

Leidraad Consult over: Presenteren

De presentatie van uw plannen, de opstart van een nieuwe activiteit of het begin van een vernieuwingstraject. Als manager moet u steeds weer een wervend verhaal paraat hebben om luisteraars enthousiast te maken.

Een combinatie van persoonlijkheid, een neus voor wat aanspreekt, verrassingen, humor en eigenheid. Dingen die u zelf ook kunt leren. Ook als u van nature niet zo'n spreker bent, komt u met een goede voorbereiding, oefening en bijschaven een heel eind.

Een klinkende opening

De eerste klap is een daalder waard. Ook in uw toespraak. Een verrassende inswinger maakt mensen wakker, prikkelt de nieuwsgierigheid en zet uw toehoorders op scherp. Het geijkte 'Dames en heren, van harte welkom op deze informatiebijeenkomst' is prima als u genoeg neemt met geeuwende medewerkers en glazige blikken. Wilt u aandacht, dan opent u met iets ongewoons, een levendige anekdote of toepasselijk citaat bijvoorbeeld.

Een boeiend verhaal

Een aansprekende boodschap, een duidelijke structuur en een spannende presentatie. Dat zijn de ingrediënten voor een boeiend verhaal. Fluitje van een cent, denkt u misschien. Maar hoe komt het dan dat u mensen ziet wegdromen of het geroezemoes toeneemt als u nog maar halverwege uw verhaal bent? Dé toespraak kunnen we niet voor u samenstellen, dat moet u zelf doen.

6 Tips:

1. Ken uw publiek

Weet wie u voor u hebt: of u ze met 'u' of 'jullie' moet aanspreken, of ze in zijn voor een grap, wat ze weten van het onderwerp en of ze geïnteresseerd zijn in wat u te zeggen hebt. Kortom: peil vooraf de temperatuur van uw toehoorders, zo voorkomt u oververhitting of onderkoeling.

2. Weet wat u gaat zeggen

Sommige sprekers vinden voorbereiding verspilde energie. Ze spreken liever voor de vuist weg om 'optimaal te kunnen inspelen op de situatie'. Het resultaat kent u: oeverloos geleuter over oninteressante details, een verhaal dat van de hak op de tak springt en sprekers die er maar geen einde aan kunnen breien. Ook al bent u nog zo'n sprekentalent, u doet er goed aan om tenminste het begin en het einde van uw verhaal op papier te zetten. Oefen van tevoren en schaaft uw presentatie bij. Houd tijdens het spreken een spiekbriefje bij de hand met de kernwoorden van uw verhaal. Verspil uw tijd niet met wat mensen al weten, geef ze iets nieuws, verrassends en laat hun fantasie werken.

3. Breng structuur in uw verhaal

Bruikbaar voor bijna elke presentatie is de drieslag verleden-heden-toekomst. U kunt elk onderdeel opleuken met citaten, gebeurtenissen of beelden. Andere modellen zijn: de VVV-formule (Vertel wat u gaat vertellen; Vertel het; Vertel wat u verteld hebt), de drieslag Nadeel-Voordeel-Conclusie of de indeling Wat-Waarom-Wie-Waar en Hoe. Wat ook goed werkt, is om het centrale thema van uw verhaal te pakken in een aansprekende metafoor. Een thema als 'groei' bijvoorbeeld kunt u van 'kiem' tot 'volle bloei' ontleden. Het leent zich bovendien uitstekend om uit te werken in andere middelen.

4. Houd het kort en simpel

Een kick-off toespraak duurt hooguit een kwartiertje. Spreekt u voor een ander publiek over een complex onderwerp dan mag u er een half uur bij optellen. Langer dan drie kwartier houdt u de aandacht niet vast. Houd uw speech scherp met kernachtige en bondige formuleringen. Vermijd clichés en jargon.

5. Gebruik beelden.

Eén keer zien is beter dan 1000 keer horen. Hebt u leuke dia's of voorwerpen die uw betoog kunnen ondersteunen, laat ze zien! Houd intussen wel contact met uw publiek en zorg dat u met de apparatuur kunt omgaan. Niets is zo tenenkrommend als sprekers die staan te stutelen met beamers of overheadprojectors.

6. Saaie toespraken bestaan niet, alleen saaie sprekers

Moraal: het gaat er niet alleen om wat u zegt, maar ook hoe u het zegt. Regel één is contact te maken met uw publiek: stel vragen, houd oogcontact, loop rond, laat mensen stemmen op een stelling door de vinger op de steken. Kortom: betrek uw gehoor actief bij uw verhaal. Laat niet alleen uw mond maar ook uw lichaam spreken. Gebruik handen en voeten om uw betoog te illustreren, onderstreep uw boodschap met mimiek en gezichtuitdrukking en laat gerust zo nu en dan een stilte vallen voor of na een indringende boodschap.

Een beklijvende hekkensluiter

U kunt nog zo'n goed verhaal hebben, met de uitsmijter bepaalt u of er iets van blijft hangen of niet. Aan het eind van uw toespraak brengt u de rode draad nog eens in beeld. Voorkom dat u in letterlijke herhalingen vervalt of nieuwe zaken aansnijdt die u opeens te binnen schieten. Werk aan een goed slot door uw betoog terug te brengen tot een eenvoudige stelling, een moraal of een slagzin. U maakt het verhaal rond door terug te grijpen naar het citaat of de anekdote die u aan het begin hebt gebruikt.

5 tips:

1. Actualiteit

Nieuws is een prima binnenkomer. Zeker als het om een onderwerp gaat waar mensen direct mee te maken hebben. Neem een actueel bericht (liefst uit de krant van diezelfde dag) en gebruik het als kapstok voor uw verhaal. Het nieuws moet natuurlijk wel iets met uw onderwerp te maken hebben. Bovendien doet positief nieuws (' MKB-Nederland voorspelt een bloeiend jaar voor de detailhandel') het beter dan slecht nieuws, zeker in een nieuwjaarstoespraak.

2. Anekdote

Een kort verhaaltje of anekdote aan het begin is tien keer leuker dan het obligate opdreunen van uw nieuwjaarswens. Maar pas op! Een anekdote is geen mop. Het verhaal moet een duidelijk verband hebben met het onderwerp van uw toespraak anders slaat u de plank volledig mis. Anekdoten vindt u overal om u heen: in de krant, in de kroeg, op het sportveld of in uw bedrijf. Ook persoonlijke belevenissen doen het goed, denk aan Ad Melkert die een discussie over de besteding van de staatskas inleidde met een anekdote over 'Rupsje Nooit genoeg', het boekje dat hij volgens eigen zeggen aan zijn kinderen voorlas.

3. Citaat

Waarom zelf zweten en zwoegen op een prachtige openingszin schrijvers, politici en filosofen het wiel al hebben uitgevonden? Onder het motto 'beter goed gejat dan slecht bedacht' kunt u in uw toespraak naar hartelust gebruik maken van andermans veren, zolang u tenminste de bron erbij vermeldt en niet doet alsof de volzinnen uit uw eigen geniale brein komen.

4. Humor

Een grap als opening breekt het ijs en verhoogt de sfeer. In Amerika is het een beproefd middel om de aandacht te trekken en vast te houden. Nederlanders zijn wat terughoudender met grappen en grollen. Toch kan een grap goed werken. Maar dan moet u er wel 100 procent zeker van zijn dat hij aanslaat en begrepen wordt door uw uw publiek. Niets is zo pijnlijk, voor uzelf en uw publiek, als de doodse stilte na een grappig bedoelde binnenkomer. Bent u wel in voor een leuke grap? Probeer 'm eerst uit op een paar proefkonijnen en voorkom dat u uw toehoorders (onbedoeld) beledigt. Met grappen over politiek of het religie krijgt u misschien wel wat lachers op uw hand, maar u loopt ook het risico dat anderen voorgoed afhaken. Hetzelfde geldt voor grappig bedoelde opmerkingen over het vrouwelijk geslacht: die kunnen écht niet meer.

5. Feiten & cijfers

Een droge opsomming van feiten is ronduit slaapverwekkend. U geeft er een creatieve draai aan door ze spectaculair te verbeelden. Een voorbeeld: 'Onze uitgeverij produceerde het afgelopen jaar zoveel tijdschriften dat ze, aan elkaar geklonken, de weg van Amsterdam naar Barcelona kunnen bestraten. Dit jaar gaan we op weg naar Madrid.' Zeker weten dat zo'n metafoor beter beklijft dan kale cijfers en percentages.

Nog eens 6 tips:

1. Vertel een verhaal

Mensen zijn gek op anekdotes. Begin uw presentatie met een verhaal. Uiteraard moet het een verhaal zijn dat direct door uw publiek wordt begrepen. Gebruik herkenbare situaties.

2. Beperk het aantal opsommingen

Mensen hebben een beperkt geheugen. Reeksen opsommingen zijn dodelijk saai en bovendien moeilijk te onthouden. Maak indien mogelijk gebruik van acroniemen. Wie kent niet de bekende verkoopformule AIDA? Voor wie het niet weet of eventjes is vergeten, AIDA staat voor: attention, interest, desire en action.

3. Lees niet letterlijk voor wat er op uw sheets staat

Ooit was ik eens getuige van een voordracht waarbij de "presentator" weinig anders deed dan hardop voor te lezen wat er op zijn dia's stond. Hij had het apparaat beter in de automatische stand kunnen zetten en het publiek rustig de dia's laten lezen. Het is de taak van de presentator de dia's te op te fleuren met ter zake doende uitleg en bij voorkeur te larderen met voorbeelden die aansluiten bij de ervaring van het publiek.

4. Aansluiten bij de interesse van uw publiek

Verdiep u, voordat u een presentatie gaat geven, in de interesse van uw publiek. Als het publiek niet geïnteresseerd is in het onderwerp, dan zal dit ook niet geïnteresseerd zijn in uw presentatie.

5. Doe wat u beloofd

Zorg dat helder is wat de doelstelling en inhoud van de presentatie wordt. Zo krijgen de toehoorders wat ze is beloofd.

6. De kunst van het weglaten

Niemand zit te wachten op langdradige presentaties en sheets boordevol met feitjes en details. Laat alle details weg die niet ter zake doen en beperk u tot de hoofdzaken. Schrijf uw betoog uit op papier en ga daarna schrappen. Schrap net zo lang totdat u zeker weet dat uw verhaal uitsluitend gaat over de kern van de zaak. Bij presentaties geldt de gouden regel: minder is meer!

Tot slot: 10 fouten

Fout 1: heel veel sheets gebruiken

U doet hiermee een veel te groot beroep op het geheugen en bevattingsvermogen van uw publiek. Vertoon maximaal één sheet per twee tot drie minuten.

Fout 2: denken dat de sheets uw verhaal vertellen

Bij veel presentaties leest de "presentator" letterlijk zijn of haar sheets voor. Bedenk dat de sheets een hulpmiddel zijn: u bent het verhaal!

Fout 3: heel veel details en opsommingen

Details en opsommingen: u wiegt uw publiek er gegarandeerd mee in slaap. Het enige dat u nog hoeft te doen is stilletjes van het podium te verdwijnen. Alles wat u met een plaatje kunt zeggen moet u niet in een tabel presenteren. Alles wat u met een verhaaltje kunt vertellen moet u niet verpakken in dorre opsommingen.

Fout 4: veel vertellen over uzelf en uw bedrijf

Uw publiek is in eerste instantie niet geïnteresseerd naar de geschiedenis van uw bedrijf of organisatie, uw geografische spreiding, uw perfecte service, de kwaliteit van uw product, enz. enz. Het publiek wil iets weten over oplossingen voor hun problemen. Laat het "ik-verhaal" achterwege en concentreer u op de vragen die bij uw publiek leven.

Fout 5: als een zoutzak voor het publiek gaan staan

Veel sprekers blijven stokstijf op hun plaats staan, het liefst achter een flink spreekgestoelte. Hoe meer barrières tussen hen en het publiek, hoe beter het is. Beweeg voor uw publiek. Pendel kalm heen en weer tussen drie vooraf gekozen posities. Uw verhaal wordt automatisch veel levendiger.

Fout 6: niet ingaan op de vragen die bij uw publiek leven

Waarom zouden mensen naar u luisteren? Vanwege uw redenen of vanwege hun eigen redenen? Bedenk dus van te voren goed welke vragen er bij uw publiek leven en hoe u deze het beste kunt beantwoorden. Daar draait het allemaal om.

Fout 7: over van alles en nog wat spreken

Concentreer u op de centrale boodschap die u wilt overbrengen. Laat alles wat deze boodschap niet ondersteunt gewoon weg. Werk volgens de slogan: minder is meer!

Fout 8: onduidelijke doelstellingen

Fout 9: alles uit uw hoofd leren

Een presentatie mag nooit een uit het hoofd geleerd lesje zijn. En schrijf uw presentatie niet woordelijk op.

Fout 10: denken dat u zich niet hoeft voor te bereiden

Zelf de meest ervaren sprekers bereiden zich voor op hun presentatie, ook als ze hetzelfde verhaal al voor de duizendste keer hebben afgedraaid. Goede sprekers verdiepen zich in hun publiek en maken de presentatie telkens net een beetje anders.


Meer weten??


Neem dan gerust contact op!

Wij organiseren over dit thema workshops en trainingen. Ook individuele begeleiding en e-coaching is mogelijk.

Leidraad Consult

Leon Broere

 Billitonstraat 13
3818 CM Amersfoort

 033-4551784 of 06-45275787

 l.broere@leidraadconsult.nl

 www.leidraadconsult.nl