

Professioneel presenteren



# Professioneel presenteren

## Sprankelend spreken in de praktijk

Heribert Korte | Ben Vaske

**2010**  
Uitgevers

Eerste druk maart 2009 (met de titel *Professioneel presenteren, En zo dus in de praktijk*)

Tweede volledig herziene druk mei 2012

© Heribert Korte, Ben Vaske, 2010 Uitgevers, Rotterdam 2012

Basisontwerp omslag en binnenwerk: Studio Klaster, Rotterdam

Uitvoering omslag: Studio Klaster, Rotterdam

Foto auteurs: Jan-Evert Zondag, Ardito Fotografie, Zoetermeer

Zetwerk: Manipal Digital Systems, India

Druk: Ten Brink, Meppel

*2010 Uitgevers* ontwikkelt professionele en educatieve informatieproducten o.a. voor professionals en studenten in de gezondheidszorg en de sector sport, bewegen en gezondheid.

Postbus 84049 | 3009 CA Rotterdam | [info@2010uitgevers.nl](mailto:info@2010uitgevers.nl) | [www.2010uitgevers.nl](http://www.2010uitgevers.nl)

2010 Uitgevers is een multimedia uitgeverij. De meeste uitgaven zijn online verrijkt met beeld, geluid of aanvullende informatie. Dat geldt ook voor dit boek, maar u heeft daarvoor wel een inlogcode nodig die u voorin dit boek vindt. Ga naar [www.2010uitgevers.nl/uitgaven](http://www.2010uitgevers.nl/uitgaven) en selecteer de juiste publicatie. Klik vervolgens op: naar verrijking.

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die nochtans onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaarden auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid. Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich gaarne aanbevolen.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veeleenvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische veeleenvoudingen 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 3051, 2130 KB -Hoofddorp, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.stichting-pro.nl](http://www.stichting-pro.nl)). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) van deze uitgave ten behoeve van commerciële doeleinden dient men zich te wenden tot de uitgever.

ISBN 978 94 90951 08 5 | NUR 810, 814, 623

# Voorwoord

Het doel van *Professioneel presenteren, Sprankelend spreken in de praktijk*, is het u gemakkelijker te maken om uw presentatie voor te bereiden en voor een publiek te houden. De presentatie is een belangrijk communicatiemiddel bij bedrijven, overheidsinstellingen en andere organisaties. De presentatie neemt ook steeds meer in betekenis toe. Dit heeft voor een groot gedeelte te maken met een manier van werken die verandert. Veel organisaties werken steeds meer via projecten en/of projectvormen. Ook in het onderwijs komt projectmatig werken steeds vaker voor. Behalve dat je in het hoger onderwijs veel projecten met een presentatie afsluit, heb je als student aan een hogeschool of universiteit een eindpresentatie om je opleiding mee af te ronden. Dat de presentatie in betekenis toeneemt, heeft verder te maken met het feit dat we anders met de tijd omgaan: de levenscyclus van diensten en producten wordt steeds korter, de omloopsnelheid steeds sneller. Dit gaat gepaard aan een complexer wordende samenleving waar veel zaken snel, tegelijkertijd en door elkaar heen om aandacht vragen. De behoefte aan overzicht neemt daarom toe. Overzicht is te krijgen door betrokkenen geregeld en op tijd te informeren, te overtuigen, te activeren. Bijvoorbeeld over de stand van zaken van een project, hoe een bepaalde uitvoering verloopt, wat de op te lossen problemen zijn bij een proces en dergelijke.

Voor al deze zaken biedt de presentatie een communicatiemiddel van formaat. U kunt namelijk via de presentatie in een korte tijd en direct een (grote) groep betrokkenen centraal ‘bij de les houden’. In *Professioneel presenteren, Sprankelend spreken in de praktijk*, leest en leert u hoe u zich adequaat op een presentatie voorbereidt. En hoe u met de verschillende aspecten van de presentatie om kunt gaan. Theorie hebben we tot een minimum beperkt want het doel is u zo veel mogelijk praktische handvatten te bieden. Gereedschap waarmee u aan de slag kunt, waarmee u uw publiek weet te boeien en aan u weet te binden. Via de digitale editie van dit boek (zie de inleiding), vindt u verschillende oefeningen, voorbeelden, filmpjes, controlelijsten en achtergrondmateriaal over presentaties en toespraken. Ze dienen als een extra hulpmiddel voor u. Heeft u weinig tijd om u voor te bereiden, dan kunt u volstaan met *Haastige spoed* achterin het boek. Hier vindt u de meest elementaire aanwijzingen om snel uw presentatie voor te bereiden.

Een waarschuwing is ook nodig. Denk alstublieft niet dat u in één keer een perfecte presentatie houdt als u dit boek gelezen heeft en de aanvullende digitale informatie heeft geraadpleegd. Presenteren is: veel doen en stukje bij beetje verbeteren, schaven en polijsten. U zult zien dat het dan ook steeds leuker wordt om te doen. *Professioneel presenteren* dient daarom vooral als een praktische vraagbaak, een naslagwerk voor uw eigen ‘presentatieloopbaan’ zodat u leert te presenteren op een ongeunstelde, natuurlijke manier. We wensen u daar veel succes mee.

*Heribert Korte*  
*Ben Vaske*

## Bij de tweede, volledig herziene druk

De eerste versie van dit werk verscheen in maart 2009 onder de titel *Professioneel presenteren. En zo dus in de praktijk*. Het bestond uit een boek en een dvd. We hebben het interactief gemaakt door de dvd te vervangen door een website die bij het boek hoort. Het grote voordeel is nu dat we actuele verdieping kunnen geven aan het boek en we veel van wat we schrijven nog beter kunnen illustreren. Ten opzichte van de vorige druk hebben we twee nieuwe hoofdstukken toegevoegd. Een hoofdstuk over sociale media omdat dit steeds belangrijker wordt om je ook op te presenteren. En een hoofdstuk over de liftpresentatie omdat het handig is jezelf in een korte tijd zo te presenteren dat je opvalt en blijft. Nog iets over de u-vorm. Hoewel sommige mensen deze aanspreekvorm afstandelijk vinden en hij langzaam maar zeker verdwijnt, hebben we in deze tweede druk de u-vorm toch gehandhaafd. We schrijven voor een brede doelgroep en we willen niemand uitsluiten.

# Inhoud

Inleiding	9	<b>6 Verbaal en non-verbaal</b>	<b>59</b>
<b>1 De presentatie</b>	<b>11</b>	6.1 Stem- en taalgebruik	59
1.1 Het verschijnsel	11	6.2 Uiterlijke verschijning	63
1.2 Heden	13	6.3 Spreekangst en zenuwen	70
1.3 Toekomst	15	<b>7 Vragen en kritiek</b>	<b>75</b>
<b>2 Sociale media</b>	<b>17</b>	7.1 Vragen	75
2.1 Kort en krachtig	17	7.2 Kritiek	79
2.2 LinkedIn	18	7.3 Het spel	81
2.3 Twitter en Facebook	19	<b>8 De liftpresentatie</b>	<b>83</b>
<b>3 De voorbereiding</b>	<b>25</b>	8.1 Een minuut	83
3.1 Opdracht en analyse	25	8.2 Effectief	85
3.2 Doel	26	8.3 Memory hook	87
3.3 Doelgroep	27	Haastige speed	89
<b>4 De structurering</b>	<b>31</b>	Illustratieverantwoording	97
4.1 Kop-romp-staart	31	Register	99
4.2 Ordeningsprincipes	38		
4.3 Overtuigingskracht	43		
<b>5 De hulpmiddelen</b>	<b>47</b>		
5.1 Presentatieschema	47		
5.2 PowerPoint en Prezi	53		
5.3 Overige hulpmiddelen	56		





# Inleiding

Professioneel presenteren. De presentatie. Nederlanders blijken banger te zijn om te (moeten) spreken in het openbaar dan voor terrorisme. De Nederlandse top vijf van angsten: 1) ongeluk van naasten, 2) de dood, 3) verlaten worden, 4) spreken voor een groep en 5) terrorisme. Dit blijkt uit een onderzoek in 2005 onder bijna 4.000 mensen van *123test* in opdracht van communicatiebureau *De Presentatie Groep*. Veel mensen zien dus tegen een presentatie op. Anderen vinden het juist leuk om te presenteren en het gaat ze ogenschijnlijk gemakkelijk af. En er zijn mensen die presenteren omdat het er nu eenmaal bij hoort, die zich er verder niet zo druk om maken en zich (dus) ook niet al te druk maken om de voorbereiding en de uitvoering ervan.

De presentatie is belangrijk. Logisch want de presentatie biedt een uitgelezen kans om in een kort tijdsbestek een groter publiek centraal te informeren, te overtuigen, te activeren of bij een gelegenheidstoespraak te amuseren of te emotioneren. En omdat iedere presentatie de gelegenheid biedt vragen te stellen, kan de spreker misverstanden uit de weg ruimen en onduidelijkheden oplossen. Een presentatie heeft volgens ons pas echt effect als de spreker zich voldoende voorbereidt en het publiek voldoende serieus neemt.

Daarvoor dient *Professioneel presenteren, Sprankelend spreken in de praktijk*: een praktisch en handzaam naslagwerk waarin u verschillende ‘tips & trucs’ vindt hoe u zich op een presentatie voorbereidt. U leest meer over het verschijnsel presentatie, wat de voordelen en nadelen zijn. Vervolgens nemen we u mee in de verschillende stappen die u zet bij de voorbereiding van de presentatie. We gaan in op de structurering, welke hulpmiddelen u kunt gebruiken, de verschillende aspecten van verbale en non-verbale communicatie, spreekangst en ten slotte: hoe u kunt omgaan met vragen en kritiek. Voor als u echt geen tijd heeft, vindt u bij *Haastige spoed* achterin het boek de meest elementaire aanwijzingen om snel een presentatie ‘in elkaar te draaien’.

Van dit boek is ook een digitale versie beschikbaar. Deze biedt toegang tot verdieping van de informatie in dit boek via voorbeelden, filmpjes, oefeningen, controlelijsten en observatieformulieren. In dit boek verwijzen we geregeld naar de digitale editie, die toegankelijk is via een unieke code. Zie het colofon op pagina 4 voor inloginstructies. Veel succes met uw presentatie!



# 1 De presentatie

**'If I am to speak ten minutes,  
I need a week for preparation;  
if fifteen minutes, three days;  
if half an hour, two days;  
if an hour, I am ready now.'**

*Woodrow Wilson (1856–1924), 28<sup>e</sup> president van de Verenigde Staten*

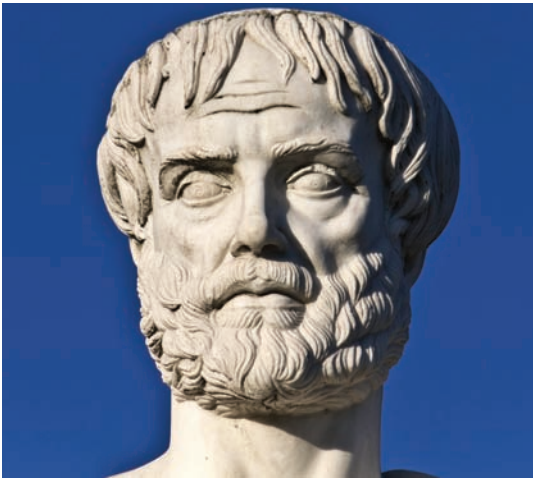
## 1.1 Het verschijnsel

De Griekse filosoof en redenaar Aristoteles (384 v.Chr.-322 v.Chr.) verwoordt in zijn *Retorica* de eisen waaraan een overtuigende toespraak volgens hem moet voldoen. De *Retorica* is een verzameling aantekeningen die aansluit op de onrustige situatie van de Atheense democratie. De kunst om te overtuigen, de macht van het woord, is dan al zo belangrijk dat het een apart vak is op school.

Aristoteles beschrijft hoe een spreker emoties en het eigen imago kan gebruiken om het publiek te overtuigen met zogenaamde extrinsieke en intrinsieke middelen. In zijn opvatting liggen de extrinsieke middelen vast. Het zijn documenten, feiten, getuigenverslagen en dergelijke. Onder intrinsieke middelen verstaat hij middelen die de spreker zelf moet bedenken om het publiek te overtuigen. Daarvoor kunt u 'ethos', 'pathos' en 'logos' afzonderlijk of in combinatie met elkaar gebruiken.

Ethos: u komt overtuigend op uw publiek over door uw eigen autoriteit te benadrukken. U laat zien dat u voldoende kennis heeft om over uw onderwerp te spreken. U doet dit door het publiek te laten zien hoe betrokken u bent bij uw onderwerp, door een indrukwekkende toespraak te houden en/of door uw aanzien in uw vakgebied.

Pathos: u versterkt de overtuigingskracht van uw presentatie enorm door de emoties van uw publiek aan te spreken. U sleept het publiek mee in iets waarvoor u gedreven bent, bijvoorbeeld uw vakgebied, uw liefde voor voetbal of zeezeilen, een onrecht dat u bespeurt. U spreekt de emoties van uw publiek aan door gepassioneerd te spreken, een analogie te gebruiken of een metafoor toe te passen.



U gebruikt de *analogie* als u iets vergelijkbaars neemt als basis voor een redenering waaraan u een conclusie verbindt. De redenering gaat zo: A en B zijn vergelijkbaar. Voor A geldt C, dan geldt voor B ook C: 'In Noorwegen (A) is rekeningrijden een succes (C), dus in Nederland (B) kan rekeningrijden ook een succes (C) zijn'. De kritische vraag is natuurlijk hoe vergelijkbaar de A en B zijn.

Een *metafoor* is een stijlfiguur die berust op een overeenkomst, zoals: 'Hij eet als een boer met kiespijn' of 'Het is hier een huishouden (als) van Jan Steen.' De metafoor heeft een sterke werking en kan er zelfs voor zorgen dat de boodschap bij uw publiek blijft hangen. Daarom een voorbeeld van een metafoor bij de toespraak van Obama na de verkiezingsoverwinning op 4 november 2008:

'Even as we stand here tonight, we know there are brave Americans waking up in the deserts of Iraq and the mountains of Afghanistan to risk their lives for us.'

Obama gebruikt woestijnen en bergen als metaforen voor het risicovolle werk van de Amerikaanse soldaten in Irak en Afghanistan.

Een metafoor kan ook een opzettelijke vergelijking van A met B zijn, terwijl die op het eerste gezicht helemaal niets met elkaar te maken hebben. 'Voetbal lijkt net op oorlog' wordt zo 'voetbal is oorlog' (Rinus Michels). Dit heet dan ook wel de opzettelijke metafoor. Een ander voorbeeld van een opzettelijke metafoor is de tekst op een affiche met een foto van een lange file: 'Hoe lang kan de heilige koe nog grazen?'

Logos houdt in dat u uw betoog ondersteunt met een logische redenering die gebaseerd is op feiten. Omdat het moeilijk is om feiten te verdraaien, ze komen immers voort uit de werkelijkheid en ze zijn te controleren, moet logos in staat zijn om ook een kritisch publiek te overtuigen. Vooral als uw feiten uit een geaccepteerde en vertrouwde bron komen, vergroten ze de overtuigingskracht van uw presentatie. Logos kan overigens ethos versterken omdat een logische redenering, gebaseerd op feiten, de indruk wekt of versterkt dat u de aangewezen deskundige bent voor uw presentatie en uw publiek (zie ook par. 4.3).

Weliswaar verwijst Aristoteles naar allerlei situaties en redevoeringen uit zijn tijd die we onmogelijk meer kunnen achterhalen, het werk blijft wel steeds aanspreken. Veel moderne communicatieopleidingen, kranten en managementboeken gebruiken en verwijzen herhaaldelijk naar het ‘gedachtegoed’ van de *Retorica*. Vandaar dat we het hier aanstippen.

De macht van het woord, de kunst om te spreken en te overtuigen, verklaart misschien ook waarom mensen in vrijwel iedere functie wel een keer ‘moeten’ spreken. In sommige functies is dat zelfs schering en inslag: veel directeuren en managers spreken anderen regelmatig toe. Dat komt, zoals we eerder hebben vermeld, omdat de toespraak, de presentatie, het communicatiemiddel bij uitstek is om anderen in een korte tijd te overtuigen en te informeren of te activeren. Dat heeft te maken met hun behoefte om informatie te krijgen, op de hoogte te zijn, overzicht te hebben van alle zaken waarbij ze betrokken zijn en die dus belangrijk voor ze kunnen zijn. Hoe beter u als spreker in staat bent om aan te sluiten op de wensen en behoeften van uw publiek, hoe groter de slagingskans van uw presentatie is.

‘Good presenters are like good bloggers – both speak in a ‘human voice.’ Those who speak in a human voice are not afraid to show some emotion. Good presenters emphasize logic, reasoning, and evidence, but they never forget that both they and their audience members are emotional beings.’

© Garr Reynolds, communicatie- en marketingspecialist ([www.garreynolds.com](http://www.garreynolds.com))

## 1.2 Heden

In veel organisaties is te zien dat de mondelinge communicatie de schriftelijke communicatie langzaam maar zeker verdringt. Door de ontwikkeling van audiovisuele hulpmiddelen zijn we steeds meer in staat om het gesproken woord te bewaren, net zoals we dat al eeuwen doen via schriftelijke communicatie. Daardoor is mondelinge communicatie steeds minder afhankelijk van tijd en plaats waarop ontvangers, luisteraars, een boodschap van een zender, spreker, ontvangen. Je kunt bijvoorbeeld een boodschap audiovisueel opnemen en die via e-mail verspreiden waarna iedere ontvanger de boodschap oppikt als het hem of haar uitkomt. Een ander voordeel van mondelinge communicatie is dat het vaak veel sneller gaat dan schriftelijke communicatie en de ontvanger meestal in staat is om direct te reageren. Uiteraard heeft mondelinge communicatie ook nadelen:

#### **Voordelen mondelinge communicatie**

- het heeft meer invloed dan schriftelijke communicatie
- de luisteraar heeft de mogelijkheid om direct terug te koppelen
- lange inleidingen zijn overbodig
- het gaat snel

#### **Nadelen mondelinge communicatie**

- het is meestal gebonden aan tijd en plaats
- er is altijd kans op ruis, verstoring, van de communicatie
- het is ongeschikt om een grote hoeveelheid informatie over te brengen

Om een boodschap zo effectief mogelijk over te brengen, gebruiken we in de praktijk zowel mondelinge als schriftelijke communicatie afhankelijk van de situatie, het doel en degene waarvoor de boodschap bestemd is. Zo lossen we zo veel mogelijk de nadelen van ieder communicatiemiddel op. Als u bijvoorbeeld voor iemand een persoonlijke mededeling heeft, dan krijgt u waarschijnlijk veel aandacht van de luisteraar, maar de mededeling is ook gemakkelijker te vergeten. Als u de kern van een boodschap, bijvoorbeeld een instructie, op papier zet en die aan een lezer richt, is het voordeel dat de kern van de boodschap is na te lezen:

#### **Voordelen schriftelijke communicatie**

- ongebonden aan tijd en plaats
- het is altijd mogelijk om de boodschap te herlezen
- het is geschikt om een grote hoeveelheid informatie over te brengen
- het is visueel; visuele hulpmiddelen als titels en ondertitels, hoofdstuk- en alinea-indeling, opsommingen, kaders, grafieken, illustraties, vetgedrukte, gecursiveerde, onderstreepte gedeeltes en dergelijke helpen de ontvanger om grip op de informatie te krijgen

#### **Nadelen schriftelijke communicatie**

- u moet van tevoren goed nadenken over opbouw, woordkeus en zinsbouw
- u kunt onmogelijk direct controleren in hoeverre de lezer de boodschap begrijpt
- de lezer kan ook onmogelijk direct terugkoppelen aan u
- het is minder persoonlijk
- het gaat minder snel dan mondelinge communicatie

De presentatie speelt een belangrijke rol in organisaties. Dat heeft te maken met de voordelen van mondelinge communicatie en het communicatiemiddel zelf (hoewel we onze ogen uiteraard ook open moeten houden voor de nadelen):

#### **Voordelen presentatie**

- u heeft direct contact met uw publiek
- u kunt in een korte tijd een boodschap centraal en tegelijkertijd aan meerdere mensen overbrengen

#### **Nadelen presentatie**

- u formuleert de meeste zinnen op het moment zelf
- het publiek kan zich slechts kort concentreren in een luistersituatie

**Voordelen presentatie (vervolg)**

- u ziet direct in hoeverre uw boodschap 'aankomt'
- via vragen en antwoorden (directe terugkoppeling) kunt u eventuele misverstanden direct uit de weg ruimen

**Nadelen presentatie (vervolg)**

- visuele hulpmiddelen om de boodschap te herlezen zoals bij schriftelijke communicatie, ontbreken (behalve als u bij de presentatie een hand-out krijgt)
- de boodschap is moeilijker te onthouden dan bij schriftelijke communicatie

### 1.3 Toekomst

Dat de presentatie als communicatiemiddel steeds belangrijker wordt, heeft voor een groot gedeelte te maken met de veranderende samenleving, technologische ontwikkelingen en een manier van werken die mee verandert waardoor steeds meer organisaties met projecten of projectvormen werken. Diezelfde organisaties veranderen ook de manier hoe ze met de tijd omgaan. De levenscyclus van producten en diensten wordt steeds korter (waardoor er steeds vaker opruiming is!). Als je dit afzet tegen een samenleving die steeds complexer wordt en waar steeds meer zaken tegelijkertijd en door elkaar heen een rol spelen, verklaart het de steeds grotere behoefte aan overzicht. Dit overzicht is te verschaffen door geregeld en tijdig te communiceren hoe het zit met een bepaald project, welke problemen er zijn op te lossen en zo meer.

De wereld wordt steeds meer digitaal. Apparatuur groeit in hoog tempo naar elkaar. Zo kun je via de mobiele telefoon op het internet surfen en met een iPod en iPad of andere tablet video's bekijken. Mensen worden digitaal ook actiever: ze onderhouden een eigen weblog, delen foto's met vrienden op Flickr, maken eigen fimpjes en plaatsen die op bijvoorbeeld Facebook, Google+ of YouTube. Die naar elkaar groeiende techniek en gebruiksmogelijkheden hebben een enorme invloed op ons leven. Jongeren (de digitale generatie en de klanten en medewerkers van de toekomst), maar ook bedrijven en (overheids)instellingen maken zich de mogelijkheden van de technologie eigen. Dit alles heeft ook gevolgen voor de presentatie. Die wordt multimedialer (meer beweging en geluid), korter, sneller, handzamer, dynamischer, toegankelijker en goedkoper. Techniek zorgt voor beamers in pocketformaat waarop een smartphone met een presentatie is aan te sluiten en er zijn smartphones met ingebouwde beamer. In plaats van een hand-out na een presentatie uit te delen, is het mogelijk om de presentatie op een usb-stick of via Bluetooth mee te geven. Je kunt de presentatie zelfs later bekijken op een weblog van de spreker of via een afgeschermd website waar je vervolgens nog kunt deelnemen aan verdere discussie. De presentatie is achteraf te raadplegen op internet via bijvoorbeeld Slideshare. Mobiele toepassingen maken het mogelijk om presentaties aan te bieden just in time, beschikbaar wanneer u het nodig heeft en onafhankelijk van de locatie waar u bent. Bijvoorbeeld voor vertegenwoordigers die klanten bezoeken en vlak voor een afspraak op hun mobiele apparatuur de nieuwste

ontwikkelingen van producten krijgen ‘bijgepraat’. Dat scheelt keer op keer presentaties voor een groep vertegenwoordigers. Kortom, ook presentaties blijven zich ontwikkelen en vernieuwen.



In de digitale editie van dit boek vindt u meer informatie over het verschijnsel presentatie.