



Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam
Zwolle • Utrecht • Arnhem • Amersfoort • Breda
Eindhoven • Maastricht • Brussel • Antwerpen

Ace! E-book



Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	1
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 1. INLEIDING	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.01 RETORICA	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.02 POWERPOINTTIJGERS	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.03 OVERBODIG.....	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.04 CONSULTANTS.....	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.05 EINDE VAN POWERPOINT	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06 PERFECTE PRESENTATIES IN 10 STAPPEN	3
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.01 DE WET VAN DE 3 V'S: VOORBEREIDEN, VOORBEREIDEN, VOORBEREIDEN.....	4
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.02 UW DOELSTELLING IS EMOTIONEREN	4
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.03 WEES EMOTIONEREND	4
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.04 GEBRUIK LICHAAMSTAAL.....	4
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.05 DE MAGIE VAN HET GETAL 3.....	5
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.06 ONE-LINERS.....	5
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.07 SHEETS 'JA', BULLETS 'NEE'	5
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.08 WIJK AF	5
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.09 GEEN DISCUSSIE OVER INDIVIDUELE BELANGEN	5
HET GEVEN VAN PRESENTATIES - 2.06.10 HANTEER DE STANDAARD PRESENTATIEREGELS	6
DISCLAIMER	6

Het geven van presentaties - 1. Inleiding

Een idee alleen is niet genoeg, zelfs een juichend businessplan overtuigt niet. Een sterke lobby wil wel helpen, maar uiteindelijk geeft een presentatie vaak de doorslag bij het nemen van beslissingen. De medewerker die zijn plan moet presenteren in het managementteam, de manager die moet presenteren voor de directie, de directeur die sheets vertoont in de Raad van Bestuur: presenteren is van alle rangen en standen.

(Ingezonden door: B. Ooijens - TRK)

Het geven van presentaties - 2.01 Retorica

De vraag wat een presentatie succesvol maakt, wordt al sinds mensenheugenis gesteld. De kunst van de retorica komt al voor bij de Grieken en Romeinen. Retorica - de leer van de welsprekendheid - heeft in Nederland nooit echt kunnen beklijven. Op de basisschool is een spreekbeurt al goed als deze in foutloos Nederlands wordt uitgesproken en in latere opleidingsfasen wordt er nauwelijks meer op gelet. Pas in de vergaderzalen van bedrijven en organisaties borrelt het talent weer op. Of juist niet.

Het geven van presentaties - 2.02 Powerpointjagers

Grijpen naar hulpmiddelen is wat bij de gemiddelde Nederlandse professional het eerst opkomt, geconfronteerd met de vraag om een presentatie te houden. Ware Powerpointjagers draaien hun hand niet om voor een plaatje meer of minder. Knippen en plakken, pijltje hier, bullet daar en zie: de presentatie is geboren.

Bij het presenteren zelf gaat het vaak fout: sheets blijken niet een hulpmiddel te zijn, maar dicteren hetgeen de presentator zegt. Niet zelden kijkt de presentator naar zijn sheets in plaats van naar zijn publiek. Op houding en kleding wordt al helemaal niet gelet, dat vinden wij Nederlanders overdreven. In een land waar kromgebogen regeringsleiders als Lubbers en Kok het voor het zeggen hebben, komen een zelfverzekerde houding en een strak kostuum eerder bedreigend dan overtuigend over.

Het geven van presentaties - 2.03 Overbodig

We doen er alles aan om niet gezien te worden en hopen dat publiek vooral naar het projectiescherm kijkt. We doen daar erg ons best voor. Het begon met zwart/wit sheets, gekleurde varianten volgden al snel. En tegenwoordig is de beamer onmisbaar. Een beamer kan zoveel, dat de presentator welhaast overbodig wordt; zelfs bewegende beelden en geluiden zijn al mogelijk.

Het geven van presentaties - 2.04 Consultants

Consultants zijn van oudsher goed in presenteren. Sommigen worden zelfs alleen vanwege hun mooie 'platen' ingehuurd. Het succes van een consultancy-presentatie is af te meten naar het aantal termen uit de sheets dat in de maanden erna nog door de toehoorders wordt gebruikt. Ook het aantal emailverzoekjes ("Kun je mij de sheets even mailen") is een goede indicator.

Het geven van presentaties - 2.05 Einde van Powerpoint

Het einde van de powerpoint-presentaties lijkt echter in zicht. Het is de laatste tijd hip om de beamer na een paar minuten uit te zetten en de presentatie zonder sheets en plaatjes te vervolgen. Doet het goed bij het publiek, mits u op uw taak bent voorbereid. Dan draait het opeens om de presentator en wat hij te vertellen heeft. Een lesje retorica kan in dat opzicht geen kwaad.

Het geven van presentaties - 2.06 Perfecte presentaties in 10 stappen

Zet die beamer uit! Powerpoint-presentaties lijken het ideale middel om de zenuwen van de presentator te beheersen. Dankzij de wonderen der techniek weten we de aandacht volledig op het projectiescherm te vestigen en niet op de verteller. Nederlanders zijn nou eenmaal geen redenaars. Dat zit niet in onze genen. Althans: niet in onze opvoeding en opleiding. De bijdrage Presenteren zonder plaatjes van een jaar terug zorgde voor veel reacties. Veelal eensgezind. 'Eens, maar hoe moet het dan wel?' was de strekking. In de discussie die daarop volgde werden heel wat goede voorzetten gedaan. Vandaar nu het vervolg: de perfecte presentatie in tien stappen.

1. De wet van de drie V's: Voorbereiden, voorbereiden, voorbereiden
2. Uw doelstelling: emotioneren
3. Wees emotionerend
4. Gebruik uw lichaamstaal
5. De magie van het getal drie
6. Verzin one-liners
7. Sheets: JA; Bullets: NEE
8. Wijk af
9. Vermijd discussies over individuele belangen
10. Hanteer de standaard presentatieregels

Het geven van presentaties - 2.06.01 De wet van de 3 V's: voorbereiden, voorbereiden, voorbereiden

Trap niet in de valkuil 'dat doe ik wel even'. Presentaties en voordrachten zijn zelden boeiend. Ze zijn saai, langdradig, bevatten teveel informatie en/of missen richting. Oorzaak: te weinig voorbereiding. Een goede voorbereiding betekent: doelstelling formuleren; doelgroep identificeren en daar de boodschap en wijze van presenteren op aanpassen. En jawel: uitgebreid voor de spiegel staan c.q. oefenen voor uw familieleden. U denkt misschien: 'Maar dat doen mensen die ik wel eens zie presenteren ook niet.' Juist! Daarom zijn de meeste presentaties, voordrachten en speeches ook zo dodelijk saai. Zie het als een voordeel: met een goede voorbereiding kunt u gemakkelijk scoren. Voorbereiden betekent ook: geen geklungel met draden, sheets en niet-werkende beamers. Als u hulpmiddelen gebruikt, zorg dat u alles van tevoren heeft getest.

Het geven van presentaties - 2.06.02 Uw doelstelling is emotioneren

Kennisoverdracht is vrijwel nooit de basisdoelstelling van een presentatie. Kennis komt van papier, een opleiding, uit 1-op1-gesprekken, uit vergaderingen of emailcontact. Maar niet uit presentaties. Daarvoor is het middel veel te vluchtig. Natuurlijk: uw verhaal moet inhoudelijk stevig zijn, maar om een 'klik' te krijgen met uw publiek is meer nodig. Gebruik uw presentatie om een 'mindset' te creëren, te enthousiasmeren, te overtuigen, te prikkelen, te ergeren (niet aan u zelf natuurlijk), jawel: te emotioneren. Is de interesse eenmaal gewekt, dan reikt u na uw presentatie een informatieve reader uit, voorzien van uw visitekaartje. Liever nog maakt u natuurlijk direct na de presentatie al de nodige afspraken.

Voorbeeld:

Een uitgever van een toonaangevend vaktijdschrift werd vaak uitgenodigd om een presentatie te geven over mogelijkheden van samenwerken en adverteren. De man nam geen sheets, beamer of spiekbriefje mee. Hij schoof bij zijn gezelschap aan en ging met hen op anekdotische wijze praten over interessante interviews die in het blad hadden gestaan ('Oh, u kent hem?'), de goede relaties die hij onderhield met captains of industry en de gelegenheden waar hij zijn klanten regelmatig tegenkwam. In feite zei hij: tot dat wereldje kunt u ook toetreden. Een scherpe offerte neerleggen, allerlei verkoopargumenten opnoemen bleek nauwelijks nodig. Het afgeven van de tariefkaart volstond.

Het geven van presentaties - 2.06.03 Wees emotionerend

Als uw doelstelling 'emotioneren' is, vereist dat emotionerende eigenschappen van u als presentator. Da's andere koek dan u druk te maken of u de volledige tekst en alle 23 sheets er wel binnen 15 minuten doorheen krijgt. Vergeet even de boodschap die u wilt overdragen en richt u op uw publiek. Wie zijn het, hoe kijken ze tegen u en uw boodschap aan en welk effect wilt u bereiken? Is het enthousiasme? Wees dan enthousiast, maar niet voordat u heeft bepaald hoe uw publiek 'erbij zit'. Denk aan de cabaretier die de bühne beklimt en honderden verwachtingsvolle, maar kritische mensen tegenover zich heeft. De cabaretier maakt een klapper van een grap en plots zijn de geesten collectief gereinigd. De toon is gezet. Humor werkt bevrijdend. U bereikt ermee dat uw toehoorders zich volledig openstellen voor uw boodschap. Kies bij het overbrengen van een ernstige boodschap overigens voor de omgekeerde volgorde. Begin ernstig en gebruik humor ter relativering. Bent u niet grappig? Geen nood, gebruik dan een hulpmiddel. Een cartoon van Fokke & Sukke uit de NRC of een Dilbert-stripje uit de De Telegraaf. Een anekdote of 'inside' mopje kan ook. Soms is de sfeer onder uw gehoor ernstig; sla de humor-variant dan wijselijk over. Niks pijnlijker dan humor die niet aankomt of verkeerd wordt begrepen. Gebruik uw professionaliteit. Iemand die weet waarover hij praat maakt altijd indruk.

Voorbeeld:

De directeur van een groot technisch bedrijf spreekt een grote groep economiestudenten toe om ze te interesseren voor een loopbaan in de techniek. Hij begint met een sheet, waarop staat 'Dit is de laatste sheet'. Leuk - iedereen lacht. De directeur heeft zich ingeleefd in de clichés die onder studenten leven over zijn sector en gaat ze één voor één langs en bevestigt dat ze allemaal waar zijn: Technici zijn saai, techniek is ingewikkeld en er zijn veel te weinig vrouwen. Tegelijkertijd vertelt hij welke leuke dingen hij daardoor mee heeft gemaakt. Grote deals ('die technicus had het nog steeds over bits en bytes, terwijl ik miljoenen zat binnen te slepen') en spannende situaties ('Als het fout was gegaan had het een minister de kop gekost'). De studenten evalueerden het college vrijwel zonder uitzondering 'zeer goed'. Het bedrijf kreeg in de maanden erop ruim honderd open stage-verzoeken en de jaren erop, dat hij weer sprak zat de collegezaal afgeladen vol. Over arbeidsvoorwaarden, functies en doorgroeimogelijkheden heeft hij het nooit gehad.

Het geven van presentaties - 2.06.04 Gebruik lichaamstaal

Hoe u overkomt wordt hoofdzakelijk bepaald door uw lichaamstaal, weten we van de goeroes van het neuro linguïstisch programmeren. Niet uw woorden, maar de manier waarop u ze uitspreekt, uw houding, uw mimiek, uw oogopslag en uw bewegingen vestigen de belangrijkste indruk. Vuistregel is: pas uw

lichaamstaal en intonatie aan aan de emotie die u wilt overbrengen. Als u iets ernstigs wilt benadrukken, zet dan de tijd even stil om indruk te maken. Sta stil, laat een stilte vallen, kijk uw toehoorders indringend aan en spreek met veel klemtonen. "...Drie... miljoen... Euro... Verlies.' Zodra u in de oplossings sfeer komt, verandert u uw lichaamstaal en intonatie volledig: u beweegt, maakt gebaren en spreekt vlot, zelfverzekerd en met enthousiasme. Wees niet bang iets gek te doen. Een HBO-student ging tijdens een oersaai en langdradige presentatie over strategisch management plotseling op de tafel staan om een scene uit de cup-a-soup reclame na te doen. Hij liet daarmee -letterlijk- een onvergetelijke indruk achter. Vergeet ook uw kleding niet: U bent wie u bent, natuurlijk, maar als u een presentatie houdt heeft u doorgaans te maken met mensen die u niet of onvoldoende kennen. Anders had u wel face-to-face met ze aan tafel gezeten. Kleedt u daarom onberispelijk, trek uw beste pak aan. Gebruik het Sinterklaas-effect, een bisschop die altijd gekleed is in een indrukwekkend gewaad. Zelfs de grootste macho voelt zich even klein als die bij Sint Nicolaas op schoot wordt gevraagd, nietwaar? Zelfs als Sinterklaas de verklede buurman is.

Het geven van presentaties - 2.06.05 De magie van het getal 3

Uit reclameonderzoek is bekend dat een reclameuiting pas goed beklijft nadat die drie keer is getoond. Waarom zou dat bij presentaties anders zijn? Herhaal uw boodschap minstens drie keer, al dan niet verpakt in andere bewoordingen. Herhaal niet alleen uw boodschap drie keer, maar maak nog meer gebruik van de magie van het getal drie. De menselijke geest kan maar moeilijk meer dan drie dingen tegelijk aan. Herinnert u zich nog hoe lastig het was om op school rijtjes te onthouden? Juist. Mik daarom altijd op drie: behandel maximaal drie onderwerpen, geef drie krachtige argumenten, drie voorbeelden en als u toch sheets gebruikt: niet meer dan drie bullets per sheet.

Het geven van presentaties - 2.06.06 One-liners

Uw presentatie is al succesvol als uw toehoorders één aspect van uw presentatie oppikken en onthouden. Wees uw publiek daarbij behulpzaam en zorg voor one-liners (niet meer dan drie dus) die beklijven. Een one-liner is iets anders dan een motto. Een one-liner bevat in heel korte bewoordingen doch heel concreet uw belangrijkste boodschap, terwijl een motto vooral in algemene bewoordingen uw doelstelling weergeeft. One-liners verzinnen is moeilijk. Een hulpmiddel kan zijn u zelf de 'koppenmaker' van een krant te wanen. Verzin de krantenkop boven uw betoog en voilà! Voorbeelden van one-liners zijn: 'Met dit softwaresysteem gaan verkopers meer verkopen, marketeers meer in de markt zetten en controllers meer controleren', 'Elke dag die we wachten met de introductie van dit product laten we 100.000 Euro aan omzet lopen' en 'Met meer kinderopvangplaatsen investeert u niet alleen in tevreden medewerkers maar ook in tevreden kinderen'. Bij die laatste kan een sheet met een vrolijk kindergezichtje wel functioneel zijn trouwens.

Het geven van presentaties - 2.06.07 Sheets 'ja', bullets 'nee'

In het eerste deel van Presenteren zonder plaatjes werd betoogd dat sheets (of nog erger: door beamers geprojecteerde powerpointplaten) de aandacht afleiden. Hoe vaak heeft u gehoord: 'Ik heb nou toch een interessante sheetpresentatie gezien...?' Nooit waarschijnlijk. Uw toehoorders onthouden niet uw sheets, maar u. Dat betekent niet dat plaatjes geen effect hebben, integendeel. Maar alleen als ze uw verhaal versterken. Vermijd daarom tekstsheets, die leiden maar af. Gebruik waar nodig grafieken, situatieschetsen, een foto of een cartoon. Voor de rest zet u de apparatuur gewoon uit. Het gaat immers om uw verhaal. Denk aan de directeur die bij het begin van zijn presentatie een sheet op de overheadprojector legde met daarop 'Dit is de laatste sheet' (zie voorbeeld onder 3).

Het geven van presentaties - 2.06.08 Wijk af

Doe iets wat uw toehoorders niet verwachten. Laat de tafels verzetten, geef iedereen een 3-D-bril, gebruik 'geheimtaal' in uw reader, introduceer een nieuwe term, maak iets kapot, film de reacties van uw toehoorders, zeg dat u er eigenlijk geen zin in hebt, geef een cadeautje weg. Wijk af en de aandacht is geheel en al op u gevestigd.

Voorbeeld:

Een productmanager had voorafgaand aan een productintroductie een schijnwerper geplaatst op de deur, speelde spannende muziek af... maar in plaats van door de deur binnen te komen, bleek de man al in het publiek te zitten, precies aan de andere kant van de zaal. 'Kan iemand de muziek en die schijnwerper uitzetten, dan kan ik aan mijn verhaal beginnen.'

Het geven van presentaties - 2.06.09 Geen discussie over individuele belangen

Interactie tijdens een presentatie is goed. Maar vermijd dat toehoorders hun individuele belangen gaan verdedigen en vooral met elkaar gaan discussiëren. 'Ja, maar kan het niet goedkoper?' of 'Kunnen we dit niet combineren met mijn lopende project?' of nog erger: 'Mijn afdeling doet al iets soortgelijks'. Het is verleidelijk en lijkt alleszins redelijk om tijdens of na een presentatie te gaan onderhandelen. Maar het is

dom! Een one-to-many onderhandeling verliest u altijd. Vermijd dat soort discussies zorgvuldig en maak persoonlijke vervolgspraken om tegemoet te komen aan individuele belangen.

Het geven van presentaties - 2.06.10 Hanteer de standaard presentatieregels

Deze stappen zijn niet bedoeld om bestaande 'presentatiewetten' te vervangen. Ze dienen alleen ter aanvulling. Aloude principes hebben niet aan waarde ingeboet: formuleer een heldere doelstelling, zorg voor een verhaal met kop, romp en staart, spreek in duidelijke en korte bewoordingen, vermijd details, presenteer niet alleen, maar communiceer en interacteer. En natuurlijk: kijk niet naar het beeldscherm, maar naar uw publiek.

Disclaimer

Tenzij anders vermeld berust het copyright van de artikelen en de e-books bij de uitgever Ace! Management Partners. Niets van deze informatie mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd bestand of openbaar gemaakt, op welke wijze en in welke vorm dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en de auteurs.

De gebruiker mag de informatie op het scherm bekijken en afdrucken voor persoonlijk gebruik. Hoewel de inhoud met de grootste zorgvuldigheid is samengesteld, zijn de auteur en de uitgever niet aansprakelijk voor fouten en of schade die uit het gebruik of de (gedeeltelijke) toepassing van de informatie, direct of indirect, het gevolg zou kunnen zijn. De artikelen, crash courses en managementmodellen zijn niet bedoeld als een advies. Ace! Management Partners kan immers niet beoordelen of toepassing van de informatie in uw organisatie en in uw specifieke situatie, verstandig is.

De informatie kan op elk moment zonder voorafgaande aankondiging gewijzigd worden.