

Gijs Tenthof

Presenteren 3.0

Handboek voor
interactief beïnvloeden

b:k light

Voorwoord

Rond 1985 gaf ik als artsbezoeker zo'n 120 presentaties aan artsen en apothekers over een nieuwe behandelingsmethode. Ik kwam uit de industriële wereld en kon daarom rekenen op een kritische opstelling van de deelnemers. Mijn organisatie had geïnvesteerd in een modern systeem (computergraphics met televisie) om goed te kunnen presenteren. Ik begon met een animatie van circa 15 minuten die ik aan elkaar moest praten. Daarna kwam een meer interactief deel met veel dia's die ik selectief kon oproepen en tonen op een televisiescherm.

Het eerste deel ging vaak moeizaam. Ik was vooral gericht op het afdraaien van mijn verhaal. De eerste 15 minuten zag ik dan ook veel deelnemers afhaken. Pas bij het tweede deel, waar de interactie plaatsvond, kwamen die deelnemers weer tot leven. Naarmate mijn ervaring toenam en ik leerde hoe ik de discussie kon sturen, kreeg ik er steeds meer plezier in. Ik gebruikte de dia's minder en was minder zelf aan het woord, daarmee werd de inbreng van de deelnemers steeds groter. De presentaties werden veel praktischer en duurden ook langer. Interactie, waardoor de deelnemers met elkaar informatie uitwisselden, en praktijkgerichtheid waren de sleutelfactoren voor succes.

In mijn vak als zelfstandig trainer heb ik hier veel aan gehad. In al mijn trainingen en eigen presentaties komen interactie en praktijkgerichtheid terug. Ik geef nu regelmatig trainingen over deze manier van presenteren; die trainingen vormen mede de basis voor dit boek. Ik ben blij dat ik nu mijn ideeën via dit boek met je kan delen.

Ik vind het belangrijk dat de kwaliteit en effectiviteit van presentaties toenemen. Bedrijven en organisaties investeren veel geld in presentaties om effectief overleg te bevorderen. Ze zullen bovendien steeds vaker voor deze communicatievorm kiezen, omdat zo meerdere disciplines of afdelingen in korte tijd met elkaar van gedach-

ten kunnen wisselen. Ook vinden presentaties plaats in een groter verband, bijvoorbeeld tijdens een congres, om in korte tijd veel stakeholders te informeren. Presentaties dragen op die manier bij aan efficiency en imago.

Toch hoor ik vaak dat de deelnemers, maar ook de presentatoren, het rendement van deze investering beperkt vinden. Een kritische blik is daarom hard nodig.

Met dit boek wil ik graag mijn bijdrage leveren aan het verbeteren van het rendement van de presentaties. Zodat het voor de deelnemers een nuttige en plezierige bijeenkomst wordt, zodat de presentator evenveel plezier beleeft aan het geven van een goede presentatie en hij effectief zijn doelen bereikt.

In dit boek geef ik mijn opgebouwde kennis weer over hoe je *interactief* kunt *beïnvloeden*. Om samen met de deelnemers, gebruikmakend van hun kennis en meningen, een stap verder te komen naar het uiteindelijke doel. Dat is waar dit boek over gaat. Je krijgt hierbij technieken aangereikt, dus geen trucjes met een manipulerend karakter. De suggesties die in dit boek staan, komen uit de praktijk. Je hebt ze vast al wel eens meegemaakt en nu kun jij er ook over beschikken! De ideeën zijn van deze tijd, vandaar de titel: Presenteren 3.0.

Natuurlijk ben je ook van harte welkom op de speciale trainingen over dit onderwerp. Op mijn website vind je alle informatie: www.presenteren3punt0.nl. Op YouTube staan bovendien twee korte films, in de een geef ik uitleg over presenteren 3.0 en in de tweede krijg je tips over de 7 succesfactoren van een interactieve presentatie. De link is: www.youtube.com/user/presenteren3punt0.

Dit boek heb ik met veel plezier geschreven in Italië, in de prachtige omgeving van Ligurië. Hier had ik de inspiratie om in korte tijd deze langgekoesterde wens te vervullen. Ik kon er gedisciplineerd werken en tegelijkertijd genieten van een heerlijk authentiek vakantiehuis (www.casastella.nl). Daarbij ben ik intensief gecoacht door

mijn vriend Bart en broer Jaap. Dankzij de steun van mijn ouders is het manuscript ook echt een boek geworden. En al die tijd heeft mijn vrouw Harmke mij gesteund om te doen waar mijn hart ligt! Allemaal bedankt!

Gijs Tenthof

Molini di Tiora en Biddinghuizen, eind 2012

1. Wat is Presenteren 3.0?

Ken jij voorbeelden van een goede presentatie die je als toehoorder *echt* als nuttig hebt ervaren? Wat gebeurt er in die presentatie? Wanneer je ook zelf regelmatig presentaties geeft, ken je ongetwijfeld de grote uitdaging om je toehoorders optimaal te blijven boeien. Wat wil je zelf daarbij verbeteren? In hoeverre geldt dat je jouw presentatie inzet als middel voor het bereiken van een groter doel?

Twee voorbeelden waar presentaties worden ingezet om een doel te bereiken

Hieronder staan twee voorbeelden van veelvoorkomende praktijksituaties waar Presenteren 3.0 goed gebruikt kan worden. Welke herken jij?

Je presenteert jouw plan en wilt dit erdoor krijgen

Je hebt een plan dat je gaat presenteren op een overleg met een aantal collega's. Je wilt jouw plan graag erdoor krijgen. Je weet ook dat je tijdens het overleg te maken krijgt met weerstand. Je hebt te maken met collega's die jouw plan wel zien zitten, maar ook met een aantal kritische mensen. Hoe ga je dit aanpakken? Hoe zet je de discussie naar jouw hand? Wat betekent dit voor de opzet van jouw presentatie?

Je wilt een boeiend verhaal neerzetten

Je bent uitgenodigd om tijdens een vergadering jouw kennis

te delen met collega's van andere afdelingen. Je hebt 30 minuten gekregen voor jouw verhaal. De groep is breed qua samenstelling en interesse. Je schat in dat sommigen jouw onderwerp op voorhand eerder saai dan interessant vinden. Toch weet je dat jouw kennis relevant kan zijn voor alle aanwezigen. Wel zit je met de vraag hoe je die aansluiting gaat bewerkstelligen. Hoe zorg je ervoor dat jouw presentatie boeit? Wat doe je in de opening om de groep direct al bij jouw verhaal te betrekken?

De presentatie als middel

De presentatie wordt ingezet als middel in een overleg om anderen te beïnvloeden, met elkaar informatie uit te wisselen en een besluit te nemen. Meestal gaat het om situaties waar de deelnemers qua functie en interesses verschillen. De tijd van elke deelnemer is kostbaar. De tijd die een organisatie steekt in presentaties geldt op jaarbasis als een zeer grote investering. We mogen dus best eisen stellen aan het rendement van deze investering. Een goede presentatie brengt zijn geld op, omdat in korte tijd meerdere disciplines kennis uitwisselen en tot een (gedragen) besluit komen. Een goede presentator laat ook een indruk achter die uitstraalt op zijn functioneren. Kortom, alle reden om ervoor te zorgen dat je goed kunt presenteren.

De invloed van je presentatievaardigheid op jouw carrière

Als je goed kunt presenteren, word je makkelijker gezien en ontdekt. Jouw presentatie-imago draagt zo ook bij aan jouw carrièremogelijkheden. Hoe belangrijk is dit element voor jou?

Met goede presentatievaardigheden bereik je eerder jouw doelen

in je werk. Vaak zijn belangrijke succesmomenten in je werk sterk gebonden aan het verzorgen van een presentatie. Je gebruikt jouw presentatie om toestemming te krijgen van hoger management, draagvlak te krijgen bij anderen, medewerking te krijgen op andere afdelingen, problemen op te lossen tijdens de voortgang van een project. Telkens is de presentatie een belangrijk middel om jouw doelen te realiseren.

Investering en opbrengst voor een organisatie

Hoe ervaar jij het rendement van de presentaties die je meemaakt in jouw organisatie?

Organisaties hebben er alle belang bij deze investering te laten renderen. Er zijn nog maar weinig organisaties die deze investering op toegevoegde waarde meten, maar in de wandelgangen hoor je na afloop wel informatie die hier een indicatie voor is.

‘De presentatie was weer zinloze tijd, ik hoorde niets relevant.’

‘Weet jij wat we met deze presentatie verder aan moeten?’

‘Als ik niet moet, sla ik de volgende keer dit soort presentaties en overleg graag over. Ik kan mijn tijd beter besteden.’

Een organisatie laat hier dus veel geld liggen! Heb je een idee hoeveel geld jouw organisatie investeert in presentaties? Wat hoor jij aan reacties na een presentatie in de wandelgangen? In hoeverre kan volgens jou het rendement nog worden verbeterd?

De gevolgen van een presentatie op jouw productiviteit

Behalve dat een presentatie tijd kost van de deelnemers, heeft het ook effect op de presentator zelf. In hoeverre spookt een komende presentatie door je hoofd en beperkt het je focus op andere zaken?

Het geven van een presentatie wordt heel verschillend ervaren. Sommige presentatoren ervaren het als een positieve uitdaging, de

spanning maakt hen vooral alert. Zij blijven ook tijdens de voorbereidingsfase productief. Andere presentatoren ervaren een meer negatieve spanning in de vorm van een verlamme stress. In dat geval ben je in je hoofd erg met de presentatie bezig. Dit leidt af. Niet alleen op je werk, maar ook in jouw privé-tijd. Als een presentatie goed gaat, geeft dit een kick. Een goede presentatie stimuleert tot meer. Het geeft positieve energie die leidt tot vervolgcacties. Die zijn belangrijk voor jezelf en jouw organisatie! En privé kom je ook anders, positiever, thuis!

Wat is Presenteren 3.0?

Wat mag je van Presenteren 3.0 verwachten? Hoe ziet een presentatie volgens Presenteren 3.0 er globaal uit?

Je wilt jouw presentatie gebruiken om in korte tijd de toehoorders te *beïnvloeden*. Je doet dit *interactief* waarbij je gebruikmaakt van de aanwezige kennis en meningen van de toehoorders. Je betreft hen daarom zo snel mogelijk - al tijdens de opening - bij jouw presentatie. Je informeert naar hun discussiepunten en vragen. Hier stem je jouw verhaal op af. Dit lukt je, omdat je vooraf juist deze *flexibiliteit* hebt ingebouwd. Je geeft vooral *praktische* informatie en komt met *voorbeelden* en *suggesties*. Je geeft jouw publiek de ruimte om hierop in te gaan. Ze kunnen (kritische) vragen stellen of aanvullingen geven. Je brengt de informatie boeiend door die steeds te vertalen naar praktijkvoorbeelden en praktische suggesties. Je gebruikt de aanwezige meningen, die je inzet en waarmee je de *interactie* bewaakt.

Jouw toehoorders kunnen dus steeds vragen stellen. Die beantwoord je zelf of je laat die soms door andere toehoorders beantwoorden. Jouw toehoorders voelen zich zo *actief betrokken* en ervaren zich meer als actieve deelnemer dan als een passieve toehoorder. Dit verhoogt jouw invloed. Door de interactie staan jij en de deelnemers meer centraal. Je zet *de beamer beperkt in* en maakt effectief gebruik van de flip-over.

Je sluit *doelgericht* af op basis van een aantal voorbereide afsluitingen.

Welke je inzet, bepaal je aan de hand van de discussie die je meege-
maakt hebt.

Praktijkvoorbeeld

Je bent deelnemer aan een overleg. Op de agenda staat een presentatie over het nieuwe computersysteem gepland. Je verwacht een technisch en detaillistisch verhaal waarbij je maar moeilijk je aandacht kunt vasthouden. De spreker is voor jou nieuw en verrast je aangenaam met zijn presentatie. Hij boeit vanaf het begin. Hij gaat meteen de interactie aan en informeert wat iedereen wil horen. Dit noteert hij op de flip-over. De ene vraag roept de andere vraag op. Het is meteen levendig en praktijkgericht.

Hij neemt de praktijk als uitgangspunt. Hij sluit aan bij de gestelde vragen en laat de meerwaarde van het nieuwe computersysteem zien. Hierbij blijft hij interactief met de zaal bezig. Je hoort collega's vragen stellen die ook bij jou leven. Ook hoor je aan de reacties van collega's hoe zij de meerwaarde ervaren. Aan het eind wordt hij bovendien erg concreet: hij noemt de vervolgacties. Dit stemt tot nadenken en zet aan tot eigen actie. Heel nuttig!

Achteraf vraag je jezelf af wat deze presentator heeft gedaan. Waardoor is het verhaal voor jou en de anderen zo boeiend geweest? Je bent namelijk zo in het verhaal meegegaan, dat je jouw telefoon niet eens tussendoor hebt gecheckt.

Waarin verschilt Presenteren 3.0 van Presenteren 1.0 en Presenteren 2.0?

Presenteren 1.0 was de situatie waarin de toehoorders, vaak in het halfduister, lange tijd geduldig naar een spreker met lichtbeelden (diatrommel en later overheadprojector) luisterden. Het verhaal was qua structuur redelijk voorspelbaar met een kop, middenstuk en staart. Aan het eind konden vragen gesteld worden. Hier was de aandacht van de toehoorders vaak hoger. Het verhaal was vooral opgebouwd met eerst veel details en verantwoording, voordat de praktijk (eventueel) aan bod kwam. Veel toehoorders schrokken als halverwege de tijd nog niet de helft van de dia's aan bod was gekomen.

Met de beamer deed Presenteren 2.0 zijn intree. Het werd lichter in de zaal. In het begin was de opzet nog gelijk aan Presenteren 1.0. De laatste jaren vond er meer en meer interactie plaats. Ook werd er meer aandacht besteed aan praktijkvoorbeelden en casuïstiek om de discussie ruimte te geven. Veel succesvolle sprekers zetten hun informatie steeds meer in om discussie uit te lokken.

Presenteren 3.0 bouwt hier op voort en stelt de toehoorders meer centraal. De presentatie draait om het (gestructureerd) beantwoorden van de vragen die er bij hen leven. Deze worden in het begin geïnventariseerd. Zo kan in de beperkte tijd goed worden ingespeeld op de informatiebehoefte van de toehoorders. Ook zien we dat de toehoorders actief betrokken worden tijdens de presentatie. De presentator stelt vragen en benut zo de aanwezige meningen en kennis. Als de presentator een vraag krijgt, kan hij er ook voor kiezen die door een toehoorder te laten beantwoorden.

In veel presentaties heeft de presentator te maken met verschil in functie of ervaring. In Presenteren 3.0 worden deze verschillen juist benut. Ook onderling wordt op deze wijze informatie uitgewisseld. Deze interactie verhoogt de aandacht en het effect. De toehoorder

wordt deelnemer. De presentator leidt de interactie en heeft hierbij vooral zijn doel voor ogen. Een belangrijke strategische factor voor de beïnvloeding is om de juiste mensen tijdens de interactie aan het woord te laten.

Welke 7 vragen stellen ervaren presentatoren het meest?

Tijdens de trainingen in Presenteren 3.0 inventariseer ik welke vragen de presentatoren hebben. Het gaat dan om presentatoren met ervaring, die over het algemeen op zoek zijn naar suggesties voor effectiever en interactiever werken.

1. Hoe maak ik de presentatie boeiend?
2. Hoe bereid ik een flexibele presentatie voor?
3. Hoe zorg ik ervoor, dat de discussie gestructureerd verloopt?
4. Hoe kan ik beter beïnvloeden?
5. Hoe ga ik om met lastige vragen?
6. Hoe ga ik om met weerstand en negatieve reacties?
7. Welke mogelijkheden heb ik om direct leuk te openen?

Wat ga je terugvinden in dit boek?

Dit boek is gebaseerd op de ervaringen uit de vele trainingen met ervaren presentatoren. Hun probleem lag niet bij het overbrengen van hun informatie, ze waren eerder op zoek naar suggesties om de effectiviteit te verhogen. Ook was er behoefte aan suggesties hoe je een presentatie interactiever kunt maken en de interactie leiden. In dit boek worden hiervoor praktische tips aangereikt. Je krijgt:

- De 7 succesfactoren van een beïnvloedende presentatie.
- Het 7-stappenplan voor een succesvolle voorbereiding.
- De 7 belangrijkste vaardigheden.

2. De toepasbaarheid van Presenteren 3.0 in 7 praktijksituaties

Presenteren 3.0 benadert de presentatie als een middel dat je inzet om een hoger doel te bereiken. Hierna komen enkele voorbeelden van praktijksituaties waarvoor Presenteren 3.0 praktische handvatten biedt.

Je verdedigt je voorstel tijdens een vergadering

Je bent manager in een grote organisatie en moet voor het managementteam een plan verdedigen. Je weet al uit het verleden en de lobby dat je medestanders en critici in de groep hebt. Je collega van ICT heeft net een voorstel gepresenteerd over beveiliging van de computers. Hij presenteerde veel technische details en je zag veel collega's vooral met hun telefoon in de weer. Na het verhaal waren er veel vragen over nut en kosten. Zijn voorstel werd dan ook afgewezen. Wat ga jij nu doen?

Je bent projectleider en wilt medewerking van de afdelingshoofden

Je hebt spreektijd gekregen op het maandelijks overleg van de afdelingshoofden. Jouw project wordt in het algemeen wel als zinnig gezien, zolang het maar niet ten koste gaat van de productiviteit. Je verwacht dan ook veel weerstand als je presentatie niet goed aansluit op wat er gevraagd wordt. Bovendien bestaat er tussen de afdelingshoofden verschil in opvatting over het nut van jouw project, met name bij een afdelingshoofd die meestal in de discussie dominant aanwezig is. Hoe pak je dit aan?

Je bent adviseur en doet na je onderzoek verslag en geeft aanbevelingen

Je hebt voor een klant een analyse uitgevoerd over de mogelijkheden om de productiviteit te vergroten en daarmee het rendement. Dat kan, maar er wordt dan wel wat gevraagd van de organisatie. Het betekent een andere organisatiestructuur en dus verschuivingen. Dat geeft op persoonlijk niveau kansen en ook bedreigingen. Voor jezelf is het erg belangrijk dat de opdracht een vervolg krijgt. Hoe ga je de komende 45 minuten optimaal benutten?

Je bent accountmanager en staat met twee concurrenten op de agenda

Je kunt een grote opdracht binnenhalen, maar ook mislopen. De concurrentie is ook uitgenodigd. Elke partij heeft een half uur gekregen om zijn aanbieding toe te lichten. In de zaal zitten zowel mensen die je kent als onbekenden. Je hebt onder de bekenden een medestander. Je hebt twee keer gesproken met de inkoper. Hij was erg kritisch. Daarom verwacht je van zijn kant veel weerstand. Eigenlijk heb je te weinig tijd voor de informatie die wilt geven. Wat ga je doen?

Je bent leidinggevende en wilt een nieuwe werkmethode introduceren

Natuurlijk kun je de nieuwe werkmethode gewoon uitleggen en opdragen. Alleen weet je dat er dan veel weerstand ontstaat. Het zal dan langer gaan duren voordat het gaat zoals je voor ogen hebt. Dat gaat ten koste van de productiviteit en je voldoening in je werk. Je wilt jouw team dan ook enthousiast maken voor deze werkmethode. Je kent je team en weet al aardig in te schatten bij wie dit makkelijk zal gaan en wie tegengas gaat geven. Hoe ga je deze mogelijkheid benutten?

Je bent ambtenaar en wilt met instellingen en ondernemers beleid ontwikkelen

Vanwege de bezuinigingen moet jouw gemeente op veel gebieden meer in samenspraak met burgers beleidskeuzes maken. Dit keer heb je te maken met een van de dorpskernen. Je moet samen met instellingen en collega's een goede werkwijze realiseren om de inkoop van regionale zorg te regelen. De belangen verschillen. Toch moet er een zo breed mogelijk gedragen plan komen. Je hebt daarom een overleg gepland met de partijen. Je wilt van hen horen wat zij belangrijk vinden, maar het is ook handig dat zij dat van elkaar horen. Hoe benut je dit moment?

Je bent als gastspreker uitgenodigd om je expertise te delen

Je bent een expert op je vakgebied. Daarom heeft men jou gevraagd een update te geven van de ontwikkelingen op dit terrein. In de zaal zitten vooral toehoorders die vanuit hun werk raakvlakken hebben met je vakgebied. Hoe maak je het nu interessant voor hen? Je weet van jezelf dat je bij dit soort gelegenheden de neiging hebt te veel details aan te halen, waardoor je verhaal saai kan worden. Toch zijn die details belangrijk om je verhaal te onderbouwen en om je rol als expert inhoud te geven. Het is ook belangrijk voor jouw organisatie om zich via jou goed te profileren. Zelf wil je ook een goede indruk achterlaten. Wat ga je doen?

Er zijn natuurlijk nog veel meer voorbeelden te geven waarbij mensen presentaties gebruiken om anderen te beïnvloeden: trainers, instructeurs, docenten, voorlichters, etc.