



LESSON CONTENT TEMPLATE

 <p>Erasmus+</p>	<p>Proyecto financiado por: Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.</p>
---	--

1. Documento de aprendizaje

Tema 4. Lección 2: Mensaje VS audiencia

Adaptar el discurso a la audiencia

Introducción

Iniciar un proyecto emprendedor significa entrar en mil batallas. Uno de ellos es la comunicación. Ya sea para atraer la atención de inversionistas, socios potenciales o incluso la prensa. Los empresarios a menudo se enfrentan al desafío de tener que presentar brevemente su proyecto.

Y el primer error a evitar es utilizar el mismo discurso preparado en todas las ocasiones. Es muy importante adaptar el discurso a la audiencia a la que te diriges en cada ocasión, aunque la base del discurso es la misma, no usaremos el mismo enfoque para hablar con un inversionista, que para presentar la empresa a un potencial socio, o incluso para presentarte ante un jurado para un premio empresarial. No es el mismo vocabulario tampoco.



Recurso: [alchemycomminc](https://www.alchemycomminc.com)

Una vez que se complete y apruebe esta lección, los alumnos podrán:

1. Detectar la expectativa de la audiencia
2. Adaptar la presentación a estas expectativas

En esta lección, aprenderemos cómo utilizar diferentes enfoques y tipos de mensajes para diferentes propósitos en un pitch.

1. Adaptar el discurso a la audiencia

A continuación ofrecemos algunos consejos básicos para hacer y adaptar el mensaje a la audiencia a la que se dirige en cada ocasión:

- Seducir a los interlocutores: debes hacer que sientan curiosidad por tu proyecto, que quieran saber más al respecto una vez que termine el discurso.
- -Los primeros segundos son los más importantes para involucrar al interlocutor: "9 de cada 10 empresarios creen que seducen al inversionista, pero solo uno lo consigue. De hecho, lo más importante son los primeros cinco segundos para convencerlo "(Mora, 2014). Si no logras involucrar al interlocutor en el discurso en el principio, será muy difícil para él conseguir engancharse en la mitad del discurso.
- Lenguaje corporal y modestia: no solo importa lo que digas sino como lo digas, tus expresiones no verbales serán esenciales, muestra confianza sin la arrogancia, la postura del cuerpo y los gestos tienen que acompañar el discurso y potenciar tu pasión.
- Muestra tu pasión: "Tienes que sentir pasión, te la comprarán por la ilusión que despiertas. Si no sientes ilusión, los demás tampoco lo sentirán ", de hecho, agrega, "la sensación que emites cuando hablas de tu producto se puede ver muy rápido: en un primer instante mostrarás si te apasiona o no te apasiona y estás ahí porque no sabes qué hacer con tu vida y es sólo un trabajo más "(Mora, 2014).
- Conectarse en todo momento con el público: tu interlocutor debe tener la sensación de tener una conversación contigo aunque solo hables. Si hay mas de una persona, dirige varias oraciones del discurso a cada uno mirándolos a los ojos, generalmente te mostrarán que están escuchando.
- Jerga / acrónimos: trata a la audiencia como un laico educado. No sabes si conocen la jerga de tu negocio o sector. Si usas palabras demasiado técnicas te considerarán una persona grosera, en caso de que no tengas alternativa, explica en un instante lo que significa la palabra sin que parezca que están dando una lección a la interlocutor.

- No leas las notas ni las diapositivas. Como dijimos, mira a los ojos de los jueces.
- Siempre estás aprendiendo: recuerda que no lo sabes todo. Piensa que puedes aprender algo nuevo de la persona que tienes delante.

Conclusión

Como hemos visto en el tema 3, el pitch puede dirigirse a diferentes tipos de audiencia. Es importante, a la hora de preparar un discurso, pensar en la característica de audiencia para llegar mejor a ellos a través de nuestra presentación.

Bibliografía

Libro “El pitch ganador: cómo seducir a un inversor Sergi Mora (20214)