

Hand-out behorende bij de training

Effectief Presenteren



THE LEADERSHIP CORP

Itasc Nederland B.V.
Strijp-S, Videolab 3.038
Torenallee 20
5617 BC EINDHOVEN
040 - 2115020
www.itasc.nl

Itasc Nederland B.V.
WTC Amsterdam
Toren C, level 14
1077 NX AMSTERDAM
020 - 4536522

EEN NADERE KENNISMAKING

Itasc is een 'partner in ontwikkeling' van mensen en organisaties. Trainen is een van de instrumenten die wij hiervoor gebruiken. Daarbij kun je onder andere denken aan trainingen op het gebied van presentatie, gespreksvoering, persoonlijke effectiviteit, leidinggeven en teambuilding.

Trainen betekent oefenen. Vergelijk het met de topsport, waarbij sporters trainen om daarna een goede wedstrijd te kunnen spelen.

Tijdens de training zal de coach in samenwerking met zijn sporters op zoek gaan naar de valkuilen en succesfactoren van iedere sporter. Juist om ervoor te zorgen dat deze valkuilen tijdens de wedstrijd beheersbaar worden en de succesfactoren optimaal worden benut. Tijdens een training is het een 'vallen en opstaan', om vaardiger te worden in de praktijk. Dit geldt voor de topsporter, maar natuurlijk ook voor jou.

Itasc-trainingen zijn praktijkgericht. Leren is doen. Er wordt daarom veel aandacht besteed aan situaties die jij in de praktijk tegenkomt. Ook de in de training behandelde theorie is direct toe te passen in jouw dagelijkse werk.

De onderwerpen uit de training worden hier nog eens duidelijk naast elkaar gezet. Samen met de aantekeningen die je tijdens de training hebt gemaakt ontstaat een persoonlijk handboek, dat je tijdens praktijksituaties kan raadplegen. Daarbij zal je *ontdekken* dat je feitelijk niets nieuws leert. Je weet al zoveel. In de training zal je je veel *herinneren*, zodat je je verder kunt *ontwikkelen*.

'Wat kun jij doen om ervoor te zorgen dat...?' is daarbij een steeds terugkerende vraag. Dat resulteert in de praktijk vaak tot het experimenteren met nieuwe inzichten en pas verworven vaardigheden. Uiteindelijk maak jij natuurlijk de keuze wat je wel en wat je niet actief gaat toepassen in jouw dagelijkse werk.

In dit handboek wordt steeds in de mannelijke vorm gesproken. Dit is gedaan om de leesbaarheid te bevorderen.

We wensen je veel plezier tijdens de training en succes met het toepassen van het geleerde in de praktijk.

Itasc Nederland B.V.

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	4
2.	SAMENVATTING	5
3.	EEN GOED VERHAAL	6
4.	DE VOORBEREIDING	7
4.1	DE KERN VAN HET VERHAAL.....	7
5.	DE OMSTANDIGHEDEN.....	10
6.	DE STRUCTUUR VAN EEN PRESENTATIE.....	12
6.1	EXTERNE STRUCTUUR.....	12
6.2	INTERNE STRUCTUUR	14
7.	MINDMAPPEN	16
7.1	DE MINDMAP EN ONS DENKPROCES	16
8.	ONDERSTEUNING VAN DE PRESENTATIE	20
8.1	VISUELE HULPMIDDELEN.....	20
8.2	AANTEKENINGEN	21
8.3	VERBALE PRESENTATIE	21
8.4	NON-VERBALE PRESENTATIE	22
8.5	ADEMHALING	22
8.6	ONGEWENSTE SITUATIES	23
8.7	TIPLIJST	24
9.	LITERATUURLIJST	25
10.	MEER WETEN OVER DIT ONDERWERP?	26

1. INLEIDING

Deze training is in eerste instantie niet bedoeld om te leren hoe je presentaties voor groot publiek verzorgd, compleet met dia's, slides of andere audiovisuele ondersteuning. Niet omdat dat niet interessant is of omdat daar niet veel over te leren valt, integendeel. Wat echter blijkt in de praktijk van ons werk is dat we het maar zo weinig nodig hebben. Het komt maar weinig voor dat we uitgebreide presentaties houden.

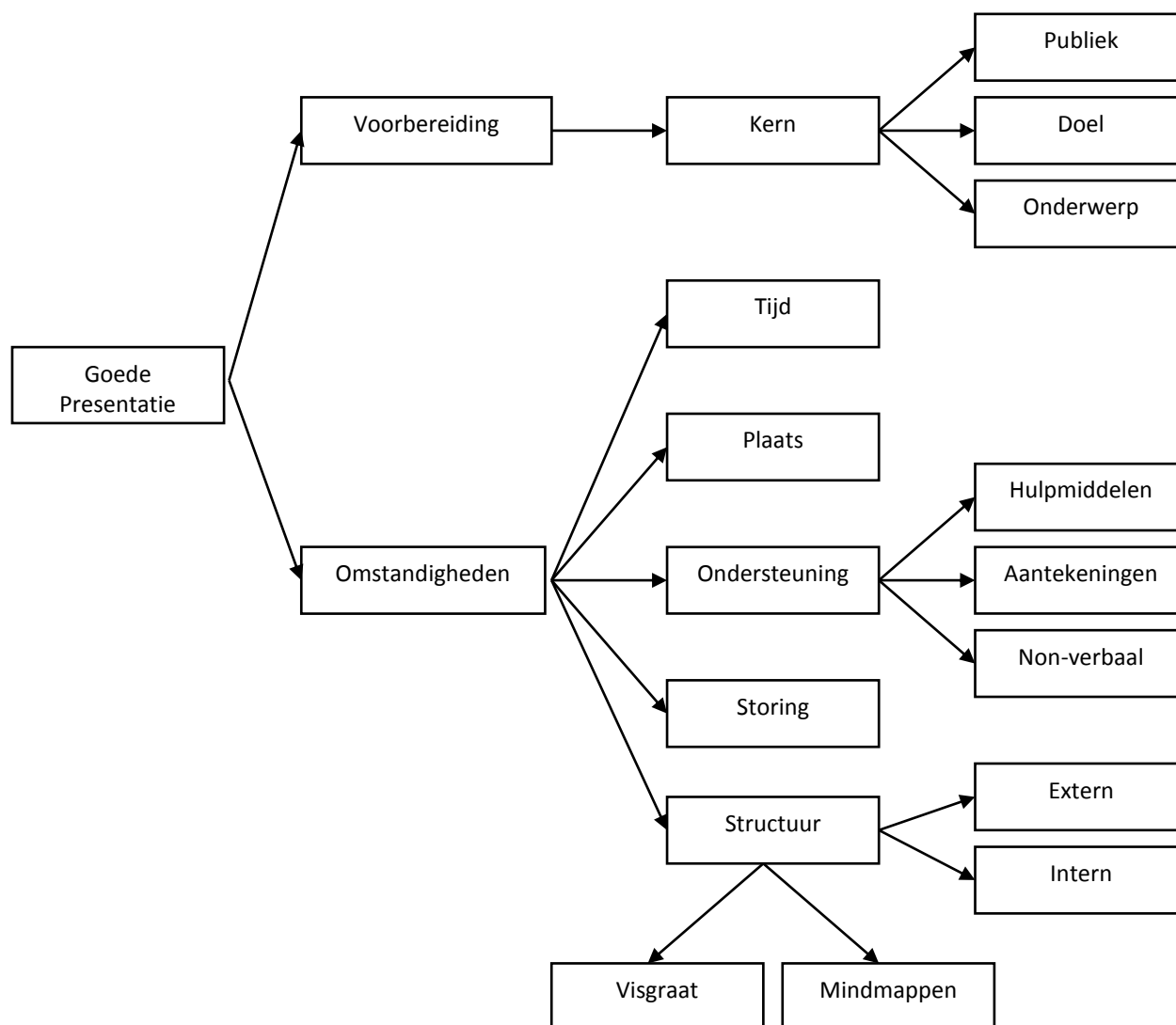
Veel vaker wordt van ons verwacht, dat we, bijvoorbeeld in een vergadering, een goed verhaal kunnen houden; dat we in het kort de essentie van een probleem of een oplossing kunnen weergeven. Nog vaker wordt van ons verwacht dat we 'iets laten zien' van wie we zijn en wat we doen.

Er zijn mensen die met het grootste gemak over zaken als stress of spreekangst heen stappen omdat ze van nature aanleg voor presenteren hebben en zich er geen zorgen over hoeven te maken. Er zijn ook mensen die er met gemak overheen stappen terwijl ze er beter aan doen om even stil te staan bij juist die kleine momenten waarop ze zichzelf presenteren.

In deze hand-out is een presentatie opgesplitst in de voorbereiding, de daadwerkelijke presentatie en het omgaan met allerlei onverwachte / ongewenste situaties. Tot slot volgt er nog een kleine tiplijst.

2. SAMENVATTING

De opbouw van deze hand-out '*Effectief Presenteren*' kan als volgt schematisch worden weergegeven:



3. EEN GOED VERHAAL

“Heren, mij is gevraagd voor u uiteen te zetten wat de gevolgen zijn van de prijs- en accijnsverhoging op de kostprijs per kilometer, en de wijze waarop we daar ten opzichte van klant en concurrent mee omgaan. Zoals u bekend is heeft het kabinet naast de normale inflatieverhoging van 3 eurocent per liter besloten om de accijnzen op benzine te verhogen met 7 eurocent per liter. Over de totale verhoging van 10 eurocent wordt BTW berekend zodat de uiteindelijke verhoging 11,75 eurocent bedraagt. Het gemiddelde verbruik van auto's in ons wagenpark is 1 op 12. Dit betekent dat de verhoging van 11,75 eurocent per liter resulteert in een kostprijsverhoging van 0,95 eurocent per kilometer. Wij berekenen op dit moment een kostprijs van 30 eurocent per kilometer aan onze klanten. Wij kunnen net als onze concurrenten de kostprijs optrekken naar 32 eurocent, of zelfs zoals sommigen doen naar 35 eurocent. Wanneer wij echter in het eerste jaar van de verhoging, 2001, een deel van onze winstreserve gebruiken om zelf deze kostprijsverhoging op te vangen betekent dit dat we ten opzichte van onze klanten op 30 eurocent blijven, terwijl we ten opzichte van onze concurrentie een scherpe prijs stellen.”

Wat een verhaal tot een goed verhaal maakt is wanneer het concreet en inzichtelijk is, aansluit op de informatiebehoefte van de toehoorders, en laat zien dat de wereld minder ingewikkeld is dan we vóór het verhaal nog dachten.

In het hierboven staande voorbeeld heeft de spreker dat gedaan door direct (in zijn eerste zin) de kern van zijn verhaal aan te snijden en door met concrete cijfers en berekeningen te komen.

Eerlijk gezegd roept het verhaal nog wel wat vragen op, bijvoorbeeld hoe groot het gemiddelde prijsverschil *per order* wordt ten opzichte van de concurrent. Met andere woorden: wat wordt er bedoeld met 'scherp'? En natuurlijk willen we weten hoe groot de aanslag is op de winstreserve en wat we gaan doen ná 2001. Dat mag best. Een goed verhaal hoeft niet op alle vragen direct antwoord te geven. Het mag ook vragen oproepen om daarmee de interactie met en de betrokkenheid van het publiek te vergroten.

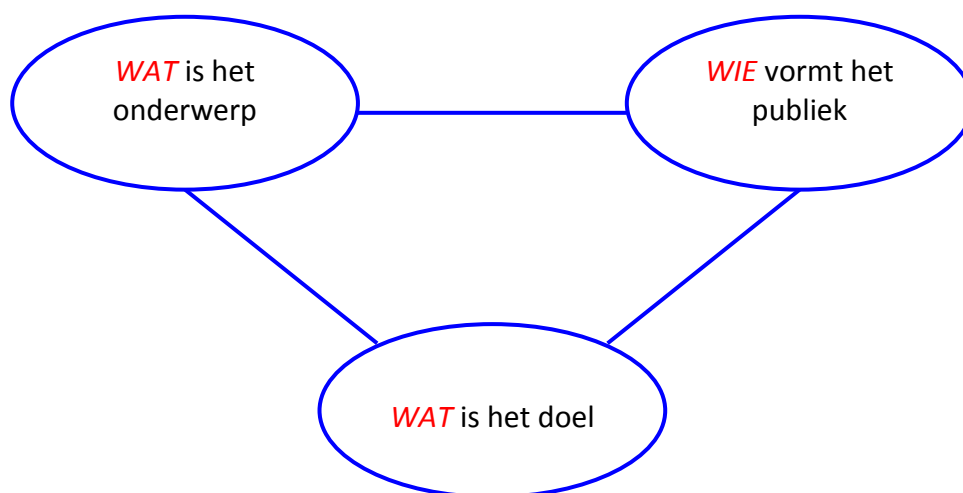
Een goed verhaal is goed voorbereid, dat mag duidelijk zijn. Zelfs wanneer een verhaal geheel geïmproviseerd is, maar wel goed en duidelijk, dan zeggen we; “Dat heeft hij goed voorbereid”. Over die voorbereiding gaat het volgende hoofdstuk.

4. DE VOORBEREIDING

Wanneer je geheel thuis bent in de materie van het verhaal dan zal een korte effectieve voorbereiding voldoende zijn om een goed verhaal op te bouwen en te presenteren. Wordt er echter van je verwacht dat je een presentatie houdt over een onderwerp waar je niet helemaal in zit, dan zal een effectieve voorbereiding wat meer tijd kosten. De voorbereiding richt zich in eerste instantie op de *kern* van het verhaal, en beperkt zich tot het stellen van een aantal logische vragen, die hierna verder worden uitgewerkt.

4.1 DE KERN VAN HET VERHAAL

De kern van een presentatie wordt geconcentreerd rond drie open vragen:



Er bestaat geen eenduidige volgorde in het beantwoorden van deze kernvragen omdat ze elkaar sterk beïnvloeden. Zo beïnvloedt het publiek vaak het doel, en samen bepalen zij de inhoud, terwijl we met de inhoud ook weer het publiek kunnen selecteren. We beginnen hier met het publiek en gaan dan van doel naar inhoud.

Publiek

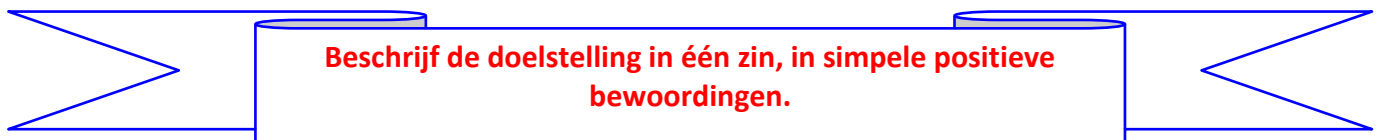
Om een inschatting te krijgen van het publiek kun je stilstaan bij de volgende vragen:

- Wie zijn er aanwezig bij mijn presentatie?
- Welk belang hebben zij bij het onderwerp?
- Hoe groot is hun kennis met betrekking tot het onderwerp?
- Waar ligt hun interesse of waarover nemen zij straks een besluit?
- Voor welk soort informatie zijn zij het meest gevoelig?
- In hoeverre beïnvloeden zij het doel en de inhoud van de presentatie?

Doel

Vaak is het lastig om het doel van een presentatie vast te stellen. Wat je kan helpen is door dit te bespreken met degene die jou gevraagd heeft om de presentatie te houden. De voorbereiding bestaat uit twee delen; eerst de doelstelling zelf en vervolgens een aantal relevante vragen.

Houdt voor de doelstelling het volgende in gedachte:



Stel jezelf de volgende vragen:

- Wat is het doel van deze presentatie voor het publiek?
- Wat wil ik zelf bereiken met deze presentatie?
- Welke boodschap moet er worden overgebracht?
(informatie, overtuiging, enthousiasme, geruststelling)
- Wat moet het effect zijn op het publiek?
(enthousiast raken, actie ondernemen, voorstellen doen, rustig worden)

Onderwerp

Omschrijf nu in enkele zinnen de voorlopige inhoud van het verhaal dat je gaat presenteren. De definitieve inhoud gaan we later pas invullen. Hier geef je niets anders dan een kader, waarbinnen je het verhaal gaat opbouwen.

De voorbereiding van de inhoud van het kernverhaal verloopt in een aantal stappen. Deze stappen zijn:

1. Verzamelen en inventariseren van alles wat er aan informatie met betrekking tot het onderwerp te krijgen is.
2. Selecteren van die onderdelen die je kunt gebruiken bij jouw presentatie. Label de onderdelen in termen van essentieel, nuttig, leuk, voorbeeld enz.
3. Structuur bepalen van de presentatie en daarmee de opbouw maken van het kernverhaal.
4. Hulpmiddelen inventariseren en selecteren en daarmee de vorm bepalen van je presentatie.
5. Het verhaal maken en voorzien van aantekeningen.

Samen bepalen deze drie items de kern van je presentatie. Daarnaast is het van belang om aandacht te besteden aan de omstandigheden waarin je de presentatie uitvoert.

5. DE OMSTANDIGHEDEN

Nu de kern van je presentatie vaststaat is het van belang dat je aandacht hebt voor de omgevingsfactoren die een rol spelen bij de presentatie. Je kunt hierbij denken aan:

- De fysieke plaats (locatie);
- De logische plaats (programma);
- De beoogde tijdsduur;
- De aanwezigheid van hulpmiddelen;
- De aanwezigheid van mogelijke storingen;
- Jouw eigen persoonlijke voorbereiding.

Ook hier geldt geen bepaalde volgorde, omdat het één in het ander grijpt. We behandelen de onderwerpen willekeurig.

Logische plaats

Om te beginnen kijken we naar de logische plaats die de presentatie inneemt in het programma. Staat de presentatie op zichzelf of maakt zij onderdeel uit van een programma, bijvoorbeeld een vergadering of een conferentie. Wanneer dit het geval is, doe je er goed aan te weten wat er in de rest van het programma gebeurt om hier zoveel mogelijk bij te kunnen aansluiten. De logische plaats kan ook bepalend zijn voor het aandachtsniveau van het publiek.

Tijdsduur

Ook de beoogde tijdsduur van de presentatie is van belang. In een vergadering kan een presentatie van vijf minuten al als lang worden ervaren, waar op een conferentie vijftien minuten toch al gauw een minimum is. Daarbij doet zich ook de vraag voor in hoeverre de beoogde presentatie in- of exclusief vragen vanuit het publiek is. Bij een vijf minuten durende presentatie (of korter) zal je ook sneller tot de kern van het verhaal moeten komen.

Fysieke plaats

Een belangrijk onderwerp in de voorbereiding van de presentatie is ook de fysieke locatie waar de presentatie wordt gehouden. De grootte, de inrichting, de opstelling van het publiek zijn hierbij van belang, maar ook het al of niet gebruik kunnen maken van hulpmiddelen als overhead, flip-over of video e.d.

Hulpmiddelen

Daarmee komen we vanzelf op de hulpmiddelen uit. In het kader van de voorbereiding kun je denken aan het inventariseren van de mogelijkheden. Een bord of een flip-over is snel geregeld, maar voor een overhead of dia's moet je vaak de ruimte kunnen verduisteren terwijl video of PC met transview speciale voorbereiding met betrekking tot apparatuur vergt. Controleer voor aanvang alle apparatuur, zodat je niet voor ongewenste verrassingen komt te staan.

Als je bij een presentatie voor een grotere groep gebruik maakt van microfoons en versterkers, zorg dan dat je goed weet hoe de apparatuur werkt, en dat je weet waar je technische ondersteuning kunt krijgen. Het is ook erg belangrijk dat je *altijd* extra batterijen bij je hebt, want niets is zo pijnlijk als een microfoon die opeens niet meer werkt.

Storingen

De factor storingen speelt in de meeste voorbereidingen geen enkele rol. Alleen ervaren presentatiehouders weten dat een goed verhaal volledig ten onder kan gaan ten gevolge van bijvoorbeeld het geluid van een kloppboormachine elders in het gebouw. Verstoorders van jouw presentatie zijn niet wenselijk en dus moet je ze zoveel mogelijk zien te voorkomen. Enkele veelvoorkomende verstoorders zijn:

- De koffie- / theeronde;
- Verbouwingen en andere geluidsoverlast;
- De telefoon in de zaal of piepers en mobiele telefoons in het publiek;
- Niet werkende apparatuur;
- Iemand die te laat binnen komt of opeens de ruimte verlaat.

Als er zich een storing voordoet gebruik dan altijd de *storing-stop regel*. Deze houdt in dat jij de presentatie stopt op het moment dat zich een storing voordoet. De aandacht van het publiek gaat *altijd* naar de stoorzender, dus wacht tot de storing voorbij is voordat je verder gaat.

Persoonlijke voorbereiding

Bij je persoonlijke voorbereiding kun je vooral denken aan het kennen van je verhaal als ook het kunnen omgaan met vragen die daar net buiten vallen. Daarnaast is rust belangrijk en het op je gemak voelen in de omgeving. Daarbij hoort bijvoorbeeld ook dat je jezelf aanpast aan die omgeving. Verder kun je denken aan het hebben van aantekeningen als ondersteuning voor je verhaal.

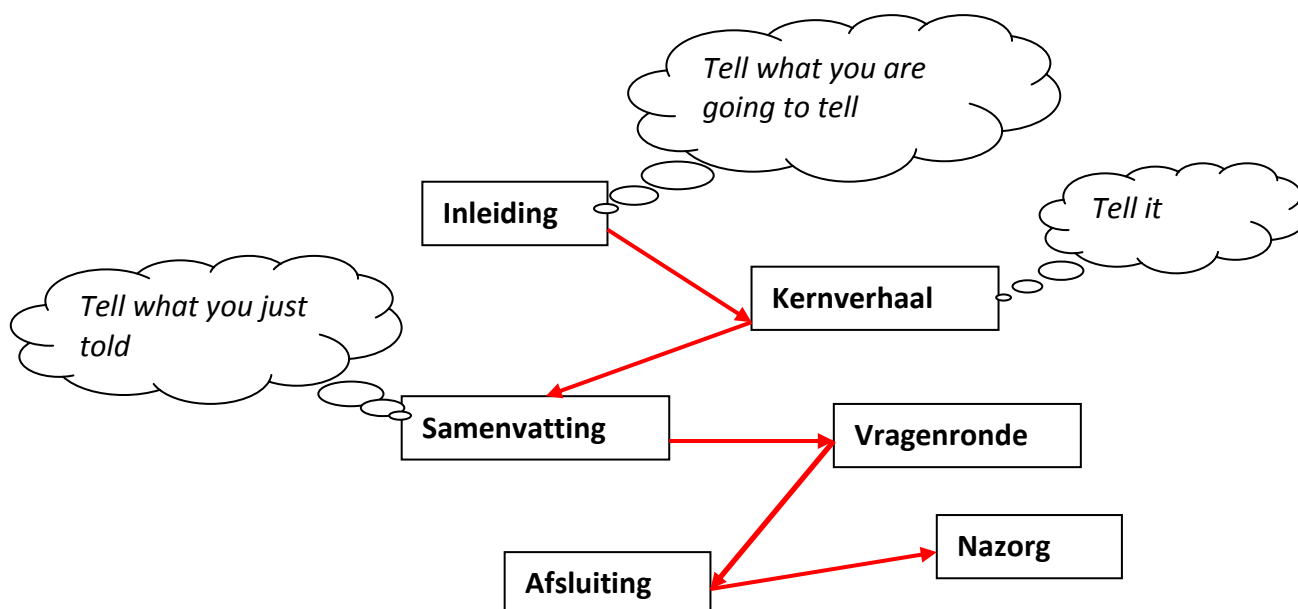
Verderop in deze hand-out staan enkele belangrijke tips die je bij de voorbereiding van de presentatie kunnen helpen.

6. DE STRUCTUUR VAN EEN PRESENTATIE

Vaak is de inhoud van jouw presentatie nieuw voor het publiek of bevat het nieuwe informatie die aan moet sluiten bij hetgeen de toehoorders weten. Het is daarom nuttig om structuur aan te brengen in de presentatie, opdat de inhoud daardoor gemakkelijker wordt onthouden. Daarbij is zowel de externe als de interne structuur van belang.

6.1 EXTERNE STRUCTUUR

De externe structuur is de zichtbare structuur in het geheel van je presentatie. Onderscheidende fasen in deze structuur zijn:



Inleiding

De inleiding is vooral bedoeld om de presentatie aan te kondigen en het publiek als het ware *in te tunen* op het onderwerp. Daarnaast kun je in de inleiding enkele zaken regelen zoals de interactie met publiek.

Aandachtspunten bij de inleiding zijn:

- Jezelf voorstellen (indien nodig);
- Het belang van het onderwerp benadrukken;
- Iets vertellen over tijdsduur en opbouw;
- Interactie met het publiek bespreken;
- Aankondigen van de nazorg (schriftelijke informatie achteraf).

Samenvatting

De samenvatting is vooral bij grotere presentaties van belang. Met de samenvatting zet je het publiek nog een keer op het spoor en leid je ze van uitgangspunt tot conclusie van jouw verhaal. Het is niet de bedoeling dat je in de samenvatting nieuwe zaken naar voren brengt. Je beperkt je tot een verkorte opsomming van datgene dat je in je presentatie hebt verteld.

Vragenronde

De vragenronde wordt meestal aan het eind van de presentatie geplaatst. Je kunt echter ook kiezen voor een interactieve presentatie waarbij de vragen tussendoor gesteld kunnen worden. Je regelt dat in de inleiding. In het laatste geval zal de vragenronde als onderscheidende fase vervallen.

Afsluiting

De afsluiting vermelden we apart omdat het uiteindelijk de belangrijkste fase van de presentatie is. Bedenk dat Mozart en Verdi in hun opera's al begrepen hadden dat het slot van een voorstelling het meest blijft hangen. Zij werkten aan hun 'Grande Finale' en het is goed als wij ook de nodige zorg besteden aan de afsluiting. Laat het niet aflopen met een gemompeld 'Dit was het dan', maar zorg dat je presentatie 'blijft hangen' ook als jij al lang bent vertrokken.

Nazorg

De nazorg van jouw presentatie kan bestaan uit het verstrekken van schriftelijk naslagwerk of uit het simpele feit dat je aanwezig bent voor persoonlijk napraten met leden van je publiek. Leg eventuele afspraken die je hierbij maakt vast en kom ze na want vaak is dat belangrijker dan je presentatie zelf.

6.2 INTERNE STRUCTUUR

In het voorgaande overzicht hebben we het kernverhaal overgeslagen. Niet omdat daarover niet veel valt te zeggen maar omdat het kernverhaal een eigen *interne* structuur kent. Deze structuur wordt bepaald door de inhoud en het doel van de presentatie en zit besloten in de voorbereiding van het kernverhaal. Enkele voorbeelden van interne structuur in het kernverhaal zijn:

Chronologisch

Te gebruiken wanneer je bijvoorbeeld verslag doet van een gebeurtenis of een proces.

Geografisch

Te gebruiken wanneer in jouw verhaal verschillende processen op verschillende locaties plaatsvinden.

Methodisch

Te gebruiken wanneer je in jouw verhaal een aantal te vervolgen stappen in een proces omschrijft.

Evaluerend

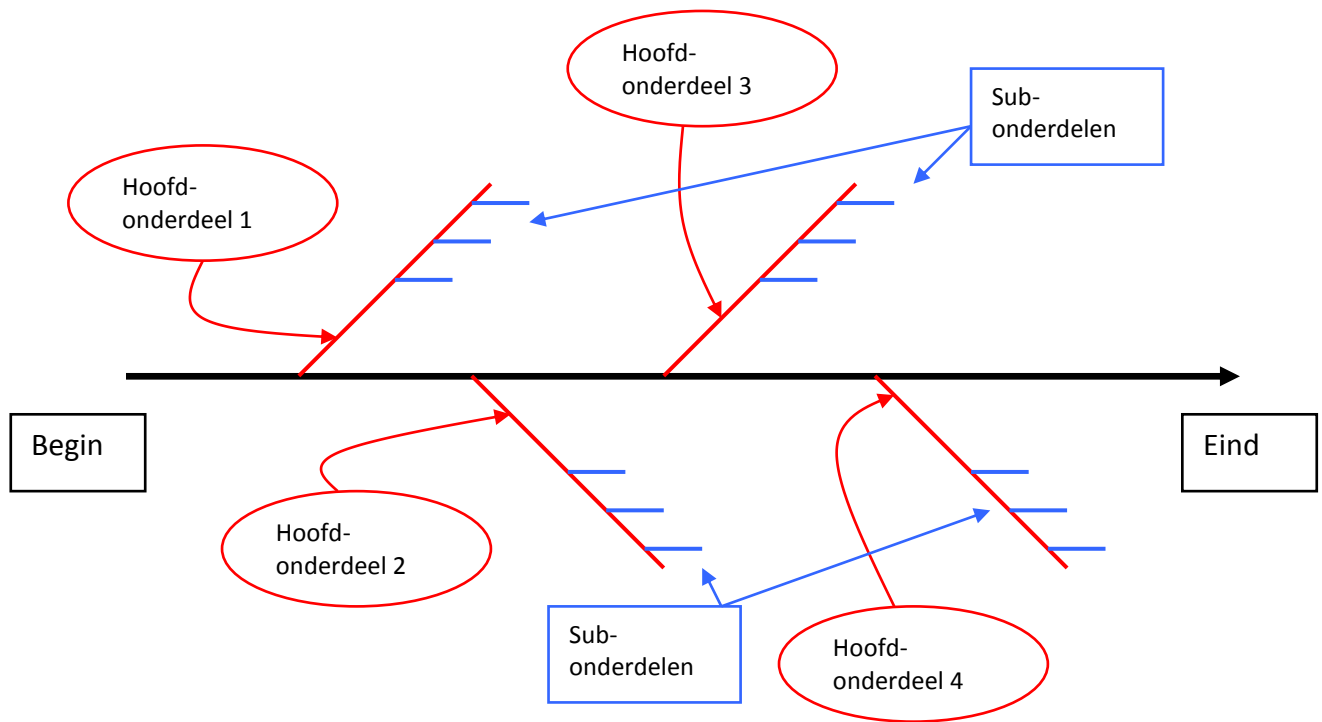
Te gebruiken wanneer je in jouw verhaal een aantal alternatieven naast elkaar wilt plaatsen om te beslissen welke het beste is.

Thematisch

Hierbij behandel je een aantal thema's rondom het hoofdonderwerp. De samenhang of volgorde is hier wat minder aanwezig. Het belang van een goede inleiding des te meer.

De interne structuur van het kernverhaal is terug te vinden in de hoofdonderdelen en in de subonderdelen. Hierin kunnen wel combinaties voorkomen, zoals een thematische hoofdstructuur met een chronologische substructuur.

Bij de uiteindelijke opbouw van je verhaal, en ook bij het maken van aantekeningen helpt het visgraatmodel zoals in het volgende schema om zowel de structuur vast te houden als in het *coachen* van je eigen presentatie. Een andere manier om de opbouw van een presentatie schematisch weer te geven is met behulp van een zogenaamde 'mindmap'. Hierover gaat het volgende hoofdstuk.



7. MINDMAPPEN

Bij het stellen van doelen is het cruciaal om zowel je *creativiteit* de ruimte te geven als een goede *structuur* aan te brengen. Om te komen tot een inspirerende en effectieve combinatie van beiden, wordt hieronder ingegaan op de techniek van het mindmappen.

7.1 DE MINDMAP EN ONS DENKPROCES

De techniek van het mindmappen is gebaseerd op onderzoek, waaruit gebleken is dat bepaalde functies op specifieke plaatsen in de hersens vervuld worden. Voor het gemak spreken wij over de rechter en de linker hersenhelft. In de rechterhelft vinden overwegend creatieve en beeldende processen plaats. De linkerhelft wordt vooral gebruikt voor structurering en analytisch denken.

Als wij proberen beide helften tegelijk te gebruiken, gaat veel energie verloren, doordat continu wordt overgeschakeld van de linker- naar de rechterhelft en vice versa. Daarnaast is er het gevaar van teveel nadruk op de creatieve helft of de analytische helft van onze hersenen.

De mindmap-techniek geeft hiervoor een oplossing. Deze techniek stelt je namelijk in staat je eerst te concentreren op de informatie en ideeën (linkerhelft) en pas daarna op de volgorde, structuur en bruikbaarheid (rechterhelft).

De belangrijkste functies van de beide hersenhelften worden hierna aangegeven:

7.2 SPELREGELS VAN HET MINDMAPPEN

LINKER HERSENHELFT Structuur / weergeven	RECHTER HERSENHELFT Inhoud / kern
Analytisch Taal Rekenen Lijnen Logica Analyse Beredeneren Lineair Digitaal	Creatief Beelden / verbeelding Ritme / muziek Kleur Automatismen Intuïtie Dagdromen Perspectief Emotie Associaties Geheugen

Bij het maken van een mindmap wordt een aantal spelregels gebruikt.

1. *Het onderwerp*
Moet centraal staan en een datum bevatten. Er omheen wordt een 'wolk' of een andere tot de verbeelding sprekende omkadering getekend.
2. *Het te gebruiken materiaal*
Gebruik blanco A3 of A4 papier, zonder ruitjes of lijntjes (dat leidt af). Leg het papier dwars, met de gaatjes aan de bovenkant (als je de mindmap dan in een map doet, kun je hem lezen).
3. *Schrijfmiddelen*
Gebruik stiften met een dunne punt (met een dikke punt loopt de tekst vol, en kun je hem niet meer lezen) en gebruik veel verschillende kleuren.

4. *De opbouw van de mindmap*

Trek lijnen vanuit het centrum (de wolk). Let op dat ze elkaar niet kruisen. De lijnen moeten aaneengesloten zijn en de teksten worden boven de lijnen geschreven. De tekst dichtbij het centrum betreft een aantal hoofdbegrippen, die naar de randen van het papier toe verder worden onderverdeeld in steeds specifiekere en concretere deelaspecten.

5. *Kleuren*

Gebruik veel verschillende kleuren. Dat roept creatief denken op, is levendig en maakt elke mindmap daardoor anders. Hierdoor wordt de mindmap beter leesbaar en je kunt extra signaleringen aangeven. Geen geel gebruiken, dat kun je niet goed lezen op wit papier.

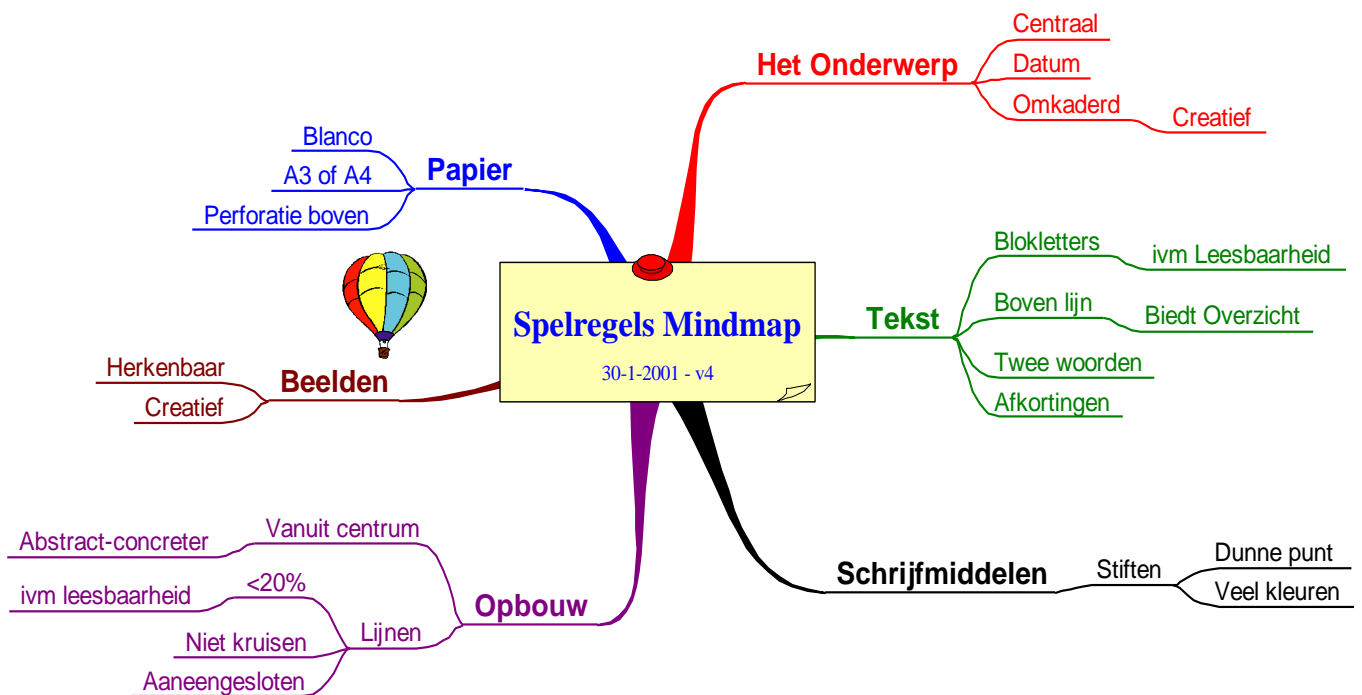
6. *De tekst*

Schrijf de tekst boven de lijnen, in blokletters, dat is beter leesbaar en schrijf langzamer, waardoor je meer tijd hebt om te denken. Schrijf horizontaal (dat geeft een beter overzicht, maximaal 20% schuin, anders moet je het papier steeds verschuiven). Het maximale aantal woorden per lijn is twee, afkortingen mogen gebruikt worden en beelden mogen ook, dat is creatief, maar je moet ze wel direct kunnen herkennen.

Om dit geheel nog extra duidelijk te maken staan deze spelregels op de volgende bladzijde nog eens in een mindmap verwerkt.

7.3 DE MINDMAP EN HET MAKEN VAN PRESENTATIES

Er is weinig fantasie voor nodig om de werkvorm van het mindmappen te koppelen aan het stellen van doelen. Het is een beproefde methode om een persoonlijk plan van aanpak uit te werken. Zoals je in de training reeds hebt kunnen ondervinden, is het grote voordeel dat we makkelijker tussen verschillende 'grootheden' als rollen, hoofddoelen, subdoelen en concrete acties heen en weer kunnen springen. De mindmap bewaakt immers 'als vanzelf' de structuur en geeft jou nog meer vrijheid om een doordacht en effectief plan te ontwikkelen.



8. ONDERSTEUNING VAN DE PRESENTATIE

In dit hoofdstuk gaan we in op enkele ondersteunende aspecten van de presentatie. Daarbij kun je denken aan visuele hulpmiddelen maar ook aan ademhalingsstechniek en tips voor ongewenste situaties. Hierna worden deze aspecten verder uitgewerkt.

8.1 VISUELE HULPMIDDELEN

Visuele hulpmiddelen kun je gebruiken om het auditieve geheel van je presentatie te ondersteunen. Visuele informatie blijft over het algemeen beter hangen dan auditieve informatie, oftewel 'plaatjes zeggen meer dan praatjes'. In de praktijk is hierin echter een misverstand ontstaan doordat steeds meer presentatoren hun tekst in beeld hebben gebracht door overheadsheets met tekstregels te vullen. Tekst is echter geen plaatje en blijft op deze wijze minder goed hangen dan het gesproken woord. Let er echter wel op dat je niet zomaar ieder hulpmiddel altijd kunt inzetten. Het onderstaande schema kan je helpen bij de keuze voor het juiste hulpmiddel.

Gebruik niet teveel verschillende hulpmiddelen. Niet alleen is het lastig om te regisseren maar ook leidt het de aandacht van je publiek af. De kunst zit 'm in de eenvoud van je presentatie.

HULPMIDDEL vs. AANTAL PERSONEN		KIJKAFSTAND vs. TEKSTGROOTTE	
<u>Hulpmiddel</u>	<u>Aantal pers.</u>	<u>Afstand tot scherm</u>	<u>Min. tekstgrootte</u>
Whiteboard / flip-over	1	5 tot 10 meter	10
Overheadprojectie	50		
Diaprojectie	100	10 tot 15 meter	14
Videoscherm (beeld 70 cm)	15		
Computer met transview	50	15 tot 20 meter	18

8.2 AANTEKENINGEN

Het is aan te raden om tijdens de presentatie gebruik te maken van aantekeningen. Zelfs als het verhaal volledig bekend is, is het handig dat je een rode draad voor jezelf hebt. Denk aan onverwachte situaties die je kunnen afleiden. Gebruik nooit je visuele materiaal als aantekening (Sheetshuffle).

Een uitstekend hulpmiddel voor aantekeningen is natuurlijk de mindmap die we hiervoor gezien hebben. Niet alleen kun je daarmee op koers blijven voor wat betreft jouw presentatie maar je kunt ook jezelf coachen. Je kunt onderweg beslissen om een subonderdeel te laten vallen vanwege tijdgebrek, terwijl de presentatie als geheel intact kan blijven. Dat is beter dan het einde af te raffelen.

Een ander aangeprezen systeem is het werken met kleine aantekenskaartjes die je als een stapeltje in je hand houdt. Daar kan natuurlijk geen uitgebreide tekst op staan die je opleest, maar een woord, een thema of een plaatje kan voldoende zijn. Tenslotte kun je ook de gehele tekst uitschrijven, maar bewaar die optie voor officiële gelegenheden waar een zorgvuldig geformuleerde tekst op z'n plaats is en waar lezen van de tekst niet vervelend wordt gevonden. Bedenk dan wel dat je het publiek moet blijven aankijken en gebruik dus een helder en groot lettertype.

8.3 VERBALE PRESENTATIE

Veel hangt af van jouw verbale vermogens tot presenteren. Dat betekent dat je met jouw woordkeus bij het publiek een beeld moet oproepen waarmee de boodschap overkomt en het doel bereikt wordt.

Hieronder geven we enkele tips voor je verbale presentatie:

- Maak gebruik van beeldende taal;
- Gebruik korte woorden en kernachtige zinnen;
- Gebruik voorbeelden en anekdotes om het beeld te ondersteunen;
- Maak gebruik van spreektaal, niet van schrijftaal;
- Maak gebruik van actieve werkwoordsvormen;
- Wees concreet in je woordkeus;
- Vermijd taalvaagheden.

8.4 NON-VERBALE PRESENTATIE

Veel mag dan afhangen van je verbale vermogens, nog belangrijker is je non-verbale presentatie. Ook hier geldt dat plaatjes (het beeld) meer zeggen dan praatjes (het woord).

We geven hier enkele tips voor de belangrijkste non-verbale aspecten:

- Neem een rustige (bij voorkeur staande) houding aan;
- Houd spanning in je onderarmen, maak ze actief;
- Blijf rechtop staan, ook achter een lessenaar;
- Doseer je gebaren, gebruik ze ter ondersteuning;
- Laat een gebaar een beeld oproepen, het moet passen in het verhaal;
- Houd goed oogcontact met het publiek;
- Verdeel je oogaandacht over alle hoeken van je publiek;
- Let ook op je gezichtsuitdrukking;
- Gebruik je gezichtsuitdrukking net als gebaren ter ondersteuning;
- Articuleer goed, dan past je tempo zich automatisch aan;
- Maak gebruik van hoogte- en volumevariatie van je stem.

8.5 ADEMHALING

Bij spreken bestaat er een koppeling tussen adembeweging en stemgebruik. Een oppervlakkige, hoge ademhaling kan nadelig werken op je stem, vooral als er iets meer van je stem gevraagd wordt (presentaties houden e.d.). Een 'buikflank' ademhaling is een voorwaarde voor ademsteun, d.w.z. een juiste ademspanning, en voor een goede coördinatie tussen stemgebruik en ademgebruik.

Een ontspannen ademopbouw gaat uit van de onderkant van je lichaam. Dit betekent dat de adembeweging voelbaar is in je rug en bekkenbodem. Het is alsof de beweging begint bij de bekkenbodem.

Tijdens het inademen verbreden je borst en rug zich en je buik zet uit naar voren. De inademing voelt moeiteloos aan en de beweging van je borst en buik zijn één.

Als je er moeite voor moet doen, als je echt adem moet 'halen', waarbij je adembeweging voelbaar is aan de voor- en bovenkant van je lichaam, dan is je ademhaling te gespannen. Dit merkt het publiek aan een verhoging van je stemhoogte en een versnelling van je spreektempo. Neem dan een adempauze en kijk nog eens in je aantekeningen. Zoek het spanningsveld en probeer daar iets aan te doen. Desnoods meld je het publiek dat je gespannen bent.

8.6 ONGEWENSTE SITUATIES

Ondanks de beste voorbereidingen kan er toch een onverwachte en / of ongewenste situatie ontstaan tijdens de presentatie. We bespreken hier enkele voorbeelden en geven tips in het omgaan met die situaties.

Geluidsoverlast

Onverwacht geluidsoverlast kan storend zijn voor je presentatie. Probeer bij beperkt geluidsoverlast met enige stemverheffing je presentatie voort te zetten, maar forceer niet. Je kunt ook een pauze inlassen om te zien of je het geluidsoverlast kunt tegengaan. Begin na je pauze altijd met een korte samenvatting zodat je publiek weet waar je was gebleven.

Pratend publiek

Wanneer het publiek onderling begint te praten betekent dit dat voor hen de presentatie niet zo interessant is. Beperk het praten zich tot een klein deel van het publiek dan ligt dat veelal aan de aandachtscurve van degene die praat. Is de verslapping van aandacht algemeen in het publiek dan ligt de oorzaak eerder bij jouw presentatie.

Besteed in zulke gevallen aandacht aan de verstoring. Het meest zuiver doe je dit door je presentatie te onderbreken en te vragen welke vragen het publiek heeft of wat er wellicht niet duidelijk is.

Onverwachte / ongewenste vragen

Wees blij dat het publiek vragen stelt, het verhoogt de interactie en daarmee de aandacht voor jouw presentatie. Onverwachte vragen komen meestal voort uit het feit dat je in je inleiding niet duidelijk hebt gemaakt of en wanneer het publiek vragen kan stellen.

Ongewenste vragen zijn die vragen waar je niet direct een antwoord op kunt of wilt geven. Wees eerlijk en probeer de vraag buiten de presentatie om te beantwoorden.

Maak vragen algemeen door ze even te herhalen, door het overige publiek te betrekken bij zowel de vraag als het antwoord.

8.7 TIPLIJST

- Begin op tijd;
- Organiseer je werkplek, neem de tijd voor je laatste voorbereiding;
- Blijf rechtop staan en houdt je onderarmen actief;
- Stel jezelf voor (indien nodig);
- Vertel hoe je je presentatie opbouwt, hoelang het gaat duren;
- Spreek af wanneer en hoe het publiek kan reageren;
- Zorg voor een boeiende opening die de aandacht vasthoudt;
- Blijf bij gebruik van visualisatie je publiek aankijken;
- Leg de aandacht van het publiek daar waar het moet;
- Schakel apparatuur uit als je de aandacht op jezelf wilt vestigen;
- Gebruik altijd aantekeningen;
- Praat in spreektaal;
- Maak gebruik van mimiek en gebaren ter ondersteuning;
- Geef een heldere samenvatting aan het eind;
- Sluit na de vragenronde zelf af, met een duidelijke afsluiting;
- Bedank het publiek voor hun aandacht;
- Maak duidelijke afspraken over nazorg en kom die na;
- Evalueer met jezelf, collega of opdrachtgever je eigen presentatie.

9. LITERATUURLIJST

- Tony Buzan – *Gebruik je verstand*, ISBN 9032505300
- Jan Willem v/d Brandhof – *Gebruik je hersens*, ISBN 9055133396
- Anne v/d Meiden – *Over spreken gesproken*, ISBN 90-01583407
- Drs. Corriejanne Timmers – *Effectief Communiceren*, ISBN 90-14039018
- John Gray – *Mannen komen van Mars, vrouwen komen van Venus*, ISBN 9027431396
- Micheal Kahn – *De Toa van het gesprek*, ISBN 906010272x
- Milhaly Csikszentmihaly – *Flow*, ISBN 9053525084
- Prof. Dr. Hans Galjaard – *Alle mensen zijn ongelijk*, ISBN 9050182410
- Spencer Johnson – *The one minute salesperson*, ISBN 9020422510
- Ron Willingham – *Integrity Selling*, ISBN 0-385-23909-2

10. MEER WETEN OVER DIT ONDERWERP?

Wil je meer weten over dit onderwerp of over andere trainingsprogramma's van Itasc? Of over de mogelijkheden van op maat gemaakte assessments, persoonlijke coaching en opleidingsprogramma's? Neem dan contact met ons op.

Naast klassikale trainingen ontwikkelt Itasc in eigen beheer e-learningmodules. Deze modules hebben leiderschap, management, commerciële en communicatiethema's als onderwerp. Daarnaast ontwikkelen wij in opdracht maatwerk e-learning programma's. Als een organisatie een opleidingsvraagstuk heeft dat met e-learning aangepakt kan worden dan verzorgen wij het volledige traject van ontwerp, ontwikkeling en implementatie.

Op de Itasc site vind je een schat aan informatie. Van nuttige en leerzame videofragmenten, tot hand-outs van veel gevraagde trainingen, tot inspirerende 'mini-trainingen' en de Itasc aanbevolen boekenlijst met daarop de boeken die wij van harte kunnen aanbevelen en nog veel meer. Ga naar onze site en ontdek deze schat aan waardevolle informatie.

Ga voor meer informatie naar www.itasc.nl

Voor vragen kun je uiteraard telefonisch contact met ons opnemen via telefoonnummer 040 – 2115020 of je kunt ons een email sturen: itasc@itasc.nl.



THE LEADERSHIP CORP

Itasc Nederland B.V.

Strijp-S • Videolab 3.038 • Torenallee 20 • Eindhoven • 5617 BC Eindhoven • Telefoon: +31 (0)40 – 2115020
WTC Amsterdam • Toren C, Level 14 • Strawinskylaan 1451 • 1077 XX Amsterdam • Telefoon: +31 (0)20 – 4536522

itasc@itasc.nl • www.itasc.nl