



MAAK IN 5 STAPPEN
JOUW ZAKELIJKE PRESENTATIE
**SUPER HELDER, BOEIEND
EN MEMORABEL.**



Mabel Frumau

PRESENTING WITH IMPACT

INHOUDSOPGAVE

- Inleiding - 03

Tip 1: Zorg dat je jouw presentatiedoelen bereikt en aansluit bij jouw publiek.

De Strategie. - 09

Tip 2: Zorg dat jouw publiek aanhaakt.

Heb een goed begin. - 18

Tip 3: Zorg dat jouw publiek aangehaakt blijft.

Heb een goed midden. Techniek 1. - 27

Tip 4: Zorg dat jouw publiek aangehaakt blijft.

Heb een goed midden. Techniek 2. - 34

Tip 5: Zorg dat jouw informatie en boodschap beklijft.

Heb een goed Slot. - 44

- Oefenen - 52

- Topje van de ijsberg - 54

- Wie is Mabel Frumau? - 57

- Over Presenting with impact - 60

- Voetnoten - 62

Het staat je vrij om (delen uit) dit e-boek te publiceren, zolang je Mabel Frumau als bron vermeldt en een link plaatst naar www.presentingwithimpact.nl Stuur het e-book gerust door naar anderen die geïnteresseerd zijn.

Ben jij een ambitieuze hoogopgeleide professional met veel kennis en ideeën? Werk je in een (inter)nationale omgeving en vind je het lastig jouw kennis goed over te brengen aan een groot publiek?



Wellicht herken jij jezelf in één van de volgende presentatie situaties:

- Na een paar minuten ben je de aandacht van je publiek kwijt.
- Je merkt dat jouw boodschap niet aankomt.
- Je voelt je niet zeker over jouw spreken in het openbaar.
- Je maakt geen professionele indruk, als je presenteert.
- Je weet dat het beter zou kunnen, maar je weet niet goed hoe.

Dit hoeft niet zo te zijn.

Ik ben ervan overtuigd dat iedereen kan leren boeiend en helder te presenteren. Sinds 2008 heb ik al honderden professionals geholpen om effectieve sprekers te worden.

“We zijn erin geslaagd, ieder op zijn manier, om onze boodschap op een krachtige manier over te brengen tijdens de Berlijn Conferentie.” J. TJAN ISIC.

Tijdens 10 jaar presentatietrainingen en coachen van professionals heb ik allerlei modules en tools ontwikkeld, die hun waarde hebben bewezen.

Wat kan dit betekenen?

Kennis over hoe succesvol presenteren werkt en dit toepassen, kan ervoor zorgen dat zakelijke deuren snel opengaan. Zoals dat gebeurde voor Jannita, na haar succesvolle presentatie op het jaarlijkse Peking congres.

“Na mijn presentatie tijdens de China summit in Beijing, is er zakelijk veel aan het broeien”. JANNITA MOSSEL.

Of dat je zoals William steeds vaker als spreker gevraagd wordt. Waarmee jouw status als expert stijgt en zich snel verspreidt.

Of dat je net als Gülcin van timide en voorzichtig een week later applaus ontvangt nadat je een sterke presentatie bij klanten hebt verzorgd.

“Uit onderzoek blijkt dat het kunnen presenteren van jezelf en je ideeën een belangrijke succesfactor vormt om carrière te maken, te bereiken wat je graag wilt, kansen te genereren of geldstromen binnen te slepen.”

Professionals de tools aanreiken, zodat ze succesvol en met plezier hun kennis en ideeën delen met een groot (inter)nationaal publiek, waardoor ze meer bereiken in hun werk. Dat is de passie die mij drijft. Graag help ik jou daarmee.

Wat maakt presenteren lastig?

Veel sprekers richten zich in hun presentatie vaak te eenzijdig op de inhoud. Dit is logisch want als professional word je vaak afgerekend op de inhoud die je levert.

Maar, succesvol presenteren vereist toch meer dan meteen de inhoud induiken. Bij presenteren gaat het, naast een goede inhoud, vooral ook om het contact dat je kan leggen met het publiek en daarmee samenhangend hoe je de inhoud overbrengt. En dit is nu juist waar het bij veel zakelijke presentaties aan ontbreekt.

Een belangrijke reden is dat professionals vaak vergeten zichzelf eerst belangrijke vragen te stellen over de presentatie. Bijvoorbeeld vragen die zorgen voor contact met het publiek. Zoals; wat heb ik het publiek te bieden? Waarom zouden ze naar mijn verhaal moeten luisteren? Wat is eigenlijk mijn boodschap voor het publiek in één korte heldere zin? Wat wil ik dat hen bijblijft als ze de

presentatieruimte weer verlaten?

Kortom, men duikt meteen de inhoud in en vergeet al in stap één, de voorbereiding, de brug te slaan naar het publiek.

Daarnaast zorg het te diep verstrikt raken in de inhoud ervoor dat men verzandt in details en daarmee verzuimt boven de inhoud te staan. Dit verstrikt raken in de inhoud, kost veel tijd, veel stress, is niet leuk en bovenal bereik je er jouw doelen niet mee. De boodschap komt niet bij jouw publiek aan omdat je een te grote olifant (inhoud) in een klein doosje (presentatie) probeert te stoppen. Of je weet de brug niet te slaan naar je publiek.

Of in plaats van een tijd slurpende en verkeerde voorbereiding, heb je je juist amper voorbereid. Je begint maar ergens lukraak, zonder *echt* te weten wat je het publiek nu eigenlijk duidelijk wilt maken en *waarom* en je kijkt vervolgens wel waar het schip strandt.

Zo wordt presentaties geven een crime in plaats van een leuke uitdaging. Het is als schieten met hagel, in plaats van gericht jouw presentatiedoelen bereiken en je publiek verder brengen. Een “lose-lose situation”.

Wat doe jij?

Dit betekent dat die kennis die jij hebt, het idee wat je wilt opperen, de professionele indruk die jij wilt maken niet zo goed overkomt op het publiek, zoals jij zou willen.

Dat is jammer en niet nodig.

Hoe zou het zijn om echt waarde te bieden met jouw presentatie? Om boven de inhoud uit te stijgen en met meer gemak en plezier jouw kennis te delen? En hiermee jouw publiek verder te helpen?

E-book

In dit E-book geef ik jou 5 stappen om je al een flink eind op weg te helpen en van begin tot einde een professionele presentatie neer te zetten. Een presentatie die super helder, super interessant en super memorabel is.

Ga je mee op reis?

In dit E-book gaan we eerst de reis plannen. Waar gaan we heen? Wie gaan er mee? Welke “stops” gaan we maken? Dienen we ergens rekening mee te houden? Het weer, eventuele wegonderbrekingen? DE STRATEGIE

Vervolgens, gaan we ervoor zorgen dat onze medereizigers de reis als een spons in zich willen

opnemen; de beelden, de verhalen, de ontmoetingen en het landschap. Bovendien vermaken ze zich tijdens de reis opperbest en worden ze er tegelijkertijd ook nog wijzer van. DE START en DE REIS

Vervolgens eindigen we door naar de gemaakte foto's te kijken. En vangen we de reis in een mooi karakteristieke foto. HET EINDE.

Vervolgens kan het bijna niet anders dan dat deze mooie reisverhalen doorverteld gaan worden, aan vrienden, familie, zodat de ervaring gedeeld kan worden en zich als een olievlek verspreidt. HET EFFECT. Bovendien wil het publiek de volgende keer weer graag met jou op reis.

Ga je mee?





TIP 01

ZORG DAT JE JOUW
PRESENTATIEDOELEN
BEREIKT EN AANSLUIT
BIJ JOUW PUBLIEK.
DE STRATEGIE.

Een strategisch sterke presentatie begint met de krachten die een rol spelen in jouw presentatie in kaart te brengen. Wie is mijn publiek? Waar wil ik ze hebben na mijn presentatie en wat heb ik hiervoor nodig?



In de 10, 20 of 30 minuten dat je spreekt, wil je jouw publiek veranderen. Je wilt ze van a naar b brengen. Daarom, is het essentieel dat jij weet waar die reis heengaat!

Om het wat concreter en sterker te zeggen, je hebt verschillende doelen met jouw presentatie. Je wilt de kennis, mening, de wil en de gevoelens van je publiek beïnvloeden. En om hier zo succesvol mogelijk in te zijn, dien je dit eerst in kaart te brengen.¹

En het mes snijdt hier aan 2 kanten!

- 1:** Je behaalt hiermee je presentatiedoelen. Leuk voor jou als spreker.
- 2:** Maar, je leeft je ook in in jouw publiek. Dat betekent dat jouw presentatie van meet af aan, zal aansluiten bij je publiek. Omdat je hier vanaf de eerste stap, het ontwerp, goed over na hebt nagedacht.

In plaats van een hoop inhoud over de bühne te gooien, denkt het publiek: “Hee, dit gaat over mij. Goh, die spreker weet wat ons bezighoudt”. Je slaat een brug tussen jouw inhoud en jouw publiek.

Ook zorgt een goede voorbereiding ervoor dat je keuze in materiaal maakt. Je kiest:

- a: De sterkste argumenten of onderdelen die jouw doel/boodschap het beste ondersteunen. Denk 3 tot 5 argumenten.
- b: De argumenten die bij jouw publiek aanhaken! (Je kunt hergebruik van materiaal als een argument gebruiken, maar als jouw publiek hier (nog) niets mee kan, is dit verspilde energie).

Bovenstaande draagt er allemaal toe bij dat:

- 1: Je jouw presentatiedoelen bereikt.
- 2: Jouw publiek moeiteloos “ingetuned” blijft. Omdat je van meet af aan over jouw publiek hebt nagedacht en met hen rekening hebt gehouden.

Waarom maar 3 tot 5 onderdelen of argumenten?²

Een middenstuk, *dat elegant en diep is*, spreekt het publiek namelijk het beste aan. Ze blijven er veel gemakkelijker bij met hun concentratie. Ze zullen

het ook veel beter onthouden.

Dat wil zeggen, maximaal 3 -5 argumenten (elegant) in het midden, maar wel diep. Goed onderbouwd met argumentatie, voorbeelden en verhalen en/of illustraties.

Waarom?

Stel je voor dat ik jou mee op reis wil nemen naar het Amazonegebied. En jij bent een vertegenwoordiger van WWF. En mijn overkoepelende boodschap is: bescherm dit prachtige gebied, wat zo rijk is aan flora en fauna.

Wat zal mijn boodschap beter ondersteunen, meer waarde bieden, of overtuigender zijn voor mijn publiek?

Met een helikopter als een gek over het hele gebied vliegen, om maar niets te missen en een zogenaamd “compleet” beeld te geven? (Alle info in PowerPoint pompen en in “bullets” gieten en dit snel achter elkaar afspelen als een oneindige lijst van informatie).

Of heeft het meer zin, om bijvoorbeeld op 3 plekken in het gebied in te zoomen, zodat we een betere indruk krijgen?

Op een plek bezoeken we een stam en leven een dag met hen mee om te leren hoe zij in harmonie met de natuur leven.

Op een andere plek bekijken we de specifieke flora. We staan stil bij 3 planten en hun geneeskrachtige werking. En we leren dat op macroniveau dit gebied als de longen van de aarde fungeert.

Op weer een andere plek, besteden we aandacht aan de bijzondere dieren die in de jungle leven. En hoe de dieren en planten hier in symbiose met elkaar leven.

De presentatie is in 3 onderdelen gegoten, die ondersteunen waarom dit unieke gebied beschermd dient te worden. Ieder onderdeel maakt een punt wat de overkoepelende boodschap ondersteunt.



De overkoepelende boodschap is als een punt van een paraplu. Alles is ermee verbonden en leidt naar dit punt.

Wat is interessanter, boeiender? Waar worden we uiteindelijk wijzer van? Wat geeft meer waarde voor het publiek? Wat zullen ze beter onthouden? Wat zal het publiek overtuigen?



OEFENING: STRATEGIE

- 1: **Formuleer je doel in één zin** (zo kort mogelijk, precies en eenvoudig) (t.a.v. de inhoud die je aan je publiek wilt overbrengen) Mijn doel is:

- 2: **Formuleer je boodschap.** Als er 1 ding is wat je wilt dat je publiek blijft over jouw presentatie als ze de ruimte verlaten wat is dat dan? Mijn boodschap is:

VOORBEELD 01

Wat is je doel?

de 3 elementen van een goede presentatiefundering uitleggen.

Wat is je boodschap?

Als je dit weet en toepast, word je effectiever en professioneler als spreker. Je voorkomt in bekende valkuilen te stappen en je sluit beter aan bij je publiek.

3: Wie is jouw publiek (voorkennis, leeftijd, functie)?

En wat zouden bovenstaande antwoorden voor jouw presentatie kunnen betekenen?

Dien je ergens rekening mee te houden?

Wat wil je dat jouw publiek weet, begrijpt, of doet na jouw presentatie?

Welke waarde heb jij jouw publiek te bieden?

Het loont het publiek de moeite om te luisteren, omdat...

Oftewel; hoe help jij jouw publiek met jouw informatie?

4: Welke 3 onderdelen/argumenten gaan jouw boodschap het beste ondersteunen en sluiten aan bij jouw publiek?

1:

2:

3:



Met een paar gerichte vragen kom je al een heel eind.
Maar, wil jij echt *overtuigen* met jouw presentatie?
Pak het dan degelijk aan en schrijf je in voor de 1-daagse
“Ontwerpen met Impact” zodat je de principes leert van
een ijzersterk presentatie ontwerp. En dit te alle tijden
kunt toepassen.

Zie meer informatie over de eendaagse in de volgende link:
<https://presentingwithimpact.nl/ontwerpen-met-impact-nl/>

“DE REIS EN DOELEN ZIJN NU
KRAAKHELDER EN SLUITEN AAN
BIJ HET PUBLIEK”



TIP 02
ZORG DAT
JOUW PUBLIEK
AANHAAKT.
**HEB EEN
GOED BEGIN.**

*Weet hoe je jouw publiek “aan boord” kan krijgen
in iedere presentatiesituatie.*

*Hoe doe je dat; zorgen dat je publiek aanhaakt
en waarom is dit “key”?*



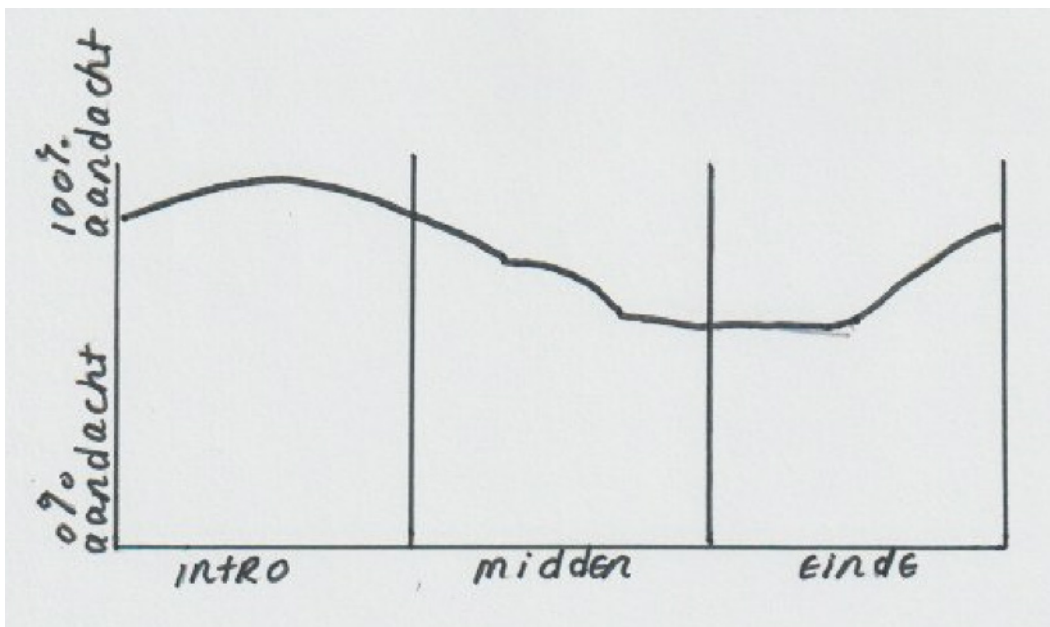
De aandachtspanne tijdens een presentatie.

Een groep onderzoekers waren nieuwsgierig naar de aandachtspanne gedurende een presentatie. En zoals goede onderzoekers betaamt, hebben ze eerst heel veel data verzameld van willekeurige presentaties. Uiteindelijk zijn ze dat noestig gaan bestuderen en zagen vervolgens een patroon, een rode draad. En die zag er als volgt uit, zie plaatje hieronder.

In het begin is er hoge aandacht (95-100%). Mensen zijn nog geïnteresseerd, wie is die persoon, waar gaat hij/ zij het over hebben? Zal het voor mij de moeite waard zijn? Daarna, in het middenstuk duikt de aandacht naar beneden, om op het einde weer op te leven (90%).

Wellicht herkenbaar voor je als jijzelf in het publiek zit?

Nu zou je kunnen denken: Blijkbaar is dit het. We moeten hiermee leren leven.



Dit zou jammer zijn, omdat je met wat kennis en wat “tweaks” je de aandacht van het publiek voor jouw middenstuk een stuk kan opschroeven.

Lees daarom verder.... ;-)

2 zaken kunnen we leren als spreker van bovenstaande grafiek:

a: Aandacht is blijkbaar steevast hoog bij de introductie en einde.

Dit dienen we in het achterhoofd te houden, want hier kunnen we later strategisch slim gebruik van maken.

b: Hoe kunnen we de situatie in het midden oplossen?

Want, dit zijn jouw ideeën, jouw inhoud, jouw argumentatie, de “golden nuggets”. Je wilt graag dat het publiek hier ook compleet “ingetuned” is en blijft. Want, hier gaat het nu juist om! Hier kan het publiek getuige zijn van jouw “quality of thought” ;-) en kan je jouw publiek overtuigen.

Weet hoe je jouw publiek “aan boord” kan krijgen in iedere presentatie situatie.

Het begint allemaal met het begin. Het is ten eerste cruciaal dat je je publiek in je introductie “aan boord” krijgt. Ja maar, zegt jij dan, de hoge aandacht is er al, dus daar hoef je niets meer aan te doen.



Klopt. Maar, het gaat erom dat je in die paar minuten, je publiek op een plek krijgt, dat ze met jou op reis willen gaan. Kortom dat je ze ontvankelijk maakt om er eens goed voor te gaan zitten. Dat ze gefocust naar jouw middenstuk gaan luisteren. Dat is wat je wilt bereiken in je introductie.

Volgens Aristoteles³, dien je in de introductie hiervoor je publiek *aandachtig*, *begrijpend* en *welwillend* te maken. Want, als je dat bereikt, willen ze met je mee op reis. Zijn ze bereid aandacht voor jouw verhaal te reserveren en staan ze open om zich te laten “overtuigen”.

In mijn basistraining ga ik uitgebreid in op het *aandachtig* en *welwillend* maken (Dit is een reuze interessant psychologisch spel ;-)). In dit E-book beperk ik me tot hoe jij kunt bereiken dat je publiek in iedere geval begrijpend is.

Want wat jouw publiek eerst wil weten is het **Wat**, **Waarom** en **Hoe** van jouw presentatie. En dat is heel logisch.

Want, ik stap ook niet bij jou in de auto, voordat ik weet wat we gaan doen, waarom en hoe de route van pak ‘m beet, Amsterdam naar Maastricht zal verlopen. Waar zijn de stopplaatsen voor het toilet of een bakje koffie? Hoe gaat

de route precies? En wat levert het me op als we op het einde zijn? Pas als dit heel duidelijk is, maak ik de beslissing dat ik me committeer en dat ik roep “Buckle up; let’s go”.

En hierbij zit “the devil in the detail” zoals de Engelsen zo mooi zeggen. Want, om dit echt goed te doen en te bereiken dat je jouw publiek echt *betrekt* is het zaak dat je het **Wat** niet globaal of abstract weergeeft, want daarmee bereik je jouw publiek niet. Zoals:

“Ik ga wat over presenteren vertellen”.

Maar, dat je *specifiek*, tegelijkertijd *beknopt* en *concreet* bent. Dus,

“Ik ga met jullie de 5 onderdelen van een goede introductie behandelen”.

En dan zet je meteen daarachter het **Waarom**.

“Zodat je effectiever en professioneler als spreker wordt en te alle tijden, in elke presentatiesituatie weet hoe je jouw publiek “aan boord” kan krijgen”.

En met **het Waarom** (weer) op een concrete, heldere, specifieke manier weer te geven, *betrek* je het publiek weer. Je trekt ze (weer) meer mee naar binnen. Met als resultaat,

dat ze “aan boord zijn”, bereid zijn om mee op reis te gaan en “echt” gaan luisteren naar jouw middenstuk.

En vervolgens kun je jouw introductie afsluiten met het **Hoe**. Ook hier zit weer “the devil in the detail”. Vertel je te uitgebreid wat je wilt gaan doen, waarbij je enkele minuten de tijd neemt om een uitgebreide inhoudsopgave door te nemen. Dan verlies je weer de aandacht die je net opgebouwd hebt.⁴

Tip: hou het **HOE** beknopt en giet het in vragen. Je creëert dan structuur en wekt tegelijkertijd interesse op.

VOORBEELD

“Wat zijn de 5 bouwstenen van een goede introductie?
Waarom werkt dit zo goed?
Wat zijn de 3 stappen die jij al kunt toepassen?”

Dit gaan we allemaal in deze 15 minuten durende presentatie behandelen.

“Het draait allemaal om het creëren van involvement, involvement, involvement.”

OEFENING: VUL JE WAT, WAAROM EN HOE IN.

- 1: Het **WAT** van jouw presentatie. (Beknopt, helder en precies).
- 2: Het **WAAROM** van deze inhoud en presentatie. Hoe wordt het publiek hier beter van, jouw bedrijf, klanten of de maatschappij? Zo aantrekkelijk, precies en concreet mogelijk.
- 3: Het **HOE**. Welke stappen ga je samen met het publiek zetten. Niet te precies, maar wel zo concreet mogelijk en in vragen gegoten.

"HET PUBLIEK WEET HET **WAT**,
WAAROM EN **HOE** EN WIL
MET JOU OP REIS!
BUCKLE UP; LET'S GO!"

Weten hoe je publiek ook nog aandachtig en welwillend maakt?

Zie meer informatie over de 1-daagse level 1 basistraining “Presenting with Impact”. <https://presentingwithimpact.nl/v8qq>



TIP 03
ZORG DAT
JOUW PUBLIEK
AANGEHAAKT
BLIJFT.
**HEB EEN
GOED MIDDEN.**

TECHNIEK 01

MAAK IEDER ONDERDEEL IN JE MIDDENSTUK SEXI.

Als het goed is, heb je al een paar stappen gezet om ervoor te zorgen dat je publiek “ingetuned” is. Je hebt je in de voetsporen van je publiek gezet van meet af aan, zodat je inhoud bij hen aansluit en je de afstand tussen jou en je publiek hebt overbrugd (Strategie). Ook zijn ze aan boord, want ze weten kraakhelder het Wat, Waarom en Hoe (Introductie).



Maar, er is nog meer wat je kunt doen om ervoor te zorgen dat jouw publiek in jouw middenstuk “ingetuned” *blijft*.

En dat is om ieder onderdeel in het middenstuk van jouw presentatie SEXI te maken.

Wat betekent dit?

Vaak zien we alleen “statements” en uitleg “explanation” bij de argumentatie in het middenstuk. De S en de EX.

Bijvoorbeeld:

Statement: presenteren kan iedereen leren.

EXplanation: het is net als leren fietsen of autorijden. Het is een vaardigheid. En net als met iedere vaardigheid leren is het een kwestie van heldere theorie gepaard met veel oefenen.

Op zich is dit prima. Maar, als we het hierbij laten kan het soms ook wat saai zijn. Het kan dus lonen om te kijken of je aan ieder argument of onderdeel in je middenstuk ook illustratie kan toevoegen. Het wat vlees op de botten kan geven. Illustraties, de **I**, zijn: een *metafoor*, een *beeld*, een *voorwerp* of een *anekdote*.

VOORBEELD

Illustratie: Soms kan je in een dag al enorm veel leren. Zo kan ik mij Anna nog heel goed herinneren. Zij was 3 jaar geleden bij een 1-daagse “Presentation Skills” cursus voor PhD’s van de Universiteit van Maastricht. Bij de eerste oefening praatte Anne erg zacht en mompelend en stond ze er een beetje vertwijfeld bij. Hoofd wat vragend en met haar vingers wat te frommelen.

Na een dag vol oefeningen, zag het plaatje er einde dag heel anders uit. En niet alleen het plaatje, als publiek konden we Anna's verhaal niet alleen veel beter volgen qua geluid, maar ook de inhoud was kraakhelder. Anna stond er stevig bij, qua houding, ondersteunende gebaren en ging veel meer het contact aan met het publiek. Daar stond echt iemand. 2 weken later ontvingen we een mail van een enthousiaste Anna. Ze had met een 10 minuten presentatie een beurs binnengesleept.

Statement: Presenteren kan je leren.

EXplanation: het is net als leren fietsen of autorijden. Het is een vaardigheid. En net als met iedere vaardigheid, in het begin wiebel je wat op je fiets, maar na een dag oefenen, fiets je al in een rechte lijn op je doel af.

- S Statement
- EX Explanation
- I Illustration (zien, voelen, ervaren en beleven.)

Door de I toe te voegen, breng je het argument nog dichter bij het publiek. Omdat ze het kunnen voorstellen, zien en voelen. Het gaat een stap verder, ze ervaren en beleven het

meer door de I, dan zonder de I. Waardoor het argument of de informatie veel beter inzinkt.⁵⁶



OEFENING: MAAK HET SEXI

Argument/onderdeel 1:

Hoe kan ik dit onderdeel vlees op de botten geven?
(Metafoor, beeld, anekdote of voorwerp)

Argument/onderdeel 2:

Hoe kan ik dit onderdeel vlees op de botten geven?
(Metafoor, beeld, anekdote of voorwerp)

Argument/onderdeel 3:

Hoe kan ik dit onderdeel vlees op de botten geven?
(Metafoor, beeld, anekdote of voorwerp)

"HET PUBLIEK BELEEF
EN ERVAART DE REIS. HIERDOOR
ZINKT DE INHOUD BETER IN
EN BLIJFT DE INHOUD BOEIEND
VOOR HET PUBLIEK."

Weten hoe je creatiever kan worden en je middenstuk wat meer vlees op de botten kan geven?

Zie meer informatie over de 1-daagse level 1 basistraining “Presenting with Impact”. <https://presentingwithimpact.nl/v8qq>



TIP 04
ZORG DAT
JOUW PUBLIEK
AANGEHAAKT
BLIJFT.
**HEB EEN
GOED MIDDEN.**

TECHNIEK 02

VOEG DE 3 TRAPS-RAKET TOE

*Ik heb je net uitgelegd hoe je je middenstuk
meer SEXI kan maken. Maar, er is nog een hele
effectieve techniek, waardoor je publiek moeiteloos
en geboeid door je middenstuk reist
en dat is de **3-traps raket**.*



Hiervoor dienen we eerst even stil te staan bij het feit waarom een goede presentatie uit 3 onderdelen bestaat. Namelijk een begin, midden en einde. Net zoals bij boeken en toneelstukken en films. Dit is natuurlijk niet voor niets zo. Dit is wat ons brein nodig heeft. Ieder onderdeel heeft zijn eigen functie.

Wat betreft een presentatie, dient het begin om het publiek op te warmen en ze klaar te maken voor wat er gaat gebeuren, ze *begrijpend* te maken en interesse op te roepen. Zoals we eerder hebben gezien.

Daarna geef je de informatie in het middenstuk en vertel je wat je in je introductie beloofd hebt. Dan zijn we nog niet klaar. Want, het publiek heeft het einde dan nog broodnodig, om het middenstuk te laten bezinken. Een

korte samenvatting en de conclusie en/of nogmaals de boodschap.

Kortom op macroniveau, hebben we deze onderdelen; het begin, midden en einde nodig.

Waarom gebruiken we deze ijzersterke techniek dan ook niet op microniveau? Voor ieder onderdeel in jouw middenstuk of voor een PowerPoint slide?

Dat betekent het volgende.

Je krijg het publiek supersnel aan boord door een korte vraag. (introdunctie).

“En nou hoor ik u denken, waarom is deze aanpak dan het beste?”

Daarna vertel je de redenen waarom de aanpak het beste is. (middenstuk)

“Nu dat komt omdat...”

En dan maak je het “solid” of je “sealt” het, zoals ik dat noem. Je sluit af door JE PUNT te maken. Kortom:

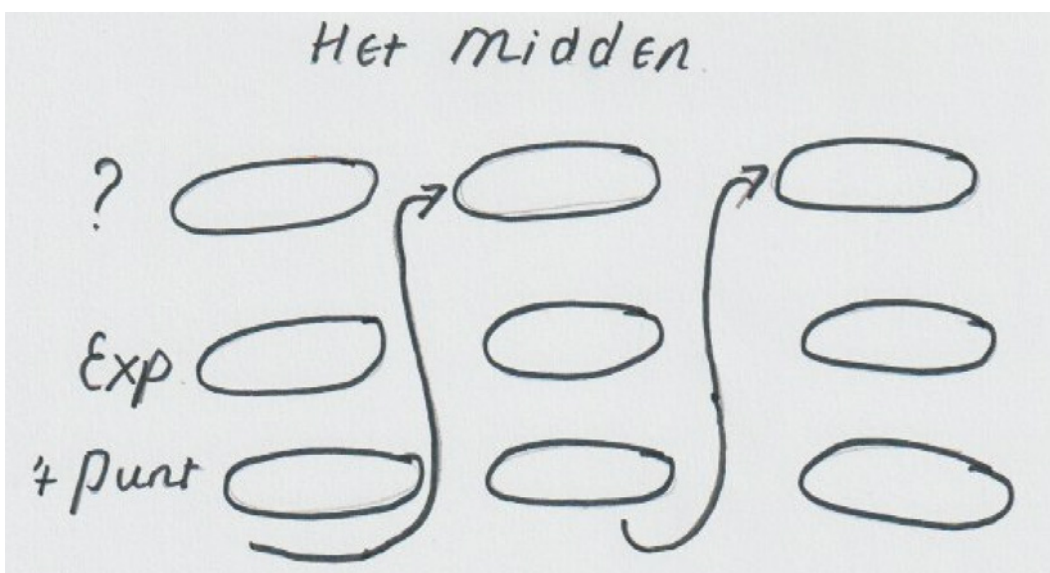
“Aanpak B geeft meer toegevoegde waarde door de mogelijkheid van hergebruik.” PUNT.

Zodat je naar het volgende onderdeel gaat.

“Maar, hoe werkt hergebruik dan precies in de praktijk?”

Het bijkomende voordeel is dat je presentatie op deze manier veel “conversationeler” wordt. Alsof je in gesprek bent met het publiek. Je presentatie is “interactiever” en haakt hierdoor ook beter aan bij je publiek.

Ook is het gemakkelijk voor jou als spreker. Je beweegt je heel logisch en als vanzelf van het ene onderdeel naar het andere. De presentatie lijkt zich als vanzelf te ontvouwen.

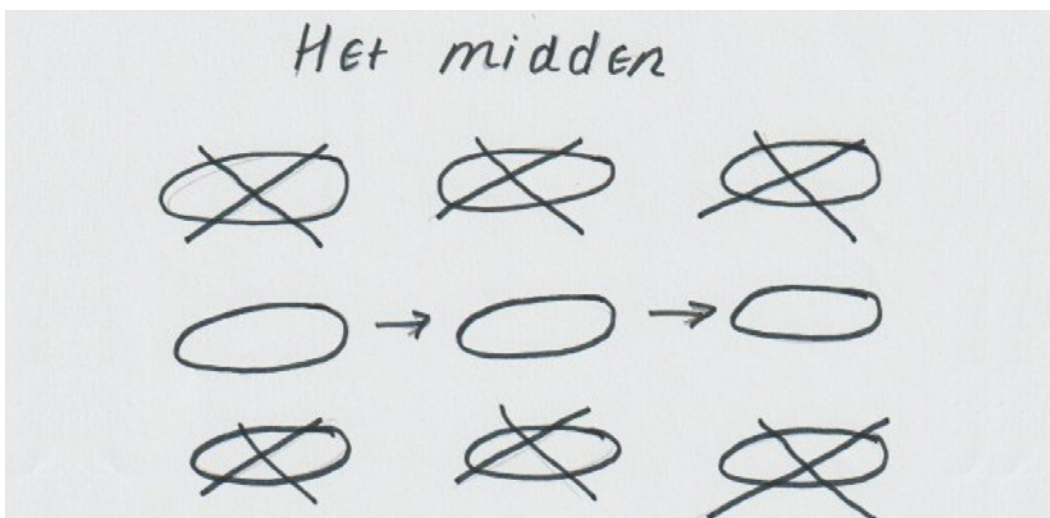


Waar gaat het meestal fout?

Dit klinkt raar. Maar, grafisch gezien, passen sommige sprekers alleen het middenstuk toe (zie plaatje hieronder). Omdat ze alleen uitgaan van inhoud, in plaats van te bedenken wat het publiek nodig heeft om de inhoud echt binnen te krijgen (de 3-traps raket).

Ze denken ik heb de inhoud toch gezegd, klaar. Op naar het volgende punt. Verder hoeft ik toch niets te doen?

Zich niet realiserend dat het publiek steeds weer opnieuw getriggerd dient te worden (VRAAG STELLEN) om aangehaakt te blijven. En duidelijk punten nodig heeft (MAAK JE PUNT). Met andere woorden het uitleg gedeelte nog even expliciet maken. Dat heeft het publiek nodig om weer verder met jou op reis te kunnen gaan.



VOORBEELD:

Kortom..... ‹PUNT›

In een notendop..... ‹PUNT›

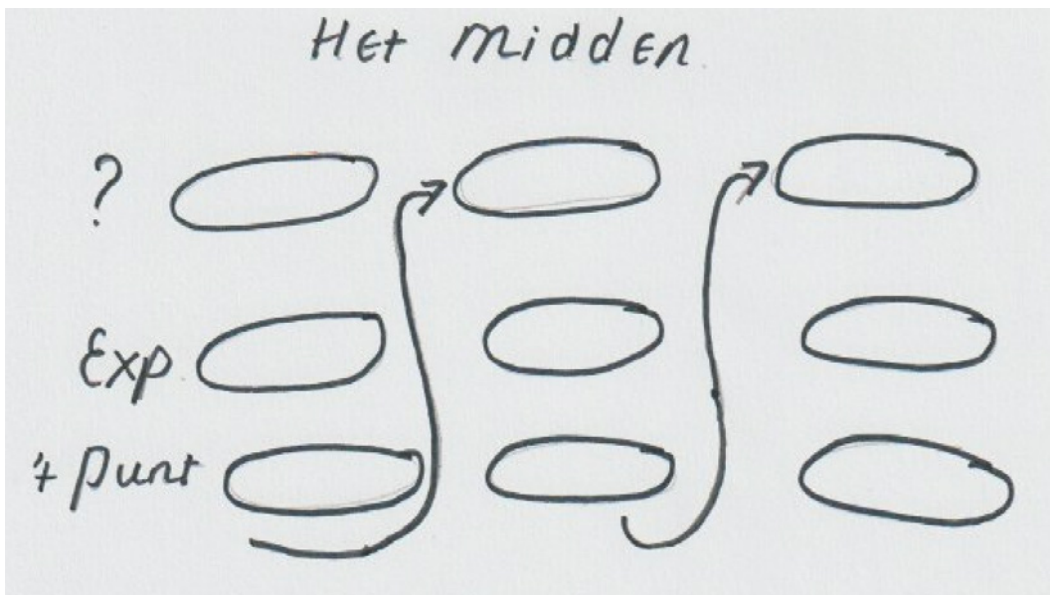
Met andere woorden..... ‹PUNT›

Dat betekent dus..... ‹PUNT›

Zonder de afsluiting en punt maken, blijft het allemaal wat zweven voor het publiek en dat zijn de momenten waar ze gaan “uittunen”.

Bovendien geeft het punt maken met de pauze ook structuur. Ohh, we hebben dit stuk nu afgerond, voelt het publiek. Nu gaan we verder naar een volgend deel.

In plaats van deel naar deel aan elkaar te breien, zodat het voor het publiek niet duidelijk is waar iets ophoudt en weer begint. En de informatie een grote brei wordt. Waardoor het publiek, je raadt het al.....afhaakt.



Cursist Ruben was bij uitstek een voorbeeld van het missen van de 3-traps raket. In het begin kon ik niet begrijpen waarom deze uitstekende spreker bij mij was gekomen. Hij was open, ontspannen, goed in contact met het publiek en leek goed te weten waar hij het over had.

Maar, al snel bleek wat er mis was.

Hij paste in zijn middenstuk alleen het middelste niveau toe! Waardoor de inhoud zweefde, hij introduceerde niet echt duidelijk wat hij ging vertellen en maakte vervolgens zijn punten niet.

Waardoor je na zijn presentatie als publiek dacht;

sympathieke kerel, maar waar heeft hij het nu eigenlijk over gehad? Als publiek kon je er niet je vinger op leggen. Laat staan doorvertellen.

Waardoor hij niet echt effectief was als spreker. Als publiek vertrouwde je hem wel, maar hij overtuigde je niet.

De volgende keer had hij heel slim, de punten die gemaakt dienden te worden in zijn PowerPoint notes gezet, zodat hij ze op het moment suprême (deze punten) ook goed kon maken.

Het publiek kon zowel horen dat de punten werden gemaakt, tevens zagen ze het daarna ook nog op de PowerPoint slide. (De punten werden nu zowel auditief als visueel gemaakt, i.p.v. helemaal niet). Tevens werd ieder onderdeel goed geïntroduceerd.

Kraakhelder en als vanzelf, gleed hij door de presentatie.

Kortom: sterke “delivery”, sterke inhoud!

OEFENING: 3 TRAPS-RAKET

Argument/onderdeel 1:

In welke vraag kan ik de start gieten?

Uitleg/explanation.

Wat is het punt, beknopt wat ik wil maken?

Argument/onderdeel 2:

In welke vraag kan ik de start gieten?

Uitleg/explanation.

Wat is het punt, beknopt wat ik wil maken?

Argument/onderdeel 3:

In welke vraag kan ik de start gieten?

Uitleg/ explanation.

Wat is het punt, beknopt wat ik wil maken?

“HET PUBLIEK KRIJGT
ALLE STAPPEN DIE HET NODIG
HEEFT OM GEBOEID EN
“INGETUNED” TE BLIJVEN IN HET
MIDDEN: VLEES OP DE BOTTEN,
EN WORDT GETRIGGERD, DE
BELOFTE WORDT INGELOST EN
HET PUNT WORDT GEMAAKT”.

Kan jij ook niet je vinger er precies op leggen? Wat jij precies nodig hebt om jouw vaardigheid flink op te schroeven? Zodat je effectiever wordt als spreker? Kijk dan voor meer informatie over de 2-daagse level 1+ training “Presenting with Impact”. <https://presentingwithimpact.nl/qyu6>



TIP 05
ZORG DAT
JOUW INFORMATIE
EN BOODSCHAP
BEKLIJFT
**HEB EEN
GOED SLOT.**

ZORG VOOR EEN GOED EINDE

Ik zeg wel eens, het ultieme wat je met een presentatie kunt bereiken is dat jouw boodschap helder aankomt. Het is net als een spijker (de boodschap) in een stuk hout (breinen van jouw publiek) spijkeren. Je begint met een paar ferme tikken, zodat de spijker al goed in het hout zit. Kortom: je geeft ze o.a. duidelijk het WAT en HOE en WAAROM. Zodat ze met jou mee willen gaan.



Dan ga je de kleine tikjes geven. De informatie, de argumentatie. Elegant en diep, goed onderbouwd, SEXI en als het even kan gebruik makend van de 3- traps raket.

Maar, dan ben je er nog niet. De spijker is bijna stevig verankerd in het hout, (in het brein van jouw publiek), maar steekt nog een beetje boven het hout uit. Je dient de spijker nog een paar laatste ferme tikken te geven. Dan pas is jouw boodschap echt diep verankerd.

Kortom, wil je dat jouw informatie of boodschap beklijft dat dien je een goed einde te hebben.

Ik zeg weleens, een presentatie met een goed einde, is 3x

zo effectief dan een presentatie zonder einde. (Ik ga dan wel uit van een langere presentatie dan 5 minuten ;-)).

Hoe komt dit? Het is de kracht van herhaling, die je dan voor je laat werken. En het biedt je publiek de broodnodige ruimte voor bezinking. De functie van een goed einde.

Het zorgt net voor dat kleine extra zetje. Zodat het publiek na een goed einde, de kern van jouw verhaal kan doorvertellen als ze na de presentatie een collega op de gang tegenkomen.



“Waar ging die presentatie over? Nou dat we als bedrijf meer aandacht moeten besteden aan, Oh, hoe dat zo vraagt de collega. Nou, was heel interessant, het zit namelijk zo...”

Dit is wat je uiteindelijk wilt. Jouw boodschap, verhaal kan in essentie door het publiek doorverteld worden.

Maar hoe doe je dit goed?

Dit doe je goed, door de volgende 3 bouwstenen in je slot op te nemen.

- 1: Een beknopte samenvatting van je doel en inhoud.
- 2: Jouw boodschap en/of conclusie.
- 3: Als het kan een memorabel einde (met een plaatje, quote, metafoor die jouw boodschap direct ondersteunt).

Dit lijkt heel eenvoudig. Toch zijn hier ook 2 uitdagingen.

Uitdaging 1 is om de balans te houden in je samenvatting. Je gaat niet het hele verhaal opnieuw vertellen. Maar, je wilt ook niet de andere kant van het spectrum. Dit was het, «PUNT». Dat is weer te kort door de bocht.

VOORBEELD:

“Zoals jullie gezien hebben is het erg belangrijk om je publiek aan boord te krijgen. Dit om effectief te zijn als spreker, maar ook professioneler. En om ervoor te zorgen dat ze open staan om echt te gaan luisteren naar wat je gaat vertellen. Om dit te doen, zijn er 5 bouwstenen nodig hebben we gezien. Namelijk: en je benoemt de 5 bouwstenen.

Uitdaging 2 zorg dat je jouw boodschap weer expliciet maakt die alles bij elkaar houdt (de punt van je paraplu). Dus in plaats van het herhalen van een conclusie met 8 punten en het daarbij houden, heb je een overkoepelende boodschap nodig. Geef je publiek de kapstok, waar ze de inhoud aan op kunnen hangen. Hierdoor maak je het veel makkelijker voor je publiek om jouw presentatie terug te kunnen halen.

Dit klinkt allemaal als een schot voor open doel. Maar, ik kan je uit ervaring vertellen hoe vaak dit vergeten wordt!

Een prachtig voorbeeld van een beknopt, effectief, goed einde met deze 3 onderdelen is het verhaal van Dilaria.

Stel je Dilaria voor. Ze heeft net een presentatie gehouden over de voor- en nadelen om als kind over de hele wereld gewoond te hebben. Waarbij je enorm veel leert over verschillende culturen. Haar overkoepelende boodschap aan het publiek is: “do not assume!” (Oordeel niet). Dat is namelijk wat ze geleerd heeft tijdens haar jeugd en dat is wat ze het publiek met haar verhaal wil duidelijk maken.

Na een mooie gebalanceerde samenvatting, eindigt Dilaria met een memorabel einde, waarmee ze meteen haar overkoepelende boodschap inprint.

Op het bord schrijft ze: Do not assume!
(Haar hoofdboodschap)

Vervolgens zet ze cirkels om de woorden, die laten zien dat daar een 2e boodschap in verscholen zit.

Do not ass u me.

En ze zegt erbij: *“Do not make an ass out of you and me!”*

Want dat is wat er gebeurt, volgens Dilaria als je snel oordeelt.

Kortom: de boodschap is expliciet en memorabel. Tevens, had ze een mooi gebalanceerde samenvatting. Deze presentatie is een tijd geleden, maar ik zal de boodschap en haar presentatie nooit vergeten!

Weten hoe je met 2 extra stappen ervoor zorgt dat je jouw publiek niet alleen overtuigt maar ook in beweging kunt krijgen met een goed einde?

Kijk dan voor meer informatie over de 1-daagse “Ontwerpen met Impact”. Link. <https://presentingwithimpact.nl/ontwerpen-met-impact-nl/>

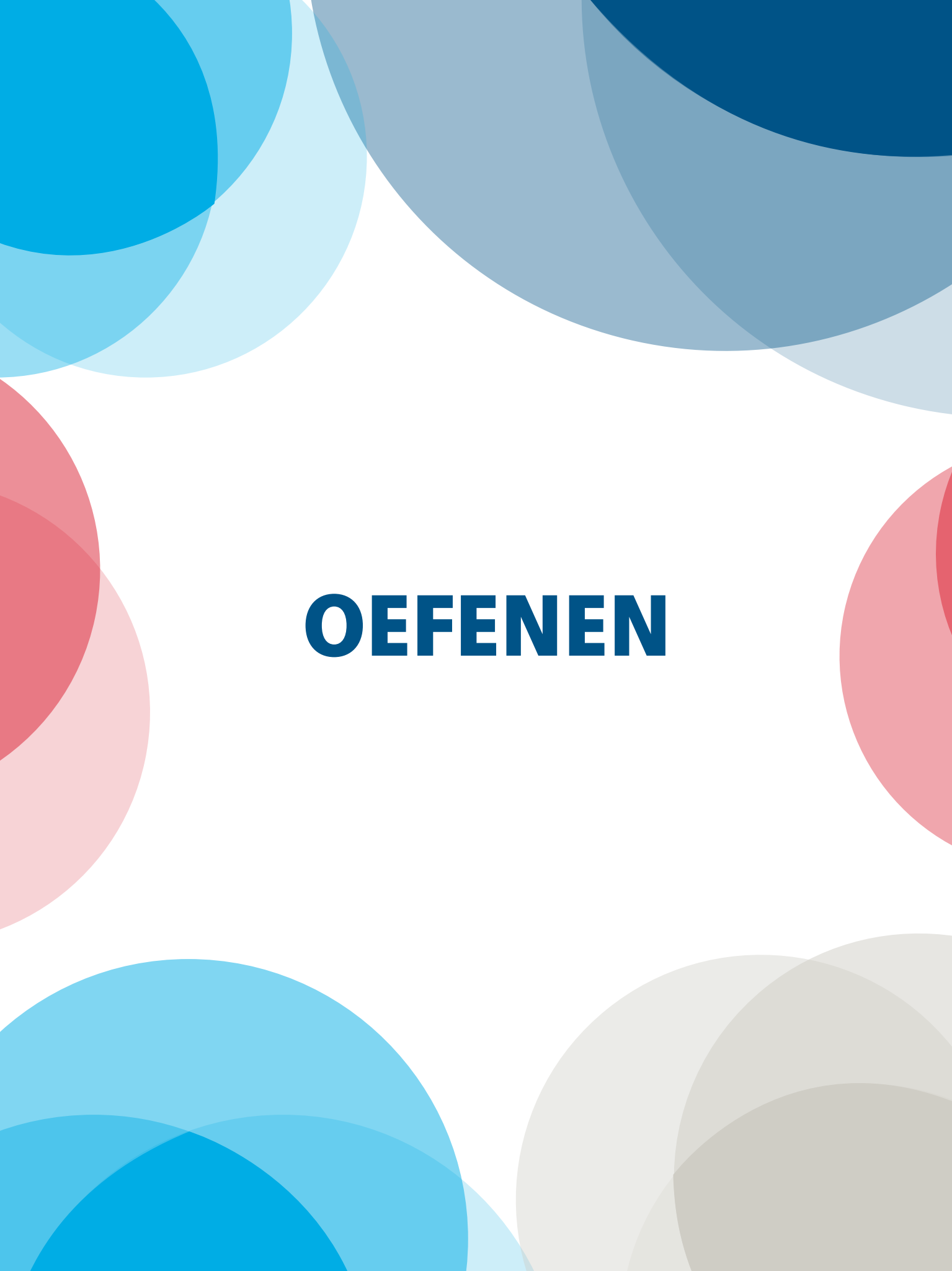
OEFENING: MAAK EEN GOED SLOT

1: Wat is jouw hoofdboodschap?

2: Maak een gebalanceerde samenvatting van je verhaal.

3: Kan je je einde memorabel maken door een anekdote, plaatje, quote, of metafoor?

"DE CIRKEL IS NU HELEMAAL ROND. JE HEBT DE LAATSTE KLAP OP DE SPIJKER GEGEVEN. DE BOODSCHAP IS VERANKERD EN HET PUBLIEK GAAT MET JOUW BOODSCHAP ONDER DE ARM NAAR HUIS."



OEFENEN

*Alle 5 tips zijn besproken
en nu gaat het om het toepassen van de tips.
Probeert het maar gewoon, experimenteer
en doe soms iets hopeloos fout, dat hoort erbij.*



Van al mijn cursisten krijg ik terug dat het toepassen, een spiegel voorgehouden krijgen en de reflectie achteraf het grote verschil maken. Je kunt informatie begrijpen op een rationeel niveau, maar dat is heel wat anders dan het ervaren, doen en het reflecteren hierop. Hierdoor zullen de kwartjes echt gaan vallen en ontstaat er echte verandering en ontwikkeling.



**TOPJE
VAN DE
IJSBERG**

*Natuurlijk is dit E-book een tipje van de ijsberg.
Wel een hele belangrijke tip, maar er is nog veel meer.*



Want, hoe zet je een ijzersterk presentatie ontwerp neer dat jouw publiek echt overtuigt? Wat zijn de principes hierachter zodat jij dit keer op keer kunt toepassen? Hoe maak je **jouw** publiek naast begrijpend ook aandachtig en welwillend? En wat heb jij specifiek nodig om jouw vaardigheid een flinke boost te geven?

In de 3-daagse “The Real Deal” krijg je alles, van A tot Z voorgeschied. Alles wat je nodig hebt om een effectieve spreker te worden. Gebaseerd op 10 jaar tools en tips, die hun waarden hebben bewezen.



Is 3 dagen een stap te ver? Kijk dan op mijn website voor de mogelijkheden. Want, je kunt ook een 1, 2 en 3 traps raket route afleggen ;-).

Ik help je graag.

In-company mogelijkheden:

<https://presentingwithimpact.nl/bvwq>

Liever eerst vrijblijvend in gesprek om te kijken wat er mogelijk en nodig is voor jou? Stuur een mail naar:

info@presentingwithimpact.nl

Ik ga graag met je in gesprek.



WIE IS MABEL FRUMAU?



*Ik help hoogopgeleide professionals,
die (inter)nationaal werkzaam zijn,
vol zelfvertrouwen een presentatie geven die impact heeft.*

Jarenlang werkte ik als consultant voor een Amerikaans softwarebedrijf. Ik gaf presentaties, workshops en trainingen in heel Europa. Hier leerde ik, hoe ik mijn boodschap succesvol kon overbrengen aan internationale klanten.

Tijdens mijn studie, heb ik een jaar aan de Wittenburg University in de VS gestudeerd, waar presenteren veel meer een onderdeel vormt van het onderwijs, dan dat het geval is in Nederland. In Nederland heb ik mijn bachelor en master behaald in Europese Studies aan de Universiteit van Amsterdam (hoofdvak Engelse taal en letterkunde).

Deze ervaringen gekoppeld aan een degelijke eenjarige “Train de Trainer” opleiding (hoe leer ik anderen vaardigheden), geeft mij niet alleen de ervaring maar ook de middelen en “know how” van hoe je vaardigheden leert.

Zodat mijn cursisten stap voor stap, en op een praktische manier, zich de vaardigheid steeds beter kunnen eigen maken.

Al meer dan 10 jaar doe ik dit met veel plezier en blijf ik mijzelf continue als presentatie trainer/coach verbeteren. Door, zelf cursussen te volgen en relevante literatuur te lezen. Zodat ik mijn trainees het beste kan blijven leveren.

Ook al woon ik in hartje Amsterdam. Ik ben in mijn hart een “outdoor” persoon. In mijn vrije tijd kun je me zien rennen in de Kennemerduinen, of sup en zwem ik in de Amsterdamse grachten en wateren.

Ik kijk ernaar uit je te ontmoeten!

Hartelijke groet,

Mabel

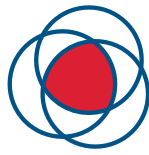
Heb je vragen? Neem dan gerust contact met me op.

Ik hoor graag van je.

info@presentingwithimpact.nl

www.presentingwithimpact.nl

**OVER
PRESENTING
WITH IMPACT**



PRESENTING WITH IMPACT

presenteren kun je leren

Presentatie coaching en training (NL/ENG)

020-4274.999 / 06-245.97.282

www.presentingwithimpact.nl

info@presentingwithimpact.nl

kvk: 34273155

H. Houttuinen 451

1013GM Amsterdam

PS. Ken je mensen waarvoor dit E-book van waarde zou kunnen zijn? Stuur het gerust door of verwijst naar www.presentingwithimpact.nl.

Veel succes!





VOETNOTEN

Voetnoot 1: ik ga in dit E-book uit van presentaties waarin jij wilt overtuigen in plaats van alleen informeren.

Voetnoot 2: Dit speelt met name als je je publiek wilt overtuigen. Ik adviseer 3 tot 5 argumenten. Maar, het liefste 3.

Als je puur wilt informeren is het een ander verhaal. De 6 stappen van een goede fundering of de 7 manieren om... Kortom: hier kan je je meer permitteren. Maar, ook hier geldt, probeer het behapbaar te houden, anders dreig je te veel stappen met je publiek te willen maken en je publiek gaat "uittunen". Hou de balans! Je zou kunnen clusteren in thema's bijvoorbeeld, met een paar punten.

Voetnoot 3: Aristoteles is een filosoof die grofweg 500 jaar voor Christus leefde en het boek Rhetorica schreef. Rhetorica gaat over de kunst van het overtuigen.

Voetnoot 4: Hier gebeurt op microniveau (een ellenlange lijst opdreunen), wat vaak op macroniveau gebeurt. Tijdens de presentatie, bullet-point lijst na bullet-point lijst doornemen. Dit zijn DE momenten dat het publiek afhaakt. Probeer lange lijsten te vermijden.

Voetnoot 5: De SEXI-richtlijn is bedacht door Engelse debaters, die het gebruiken voor het ontwerpen van argumenten in een debat.

Voetnoot 6: je kunt de volgorde natuurlijk aanpassen. Het hoeft niet per se SEXI te zijn. Het kan ook, I-S-EX zijn, zoals mijn voorbeeld laat zien.