

10 tips voor een effectievere presentatie op congres of event

Als je tijdens een congres of event een presentatie moet houden of een workshop moet geven, is het belangrijk je goed voor te bereiden. Hieronder 10 tips die je helpen om van jouw presentatie of sessie een succes te maken!

Wil je advies bij het opzetten van je verhaal of sessie of wil je je vaardigheden op het gebied van presentatie of gespreksleiding versterken, onderaan staan onze contactgegevens.

Tip 1: Bepaal: Wie is mijn doelgroep, wat is mijn boodschap en wat wil ik bereiken?

Voor wie?

Voordat je begint met het voorbereiden van je verhaal – of het nu een presentatie of een workshop is – is het belangrijk een duidelijk beeld te hebben van je publiek. Wie zijn het en wat weten ze (al)? Zijn het experts op jouw gebied? Of juist leken? Staan ze positief, negatief of neutraal tegenover jouw onderwerp?

Het is belangrijk je doelgroep zo goed mogelijk te definiëren. Voor je publiek – om je verhaal zo relevant mogelijk te maken – maar ook voor jezelf. De kwaliteit van jouw publiek hangt af van hoe goed en duidelijk jij je doelgroep en de inhoud van je sessie omschrijft. Hoe vager je bent – hoe breder je publiek wordt. Daarmee wordt ook de kans groter dat mensen tijdens je verhaal afhaken of niet meedoen. Je kunt beter een kleiner maar geïnteresseerd publiek hebben, dan een groot, maar slecht betrokken publiek.

Over wat?

Omschrijf vooraf wat de boodschap is die je aan je publiek wilt overbrengen. Daarvoor kun je de volgende structuur gebruiken.

Stap 1) Wat is je **kernboodschap?** – Wat is in 1 zin hetgeen je publiek moet onthouden?

Voorbeeld kernboodschap: “Je moet zelf actief op commerciële bedrijven afstappen als je fondsen wilt werven in de culturele sector”.

Stap 2) Wat zijn DRIE **ondersteunende boodschappen** voor je kernboodschap? Meestal zijn dat *wat, waarom, hoe* of *wie* vragen. Drie vragen zijn meer dan genoeg. Mensen kunnen niet heel veel verschillende boodschappen onthouden. Je zult dus keuzes moeten maken.

Voorbeelden van ondersteunende boodschappen:

- **Waarom** moet je actief op bedrijven afstappen? Bedrijven weten vaak niet wat er allemaal voor culturele activiteiten zijn en hoe ze die kunnen sponsoren.



- **Wie** moeten er naar bedrijven toe? Het is belangrijk dat je als directeur van een culturele instelling zelf contacten legt en onderhoudt met bedrijven. Dan wel met de marketing of sponsormanager, dan wel met directeur. Ga zelf naar de bedrijven toe en vertel je verhaal.
- **Hoe** pak ik dat aan? Leg persoonlijk contact – via de telefoon – en bereid je pitch goed voor. Waarom is jouw culturele instelling relevant voor dat specifieke bedrijf? Wat levert het de sponsor op?

Stap 3) Wat zijn de **bewijspunten voor de drie ondersteunende boodschappen?** Verzamel zoveel mogelijk argumenten, feiten, cijfers, anekdotes, onderzoeken, cases, etc. per ondersteunende vraag om je punt te maken.

Voorbeeld bewijspunten (bij Hoe pak ik dat aan?):

- Vertel over onderzoek waaruit blijkt hoeveel ‘koude’ telefoontjes naar bedrijven, uiteindelijk een afspraak opleveren en hoeveel afspraken tot sponsorship leiden (conversie).
- Laat voorbeelden zien van presentaties die culturele instellingen voor bedrijven houden waarin ze zichzelf verkopen.
- Laat voorbeelden zien van hoe sponsoren een podium krijgen bij culturele instellingen en evenementen.
- Etc.

Waarom?

Weet wat je wilt bereiken met je presentatie of sessie. Wil je mensen enthousiasmeren? Verleiden om ander gedrag te vertonen? Wil je kennis overdragen? Of een debat starten? Beantwoord voor jezelf van te voren de checkvraag: “Ik ben tevreden als mijn publiek na afloop van mijn presentatie...”

Tip 2: Kies de meest passende vorm voor je boodschap.

Je kunt je verhaal op verschillende manieren overbrengen. De keus voor de vorm hangt af van je doel, soms af van je boodschap of de soort informatie die je wilt delen (een onderzoek presenteren is iets anders dan een workshop geven), soms van je doelgroep (zijn het leken of experts?). Daarnaast heb je te maken met de randvoorwaarden van de organisatie van een congres of event (duur, tijdstip op de dag, locatie, zaalindeling etc.) Welke vormen zijn er zoal en waar moet je rekening mee houden?

De presentatie

Bij een presentatie vertel je in principe ongestoord je verhaal – eventueel met behulp van slides of filmpjes – en kun je aan het einde van je sessie nog tijd inruimen voor vragen vanuit het publiek.

Voordeel van presentaties is dat je relatief veel informatie op een gestructureerde manier kunt overbrengen: Je kunt ‘je verhaal’ kwijt.





Eis is dan wel dat het verhaal niet te uitgebreid of gedetailleerd is en dat het ook echt interessant is voor de doelgroep om naar te luisteren.

Bereid een presentatie altijd goed voor en zorg dat je je verhaal 'kent'. Kennen is iets anders dan uit het hoofd leren!

Eventueel kun je ook met meerdere mensen een presentatie houden. Verdeel dan wel vooraf duidelijk de taken en de inhoud (wie gaat wat vertellen), zodat voor de luisteraars duidelijk is aan wie zij bijvoorbeeld bepaalde vragen kunnen stellen.

Het interview

Een andere manier waarop je ook je verhaal kwijt kunt, maar meer interactief (en daardoor soms prettiger om naar te luisteren en te kijken), is een interview. Er is een interviewer (kan 'leek' zijn) – die (samen met jou) een aantal vragen heeft voorbereid. Jij reageert daar vervolgens op met jouw verhaal. Als iets niet duidelijk is, kan de interviewer verduidelijkende vragen stellen.

Voordeel van deze vorm is dat het voor jezelf als spreker makkelijker is om te reageren op vragen. En je krijgt gelijk feedback over je antwoord en of iets duidelijk is. Soms kan de interviewer je bijvoorbeeld om (meerdere) voorbeelden vragen om een punt te verhelderen. Op deze manier vertel je vaak wat natuurlijker je verhaal en is het voor het publiek gemakkelijk om te volgen. Vereiste is wel dat interview wordt voorbereid met je interviewer. Ook hierbij kun je gebruik maken van ondersteunende slides en beelden. De interviewer kan ook de vragen uit de zaal en de tijd voor je managen.

De discussie

Een discussie leent zich met name voor onderwerpen waar je een mening over kunt hebben en waar je vanuit verschillende perspectieven naar kunt kijken. Belangrijk bij een discussie is dat de vragen of stellingen waarover gediscussieerd wordt van te voren duidelijk zijn voor alle partijen en dat de discussie geleid wordt door een (onafhankelijke) gespreksleider.

Een discussie is een dynamische vorm die voor het publiek interessant is om te volgen. De gespreksleider moet ervoor zorgen dat alle sprekers het woord krijgen en dat men respectvol met elkaar omgaat.

Zorg dat je aan de hand van de stellingen of vragen goed voorbereid bent om jouw eigen boodschap te vertellen. Probeer een aantal argumenten vanuit de anderen te verzinnen en zorg dat je daar weer tegenargumenten voor verzint vanuit jouw perspectief.

De workshop

Een workshop is nogal een breed begrip. Kern bij een workshop is dat de deelnemers echt aan de slag gaan. Er is altijd duidelijk interactie tussen de workshopleider/ spreker en het publiek/ deelnemers. Workshops lenen zich vooral voor het toepassen van kennis of modellen of tools op verschillende situaties. Bijvoorbeeld een business model dat eerst kort toegelicht wordt en dat deelnemers vervolgens kunnen toepassen op hun eigen situatie. Of deelnemers moeten in tweetallen of groepjes nadenken over een vraag of problemen, en bespreken daarna met elkaar de verschillende mogelijke oplossingen. Maar het kan ook een training zijn in bepaalde vaardigheden.





Belangrijk bij een workshop is dat je als ‘spreker’ niet alleen inhoudelijk expert bent, maar vooral weet hoe je een groepsproces moet begeleiden. Kern is dat men leert door zelf te doen en te delen, dus je hoeft als procesbegeleider niet overal het antwoord op te geven.

Je kunt allerlei werkvormen en technieken toepassen in workshops, afhankelijk van doel en inhoud van de sessie. In basis komt het vaak neer op korte presentatie over de inhoud en uitleg van de werkvorm. Daarna gaat de groep aan de slag met vraag of opdracht en vervolgens wordt dat plenair weer teruggekoppeld. Bouw niet teveel stappen in en laat voldoende tijd voor discussie en delen! Waak er als procesbegeleider voor dat alle bijdragen waardevol zijn en focus je niet op één goed of ideaal antwoord.

Netwerken op een stand

Bij sommige events krijg je de mogelijkheid je dienstverlening, product of project op een markt te presenteren. Je krijgt dan vaak een stand of ruimte aangeboden. Het voordeel van een markt is dat je een-op-een contact met de bezoekers hebt en hen iets kunt demonstreren of kunt laten uitproberen.

Wat hier van belang is, is dat je je actief, uitnodigend en open opstelt. Achter een tafel zitten met folders voor je neus is niet actief. Stap op mensen af en begin een gesprek. Bied mensen iets aan of kijk ze alleen aan en lach vriendelijk. Het is ook hier goed dat je van te voren bedenkt welke doelgroep je wilt spreken en wat je hen wilt laten zien of doen. Bereid een openingszin of pitch voor, waarmee je in aantal zinnen kunt vertellen wat je doet of verkoopt. Stel vragen aan de ander om er achter te komen wie hij of zij is en wat hij of zij zoekt. Zorg altijd dat je voldoende visitekaartjes bij je hebt, zodat mensen je later kunnen contacteren en dat je materiaal of informatie hebt, wat je uit kunt delen.

Tip 3: Laat je non-verbale gedrag en stem voor je werken.

Niet iedereen voelt zich op zijn of haar gemak voor een groep. De beste manier om een goede spreker te worden is om het vooral veel te doen! Een paar tips om je te helpen bij je ‘performance’:

Zorg goed voor jezelf. Wees op tijd. Verken van te voren de zaal, de akoestiek, de techniek. Visualiseer je publiek. En richt de zaal in zoals jij dat wilt. Ga vast in de ruimte staan en spreek je eerste zin hardop uit. Drink voldoende water en vergeet niet van te voren te eten (niet te vet, dat is niet goed voor je energie en je stem).

Warming-up. Vergelijk het met een sporter: zonder warming up geen winnende prestatie. Schud jezelf van te voren even goed uit, wrijf in je handen. Maak je gezicht los, adem goed uit en laat je stem klinken.

Als je gaat beginnen: breng je gewicht op 2 voeten. Zet je voeten heupbreedte en zorg dat je knieën niet op slot zijn. Sta rechtop in een trotse, open houding. Schouders los en ontspannen, armen gewoon ontspannen langs je lichaam (dan ga je ze vanzelf gebruiken). Kaak los en maak oogcontact met je publiek.





Ben je zenuwachtig en kruipt je adem omhoog? Adem dan rustig uit. Laat tijdens je verhaal af en toe een stilte vallen. Dat is prettig voor je publiek en geeft jou de kans weer even op 2 benen te staan, uit te ademen en oogcontact te maken.

Gebruik de ruimte. Ga bij voorkeur in de vrije ruimte staan, niet achter een kathedr. Ga altijd staan (en niet zitten). Impact maak je voor 90% met je non-verbale gedrag en je stem. Dan moet je publiek je zien en verstop je jezelf niet achter een kathedr of op een stoel. Bewegen en met je handen ‘meepraten’ of heen en weer lopen is dynamisch om naar te kijken, zolang het je verhaal ondersteunt.

Denk goed na over wat je aandoet. Pas je aan op de setting van de dag qua kleding – is het formeel of juist niet? Je bent je eigen visitekaartje en ook een beetje van het event! Een beetje over-dressed zijn is niet erg: Under-dressed zijn is minder leuk. Twijfel je over de dress-code? Neem contact op met de event-organisator.

Wel of geen spiekbrieftjes? Gebruik rustig een aantal kaarten (maat: ansichtkaart) met steekwoorden als het je helpt om je verhaal te vertellen en de structuur aan te houden. Houd geen uitgeschreven teksten voor je neus. Het is lastig om te ‘vinden’ in de tekst waar je bent en voorlezen van blad is erg vervelend voor publiek om naar te kijken en luisteren.

Kijk mensen aan en smile! Belangrijk is dat je tijdens je presentatie oogcontact maakt met je publiek. Maak het jezelf makkelijk en maak al oogcontact bij binnenkomst. Vertel je verhaal altijd in oogcontact en kijk hoe mensen reageren op je verhaal. Probeer ook af en toe even te glimlachen of een grapje te maken. Jij bent als spreker sterk bepalend voor de sfeer die er hangt. Als jij ontspannen bent en open, zal de zaal dat ook zijn. Vind je het eng om mensen aan te kijken. Zorg dat er een collega in de zaal zit die je goed kent en maak in het begin van je verhaal oogcontact met hem/ haar. Gaan vanuit daar andere mensen aankijken. Als het even lastig wordt, richt je dan weer op je collega en ga vanuit daar weer verder rondkijken.

Tip 4: Enthousiasmeer je publiek!

Je performance als spreker bij een event begint eigenlijk al bij de eerste uitnodiging die uit gestuurd wordt of de aankondiging op een website of in de media.

Als je naam in een programma staat en je gaat een presentatie houden of een workshop geven, wil je zeker weten dat je ook publiek hebt! Zorg dat je de organisatie van het event voorziet van voldoende informatie over je sessie (Waar gaat het inhoudelijk over? Wat is je werkvorm? Wie ben jij als spreker?). Of lever ze desgevraagd een tekstje aan over jouw sessie en over jezelf (bijv. in de vorm van een CV).

Zorg dat de tekst over je sessie duidelijk weergeeft wat de inhoudelijke insteek is, wat het doel is van de sessie en op welke manier je dat wilt overbrengen. Geef ook zo specifiek mogelijk je doelgroep aan, bijvoorbeeld op basis van sector, functie of niveau (junior, senior, etc). Dit voorkomt verkeerde verwachtingen bij deelnemers.





Lever ook tekst aan over jezelf als spreker. Stuur geen hele CV's op (tenzij daar expliciet om gevraagd wordt), maar maak een relevant beschrijving van je kennis en ervaring gerelateerd aan de sessie die je geeft. Vertel als je daarvoor de ruimte krijgt ook iets verrassends over jezelf. Daarmee maak je jezelf bijzonder en zijn mensen nieuwsgierig naar jouw verhaal. Op die manier kunnen mensen je ook beter plaatsen als spreker. Lever ook contactgegevens en of website(s) aan, indien relevant.

Als je gevraagd wordt om een bijdrage te leveren aan een congres of event, is jouw verhaal ook vaak relevant voor je eigen professionele netwerk. Promoot daarin dus ook het event en geef aan dat je als spreker optreedt. Dit is goed voor je eigen PR en ook voor het versterken van het netwerk rond het event. Vraag de organisatie om materiaal, informatie of links om zelf te versturen of op je website te zetten.

Tip 5: zorg voor een aantrekkelijk begin....

Je hebt je helemaal goed voorbereid en kan beginnen... Door sterk te beginnen, heb je gelijk de aandacht van de groep en krijg je ze betrokken. Wat kun je doen om goed te beginnen?

- Begin met een verhaal of anekdote. Neem mensen mee in je verhaal en vertel het vanuit jezelf. Een verhaal is prettig om naar te luisteren en bouwt rust in. Het is ook een kans om jezelf voor te stellen. Het verhaal moet natuurlijk wel in lijn zijn met wat je inhoudelijk gaat doen. Je kunt ook met een (kort) filmpje beginnen.
- Stel jezelf voor! Vertel iets over jezelf! Publiek vindt het prettig als ze weten wie er voor ze staat. Je hoeft niet je hele CV op te ratelen, maar vertel met name die dingen die relevant zijn voor de inhoud en de sessie. Vertel ook altijd iets verrassends of persoonlijks. Hoe beter je publiek je leert kennen hoe meer ze bereid zijn mee te gaan in je verhaal.
- Zeg wat je gaat zeggen – zeg het vervolgens – en herhaal wat je gezegd hebt. Dit heeft te maken met je boodschappen. Herhalen is prettig en duidelijk. Aan het begin kun je al kort je kernboodschap en ondersteunende boodschappen op hoofdlijnen geven. Dan ga je de diepte in en werk je die uit. Op het eind kun je ze nog een keer samenvatten.
- Als je een workshop geeft, laat van te voren zien welke stappen je wilt nemen en wat de timing daarbij is. Op die manier weten mensen wat ze kunnen verwachten (*'Oh, we gaan in groepjes werken – dan wil ik zeker bij die en die in de groep'*). Het kan ook zinvol zijn om een kort rondje in een groep te maken als ze met elkaar aan het werk gaan, zodat deelnemers weten met wie ze in de zaal zitten.



Tip 6: Zorg voor inspirerende en relevante ondersteuning.

Een beeld zegt meer dan 1000 woorden. We leven in een visuele maatschappij. Publiek vindt het prettig om naar beelden te kijken. (PowerPoint) Slides kunnen een prima ondersteuning zijn bij je presentatie. Maar ze moeten ook niet meer dan dat zijn: Een ondersteuning.

Slides

Er zijn een aantal punten waar je op moet letten als je slides maakt/ gebruikt.

- Gebruik geen slides tenzij ze echt iets toevoegen aan je verhaal.
- Als je slides gebruikt, gebruik dan vooral beelden of foto's. Sommige mensen gebruiken alleen maar beelden en slecht een enkel woord. Dat kun je doen als je je verhaal heel goed kent. Dan kun je er ook af en toe grapje in gooien.
- Slides kunnen ondersteunend zijn voor je verhaal, maar schrijf niet je hele verhaal uit. Jij moet je verhaal 'kennen'. De slides moeten relevant zijn voor je publiek en zijn er niet om jou structuur te geven.
- Zet alleen steekwoorden op slides. Geen stukken tekst of hele verhalen. Mensen lezen dat slecht - of niet - en het schrikt af. Te kleine lettertjes zijn slecht leesbaar en dat irriteert. Check je slides op schrijffouten – die leiden af en irriteren!
- Maak niet teveel slides. Als het teveel slides worden, moet je je verhaal inkorten. Is alles echt essentieel? Moet je echt drie voorbeelden geven, of is eentje voldoende?
- Pas op met grafieken en tabellen op slides. Zorg dat ze goed leesbaar zijn – ook van veraf en verwijder lijnen, cijfers, etc. die NIET relevant zijn. Bij een grafiek: Zorg voor een duidelijke beschrijving bij de assen!
- Zorg dat je je slides kent, de volgorde weet en weet hoe ze er uit zien. Ook als je de presentatie niet zelf gemaakt hebt. Als iemand anders je presentatie maakt, zorg dan dat je bij je 'optreden' niet voor verrassingen komt te staan, bijvoorbeeld omdat de maker er 'leuke' dynamische overgangen of effecten in heeft gemaakt die jij niet kent/ begrijpt.
- Check vooraf of de opmaak van je slides op de presentatielocatie net zo op het scherm komen als jij bedoeld hebt. Door verschillende systemen en instellingen kunnen lettertypen en opmaakcodes nogal eens voor verrassingen zorgen.
- Bepaal of jij de slides bedient of dat iemand van de techniek dat doet. Als je het zelf doet, zorg dan dat je goed weet hoe de 'presenter' werkt (ook hoe je terug moet bijv.). Als de techniek je slides doorklikt, spreek dan seintje af om te wisselen.



Filmpjes

Filmpjes kunnen goed werken in een presentatie of workshop, bijvoorbeeld als aftrap of even als welkome onderbreking van een presentatie. Ook bij filmpjes zijn er een aantal zaken waar je op moet letten:

- Is het filmpje wel voldoende relevant of passend in de huidige setting? Soms laten sprekers filmpjes van YouTube zien die zij grappig of leuk vinden, maar die niet aanslaan of passen in hun verhaal die dag. Bedenk goed of het filmpje een duidelijke (symbolische) boodschap heeft en of die ook voor deze doelgroep geschikt is.
- Zorg dat de duur van het filmpje in verhouding staat tot de rest van je programma en de tijd. Vaak zijn filmpjes te lang in verhouding tot andere dingen die op het programma staan. Vraag jezelf af of het nodig is het hele filmpje te zien of dat een clipje voldoende is.
- Zorg dat het filmpje technisch werkt. Check of de link naar internet werkt op de locatie. Of het filmpje vlot start op de beschikbare computer. Of er geluid is. Of check of er iemand van de techniek is die de in-start van filmpje kan regelen. Technisch geklungel gedurende een presentatie is bijzonder irritant.

Zal ik een Prezi gebruiken?

Prezi is een geweldige manier van presenteren. Veel mensen willen het graag gebruiken, maar ons inziens moet je dat alleen doen als je er heel goed mee overweg kunt. Als je dat namelijk niet kunt, dan leidt het gedoe en gerommel met deze presentatiemanier heel erg af van wat je wilt overbrengen.

Een Prezi is met name geschikt als je heel veel weet over een bepaald onderwerp en daar gemakkelijk en in interactie met de zaal over kunt praten. Dan kun je letterlijk van de ene slide naar de andere springen – op bepaalde onderwerpen inzoomen - en andere dingen laten liggen.

Je kunt tijdens je presentatie niet gaan zoeken in je Prezi waar iets ook al weer staat of waar je eigenlijk bent in je verhaal. Dus als je een Prezi wilt gebruiken, oefen veel en ken je verhaal en je slides goed!

Tip 7: Plan je tijd goed in.

Bij veel congressen krijg je van te voren te horen hoe lang je sessie mag duren. Meestal is dat een uur – soms ook veel korter. Tijd is een belangrijk hulpmiddel om je sessie in te vullen:

Als je 60 minuten krijgt van de organisatie, reken dan op 50 minuten effectieve tijd voor je verhaal of workshop. Mensen moeten binnenkomen, gaan zitten, plassen, etc. Dat kost allemaal tijd. Maar het is voor publiek ook prettig om even te ‘landen’. Houd hier dus rekening mee!

Begin zoveel mogelijk op tijd – wacht niet tot de allerlaatste binnen is als je 5 minuten inloop (zie boven) voorbij zijn. Probeer tijdens je verhaal of werkvorm de tijd in de gaten te houden en



je met name te richten op de eindtijd. Als jouw sessie uitloopt heeft dat ook weer gevolgen voor andere programmaonderdelen. Bij veel congressen krijg je 5 minuten voor het einde een waarschuwing dat je moet afronden. Pak zo'n moment ook echt even om af te ronden en leg uit naar je publiek dat je wilt afronden omdat het programma verder gaat.

Omdat je beperkte tijd hebt, moet je dus keuzes maken in je verhaal en moet je het aantal boodschappen beperken. Dat is soms nogal lastig, is onze ervaring. Experts weten vaak heel veel over een onderwerp en worden enthousiast als ze er over mogen vertellen. Maar te veel informatie leidt bij het publiek vaak tot verwarring en onduidelijkheid. Een duidelijk boodschap (zie Tip 1) is ook voor de ontvanger makkelijker te begrijpen en te onthouden! Als je vraag en antwoord aan het einde inplant, neem daar dan ook voldoende tijd voor. Het is erg frustrerend voor het publiek als zij van te voren horen dat ze vragen kunnen stellen en vervolgens is er amper tijd voor. Neem minimaal 10 minuten in een sessie van een uur!

Als je een workshop geeft, waarin je een of meerdere werkvormen gebruikt, plan die dan van te voren in en bepaal hoeveel minuten je per onderdeel of stap wilt gebruiken. Schat het realistisch in – 5 minuten voor een groepsdiscussie is zinloos – 10 minuten is realistischer. Beperk eerder het aantal werkvormen of stappen dan de tijd per stap. Houdt er ook rekening mee dat mensen bijvoorbeeld tijd nodig hebben om groepjes te vormen, of zich aan elkaar voor te stellen in een groepje, etc. Probeer je zoveel mogelijk vanuit deelnemers voor te stellen hoe ze in zo'n workshop aan de gang gaan!

Als je je presentatie of sessie van te voren oefent (zie Tip 10) kun je ook beter je timing inschatten!

Tip 8: Kies jouw manier van omgaan met vragen.

Sprekers gaan op verschillende manieren met vragen om. Sommigen vinden het leuk om vragen te krijgen (soms een beetje te leuk!), anderen vinden het lastig en worden er door afgeleid. Bepaal voor jezelf wat voor 'type' jij bent en ga er ook op die manier mee om. Vertel je publiek wat jij wilt.

Waar moet je nog meer op letten?

Geef van te voren duidelijk aan wanneer het publiek vragen kan stellen. Mogen ze inbreken in je verhaal? Moeten ze wachten tot het einde? Wees duidelijk!

Een vraag is niet eng of bedreigend, maar een kans om je (kern)boodschappen te herhalen. Probeer iedere vraag kort te beantwoorden en kijk of je vervolgens weer een bruggetje kan maken naar je eigen boodschappen. Herhaling daarvan is heel sterk!

Vragen die door publiek gesteld worden zijn niet altijd even relevant en duidelijk. Zorg dat je de vraag goed begrijpt voordat je antwoord. Als een vraag in jouw opinie te specifiek is en niet voor het grootste deel van het publiek relevant, vraag dan aan degene die de vraag stelt om na de



sessie even naar je toe te komen. *“Dat is een goede vraag, maar erg specifiek. Mag ik die na de sessie aan je beantwoorden?”*

Manage de vragenstellers – zorg dat verschillende mensen aan het woord komen. Dat betekent een vraag per persoon en geen uitgebreide uiteenzettingen die een vraag moeten inleiden. Je kunt altijd aangeven dat je meerdere mensen de kans wilt geven een vraag te stellen – daar kan niemand op tegen zijn.

Als je ergens een antwoord niet op weet – of het antwoord is erg complex – ga dan niet praten om het praten. Geef aan dat je daarvoor meer tijd nodig hebt of dat je het precieze antwoord op wilt zoeken en ga naar de volgende vraag. Geef aan dat je die persoon graag helpt, maar na de sessie.

Beantwoord de vraag niet alleen aan de vragensteller. Vertel je antwoord tegen het hele publiek door het maken van oogcontact. Zo blijft iedereen betrokken.

Als je tijdens je verhaal vragen krijg, zorg dan dat deze je niet afleiden van je verhaallijn. Zelf als de vraag interessant is of een ander perspectief biedt, probeer je verhaal te vertellen zoals je van plan was. Je kunt altijd verwijzen naar de vraag (*‘Als je het vanuit een ander perspectief bekijkt...’*). Reden hiervoor is dat improviseren op een verhaal niet voor iedereen is weggelegd en de kracht van je betoog doet afnemen.

Tip 9: Geef je publiek iets mee.

Tijdens een congres of event krijgt het publiek veel boodschappen op zich af en zien en ontmoeten ze veel mensen. Niet alles blijft dus even goed hangen. Hoe kun je zorgen dat je publiek jouw verhaal – en eventueel jouzelf – goed kunnen onthouden?

Zorg dat de tekst die over jouw sessie in het programma komt goed en duidelijk is. Zorg ook dat je – als daar ruimte voor is – iets over jezelf vermeldt (inclusief contactgegevens of website). Een programma dient ook vaak als naslagwerk voor deelnemers.

Als je een presentatie hebt, kun je een hand-out meenemen of de presentatie via de organisatie beschikbaar stellen. Soms zetten ze die online. Een hand-out met je sheets is handig – deel die echter niet VOORAF uit – dan gaan mensen je sheets lezen en niet naar je luisteren. Als je je presentatie naar de organisatie opstuurt – zorg dan dat er GEEN schrijf of typfouten inzitten en zorg dat je gegevens (email, telefoon, website) ook in de sheets staan. Duurzamer is om ipv je hand-out te printen te vragen of mensen hun mailadres of visitekaartje achter willen laten. De hand-out mail je na het congres. Dit is direct een kans voor direct contact.

Als je relevant materiaal hebt, dat interessant is voor je publiek, bijvoorbeeld onderzoeksrapporten of folders, neem die mee en stel die ter beschikking. Ook weer liefst achteraf, zodat mensen niet tijdens je verhaal gaan lezen. Gadgets zoals pennen en kleine hebbedingen werken ook nog steeds goed! Neem ook voldoende visitekaartjes mee om aan mensen uit te delen!





Wil je zelf nieuwe contacten opdoen? Zet een schaal neer waar mensen hun visitekaartjes in kunnen doen als ze meer willen weten over jouw verhaal, onderzoek, etc. Op die manier bouw je aan je contacten database. Je kunt al beginnen met het sturen van een bedankmailtje na het event: *“Leuk dat je bij mijn sessie was!”*.

Tip 10: Oefen!

Onze belangrijkste tip: OEFENEN! Oefen voor de spiegel of liever nog voor collega's of vrienden. Het komt de boodschap en structuur van je verhaal ten goede – je geeft je verhaal letterlijk woorden. Je kunt je publiek vragen wat ze onthouden en begrepen hebben. Daarnaast kun je ook oefenen qua timing en met de slides. Kun je er vlot doorheen? Is de opbouw logisch? Bij een workshop, probeer een werkvorm gerust uit op collega's en vraag om feedback.

Als je geoefend bent, voel je je zekerder en minder gespannen. Dat is terug te zien in je performance!

Bonus tip: Maak het leuk en interessant voor jezelf.

Zeg eens eerlijk: Zou jij zelf naar je eigen sessie of presentatie gaan? Heb je zin om je presentatie te geven? Als het antwoord 'nee' is, kijk dan nog eens kritisch naar je verhaal en de vorm die je hebt gekozen. Kies die elementen of vorm waar jij zelf enthousiast over bent en laat de saaie stukken weg. Als jij iets saai vindt, merkt je publiek dat ook. Als jij zin hebt in je verhaal, straal je dat uit en enthousiasmeer jij je publiek.

Veel plezier met de voorbereiding!

Wil je meer advies over het opzetten van een presentatie of workshop of wil je je presentatievaardigheden verder trainen? Neem contact met ons op om de mogelijkheden te verkennen!

Voor meer informatie over training en coaching:

Martijn Bruil

Martijn@Diederikconrad.nl

Mob: 06-22528077

www.diederikconrad.nl

