



PRESENTEERBLAADJE

THEMA.

PRESENTEERBLADJE

101 TIPS OM BETER TE PRESENTEREN ALS JE IETS TE VERTELLEN HEBT

Beter presenteren leer je niet in één dag. Het is een kwestie van oefenen, oefenen en nog meer oefenen. En ervaren dat het scherper, helderder, meer gefocust, scherpzinniger, toegankelijker en begrijpelijker is dan de vorige keer.

Waarschijnlijk presenteer je vaker dan je zelf in de gaten hebt: elke keer wanneer je een voorstel doet, een betoog houdt, anderen probeert mee te krijgen in je gedachtegang of je bedrijf vertegenwoordigt, presenteer je (jzelf). Als datgene wat je te vertellen hebt, ertoe doet, is het volgens ons goed om dit zo overtuigend en welsprekend mogelijk te doen.

Aristoteles wist al dat overtuigende en welsprekende presentaties zich in elk geval kenmerken door de persoonlijkheid van de spreker. Bij het schrijven van deze tips werden ook wij geconfronteerd met onszelf: Hoe presenteren wij onszelf? Wat maakt dat de ene tip ons beter afgaat dan de andere? Wij denken dat hoe je het ook wendt of keert, presenteren eigenlijk altijd gedoe is.

Een goede, aandachtige en minutieuze voorbereiding kan het gedoe hanteerbaar maken. Elke losse tip uit deze set kan je daarbij van dienst zijn.

Deze '101 tips om beter te presenteren' richten zich op de facetten van het presenteren én het vertellen van professionele verhalen. De tips nodigen je uit om

met al die aspecten te oefenen. We zien in onze praktijk dat mensen groeien door elke keer een ander facet te benadrukken of in te zetten. We zien dat ze daardoor hun presentaties spannend en divers houden. Zo leid je die vergadering met net iets meer zeggingskracht, sta je als spreker comfortabeler voor een groep of word je een echt podiumbeest.

Gebruikssuggesties

Op elk kaartje vind je een tip. Elke tip is een opzichzelfstaande opdracht waarmee je 'het podium' op kunt. Op de achterkant van het kaartje geven we uitleg of concrete zinnen en uitspraken om in je presentatie te gebruiken.

De tips zijn onderverdeeld in een aantal thema's:

- Zet jezelf voor het blok
- Visuele en andere ondersteuning
- Spreektechniek en non-verbale signalen
- Mentale voorbereiding
- Focus op je publiek
- Vormgeving van je presentatie
- Verleidingskunsten
- Focus op de kern van je verhaal

De onderstaande suggesties vormen geen standaard werkwijze, en staan niet in volgorde van belangrijkheid of effectiviteit. Ze zijn slechts bedoeld om concreet aan de slag te gaan.

Algemene tip vooraf: wees aardig voor jezelf. Probeer een tip uit en sta jezelf toe om te groeien. Als je feedback vraagt aan iemand, vraag dan ook vooral wat je goed doet.

- Pak tijdens de voorbereiding van een presentatie maximaal drie willekeurige kaartjes. Kies de meest aansprekende tip en pas deze vervolgens toe.
- Vraag een collega een selectie van drie tips te maken op basis van de laatste presentatie die deze collega van jou gezien heeft.
- Schuif elkaar één gerichte tip toe in een intervisie-bijeenkomst. Spreek af dat je die tip bij de voorbereiding van je volgende presentatie gaat gebruiken.
- Zoek een tip uit het thema waarin jij jezelf zou willen verbeteren. Bedenk hoe je deze tip zo subtiel mogelijk óf zo overdreven mogelijk kan toepassen in je volgende presentatie.
- Neem aan het begin van een vergadering of overleg een willekeurige

tip en spreek met elkaar af dat wanneer iemand iets wil inbrengen, hij deze tip moet inzetten. Dat zorgt in ieder geval voor hilariteit.

Achtergrond: de Retorica van Aristoteles

De 101 tips lijken wellicht een willekeurige verzameling te vormen, maar ze vormen wel degelijk een samenhangend geheel. Naast de thema's is bij elke tip aangegeven welk overtuigingsmiddel uit de Retorica van Aristoteles ingezet wordt: ethos, pathos of logos.

Het feit dat grote sprekers in onze tijd nog steeds gebruikmaken van de Retorica, laat de waarde van Aristoteles' werk zien.



Aristoteles zegt dat je eerst je gehoor dient te boeien, en dat je verbinding moet zoeken én

maken met je publiek. De Griekse wijsgeer noemde dit pathos.



Met je betoog wil je het oordeel of de keuze van je gehoor beïnvloeden. Dit doe je door argumenten te gebruiken die hout snijden. Logos, volgens Aristoteles.



Bovendien moet het publiek inzien dat je verstand van zaken hebt. Dat jij dingen weet die zij (nog) niet weten. Ethos in de woorden van Aristoteles. Als er evenwicht is tussen logos, pathos en ethos, is er sprake van een overtuigend betoog. Dan is er een balans tussen argumenten, persoonlijkheid en professionaliteit. Als je het gevoel hebt dat een of twee van deze overtuigingsmiddelen versterking kunnen gebruiken, ga dan op zoek naar tips die daarop gericht zijn. Versterk specifiek je ethos, pathos en/of logos met de

tips die jou aanspreken. Alle drie zijn ze namelijk even belangrijk voor je betoog.

Met taal kunnen we de overtuigingsmiddelen inzetten en maken we één betoog met een duidelijke opbouw. Aristoteles onderscheidt drie soorten betogen, die elk een andere 'tijd' benadrukken en een ander doel dienen:

- Een betoog voor de rechtspraak is gericht op de verleden tijd (is iets daadwerkelijk gebeurd?).
- De gelegenheidstoespraak is gericht op de tegenwoordige tijd (welke lof of kritiek verdient iemand op dit moment?).
- Het politieke betoog gaat over wat er staat te gebeuren op basis van eerdere ervaringen.

In je werk kun je met elk van deze betogen te maken krijgen: in het geval van een

klacht heb je baat bij een betoog voor de rechtspraak (wat is er feitelijk gebeurd en is de klacht gegrond?). In het geval van het afscheid van een collega kun je een gelegenheidstoespraak houden. En in het geval van nieuwe procedures of een koerswijziging maak je gebruik van een politieke toespraak, zoals Aristoteles dat noemde.

De Presentatiepartners

Claudine Hogenboom en Mark van der Zwan vormen samen de Presentatiepartners. Vanuit hun meer dan vijftienvijftigjarige ervaring als trainer en coach, wakkeren ze met name leiders aan om hun eigen verhaal bloot te leggen en gereed te maken om aan anderen te laten horen. Claudine bloeit als filosoof en business storyconsultant op bij het 'waarom', terwijl

Mark als theatermaker en ingenieur zich vol overgave stort op het 'hoe'. Zowel Claudine als Mark hebben mogen werken in kleine en grote organisaties, variërend van gesubsidieerde gezelschappen tot grote commerciële bedrijven.



De Presentatiepartners verleiden leiders om *business stories* te vertellen in plaats van factsheets te laten zien. Zij denken dat professionele verhalen de beste bron zijn om veranderingen in een organisatie te bewerkstelligen en te verduurzamen. Claudine en Mark voeren hun klanten mee naar

en in hun eigen verhaal. Zij leggen samen met hen professionele en organisatieverhalen bloot, om die vervolgens met verve uit te kunnen dragen. Ze maken gebruik van onder andere de narratieve wetten van Aristoteles en zijn lessen uit de Retorica. Daarbij zetten zij hun expertise en liefde voor verhalen in, mede gevormd door hun jarenlange ervaring als trainer, coach, storyteller en regisseur.

Aanbevolen literatuur en andere achtergrondinformatie

- *Poëtica*, Aristoteles
- *Retorica*, Aristoteles
- *Revolting rhymes* (Gruwelijke rijmen), Roald Dahl, 1982
- *Doornroosje*, gebroeders Grimm
- *David en Goliath*, Oude Testament
- *Richard III*, William Shakespeare, 1623
- *The merchant of Venice*, William Shakespeare, 1623

- *Verzameld theaterwerk 1982-1996*, Alex van Warmerdam, 1996
- *Eén familie, acht tragedies*, Aischylos e.a., vertaling Gerard Koolschijn, 1999
- *Storypower: verhalen die je organisatie veranderen*, Annet Scheringa, 2013
- *The seven basic plots: why we tell stories*, Christopher Booker, 2018
- *Putting stories to work: mastering business storytelling*, Shawn Callahan, 2016
- *Change the script: echte verandering begint met een eigen verhaal*, Theo Hendriks, 2014
- *Storylistening: organiseer de onderstroom en krijg medewerkers mee*, Annet Scheringa & Simone Beemster, 2020
- *Invloed: de zes geheimen van het overtuigen*, Robert B. Cialdini, 2016
- *Toespraken die de wereld veranderden*, Kosmos Uitgevers, 2017
- Obama's acceptance speech uit 2008, <https://www.c-span.org/video/?280566-10/barack-obama-2008-acceptance-speech> (met name 39:21)
- de presentaties van Brené Brown, te vinden op TED.com; deze bestaan uit een aaneenschakeling van verhalen

1

Verweef het persoonlijke
met het professionele



2

Vertel waarom jij
een autoriteit bent



3

Start met jouw verbondenheid
met het thema



4

Toon aan het begin
een voorwerp



5

Vertel over een verandering
die jij hebt doorgemaakt

