Presenteren? Alles mag!

Angst om te presenteren, is nergens voor nodig. Trek je niet te veel aan van regeltjes; in principe is alles geoorloofd. Dat stellen ervaringsdeskundigen Derk-Jan de Grood en Jan Iedema, die in dit artikel wat tips geven om het presenteren leuker te maken voor iedereen.

Derk-Jan de Grood
Jan Iedema

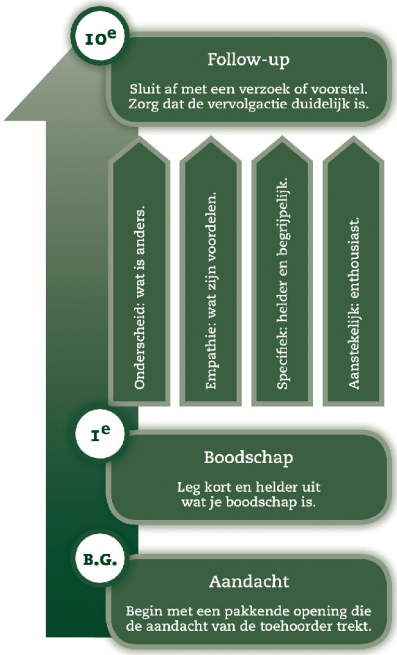
Anders dan je misschien zou verwachten, is de grootste angst van veel mensen niet die voor de dood, voor vliegen of voor hoogte en zelfs niet die om in financiële problemen te geraken. Nee, voor een grote groep mensen is spreken in het openbaar het spannendste dat er is. Begrijpelijk, maar onterecht en onnodig.

Die angst is vooral het gevolg van de wijze waarop het geven van presentaties wordt gedoceerd. Er hangen een heleboel regeltjes aan: hoe je moet staan, welke kleding je moet dragen, dat je sheets moet gebruiken met een vaste lettergrootte, het aantal sheets dat je per minuut mag laten zien, hoe je publieksvragen beantwoordt. En samen hebben we onszelf wijsgemaakt dat het zo hoort. Onzin natuurlijk, want deze formele manier van presenteren helpt niet om het spreken in het openbaar toegankelijker te maken. Voor een groep staan is al moeilijk genoeg en met al deze regels kun je het ook nog verkeerd doen. Daarnaast is een dergelijke stijve manier van presenteren voor de meeste mensen ook niet aantrekkelijk om naar te kijken.

Daarom pleiten wij voor een vrije benadering: alles mag. Met de aantekening dat het wel verstandig is om over je keuzes na te denken. In dit artikel geven we een aantal tips hoe je het presenteren leuker kunt maken, voor jezelf om te doen en voor anderen om naar te luisteren.

De drie w's

Toen wij zelf nog studeerden, hadden we regelmatig vakgroepbijeenkomsten. Hierbij werden de resultaten van lopende onderzoeken gepresenteerd. Technici hebben de gewoonte om meteen de inhoud in te duiken. De gemiddelde presentatie bestond dan ook uit het uitleggen van de metingen die het onderzoeksteam had gedaan en uit het tonen van de meetwaarden. Meestal eindigde zo'n presentatie met een conclusie en aanbeveling voor verder onderzoek. Wij hadden zelf altijd grote moeite met dit soort presentaties en na vijf minuten kwamen we inwendig in opstand. Reden was dat we wel begrepen waarover we werden geïnformeerd, maar nog niet overtuigd waren waarom we geïnformeerd zouden moeten worden.



Figuur 1: Formuleer de boodschap van je presentatie als een elevator pitch.

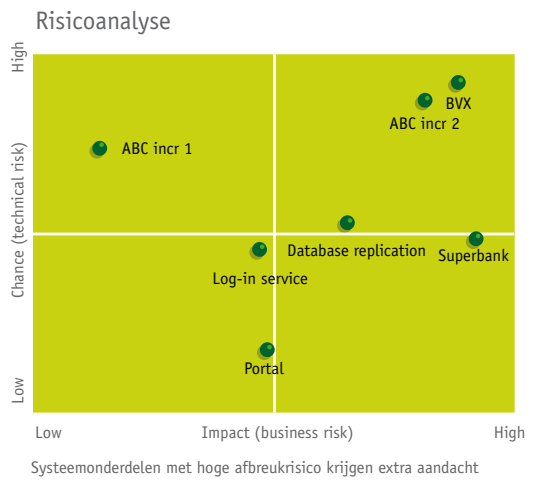
Daarin zit eigenlijk de kern van presenteren. Het gaat erom dat je je afvraagt *waarom* je *wat* vertelt aan *wie*. Als je die drie w's kunt invullen, weet je waarover je verhaal moet gaan, aan wie je het vertelt en hoe je het moet inleiden. De sterkste presentaties zijn die waarin het de gever lukt om de boodschapper, de boodschap en de ontvangers op één lijn te brengen.

En dat begint al bij de introductie. Een heldere inleiding zorgt ervoor dat de toehoorders weten wat de relevantie is van de informatie die jij gaat aanbieden en zo geïnteresseerd raken in je verhaal. Deze introductie mag je improviseren, maar ze wint aan kracht als je haar voorbereidt.

Elevator pitch

Een van de belangrijkste stappen tijdens de voorbereiding van je presentatie is het bepalen van het doel dat je wilt bereiken. Waarom presenteer je iets? Dat doel is medebepalend voor het verhaal dat je vertelt bij de gegevens die je aan je toehoorders wilt laten zien. In het voorbeeld van de vakgroepbijeenkomsten blijven de onderzoeksresultaten die je wilt tonen hetzelfde, maar je verhaal zal nadrukkelijk veranderen als je een ander doel kiest. Iemand overtuigen vergt een andere aanpak dan iemand informeren. Gebruik je je resultaten om aan te tonen dat je organisatie unieke expertise heeft, wil je een probleem aan de kaak stellen of wil je misschien de toehoorders motiveren om te investeren in vervolgonderzoek?

Als je je doel hebt bepaald, is het raadzaam om je hoofdboodschap te formuleren. Maak hierin keuzes, want als je meerdere boodschappen in je presentatie opneemt, gaan deze waarschijnlijk verloren. Onze ervaring is dat het goed werkt om je boodschap te formuleren als een *elevator pitch*.



Figuur 2: De grafiek trekt alle aandacht. Om de boodschap niet verloren te laten gaan, is het beter om de tekst op een aparte slide te zetten.

Dit is een kort en bondig verhaal dat je kunt houden in de tijd die nodig is om met de lift van de begane grond naar, zeg, de tiende verdieping te gaan.

Stel je voor dat je manager bij je in de lift stapt en jou aanspreekt. 'Ik heb begrepen dat je vanmiddag een presentatie geeft. Ik weet

niet zeker of ik tijd kan vrijmaken. Wat ga je vertellen?' Op dat moment drukt hij op het knopje van de tiende verdieping. Je hebt dan ongeveer dertig seconden om hem uit te leggen wat je boodschap is en hem in heldere taal uit te leggen wat voor hem de voordelen zijn van wat je te brengen hebt. Figuur 1 toont de structuur van een gelikte elevator pitch.

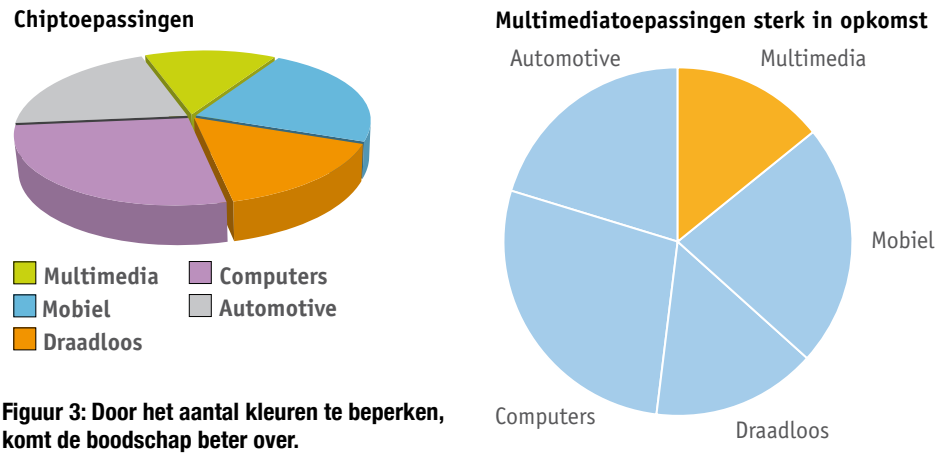
Aap

Of je nu in de lift zit of voor een groep mensen staat, als je helder voor ogen hebt wat je wilt vertellen, komt je boodschap beter over het voetlicht. Daarnaast hoort je publiek in de regel wat jij ze vertelt dat het moeten horen. Geef daarom aanwijzingen: 'Wat nu komt is belangrijk', of stel een gerichte vraag. Dit noemen we de focusvraag.

Een leuk experiment dat we regelmatig inzetten tijdens onze trainingen en workshops is een bekend filmpje waarin twee basketballteams een bal overspelen. Het publiek moet dan tellen hoe vaak ze de bal overgooien. Door de focus die wordt aangebracht, ontgaat bijna alle mensen dat er duidelijk zichtbaar een als gorilla verklede man moonwalkend door het beeld loopt. Als je het publiek erop wijst, ziet iedereen de aap wel. Kortom: als jij vertelt welk doel je hebt met de presentatie, zullen toehoorders geneigd zijn om de voorgeschotelde technische informatie te interpreteren in lijn met dat doel.

Minstens zo belangrijk als het doel is de afstemming op je publiek. Zorg ervoor dat je zo veel mogelijk weet van je toehoorders. Kennen zij het onderwerp waarover je het wilt hebben, weten ze er weinig van of juist ontzettend veel? Iets over je vakgebied vertellen op een feestje vereist een andere techniek en aanpak dan een inleiding voor vakbroeders. Wij raden aan om zo veel mogelijk informatie van tevoren te vergaren. Schroom niet en googel je publiek.

Als je een goed beeld hebt van je toehoorders, kun je je verhaal op hen afstemmen.



Figuur 3: Door het aantal kleuren te beperken, komt de boodschap beter over.

Handig om te weten is dat mensen grofweg worden geboeid op drie vlakken: op kennis ('Dat wist ik niet, wat leuk!'), op inzicht ('Wat kan ik ervan leren?') of op beleving ('Wat gebeurt hier? Dat moet ik zien!'). Omdat je meestal verschillende mensen in de zaal hebt zitten, is het goed om je presentatie op alle drie deze vlakken te laten verlopen.

Iconen

Het loont zich om behalve naar de inhoud ook kritisch naar het presentatiemateriaal te kijken. Heldere slides maken een verhaal toegankelijker en zorgen ervoor dat je boodschap beter blijft hangen. Technische voordrachten kenmerken zich doordat er veel technisch-inhoudelijke informatie wordt uitgewisseld. Deze wordt vaak weergegeven in tabellen, schema's en grafieken. Hoe kun je er nu voor zorgen dat je toehoorders zich niet verliezen in de overmaat aan data? Het antwoord is ook hier weer vrij eenvoudig: zorg dat je weet wat je wilt vertellen en presenteer de informatie in een vorm die je boodschap ondersteunt. Een paar voorbeelden.

Een collega geeft een presentatie waarin hij de strategie uitlegt die hij gaat hanteren bij het testen van een nieuw systeem. In de voordracht legt hij uit dat hij zich in zijn aanpak laat leiden door de risico's die zijn geïdentificeerd. Hij toont een schema met daarin de resultaten van de risico-inschatting. Onder de grafiek staat de ware boodschap: 'Systeemonderdelen met een hoog afbreukrisico krijgen extra aandacht' (Figuur 2). Nadeel van deze opzet is dat een inhoudelijk doelgroep zich aangetrokken voelt tot de grafiek. Ze zullen de neiging hebben om in discussie te gaan over de risico-inschatting. Hiermee gaat de werkelijke boodschap verloren. Dit probleem kan worden voorkomen door de hoofdboodschap op een aparte slide te zetten.

In een officepakket kun je gemakkelijk de mooiste grafieken maken. Het is erg verleidelijk om je grafiek een effect mee te geven. Maar pas op: zorg dat het beeld eenduidig is en je boodschap versterkt. In de regel geldt dat 3D grafieken, overbodige gridlines en legenda's alleen maar afleiden. Accentueer de belangrijkste informatie. In Figuur 3 hebben we de verschillende kleuren die Excel geeft aan elke nieuwe reeks teruggebracht tot een paar tinten. De reeks met de echte boodschap hebben we een contrasterende kleur gegeven. Bovendien hebben we de titel aangepast zodat deze de boodschap versterkt.

Vaak wil je in je verhaal teruggrijpen op dingen die je eerder in je presentatie hebt verteld. Zeker als je verwijst naar een ingewikkeld onderwerp, kan het effectief zijn om te iconiseren. Door elk belangrijk onderdeel te markeren met een duidelijke *visual* kun je hier verderop in je presentatie gemakkelijk naar terugverwijzen. Als je het beeldmerk opnieuw laat zien, associeert de toehoorder dit met de eerder gegeven toelichting. Voordeel van iconiseren is dat zichtbaar wordt waar de verwijzingen zitten. Dit maakt het verhaal toegankelijker en beter begrijpbaar. Daarnaast kun je de iconen opnieuw gebruiken in de samenvatting van je presentatie. Dit voorkomt dat je eindigt met een saaie slide met bullets en zorgt ervoor dat je boodschap beter blijft hangen.

Derk-Jan de Grood werkt als testexpert en trainer bij Valori. Hij geeft regelmatig colleges op diverse hogescholen en universiteiten en presentaties op nationale en internationale congressen. Jan Iedema is managementconsultant en vernieuwingsadviseur Ordina Public Management Consulting. Als storyteller geeft hij vele voordrachten, trainingen en workshops over onderwerpen die lopen van Het nieuwe werken tot whisky en van sociale media tot duurzaamheid.

Redactie Nieke Roos

Boek

Op basis van hun praktische ervaringen hebben Derk-Jan de Grood en Jan Iedema samen 'Presenteren? Alles mag!' geschreven (ISBN 9789039526064). Dit boek beschrijft op ongedwongen wijze het hele proces van presenteren, van idee tot applaus. De auteurs hebben een recensie-exemplaar beschikbaar gesteld. Wilt u dit boek recenseren voor Bits&Chips, stuur dan een e-mail naar redactie@techwatch.nl.