

CHECK JE PRESEN- TATIE



Stappenplan voor boeiende
presentaties en speeches

Tips voor
Prezi en
PowerPoint

Sdu UITGEVERS

ERIC TIGGELER

Check je presentatie

***Stappenplan voor
boeiende presentaties
en speeches***

Eric Tiggeler

Sdu Uitgevers, Den Haag

Meer informatie over deze en andere uitgaven kunt u verkrijgen bij:
Sdu Klantenservice
Postbus 20014
2500 EA Den Haag
tel. (070) 378 98 80
www.sdu.nl/service

© Eric Tiggeler, 2013

Redactie: Taalwerkplaats, Amsterdam
Opmaak binnenwerk: Villa Y, Den Haag
Omslagontwerp: Studio Jan de Boer, Amsterdam
Druk- en bindwerk: Drukkerij Wilco, Amersfoort

ISBN: 978 90 12 58 542 2

NUR: 624

Alle rechten voorbehouden. Alle auteursrechten en databankrechten ten aanzien van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij Sdu Uitgevers bv.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet 1912 gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich te wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro). Voor het overnemen van een gedeelte van deze uitgave ten behoeve van commerciële doeleinden dient men zich te wenden tot de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de afwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

Inhoud

Inleiding	7
1 Bepaal je uitgangspunten	10
1.1 Bepaal je publiek en je doel	10
1.2 Kies een interessante invalshoek	12
1.3 Ken je randvoorwaarden	13
2 Kies de geschikte opbouw	15
2.1 Wat neem je op in de inleiding?	15
2.2 Hoe bouw je het middendeel op?	23
2.3 Wat neem je op in het slot?	31
3 Werk de basistekst uit en maak een schema	34
3.1 Schrijf de basistekst uit	34
3.2 Maak een spreeschema	37
4 Schrijf heldere spreektaal	41
4.1 Schrijf zinnen die moeiteloos uit te spreken zijn	41
4.2 Formuleer concreet en actief	45
4.3 Spreek de taal van je publiek	47
5 Maak je verhaal aantrekkelijker	49
5.1 Verlevendig je inhoud	49
5.2 Verlevendig je stijl	54
6 Ondersteun je presentatie met Prezi of PowerPoint	58
6.1 Waarin verschillen Prezi en PowerPoint?	58
6.2 Hoe gebruik je PowerPoint goed?	63
6.3 Hoe gebruik je Prezi goed?	70
6.4 Ken de techniek	78
6.5 Hoe gebruik je het flip-overbord?	79
6.6 Hoe gebruik je hand-outs?	80

7	Breng je boodschap ontspannen over het voetlicht	81
7.1	Bereid je goed voor	81
7.2	Spreek ongedwongen	82
7.3	Neem een ontspannen houding aan	83
7.4	Maak contact met je publiek	83
7.5	Ga slim om met vragen en kritiek	86
	Checklist: hoe goed is je presentatie?	90
	Register	93

Inleiding

Een ambtenaar houdt een presentatie over een nieuw beleidsplan. Een vertegenwoordiger demonstreert de voordelen van zijn productlijn. Een consultant presenteert zijn advies aan het management. Elke dag weer lopen zalen vol met mensen die komen luisteren naar speeches, toespraken, presentaties. Maar als je wel eens in het publiek plaatsneemt, dan ervaar je dat het nog een hele kunst is om een zaal vol toehoorders kort en bondig te informeren. Er worden nogal eens toespraken gehouden die te lang zijn, presentaties waarin de spreker maar langzaam ter zake komt, of waarin de toeschouwers een eendelige reeks PowerPointschermen moeten doorstaan.

Toch hoef je geen geboren redenaar of publieksbespeler te zijn om een prettige en pittige toespraak of presentatie te verzorgen. Als je je goed verdiept in wat je publiek verwacht, als je weet waarin een speech verschilt van een papieren tekst, en als je je presentatie bondig en levendig houdt, dan kun je elke groep boeien met een helder en aansprekend verhaal. Daarbij zijn de basisregels gelijk, of je nu een praatje moet houden bij het afscheid van een collega, de afdelingscijfers moet presenteren voor het managementteam of een speech moet schrijven namens je directeur. De belangrijkste basisregel is namelijk: verplaats je in de toehoorder. Als jouw verhaal een helder antwoord vormt op de vragen die bij jouw toehoorders leven, heb je het belangrijkste bereikt.

Speech of presentatie?

In *Check je presentatie* gaat het zowel over presentaties als over speeches. In de praktijk worden die termen vaak door elkaar gebruikt. Toch is er wel verschil: draait het bij presentaties meestal om het verstrekken van informatie, een speech is vaak een betoog dat de toehoorders ergens van wil overtuigen: van een standpunt, van de redelijkheid van een advies. Denk bij een presentatie bijvoorbeeld aan presentaties van jaarcijfers namens een bedrijf, van een nieuw product voor de pers of aan de presentatie van een onderzoek door een onderzoeksbureau. Een presentatie wordt vaak ondersteund met

PowerPointbeelden; meestal is er één spreker, maar soms geven ook verschillende teamleden gezamenlijk een presentatie. Dat is anders bij een speech (of toespraak): denk bijvoorbeeld aan gelegenheidsspeeches, beleidstoespraken en dergelijke.

In dit boekje gaat het zowel om speeches als presentaties. Tenslotte zijn er erg veel raakvlakken en zijn de overeenkomsten groter dan de verschillen. Het gaat er in beide gevallen om dat een spreker het publiek weet te boeien met een doelgericht, aantrekkelijk verhaal. Hierna gebruik ik het woord *presentatie* als algemene aanduiding voor zowel speeches als presentaties, tenzij het verschil ertussen van belang is.

Een stappenplan

Hoe zorg je voor zo'n boeiend verhaal? Hoe schrijf je een heldere presentatietekst, hoe kies je een interessante invalshoek en hoe bouw je de tekst op? Daarover gaat het in *Check je presentatie*. Centraal staan praktische tips: hoe kies je een pakkende opening, met welke trucjes kun je de toehoorder geboeid houden, hoe gebruik je ondersteunende middelen zoals PowerPoint en Prezi? *Check je presentatie* biedt je een zevenstappenplan om snel te komen tot een frisse, heldere presentatie.

- 1 Bepaal je uitgangspunten: bedenk voor wie je spreekt en waarover; kies een interessante invalshoek voor je onderwerp.
- 2 Kies de geschikte opbouw: een logische route van inleiding naar slot.
- 3 Werk de tekst uit en maak een spreeschema dat je tijdens de presentatie kunt gebruiken.
- 4 Schrijf heldere spreektaal: schrijf zinnen die goed uit te spreken zijn.
- 5 Maak je verhaal aantrekkelijk: gebruik bijvoorbeeld anekdotes, voorbeelden en herhaling.
- 6 Ondersteun je presentatie met Prezi of PowerPoint.
- 7 Breng je boodschap over het voetlicht: ongedwongen en overtuigend spreken voor publiek.

Aan het eind van het boekje vind je een checklist aan de hand waarvan je je eigen presentatie kunt controleren.

Tot slot

Op dit boek staat de naam van één auteur, maar bij het schrijven heb ik dankbaar gebruikgemaakt van de jarenlange ervaring, de inzichten en de voorbeelden van mijn collega's bij het Taalcentrum-VU. Veel dank daarvoor; die bundeling van ervaring heeft van *Check je presentatie* een beter, meer praktijkgericht boekje gemaakt.

Heb je na het lezen van dit boek vragen of opmerkingen? Heb je vragen die *Check je presentatie* niet beantwoordt? Stuur dan een mailtje naar etiggeler@taalcentrum-vu.nl.

Bepaal je uitgangspunten

Een goede presentatie maken begint met nadenken. Neem even de tijd om te bedenken voor wie je het doet, en waarom. Ook al gaat het maar om een praatje van een kwartier, toch loont het de moeite om eerst een paar basisvragen te beantwoorden. Als je die voorbereiding overslaat, bestaat de kans dat je presentatie wel aardig en interessant wordt, maar dat de toehoorders niet echt de kernachtige boodschap meekrijgen die je ze had kunnen bieden.

Als je de opdracht of het verzoek krijgt om een presentatie te verzorgen, is de omschrijving van het onderwerp waarschijnlijk nog heel globaal. Je wordt bijvoorbeeld uitgenodigd namens de gemeente iets te vertellen over een nieuw beleidsplan. Of je krijgt de opdracht om namens je bedrijf een product te presenteren. Maar zo'n omschrijving biedt maar een heel globaal kader voor je praatje; je hebt daar weinig aan zodra je je presentatie wilt uitwerken. Het is dus belangrijk om eerst je onderwerp toe te spitsen: welke specifieke vraag over dat onderwerp moet je in dit geval beantwoorden?

Om daarvan een scherp beeld te krijgen, moet je even stilstaan bij je doelgroep (wie zitten er in de zaal?) en je doel (wat wil je bij die mensen bereiken?). Als je dat weet, kun je een geschikte hoofdvraag formuleren voor je verhaal. Over die voorbereidende stappen gaat dit eerste hoofdstuk.

1.1 Bepaal je publiek en je doel

Bedenk van tevoren *voor wie* je de presentatie precies houdt en waar je met je presentatie heen wilt: *welk doel* heb je voor ogen? Wat wil je bij je publiek bereiken? Als je voor jezelf kunt omschrijven wat je publiek en wat je doel is, heb je een eerste houvast voor je presentatie.

Een voorbeeld:

- Publiek: burgers, geïnteresseerde leken.
- Doel: namens de gemeente uitleg geven over het nieuwe verkeerscirculatieplan.

Veel presentaties hebben als doel om, zoals in dit voorbeeld, zakelijke informatie te geven (uitleg geven, voorlichten). Maar vaak ook gaat het doel verder: dan wil je niet alleen informeren, maar je luisteraars bovendien ergens van overtuigen of ze ergens toe aanzetten. Een voorbeeld:

- Publiek: inkopers en productontwikkelaars van bedrijven.
- Doel: de toehoorders ervan overtuigen dat het nieuwe led-verlichtingssysteem dat bedrijf X ontwikkeld heeft, het meest energiezuinig en duurzaam is.

Stel jezelf dus de vraag: wat wil ik dat mijn publiek na afloop weet? Maar ook: wat moet het publiek na afloop vinden/doen/denken? Of je dat laatste resultaat ook echt zult bereiken bij je publiek, kun je natuurlijk niet met zekerheid voorspellen, maar het is wel een uitgangspunt om rekening mee te houden. Als je wilt overtuigen, als je wilt dat je publiek jouw standpunt over jouw onderwerp overneemt, dan weet je van tevoren dat je je presentatie bijvoorbeeld goed met argumenten moet onderbouwen, dat je extra aandacht moet schenken aan alles wat jouw visie ondersteunt.

Neem bijvoorbeeld een presentatie over led-verlichting, een relatief nieuwe en energiezuinige manier van verlichting. Als je verhaal gericht is op inkopers, zul je daarin productvoordelen moeten opsommen. Je zult inkopers vertellen over lage productiekosten, korte productietijd, scherpe inkooprij, duurzaamheid en lichtopbrengst. Als je je richt op een ander publiek – consumenten bijvoorbeeld – dan belicht je de voordelen die voor hen interessant zijn: hoe snel de aankoopinvestering zich terugverdient door energiebesparing, hoe gemakkelijk je je bestaande lampen kunt laten vervangen door nieuwe led-lampen, enzovoort.

Omdat een scherp beeld van doel en publiek richting geeft aan je hele presentatie, moet je bij het bedenken zo specifiek mogelijk zijn. Een vage omschrijving als 'mijn presentatie gaat over ons nieuwe product' of 'mijn doel is, seminarbezoekers iets te vertellen over led-verlichting' is niet genoeg. Alleen als je voor je zelf helder opschrijft voor wie je spreekt en wat je doel is, heb je houvast bij de stappen die je straks zet: je kunt bijvoorbeeld beter vaststellen welke informatie wel en niet thuishoort in je tekst. Ook kun je gemakkelijker bepalen wat belangrijk is en wat minder belangrijk – en dat helpt je weer om vast

te stellen welke onderwerpen je als eerste behandelt, wat je moet benadrukken, of wat juist de ondergeschikte punten zijn die je even kort samen behandelt.

Hoe krijg je een scherp beeld van je publiek?

Om een goed beeld te krijgen van de mensen die je straks tegenover je ziet, moet je van tevoren nadenken:

- Wat is hun *achtergrond* en hun *functie*? Voor professionals vertel je een ander verhaal dan voor leken.
- Hoeveel weten ze al van je onderwerp? Het antwoord op deze vraag helpt je te bepalen, hoe moeilijk je presentatie mag zijn.
- Met welke *interesse* bezoeken ze je presentatie? Dus: kun je een geïnteresseerd en positief-kritisch publiek verwachten, of komen de mensen niet speciaal voor jou?
- Hou in dat laatste geval rekening met een breed publiek met een algemene belangstelling.

Natuurlijk hoef je geen urenlange studie te maken van wie je in de zaal aan zult treffen, maar het is wel belangrijk om een goed beeld te krijgen van de toehoorders. Soms is het genoeg om even te bellen naar de organisatie: wat voor mensen worden er verwacht? Zo weet je precies hoe diepgaand, hoe serieus, hoe gevarieerd en hoe aansprekend je betoog moet zijn.

1.2 Kies een interessante invalshoek

Zodra je weet waarover je spreekt en met welk doel, kun je nauwkeurig bepalen wat de *invalshoek* van je verhaal moet zijn. Anders gezegd: je kiest een specifieke, toegespitste, interessante vraag. Neem bijvoorbeeld nog eens het eerste voorbeeld van hiervoor: stel dat je aan burgers en namens de gemeente uitleg moet geven over het nieuwe verkeerscirculatieplan. Dat is een heel globale opdracht over een onderwerp dat je op verschillende manieren kunt behandelen.

Dan kun je kiezen voor deze invalshoek:

- Wat zijn de onderdelen van het nieuwe verkeerscirculatieplan?

Maar misschien is jouw publiek wel speciaal geïnteresseerd in de effecten op de korte termijn, of in de effecten in een bepaald deel van de gemeente. Dan leidt dat tot andere invalshoeken:

- Welke onderdelen van het verkeerscirculatieplan worden de komende vijf jaar ingevoerd?

Of:

- Wat merkt u in uw wijk van het verkeerscirculatieplan?

Hoe specifieker en gericht er is op invalshoek, hoe beter. Nog een voorbeeld: welke invalshoeken zijn mogelijk als je inkopers en productontwikkelaars wilt overtuigen van de voordelen van het nieuwe led-verlichtingssysteem van bedrijf X? Natuurlijk ligt deze invalshoek voor de hand:

- Wat zijn de voordelen van het led-systeem?

Maar ook hier moet je je afvragen of je de vraag niet nog verder kunt toespitsen. Vinden je toevoegingen het misschien interessanter als je het led-systeem afzet tegen bestaande systemen?

- Wat zijn de verschillen tussen het led-systeem en traditionele verlichtingssystemen?

Een andere mogelijkheid: je kunt ook inzoomen op één detail. Richt je op een specifieke doelgroep en zijn specifieke belangstelling. Bijvoorbeeld:

- Welke energiebesparingen kunnen ondernemers bereiken met het led-systeem?

Kortom, maak voordat je begint met je presentatie eerst een keuze: leg vast welke invalshoek je kiest (welke toegespitste vraag jouw verhaal beantwoordt) op basis van je analyse van publiek en doel.

1.3 Ken je randvoorwaarden

Verdiep je bij de eerste voorbereiding van je presentatie ook al in praktische kwesties: in wat voor zaal spreek je, hoe groot is die, hoeveel mensen komen er, is er een beamer aanwezig? En zeer belangrijk: hoeveel tijd krijg je? Het is handig om alvast te weten of je in je spreektijd ook een vragenronde moet inlassen, of dat die daarna volgt. Als er een vragenronde is, zorg er dan voor dat je weet wie die leidt: doe je dat zelf, of is er iemand die de presentaties inleidt of voorzigt?

Als je niet de enige spreker bent, oriënteer je dan op de onderwerpen die de anderen aansnijden. Wie zijn de sprekers, waar hebben ze het over? In je presentatie kun je een bruggetje slaan naar de (onderwerpen van) de sprekers voor of na jou.

 **Begin bijtijds**

De belangrijkste tip voor de voorbereiding van je presentatie is: begin! Hoe druk je het ook hebt, schuif je voorbereiding niet vooruit, maar maak een planning. Zelfs een eenvoudige, korte presentatie vergt heel wat voorbereidingstijd. Reken terug vanaf de deadline: hoeveel tijd heb je nodig voor de voorbereiding, voor het schrijven, voor het maken van de Prezi- of PowerPointpresentatie, voor het maken van kopieën? Een goede planning maakt het eindresultaat beter; je voorkomt dat je inderhaast iets vergeet of dat je de dag voor de deadline gestrest moet doorwerken om er nog iets van te maken.

Register

A

- aanbiedingspeech 27
- aandacht wekken 16
- actief en concreet formuleren 45
- actief en passief 46
- actualiteit verwerken 18
- ademhalingsoefeningen 82
- adviespresentatie 25
- afronden 29, 31
- alinea's 35
- anekdotes 49
- armgebaren 84

B

- Barack Obama 56
- basistekst 34
- beamer 78
- bedrijvende vorm 46
- beeldspraak 51
- belangstelling wekken 16
- betogende presentatie 24
- bijzin en hoofdzin 44
- bruggetjes 38

C

- cadans 54
- citaten 53
- conclusie 31
- concreet en actief formuleren 45
- concretiseren 50

D

- dankwoord 27
- dia's in PowerPoint 65
- doelgroep 10
- draaiboek 37
- drieslag 54

E

- einde van je presentatie 31
- eindzin 33
- ellipsen 44

F

- felicitatietoespraak 26
- flip-overbord 79

G

- gebaren 83
- gebiedende wijs 56
- gelegenheidstoespraken 26
- getallen 53

H

- hand-outs 80
- herhalen of herformuleren 31
- herhaling 55
- herhalingen 28
- hoofdzin en bijzin 44
- houding en gebaren 83
- humor 53

I

improviseren 38,82
informerende presentatie 24
ingewikkelde zinnen 41
inhoudsopgave van je presentatie
22
inkorten 45
inleiding 15
interactie met het publiek 16
intonatie 82
invalshoek 12

J

jargon 47

L

lengte van de presentatie 29
lengte van PowerPoint-presentatie 65
lijdende vorm 45

M

maximumlengte 29
mensen opvoeren 50
metacommunicatie 21
middendeel 23
modellen 23
motiverende opening 18

N

naamwoordstijl 46
nieuwsgierigheid opwekken 20
non-verbaal gedrag 83

O

onderzoekresultaten presenteren 26
onvolledige zinnen 44
oogcontact 83
opbouw 15
opening (soorten) 18
openingszin 19
overgangen aankondigen 28
overgangen in je tekst 28

P

passief en actief 46
PowerPoint 58
 lengte van tekst 66
 lettertypen 69
PowerPoint of Prezi? 58
praktische voorbereiding 13
presentatie/speech (verschil) 8
Prezi
 stap voor stap 70
 verschil met PowerPoint 58,
 61
 voorbeelden 60
probleemoplossingsschema 24
projector 78

R

retorische middelen 54
retorische vraag 20

S

- samenhang 36
- samenvatten 29
- schema 34
- schrappen 30
- schrijftaalwoorden 47
- schrijftaalzinnen 41
- slot 31
- slotzin 33
- soundbites 52
- spreekschema 37
- standaardvolgorde van zinnen
42
- stijl 41, 43
- stoorzenders 85
- stopwoorden 48
- structuur van je presentatie 15

T

- taalgebruik 41
- tekstmodellen 23
- toekomstblik (aan het eind) 32

U

- uitschrijven of niet? 34

V

- variatie 49
- variatie in zinsbouw 43
- verbandaanduidende woorden
36
- vergelijkingen 51
- verrassen 51
- voorbeelden 49
- voorbereiding 81
- vragen gebruiken 56
- vragen opnemen 20

W

- woordherhaling 48
- woordkeus 41, 47

Z

- zelfvertrouwen 81
- zinsbouw 41

Je moet de afdelingscijfers presenteren voor het managementteam, spreken bij het afscheid van een collega of een speech schrijven namens de directeur. Hoe pak je dat aan? Hoe kom je snel tot een heldere tekst die de aandacht vasthoudt? En hoe ondersteun je het verhaal effectief met Prezi of PowerPoint?

Check je presentatie helpt je om zonder veel moeite teksten te schrijven voor toespraken of presentaties. Aan de hand van realistische praktijkcases zie je hoe het moet – en welke valkuilen je moet vermijden.

- Bepaal je uitgangspunten
- Kies de geschikte opbouw
- Maak een schema
- Schrijf heldere spreektaal
- Maak je verhaal boeiend en aantrekkelijk
- Ondersteun je verhaal met Prezi of PowerPoint
- Breng je boodschap ontspannen over het voetlicht

Deze nieuwe editie van *Check je presentatie* bevat handige stappenplannen voor de presentatietools Prezi en PowerPoint. Met de praktische tips en adviezen in *Check je presentatie* kun je direct aan de slag.

Eric Tiggeler is tekstschrijver en ontwikkelt communicatietrainingen voor het Taalcentrum-VU. Hij schreef eerder onder andere *Vraagbaak Nederlands*, *Check je tekst*, *Check je beleidstekst* en *Check je brief*.

