CASE STUDY

Logic2Impact

Da Organização Lógica das Ideias a Apresentações com Elevado Impacto

Um programa de desenvolvimento concebido para ajudar profissionais a organizar ideias complexas, comunicar com clareza e transformar informação em mensagens que apoiam a tomada de decisão e geram impacto organizacional.

1 Contexto & Desafio do Cliente

“As nossas pessoas são tecnicamente muito sólidas, mas muitas vezes as comunicações e as apresentações que realizam são densas, longas e pouco eficazes. Precisamos de os preparar para serem mais eficazes sempre que têm de fornecer informação às outras direções e ao board.”

Foi este o desafio lançado por uma organização do setor do grande retalho para toda a sua equipa de responsáveis da área de planeamento e controlo de gestão.

Exemplos típicos incluíam:

- Equipas de planeamento e controlo de gestão a apresentar informação financeira ao board, com excesso de mapas de Excel, gráficos e números, mas pouca narrativa, priorização ou orientação para a decisão;
- Diretores experientes, com profundo conhecimento do negócio, mas dificuldades em estruturar e comunicar ideias de forma clara, objetiva e influente;
- Apresentações que informavam, mas não ajudavam a decidir;
- Audiências cansadas, confusas ou pouco envolvidas na discussão.

O problema não estava na qualidade da informação nem na competência técnica das equipas.

O desafio estava na capacidade de transformar conhecimento complexo em comunicação clara, estruturada e útil para quem tinha de tomar decisões.

2 Solução

Abordagem Thrive Partners

A Thrive Partners desenvolveu um programa intensivo de estruturação de pensamento e comunicação, assente num método exigente e altamente prático.

Ao contrário de programas baseados em exercícios académicos ou casos simulados, cada participante trabalhou exclusivamente sobre uma apresentação real, já utilizada no seu contexto profissional.

Ao longo de dois dias, essas apresentações foram analisadas, desconstruídas e reconstruídas, permitindo aplicar imediatamente os conceitos ao contexto específico de cada participante.

O método assentou em três etapas complementares e sequenciais.

1) Descobrir a mensagem

Antes de discutir slides, design ou storytelling, o trabalho começou pela clarificação do pensamento.

Os participantes foram desafiados a responder a questões fundamentais:

- Qual é a pergunta que existe na mente da audiência?
- Qual é a resposta que queremos transmitir?
- Qual é a ideia principal da apresentação?

Esta fase permitiu identificar com precisão a mensagem central que deveria orientar toda a comunicação.

Muitas vezes, o principal desafio não era a falta de informação, mas sim a ausência de uma mensagem clara capaz de orientar a construção da apresentação.

2) Estruturar o raciocínio

Com a mensagem principal definida, iniciou-se o trabalho de estruturação lógica das ideias, recorrendo à metodologia da pirâmide de pensamento de Barbara Minto.

As apresentações foram reconstruídas com base em:

- Identificação da ideia principal, key lines e support elements logicamente coerentes, distintos e não redundantes;
- Validação das lógicas vertical (cada nível responde ao “porquê” ou ao “como”) e horizontal (ordem clara e consistente dos argumentos);
- Aplicação do princípio MECE (Mutuamente Exclusivo e Coletivamente Exaustivo);
- Agrupamento e ordenação dos argumentos segundo critérios explícitos;
- Construção do storyboard da apresentação.

Este trabalho permitiu transformar informação dispersa, técnica ou excessiva em mensagens estruturadas, claras e orientadas à decisão.

3) Maximizar o impacto da comunicação

Com o pensamento devidamente estruturado, o foco passou para o planeamento consciente da apresentação e para a forma como a mensagem seria recebida pela audiência.

Nesta fase, os participantes trabalharam o triângulo da apresentação, clarificando:

- O título da apresentação como promessa de valor;
- A caracterização da audiência (quem são, o que sabem, atitude face ao tema);
- A perspetiva do apresentador;
- Os objetivos concretos da apresentação;
- Os benefícios tangíveis para a audiência.

Seguiu-se a organização da apresentação segundo uma grelha simples e rigorosa:

- Abertura: criação de contexto, curiosidade e alinhamento;
- Desenvolvimento: estruturação dos conteúdos em key lines e support elements consistentes;
- Fecho: síntese das mensagens essenciais e reforço dos próximos passos.

Esta etapa garantiu que a qualidade do raciocínio se traduzia numa comunicação clara, envolvente e orientada à ação.

O programa decorreu ao longo de dois dias, permitindo desmontar, reconstruir e afinar profundamente as apresentações, com aplicação imediata ao contexto profissional real de cada participante.

3 Fatores Críticos de Sucesso

O sucesso do programa foi construído com base em oito pilares estruturais.

- Trabalho exclusivo sobre apresentações reais dos participantes
- Aplicação imediata da teoria à prática
- Foco na clarificação da mensagem antes da construção dos slides
- Validação rigorosa da lógica das ideias antes da forma
- Integração entre estrutura de pensamento e planeamento da apresentação
- Ritmo intensivo, permitindo transformação efetiva
- Comparação visível entre a versão inicial e a versão final da apresentação
- Foco permanente na utilidade da informação para quem decide.

thriv

4 Resultados & Impacto

- Maior capacidade dos participantes para estruturar o pensamento antes de comunicar
- Apresentações significativamente mais claras, focadas e orientadas à decisão
- Informação técnica transformada em mensagens compreensíveis e relevantes para diretores e boards
- Aumento da confiança e eficácia em contextos de comunicação exigentes
- Redução do tempo necessário para explicar temas complexos
- Maior capacidade de influência, alinhamento e mobilização das audiências
- Desenvolvimento de uma abordagem estruturada e replicável para qualquer situação de comunicação profissional.

Mais do que melhorar uma apresentação específica, o programa permitiu aos participantes adquirir um modelo de pensamento e comunicação aplicável a qualquer contexto em que seja necessário explicar, influenciar, alinhar ou suportar uma decisão.

No final do processo, as apresentações deixaram de ser exercícios de reporte e passaram a funcionar como instrumentos de comunicação, influência e tomada de decisão, gerando impacto muito superior junto das suas audiências.

thrivpartners

Onde a cultura, liderança e talento prosperam.

Somos uma boutique de consultoria focada em apoiar as organizações a alinhar cultura, liderança e talento de forma a gerar valor sustentável e impacto duradouro.

Saber mais

thrivpartners.com

Redes sociais

LinkedIn

Contactos

Whatsapp

Info@thrivpartners.com