

 Ariel Ortuño

***Guía definitiva para
contratar una Conferencia
que sea Magistral***



Ariel Ortuño

Aviso Legal:

El autor y editor de esta guía han hecho sus mejores esfuerzos en la preparación de esta guía. El autor y editor no hacen ninguna representación o garantías con respecto a la exactitud, aplicabilidad, aptitud o integridad de los contenidos de esta guía. La información contenida en esta guía es estrictamente para fines educativos. Por lo tanto, si deseas aplicar las ideas contenidas en esta guía, estás tomando plena responsabilidad por tus acciones.

El autor y el editor renuncian a dar cualquier garantía (expresa o implícita), comerciabilidad o aptitud para cualquier propósito particular. El autor y editor en ningún caso serán responsables ante ninguna de las partes por ningún daño directo, indirecto, punitivo, especiales, incidentales o de cualquier otro tipo que resulten directa o indirectamente de cualquier uso de este material que se proporciona "tal cual" y sin garantías.

Como siempre, el asesoramiento de un profesional legal, fiscal, contable u otro debería ser buscado. El autor y el editor no garantizan el rendimiento, efectividad o aplicabilidad de cualquier sitio listado o enlazado en esta guía. Todos los enlaces son sólo con fines informativos y no están garantizados por su contenido, precisión o cualquier otro propósito implícito o explícito.

CONTENIDO

1. ¿Qué es una conferencia?
2. Conferencia vs Conferencia Magistral
3. En qué tipo de eventos es bueno meter una conferencia
4. Duración ideal de una conferencia
5. Logística de la conferencia
6. El mejor lugar para dar una conferencia
7. Qué tipo de conferencista contratar
8. Con cuánto tiempo debe apartar la fecha con el conferencista
9. Checklist para contratar una conferencia

Muchas personas tienen la falsa idea que una conferencia es poner a una persona con facilidad de palabra frente a la gente y que hable. Nada es así cuando realmente quieres una conferencia magistral.

He escrito esta guía porque muchas veces cuando me contratan, mis clientes tienen preguntas sobre la organización del evento. Las cuales son recurrentes sin importar la empresa que sea.

De repente se te ocurre que tus colaboradores necesitan recibir un mensaje que los motive, que los apoye a trabajar mejor y ser más productivos. Ya se los has dicho, pero tal parece que requiere venir un experto a hacerlo.

Te preguntas cómo debes hacerlo porque ni siquiera sabes si debes decir que es una conferencia o una charla. Así que vamos primero a lo primero para que sea más rápido de lo que imaginas.

¿Qué es una conferencia?

Una conferencia es un evento donde una persona al frente expone un tema específico y la duración va de 30 a 90 minutos. Si es más larga podría tomarse como seminario o minicurso y si es de menos tiempo podría ser considerada como una charla. Lo ideal son 50 minutos.

En una conferencia no necesariamente los asistentes hacen preguntas. Dependiendo de la cantidad de personas, de la dinámica del conferencista y del tiempo, podría suceder que hubiera comentarios del público.

Un punto importante es comprender que una conferencia no va a educar a los participantes. Únicamente los va a inspirar para que después ellos continúen con su desarrollo.

Si no los educa: ¿para qué la contrato? Bueno, una conferencia tiene varias ventajas:

- a) Se puede dar un mensaje a toda la empresa al mismo tiempo
- b) No requiere una logística muy elaborada
- c) Muchas veces se puede dar dentro de la empresa
- d) El horario es reducido

- e) Puede ser complemento dentro de una convención para reforzar un tema
- f) Puede ser usada para cerrar un workshop con un mensaje inspirador
- g) Y más actividades que harían la lista muy larga

Conferencia vs Conferencia Magistral

Una Conferencia Magistral es diferente a la Conferencia por dos características:

1. El conferencista es una persona muy reconocida en el medio
2. La conferencia es interactiva y mantiene al público completamente cautivo todo el tiempo

No siempre se dan las dos al mismo tiempo. Hay veces que tenemos alguien reconocido por sus éxitos que no sabe expresarse y que la información que presenta es valiosa, pero la conferencia es aburrida. La razón es que su especialidad no es expresamente ser conferencista.

Eso sí, sus honorarios suelen ser sumamente elevados debido a su especialización. Aun

cuando el orador que asista sea únicamente una figura de la farándula que no tenga algo importante que decir y tampoco sepa cómo transmitirlo.

Por otro lado, tenemos personas que no son tan famosas, pero que tiene la habilidad para cautivar a la audiencia y dejar un buen mensaje que los inspire. La mayoría de estas personas suelen ser conferencistas profesionales. Es decir, se dedican de tiempo completo a dar conferencias y han estudiado la mejor manera para transmitir una idea a la gente.

También hay personas que cumplen con las dos características de modo sensacional. A todos nos gustaría tener en nuestro evento a Cesar Lozano o a Yordi Rosado o a Omar Villalobos.

¿En qué tipo de eventos es bueno meter una conferencia?

Necesitas tener claro para qué quieres la conferencia. Como ya te comente antes, una conferencia tiene mucha versatilidad.

- La puedes usar como un evento único. Sólo que requieres tomar en cuenta la logística. Esto es ideal si la darás en tu

empresa y no tienes que mover mucha gente. Cuando hay que trasladar muchos trabajadores, es conveniente juntar eventos.

- Puedes cerrar tu evento de Team Building para reforzar los conceptos aprendidos de trabajo en equipo.
- Dentro de un workshop como contexto para abrir las actividades, a la mitad para crear un espacio de descanso y reflexión o al cierre para reafirmar el aprendizaje.
- En congresos donde son varias conferencias apiladas
- Las convenciones suelen ser ideales para las conferencias debido a que tienes la oportunidad de juntar a todo el equipo de trabajo para recibir un mensaje inspirador.
- Para abrir las actividades de un Kick Off, ya que el cierre debería ser con alguna dinámica muy explosiva.

Duración ideal de una conferencia

La duración ideal es de 50 minutos porque es el mejor tiempo para transmitir un mensaje preciso sin tanta palabrería. Algunas empresas

las piden más largar, pero la sustancia de la conferencia es la misma.

Si un conferencista te dice que te puede dar la misma conferencia por una, dos o tres horas, realmente no te va a dar mayor información, sólo hará más historias para explicar su presentación. Más de 90 minutos considero que sale del rango de conferencia.

El mejor lugar para una conferencia

Si bien puedes pedir tu conferencia sea en cualquier lado, la realidad es que el impacto cambia considerablemente. Cuando recién comenzaba a dar conferencias, no le daba su debida importancia a lugar donde sería la conferencia.

Una vez estuve frente a mil personas sentadas en una cancha de basquetbol al aire libre. Era una universidad que tenía un evento de olimpiadas. Todos estaban sentados a nivel de suelo y no tenía estrado. De la mitad para atrás ya no me veían.

Para mi presentación pusieron tres pantallas planas a la altura del rostro de las personas estando sentadas. O sea, solo tres filas podrían ver lo que proyectaba, pero como dios es

grande, no las pudieron conectar para que funcionaran.

De ese modo aprendí que es obligación del conferencista asesorarte para que tu evento sea un éxito. Normalmente te imaginas cómo serán las cosas, pero no siempre tienes la experiencia necesaria para determinar de qué modo lucirá más tu conferencia.

Por ejemplo, poner una conferencia durante la comida o para la cena de fin de año no es la mejor idea. Por lo general la gente está distraída. Más cuando ya han tomado algunos tragos y ni que decir si son mesas redondas.

En definitiva, el mejor escenario es un auditorio, teatro o salón para eventos acondicionado para la conferencia. En caso que no puedas generar un lugar así, lee el siguiente apartado que habla sobre la logística para que puedas crear ese ambiente.

Logística de la conferencia

La información que te daré a continuación se refiere a lo que es ideal para la conferencia y que te dará mayores posibilidades de éxito.

- ✓ **Salón.** Debe ser de acuerdo al tamaño del grupo. Si es muy grande, se dispersa

la energía y si es muy pequeño la gente no está cómoda.

Es importante que sea un lugar cerrado, de modo que la gente no pueda distraerse con cualquier evento fuera. Es imprescindible tenga la acústica apropiada para la conferencia.

- ✓ **Aire acondicionado.** Se requiere aire acondicionado. De hecho, es preferible que este ligeramente frío. Si hace calor, la gente se deshidrata y comienza a experimentar somnolencia. Puede estar muy interesada en el tema, pero estará bostezando.

- ✓ **Asientos.** Los lugares requieren estar acomodados tipo auditorio. Si no dispones de un teatro o auditorio, asegúrate de tener un escenario con la altura correcta para que todas puedan ver al ponente.
Si la cantidad de personas es grande, tendrás que poner cámaras de vídeo y pantallas para que los de más atrás también lo puedan ver.
El público requiere estar frente al conferencista y en un solo bloque. Es

decir, si pones la mitad de gente a la izquierda, la mitad a la derecha y el centro vacío (por el motivo que sea), divides al público y el conferencista tendrá dos escenarios.

Toma en cuenta la comodidad de los asientos o sillas. Si la gente está incomoda, disfrutará menos la ponencia aunque sea de su completo interés.

- ✓ **Sonido.** Requieres tener un sonido de acuerdo a la cantidad de personas y tamaño del salón. Es conveniente te asegures que la acústica del salón es la correcta. El sonido necesita estar correctamente ecualizado. No se trata sólo de que pongas una bocina y allí conectes la computadora y el micrófono del conferencista. Cada uno necesita una ecualización diferente. Para ello requieres una mezcladora.
- ✓ **Pantallas.** Asegúrate que todos los participantes pueden ver perfectamente la pantalla. Tanto por la ubicación y el tamaño. Lo ideal es que hagas la proyección desde la parte trasera para que la luz no dé sobre el

conferencista. Si el tamaño del salón no te lo permite, tendrás que colocar proyectores de alcance ultra corto. Dependiendo del tamaño del grupo, puedes tener pantallas a los lados y una al centro más grande.

- ✓ **Público.** Preferentemente las personas no deben estar desveladas, con hambre ni llevar demasiado tiempo sentadas. Tampoco deben estar comiendo ni estar ingiriendo bebidas alcohólicas. El momento de alimentarse durante la comida o una cena, se presta para la convivencia entre los compañeros de la mesa.

NOTA: Algunos de los puntos anteriores pueden ser contrarrestados con la habilidad del conferencista. Sólo te recomiendo procures poner las condiciones para que tu conferencia y trabajo de organización, luzca más. A veces la conferencia es sensacional, pero el público se enfoca más en cuestiones de logística para juzgar tu organización.

Qué tipo de conferencista contratar

Esto va en función de cuál es el mensaje que quieres transmitir al público. Lo primero que

tienes que hacer es definir si quieres estimular sus habilidades duras, habilidades blandas, motivarlos, inspirarlos o divertirlos.

Habilidades duras: Acá necesitas llevar a una persona que sea reconocida en el medio y que brinde al público herramientas técnicas que puedan implementar de inmediato. Si les da información que no es aplicable, tiene conocimiento; pero no podrán llevarlas al campo de acción.

Habilidades blandas: Aquí es importante definas en qué sentido enfocarás la conferencia. Los problemas más comunes son: mala comunicación, falta de responsabilidad, bajo nivel de compromiso, resistencia al cambio, falta de liderazgo personal y baja inteligencia emocional.

Motivación: La motivación es importante para que arranquen o cierren un periodo con más fuerza. Para todos es sabido que la motivación no dura mucho, sin embargo es muy útil en momentos específicos.

Si lanzas un producto nuevo, la motivación puede apoyar a que tus ejecutivos logren una distribución mejor en las primeras semanas.

Si estás en el cierre de un periodo y quieres que sea con más fuerza; la motivación te apoyará a que suceda.

Si la gente ha estado desmotivada por cambios en la empresa, siente incertidumbre hacia dónde van o simplemente el mercado se ha complicado; la motivación puede reactivar tu equipo.

NOTA: La motivación puede dar buen resultado para el resultado del próximo cierre. Por ello es importante seleccionar una fecha que refuerce el cierre o que genere la bola de nieve para que los demás meses sean buenos por la inercia.

Para los proveedores mayoristas de papelerías, los mejores meses son julio y agosto. Si quieres crecer en el año, tienes que hacer una conferencia motivacional justo antes de arrancar julio. Si la haces en octubre para el cierre de año, ya no tendría el efecto que esperas.

Para el mercado de juguetes podrías hacer la conferencia justo antes de octubre. Para el mercado de autos nuevos sería antes de diciembre para que dure hasta mediados de enero.

Inspiración. A diferencia de la motivación, el efecto de la inspiración se mantiene durante mucho tiempo. Sólo que no se es tan evidente como la motivación. Con la motivación la gente se levanta y comienza a tener acciones contundentes en el momento. Con la inspiración, la gente comienza a modificar pequeñas acciones que van creciendo a través del tiempo.

La motivación va por resultados a corto plazo y la inspiración da la visión personal alineada a la visión de la empresa para generar resultados a largo plazo. La inspiración te da constancia y la motivación te da chispas de impulso.

Diversión. Acá evalúa si lo que quieres realmente es una conferencia. Hay conferencistas que son muy carismáticos y sus conferencias son súper entretenidas, pero no es la regla. Quizá te beneficie más contratar un evento de payasos o magos. Hay algunos muy buenos especializados en empresas donde, además de la diversión, dejan un mensaje importante.

El tipo de conferencista que contrates necesita estar especializado en el tema que quieres manejar. Recuerda que, a quien contrates para habilidades duras, seguramente no tendrá

muchas competencias como orador. Esa no es su principal habilidad.

Con cuánto tiempo debe apartar la fecha con el conferencista

Puede variar de acuerdo a la agenda de cada uno; pero lo recomendable es entre de mes y medio a dos meses. Si el conferencista que te interesa tiene trabajo, es poco probable que tu fecha este libre con menos tiempo.

En mi caso, no es que todos los días tenga una conferencia, sino que tengo que contemplar también los tiempos de traslado y para descansar. O sea, me contratas por 50 minutos de conferencia; pero los honorarios no sólo contemplan mis habilidades, sino también el tiempo que tengo que invertir para asistir a tu evento.

En una ocasión, una institución de gobierno me contrato en la mañana para una conferencia por la tarde debido a una urgencia. Fue en la ciudad donde estaba y podía disponer del tiempo, pero eso es la excepción.

También me ha pasado que una semana tengo una conferencia el día jueves por la mañana y me llama una empresa para pedirme una

conferencia el miércoles por la tarde al otro lado del país y luego me marca otra para pedirme una conferencia al mediodía del jueves. Exactamente en el horario que me solicitan no tengo comprometida una conferencia, pero podría comprometer los traslados y quedar mal con algún cliente.

Deseo esta guía te dé una mejor referencia de cómo organizar tu evento para tener una Conferencia Magistral.

Para que descargues el Checklist para contratar una conferencia que sea magistral, entra a:

www.arielortuno.com/checklist

Si deseas que te asesoremos en tu evento, déjame un mensaje en www.arielortuno.com/contacto para que uno de mis asesores se ponga en contacto contigo sin ningún compromiso para ti.

Elaborado por

Ariel Ortuño

Conferencista de alto impacto, Autor y Coach de Negocios

www.arielortuno.com