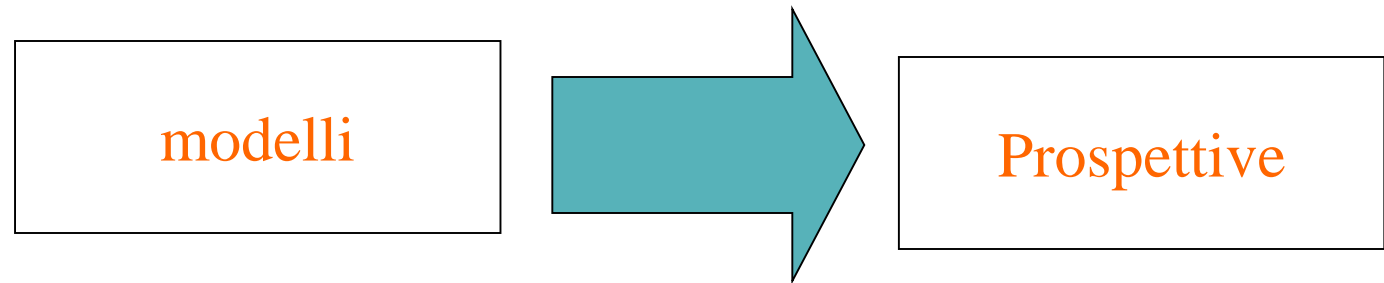
Utilizzate la grafica per **supportare visivamente i concetti**



NO



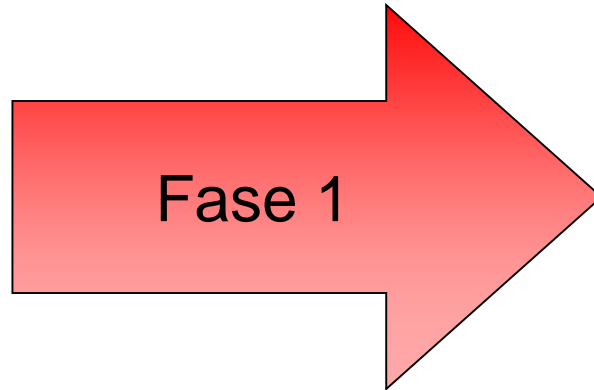
NI



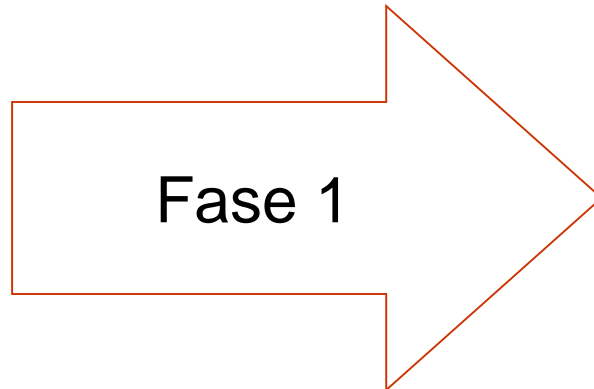
SI



NO



SI



Ogni grafico vuole dire **qualche cosa** di preciso



Necessità di lavorare sui dati per rappresentarli opportunamente

Ogni grafico dice **una cosa sola**, riassunta nel titolo del grafico



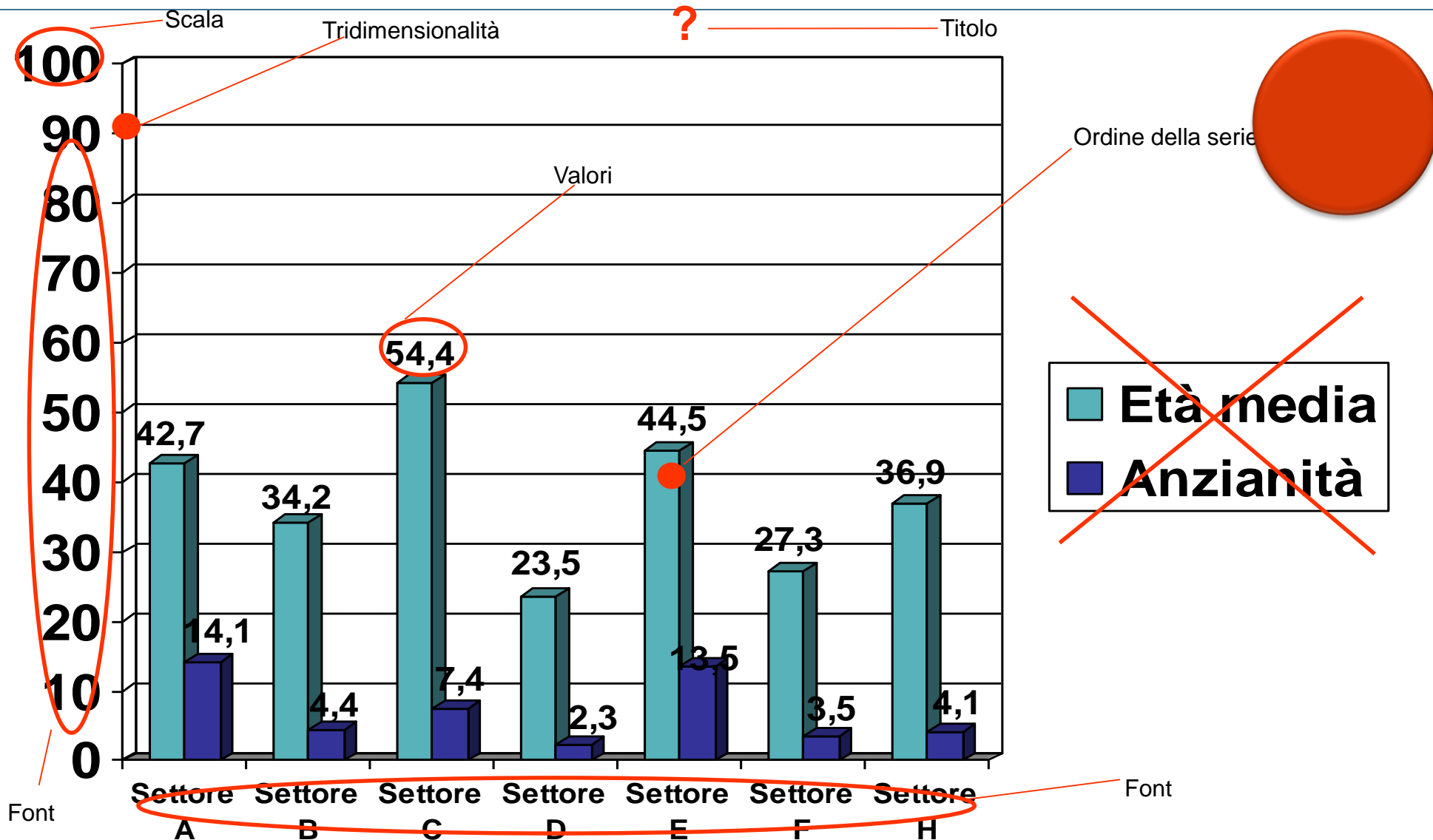
Necessità di eliminare dai grafici gli elementi estranei

I grafici non presentano risultati, ma **comparano dati**

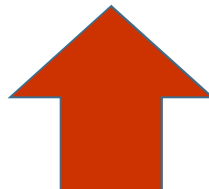
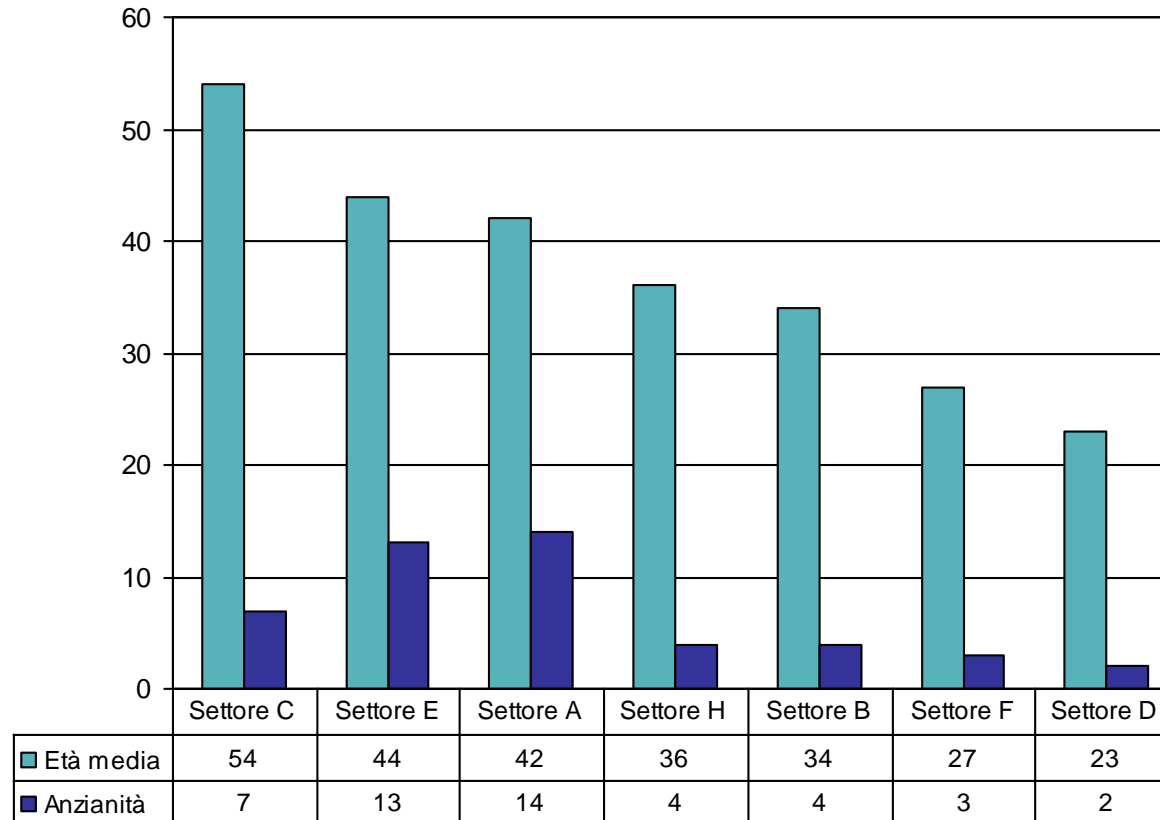


Necessità di usare i dati come mere grandezze, non come valori

Quanti errori in questo grafico?



I settori C ed E hanno pochi giovani

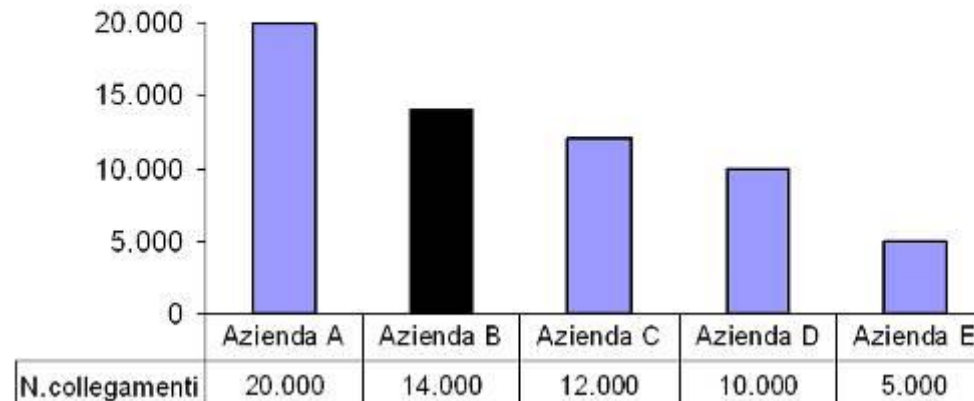


NO

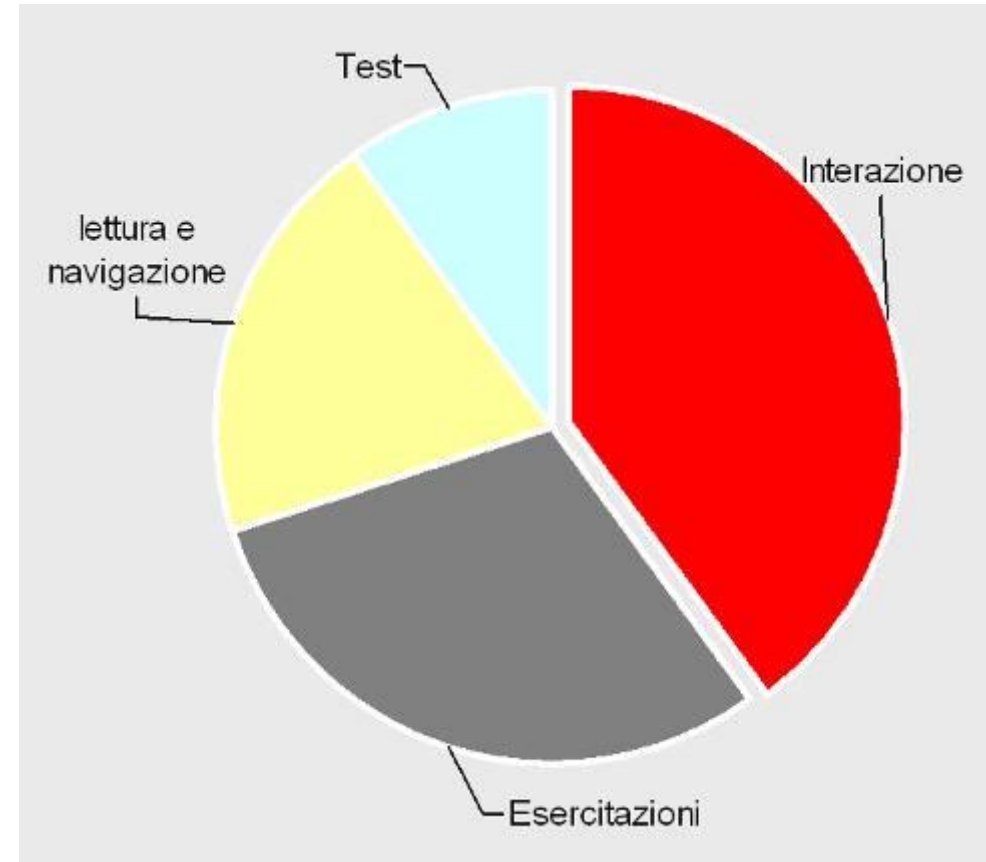
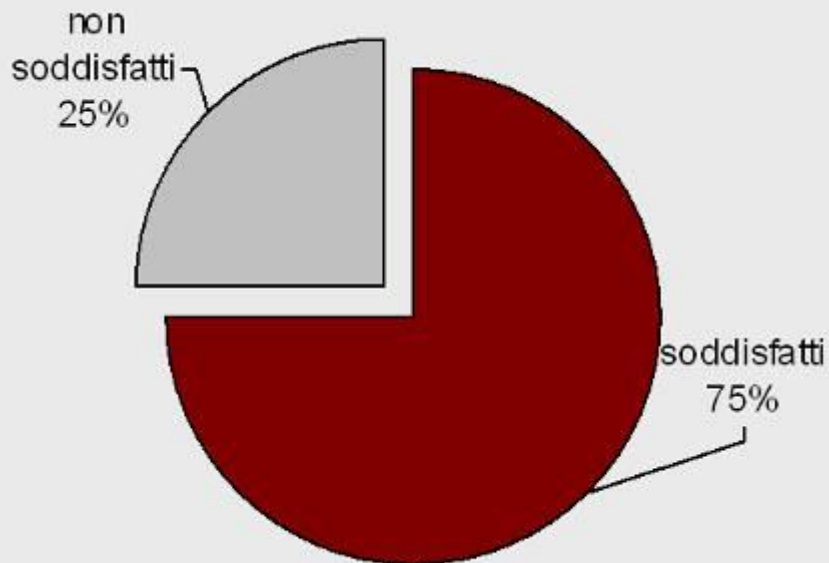


Siamo al secondo posto come distribuzione dei collegamenti

SI



Pochi dati
Colori significativi
Il messaggio è evidente



Non inserire **troppi dati** (max 5-6)

Inserire i dati in **sequenze significative** (es. max-min)

Non inserire **valori** se non è indispensabile

Evidenziare i dati di interesse

Usare una **scala adeguata**

Usare il **titolo** per sostenere la vostra tesi

Evitate il 3d



Le tabelle servono a rappresentare dati e risultati. Mentre nei grafici i dati possono essere omessi, questi sono il cuore delle tabelle.

	Bassa	Media	Alta
Customer Care	■		
Ricerca e sviluppo		■	
Figure di coordinamento intermedio	■		
Dirigenti			■
Venditori Business-executive		■	
Venditori Residenziali	■		
Assistenza tecnica			
Aree di staff		■	
Personale impiegatizio generico	■		

La "vista piramidale": i "key people"

Divisione (Prodotto/mercato)	Dirigenti			Quarti			FINANZI		Impieghi			Totale num. di uomini (*) (0)	
	AP	Fin-P	Capitale/risorse Dirigenti (0)	AP	Fin-P	Capitale/risorse Quarti (0)	AP	Capitale/risorse Impiegati (0)	AP (a)	Fin-P (b)	risorse (c)		
MANAGER	+1	78	389	28	84	714	18	17304	11	82	182	214	18377
SENIOR MANAGER	0	3	17	0	4	78	0	300	11	33,3%	6,17%	1,2%	421
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	421
SENIOR MANAGER	0	3	17	0	4	78	0	300	11	0,0%	100,0%	1,7%	421
MANAGER	-1	26	180	18	29	420	8	28221	11	39	98	184	28209
SENIOR MANAGER	0	1	1	0	0	2	0	18	11	29,1%	70,9%	0,8%	18
MANAGER	0	0	0	0	0	1	0	8	11	0,0%	100,0%	2,8%	18
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	1	0	8	11	0	0	0	6
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	42
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	42
MANAGER	1	2	10	2	1	30	0	90	11	3	3	6	109
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	80,0%	20,0%	2,2%	109
MANAGER	2	23	81	3	14	87	0	304	11	8	37	40	840
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	11,8%	33,1%	7,7%	840
MANAGER	0	0	13	1	3	82	0	318	11	1	3	4	473
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	22,0%	7,8,0%	0,8%	473
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0
MANAGER	1	8	12	1	2	18	0	33	11	2	8	10	64
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	20,0%	30,0%	15,6%	64
MANAGER	0	4	17	0	1	27	0	212	11	0	8	8	238
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0,0%	100,0%	1,7%	238
MANAGER	0	1	7	0	0	18	0	20	11	0	1	1	81
SENIOR MANAGER	0	0	1	0	0	1	0	8	11	0,0%	100,0%	2,0%	81
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	8
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	8
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	248
SENIOR MANAGER	0	1	12	0	0	0	0	0	11	0	1	1	12
MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0,0%	100,0%	2,3%	12
SENIOR MANAGER	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	12
TOTALE	66	182	837	46	112	1437	20	47370	11	132	298	408	48464
									11	31,1%	63,9%	0,9%	

(*) TOTALE UOMINI IN TUTTI I SETTORI

Tabelle: esempi positivi

8) Uso della grafica

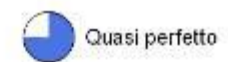
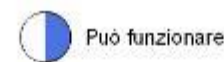
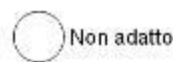
Parametri

Aziende	Volumi	Dipendenti	Fatturato	Utile netto
Azienda A	2.600	1.600	34	12
Azienda B	3.600	1.800	44	16
Azienda C	4.200	400	56	23
Azienda D	1.900	250	26	10
Azienda E	800	300	18	12
Azienda F	3.100	1.200	39	14
Azienda G	2.300	1.300	32	12
Azienda H	600	100	15	6

Parametri

Aziende	Volumi	Dipendenti	Fatturato	Utile netto
Azienda A	2.600	1.600	34	12
Azienda B	3.600	1.800	44	16
Azienda C	4.200	400	56	23
Azienda D	1.900	250	26	10
Azienda E	800	300	18	12
Azienda F	3.100	1.200	39	14
Azienda G	2.300	1.300	32	12
Azienda H	600	100	15	6

Tablelle creative



	Forum	Blog	Bacheche	Wiki	Virtual team	e-learning	Shared docs	Social network
Dare e ricevere consigli tecnici	Perfetto	Quasi perfetto	Può funzionare	Poco adatto	Può funzionare	Può funzionare	Poco adatto	Quasi perfetto
Fare domande a un gruppo di lavoro	Perfetto	Non adatto	Perfetto	Poco adatto	Può funzionare	Può funzionare	Non adatto	Quasi perfetto
Segnalazione collettiva eventi e link	Quasi perfetto	Poco adatto	Perfetto	Può funzionare	Non adatto	Poco adatto	Non adatto	Quasi perfetto
Pubblicare notizie su un progetto	Non adatto	Perfetto	Poco adatto	Può funzionare	Può funzionare	Poco adatto	Poco adatto	Non adatto
Aggiornare un gruppo di lavoro	Non adatto	Perfetto	Poco adatto	Può funzionare	Perfetto	Non adatto	Poco adatto	Non adatto
Coordinare un progetto collettivamente	Poco adatto	Quasi perfetto	Non adatto	Perfetto	Perfetto	Poco adatto	Non adatto	Poco adatto
Trovare skill e competenze trasversali	Quasi perfetto	Poco adatto	Quasi perfetto	Poco adatto	Poco adatto	Non adatto	Non adatto	Perfetto
Gestire percorsi di formativi strutturati	Poco adatto	Poco adatto	Non adatto	Può funzionare	Poco adatto	Perfetto	Non adatto	Non adatto
Gestire informazioni nel tempo	Poco adatto	Quasi perfetto	Non adatto	Può funzionare	Poco adatto	Non adatto	Quasi perfetto	Poco adatto

Azienda	Sito dinamico	Contenuti gratuiti	Registrazione al sito	Aree riservate ai clienti	Spazi di Community	Link esterni	Newsletter	Pubblicità a siti esterni
Tesi	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗
Mc Kinsey	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Core Core	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Habit	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Newton	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Idea manag	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Ambrosetti	D.C.							
Watons Watt	D.C.							

Pochi dati

evidenziate i **2-3 dati più significativi**

Eliminare il più possibile le **righe divisorie**

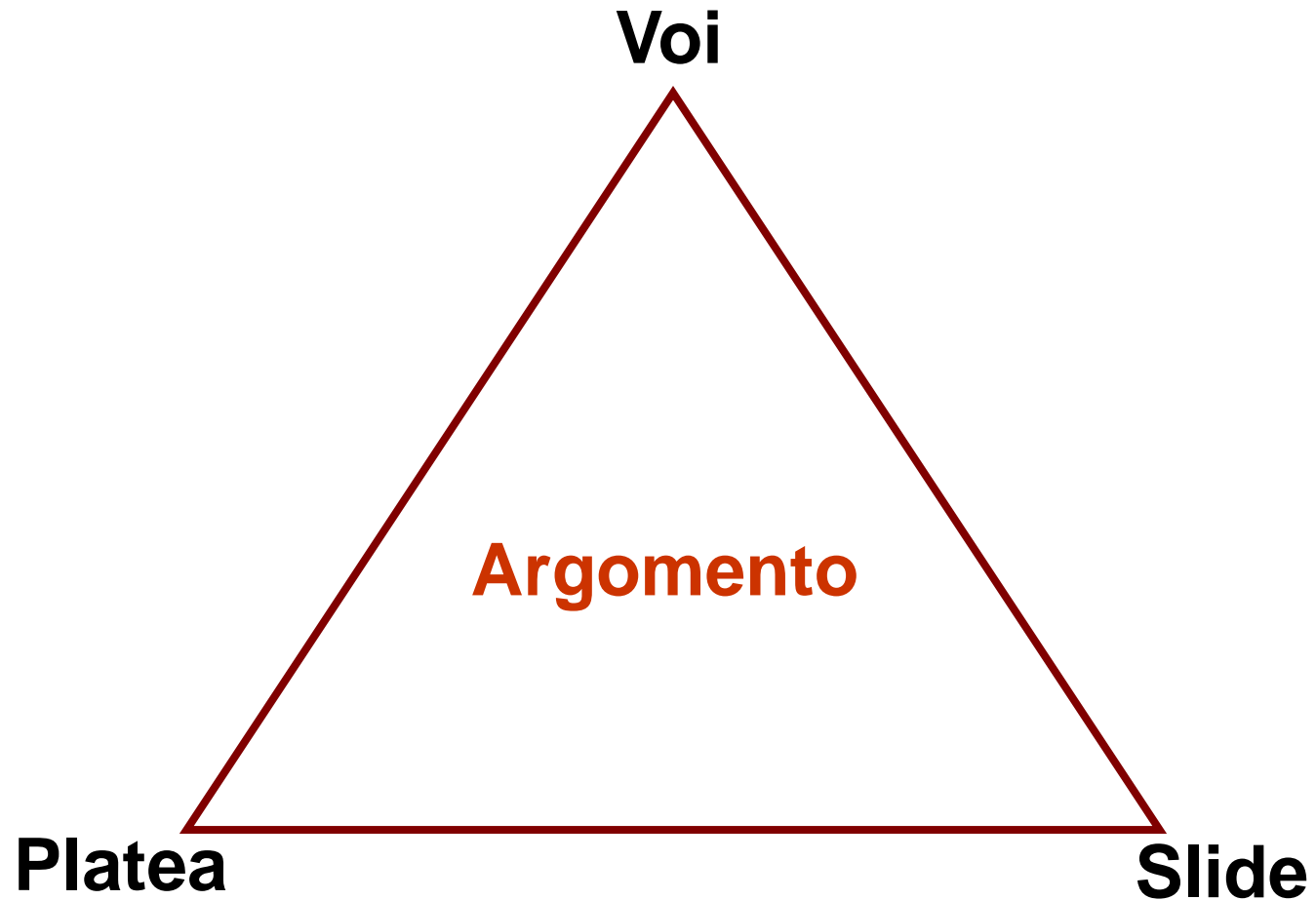
Non importarle da Excel ma **createle direttamente** in PPT



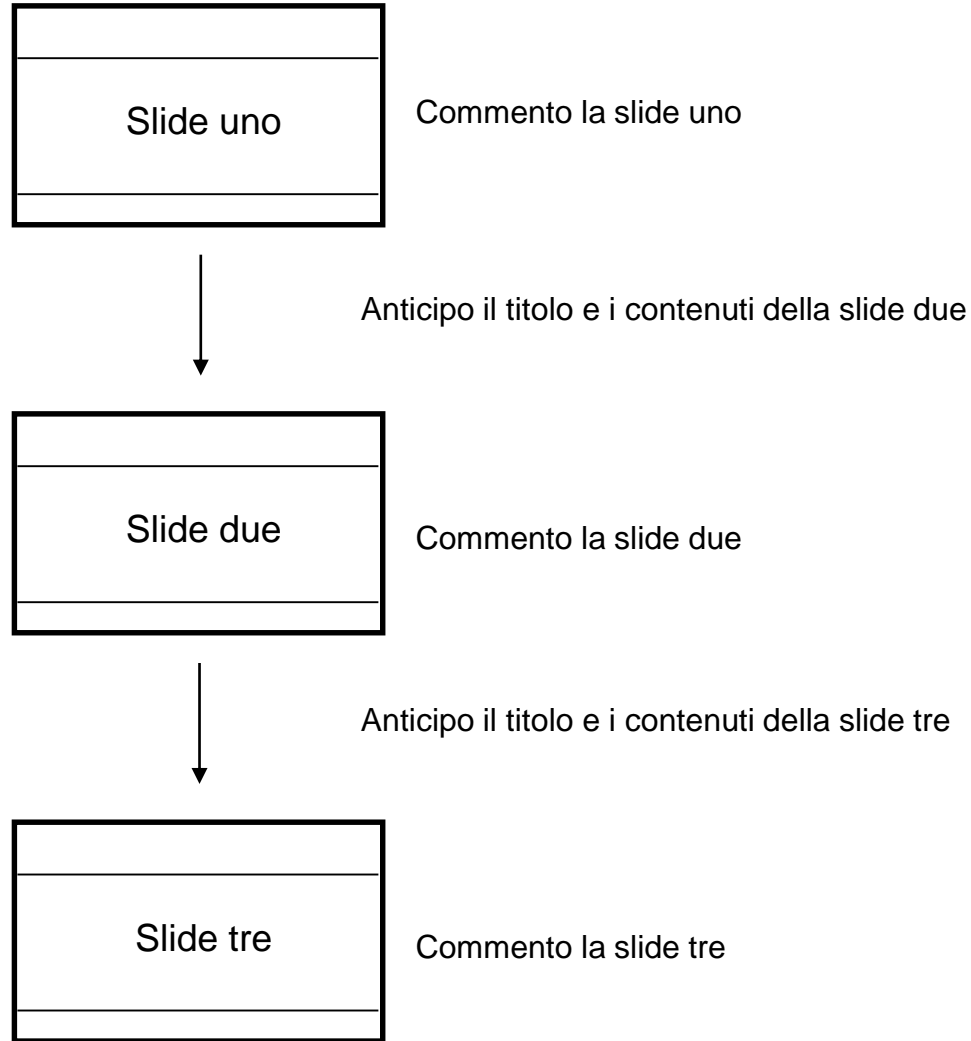
9

■ Testo e gesto

Tre elementi in gioco



Annunciare i contenuti della slide che segue prima di mostrarla (bisogna sapere la sequenza a memoria e/o avere sotto gli occhi una versione a slide rimpicciolite)

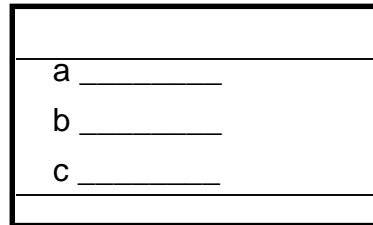


Le slide **non vanno lette ma commentate**, sono un supporto alla nostra esposizione, non viceversa.

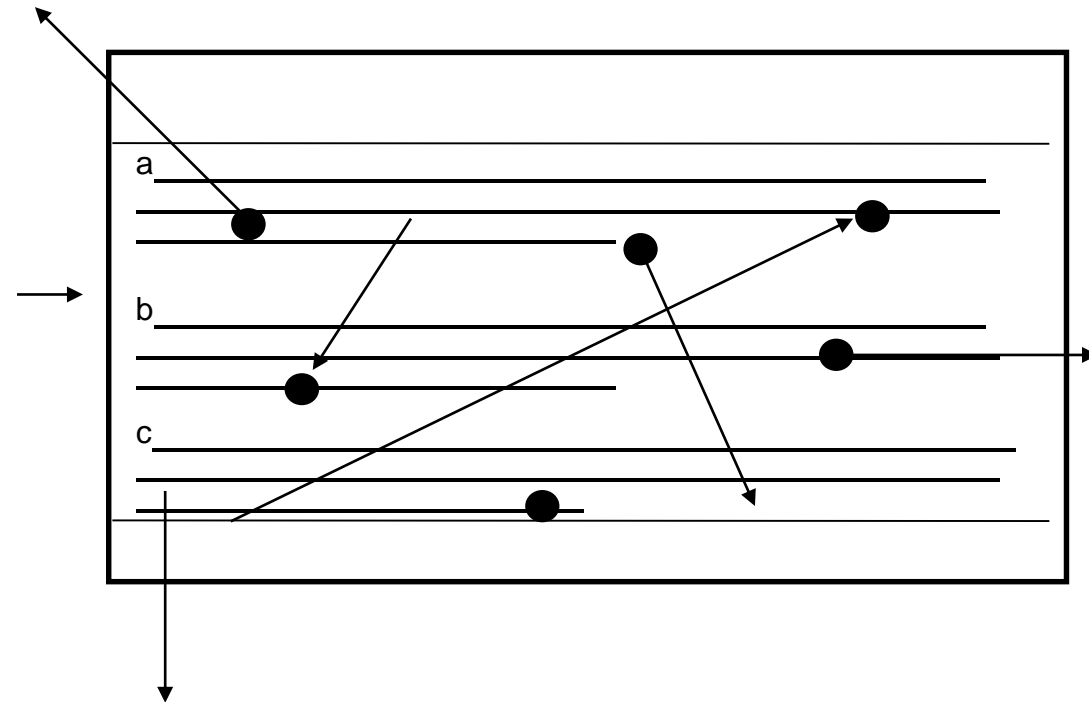
Girarsi per leggerle diminuisce attenzione e comprensione

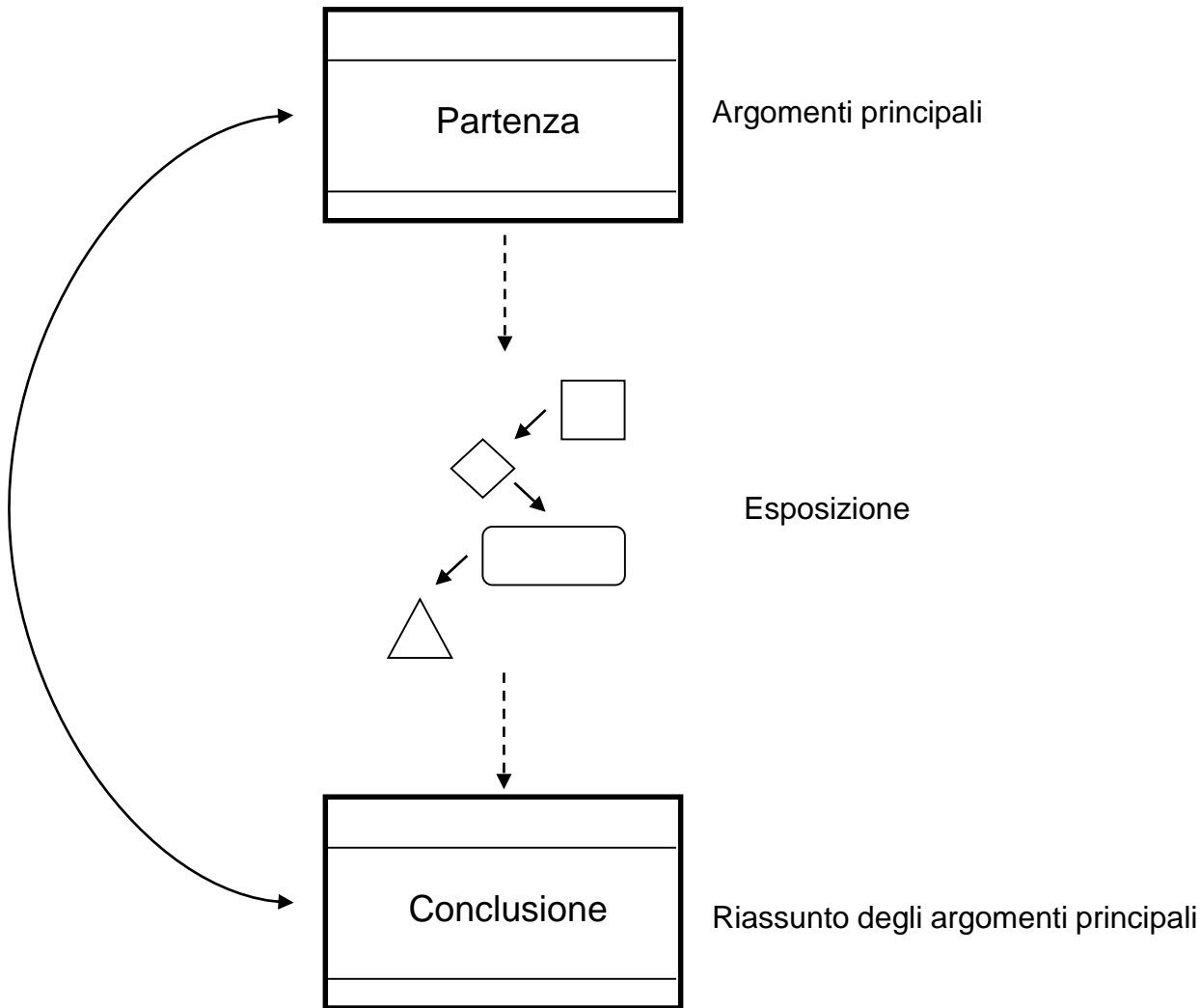
Evitate quindi di fare avanzare il documento, girarvi, rendervi conto di quello che si sta proiettando e dire: “Ecco, qui vediamo che...”

La slide



Il commento





La conclusione deve essere **una ripetizione sintetica dei punti principali già esposti.**

E' sufficiente un:
*"allora, abbiamo detto: primo...,
secondo..., terzo...."*

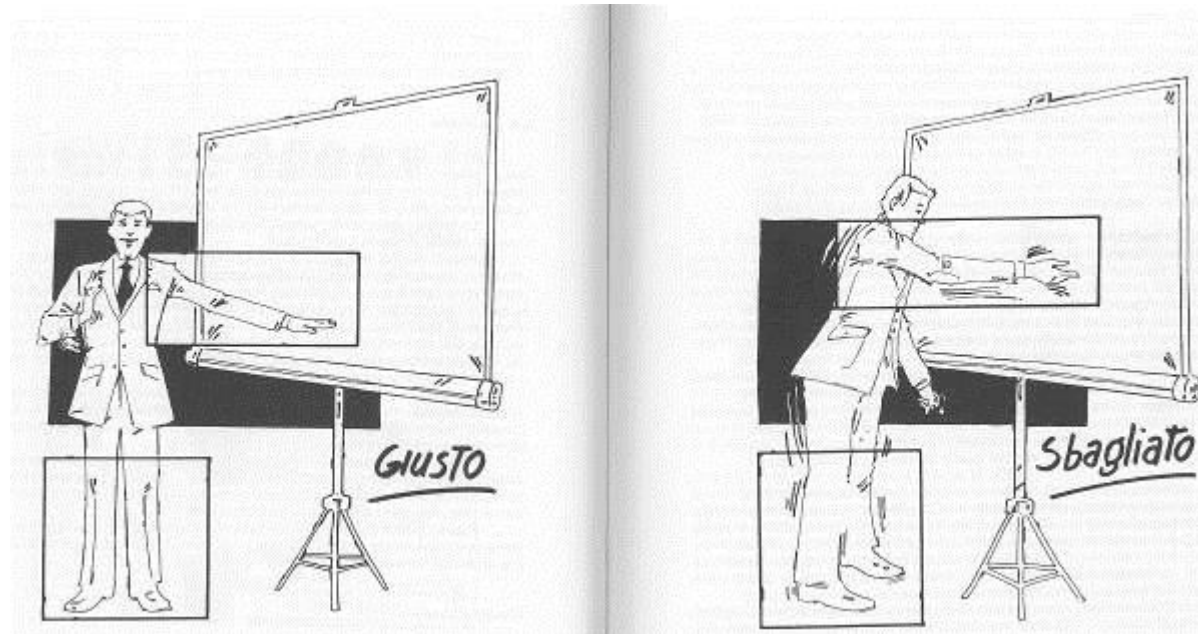
Può eventualmente essere usata
una apposita slide di sintesi

Vanno fatte delle sintesi intermedia
tra capitoli

Il rapporto con il pubblico si basa sul contatto visivo: cercate di **non dare le spalle** alla platea

Non **impallate** la proiezione con il corpo

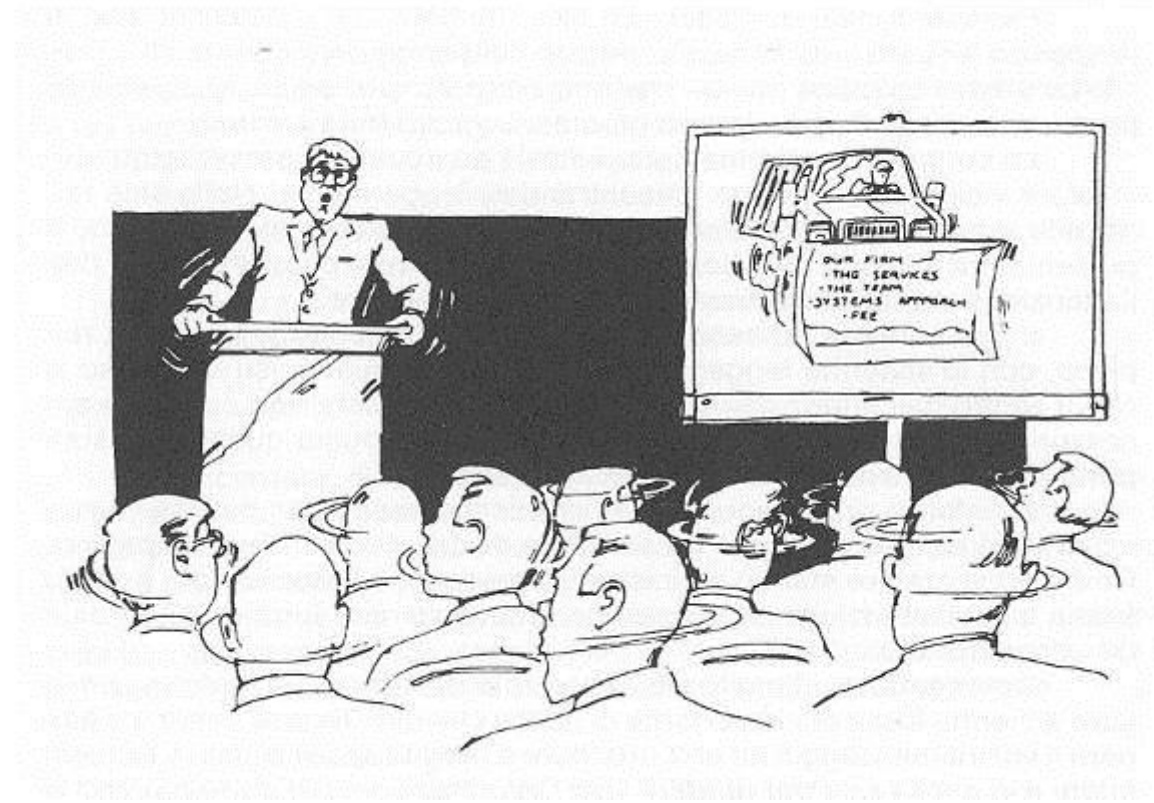
Guardate e non toccate. Evitate di girarvi e sbracciarvi per indicare un dato, toccando lo schermo. Citate il dato guardando la platea, dicendo, ad esempio: “la colonna verde evidenzia...”



Da: Paul le Roux
Presentare per convincere - Lupetti

Parlate **vicino allo schermo**, in modo da evitare la “schizofrenia” degli sguardi del pubblico

Anche se vi muovete, **restate vicini allo schermo all’inizio**, quando commentate le slide, e ogni volta che vi riferite ad esse



Da: Paul le Roux
Presentare per convincere - Lupetti

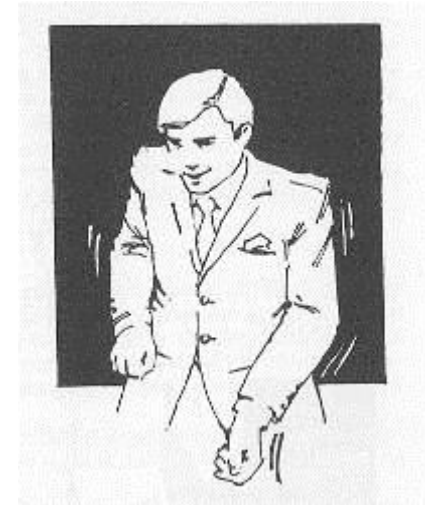
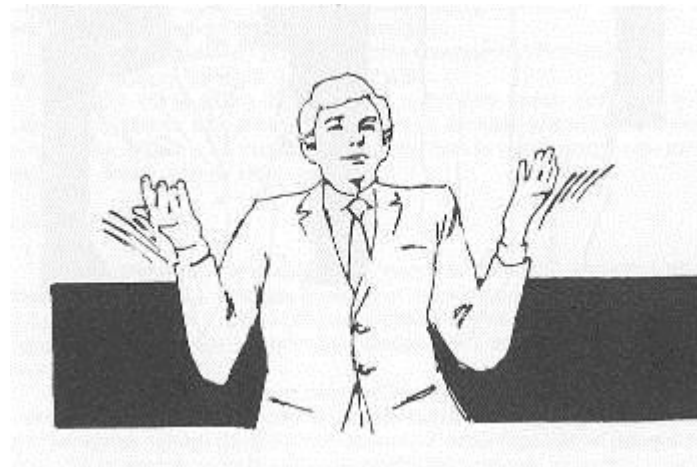
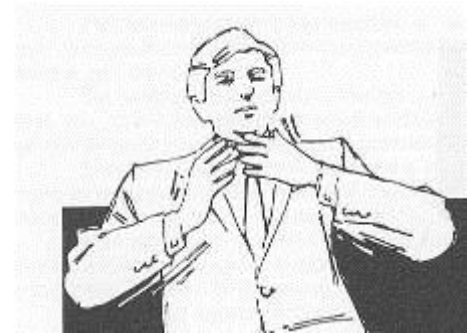
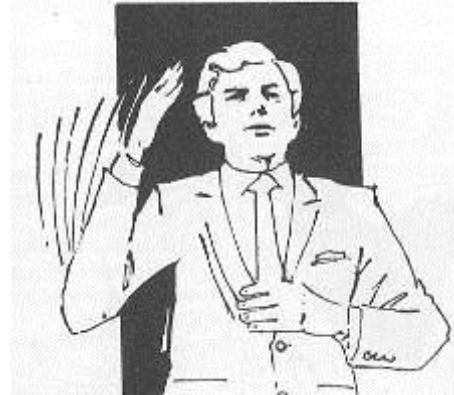
Il 70% della comunicazione è corporea. Che lo vogliamo o no

Usare **gesti semplici e definiti** con le mani per richiamare un concetto

A questo scopo si prestano bene i **verbi** (accrescere, rafforzare, parlare, ecc.)

Usate **tutto il corpo** e non solo una mano (serve anche a scaricare l'energia nervosa)

Se possibile, **state in piedi** e non nascondetevi dietro leggi o cattedre



Da: Paul le Roux
Presentare per convincere - Lupetti

Nessuna presentazione può essere efficace senza un **pensiero “pulito”** a monte

Assicuratevi di avere chiaro che cosa dovete dire ***prima*** di riportarlo sulle slide

;-)



Giacomo Mason

giacomo.mason@gmail.com

www.intranetmanagement.it

<http://Presentazioniefficaci.splinder.com>