# Tips om een goede presentatie te maken

## Verkooppresentatie

Een verkooppresentatie heeft als doel het bedrijf neer te zetten en de verkoop van producten en diensten op te vijzelen. Denk aan de standwerker op de markt of de standhouder op een vakbeurs: met hun vlotte babbel weten ze vaak een groot publiek te boeien.

Om publiek te overtuigen van de voordelen van een product, heb je meer nodig dan woorden alleen. Demonstreer de unieke werking van je product. Laat het mensen zélf ervaren.

Tips:

* Verplaats je in het publiek: wat is hun belang bij de informatie?
* Wees krachtig, kort en bondig in je taalgebruik.
* Maak gebruik van one-liners en promo-taal (uniek, beter, goedkoper).
* Haal gezaghebbende bronnen aan, gebruik feiten en cijfers.
* Laat mensen de werking van het product zélf ervaren.

## Beantwoord eerst drie [basisvragen](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/doelgroep_doelstelling.html)

Een succesvolle presentatie begint met een **goede voorbereiding**. Voordat je je presentatie inhoudelijk in de steigers zet, doe je er goed aan je te bezinnen op drie basisvragen:

* Wie zijn je toehoorders? ([doelgroep](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/doelgroep_doelstelling.html#doelgroep))
* Welk effect wil je bereiken? ([doelstelling](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/doelgroep_doelstelling.html#doelstelling))
* Hoe stem je de boodschap optimaal af op doelgroep en doelstelling? ([boodschap](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/doelgroep_doelstelling.html#boodschap))

### Doelgroep

In veel gevallen heb je het publiek niet voor het kiezen. Maar ook dan is het de kunst zoveel mogelijk informatie te achterhalen. Probeer te ontdekken **waar je boodschap samenvalt met de interesse van de toehoorder**. Op dat raakvlak liggen namelijk de aanknopingspunten voor een boeiende presentatie.

Breng je publiek in beeld met de volgende vragen:

* Is het publiek intern of extern?
* Wat weten de toehoorders van het onderwerp?
* Wat zijn de verwachtingen?
* Welk belang heeft het publiek bij je verhaal?
* Welk inhoudelijk niveau kunnen ze aan?
* Hoe staat je publiek ten opzichte van het onderwerp van je presentatie?
* Welke kenmerken zijn verder van belang?
(Denk aan: leeftijd, opleidingsniveau)

Kennis van de doelgroep is in de eerste plaats van belang voor de inhoud van je betoog. Je kunt nu ook beargumenteerd beslissingen nemen over zaken als presentatievorm en taalgebruik.

### Doelstelling

Wat wil je bereiken met je presentatie? Anders gezegd: wanneer ben je tevreden met het resultaat? Probeer je [doelstelling](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/management/leidinggeven/doelen-stellen) zo nauwkeurig mogelijk te formuleren.

Probeer je doelstelling te omschrijven in termen van **eindresultaten**. Bedenk wat het publiek na jouw presentatie minimaal moet onthouden, voelen of doen.

Bijvoorbeeld:

* Na mijn presentatie kent mijn publiek de oorzaken van verzuim. (**kennis**)
* Na afloop heeft mijn publiek de intentie de oorzaken van verzuim tegen te gaan. (**houding**)
* Na mijn presentie gaat mijn publiek anders werken. (**gedrag**)

Wees realistisch in je ambities. In een presentatie van een uur kun je mensen niet zomaar van gedachten laten veranderen. Al was het maar omdat er een grens is aan de hoeveelheid informatie die de toehoorders in korte tijd kunnen verwerken.

### Boodschap

Heb je de doelgroep en de doelstelling eenmaal in beeld, dan kun je de boodschap erop afstemmen. Wat wordt de kern van je betoog? Enkele hulpmiddelen:

* Beperk je tot informatie die voor het publiek van belang is
Niet alles wat je weet, is van belang voor je publiek.
Denk niet: wat wil ik kwijt? Denk: wat wil mijn publiek weten?
* Verplaats je in het publiek
Stem je taal en stijl op hen af. Zoek voorbeelden die je luisteraars herkennen. Kies een passende [presentatievorm](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/soorten-presentaties.html).

## Breng [structuur](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/structuur.html) in je verhaal

Een goede presentatie heeft een **heldere structuur**. Je helpt het publiek als je aan het begin vertelt wat ze kunnen verwachten en hoe je presentatie is opgebouwd.

### KISS

KISS staat voor Keep It Simple Stupid! Het is een ezelsbruggetje dat je voor elke presentatie kunt gebruiken. Breng je boodschap zo eenvoudig mogelijk over: beperk je tot de kern en gebruik gewone mensentaal.

Het KISS-principe is geen automatische garantie op succes maar het is een goed begin. KISS vertelt hoe je verhaal er inhoudelijk uit moet zien maar het zegt weinig over de opbouw. Dat doen de andere modellen wél.

### Kop-romp-staart

Elk verhaal heeft een kop en een staart. De romp verbindt de twee uiteinden. We nemen de onderdelen onder de loep.

* Kop
De kop is het begin, hier geef je een inleiding op het onderwerp en een overzicht van wat je gaat vertellen. Hier ligt dé kans voor een verrassende [opening.](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/openen.html)
* Romp
De romp bevat de feitelijke boodschap, het is de kern van je verhaal. Hier vertel je wat je wilt vertellen of noem je de argumenten of onderbouwing voor je standpunt.
* Staart
In de staart, je raadt het al, vat je de boodschap nog eens samen. Je komt tot een conclusie en noemt eventuele aanbevelingen.

Simpeler dan het kop-romp-staart model kan het eigenlijk niet. Ondanks zijn eenvoud, of misschien juist daarom, is dit de oervorm van alle presentaties.

### Cirkelmethode

De cirkelmethode is een variant op het Kop-romp-staart model.

Het houdt in dat je in de staart van je betoog nog eens teruggrijpt naar de kop. Dat maakt je verhaal letterlijk en figuurlijk 'rond'.

### VVV

Tell them what you are going to tell; then tell them and finally tell them what you told them. Amerikaanse goeroes bepleiten met deze uitspraak het belang van herhalingen in toespraken en presentaties. De toon mag dan wat spottend zijn: het werkt wél. In gewoon Nederlands, vertalen we het Amerikaanse adagium in de 'VVV-formule':

* Vertel wat je gaat vertellen
* Vertel het
* Vertel wat je verteld hebt

De kracht van een presentatie ligt meestal niet in een strakke verwoording van de boodschap. Toehoorders hebben behoefte aan herhaling en bevestiging. De VVV-formule is zo succesvol omdat ze inspeelt op deze menselijke behoefte.

### Andere varianten

Bruikbaar voor de structuur van bijna elke presentatie is de indeling: verleden-heden-toekomst. Wat ook werkt is de drieslag Voordeel-Nadeel-Conclusie of de indeling Probleem-Oplossing.

Je vindt het saai om je verhaal op zo'n doodgewone manier op te dienen? Je hebt het mis: saaie presentaties bestaan niet, alleen saaie sprekers. Reden om je [presentatietechnieken](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/presentatietechnieken.html) onder de loep te nemen.

## Vijf manieren om te [openen](http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/openen.html)

Een goed begin is het halve werk. Dat is de gedachte achter een aantrekkelijke opening. Wie in **de eerste minuten van de presentatie** de aandacht weet te trekken, heeft grote kans dat het publiek aandachtig zal blijven luisteren.

### Actualiteit

Nieuws is een prima binnenkomer. Zeker als het om een onderwerp gaat waar mensen direct mee te maken hebben. Neem een actueel bericht (liefst uit de krant van diezelfde dag) en gebruik het als kapstok voor je verhaal. Het nieuws moet natuurlijk wel iets met je onderwerp te maken hebben. Bovendien doet positief nieuws (*"De Nederlandse economie trekt weer aan"*) het beter dan slecht nieuws.

### Anekdote

Een anekdote is een kort verhaaltje met een grappige of verrassende kern. De kern symboliseert een diepere waarheid of een meer algemene gedachte die je kunt gebruiken als kapstok voor je verhaal. Een kort verhaaltje of anekdote aan het begin is tien keer leuker dan het obligate opdreunen van je boodschap. Anekdotes vind je overal om je heen: in de krant, in de kroeg, op het sportveld of in je bedrijf. Ook persoonlijke belevenissen doen het goed.

Een voorbeeld:

*"Tijdens een reis in Tibet raakte ik in gesprek met een Tibetaanse monnik. Deze monnik zag het leven als een voorbereiding op de dood. Zijn leven, zo vertelde hij mij, stond in het teken van leren te sterven. Dit, dames en heren, getuigt vaneen bescheidenheid die we in de Westerse samenleving niet kennen."*

### Metafoor

Een metafoor is een figuurlijke uitdrukking of beeld waarin je het onderwerp van je betoog kunt vangen. Een goede metafoor vinden, is lastig. Maar als je er eenmaal een hebt, is de zeggingskracht groot. Denk bijvoorbeeld aan Frits Bolkestein die Ad Melkert ooit vergeleek met 'Rupsje Nooitgenoeg', een figuur uit een kinderboek die gretig en onverzadigbaar is.

Een veelgebruikte metafoor is de vergelijking. Je verlevendigt een droge opsomming van feiten en cijfers tot een beeld dat beklijft als je het tastbaar maakt in een herkenbaar voorbeeld. Journalisten maken er vaak gebruik van

Een voorbeeld:

*"Ruim 115.000 mensen werden geëvacueerd. Dat is vergelijkbaar met een stad als Leiden."*

### Humor

Een grap als opening breekt het ijs en verhoogt de sfeer. In Amerika is het een beproefd middel om de aandacht te trekken en vast te houden. Nederlanders zijn wat terughoudender met grappen en grollen. Toch kan een grap goed werken. Maar dan moet je er wel 100 procent zeker van zijn dat hij aanslaat en begrepen wordt door het publiek. Niets is zo pijnlijk, voor jezelf en voor je toehoorders, als de doodse stilte na een grappig bedoelde binnenkomer. Ben je wel in voor een leuke grap? Probeer 'm eerst uit op een paar proefkonijnen en voorkom dat je je toehoorders (onbedoeld) beledigt.

Let op! Met grappen over politiek of het religie krijg je misschien wel wat lachers op je hand, maar je loopt ook het risico dat anderen voorgoed afhaken. Hetzelfde geldt voor grappig bedoelde opmerkingen over het vrouwelijke geslacht: die kunnen écht niet meer.

### Citaat

Waarom zelf zwoegen op een prachtige openingszin als anderen het wiel al hebben uitgevonden? Je kunt naar hartelust gebruik maken van andermans veren, zolang je de bron erbij vermeldt en niet doet alsof de volzinnen uit je eigen geniale brein komen. Raadpleeg de boekenkast of zoek naar citaten op het internet.

## Stappen

# Bedenk wat je wil bereiken

Denk eerst na over het **doel** van je presentatie. Wat wil je ermee bereiken? Een doel kan zijn dat je informatie wilt overdragen, of dat je iets voor elkaar wilt krijgen. Wil je de nieuwe medewerkers over het reilen en zeilen binnen jouw bedrijf informeren, dan is je doel kennis overdragen. Maar sta je voor de directie om budget los te krijgen voor het fantastische plan dat je hebt bedacht, dan zul je met sterke argumenten moeten komen. Het doel van de presentatie bepaalt de inhoud.

# Leef je in je publiek in

Ieder publiek vraagt om een **andere benadering**. Bedenk daarom van tevoren goed wie je voor je hebt. Hou je een presentatie over de nieuwe reclamecampagne voor collega’s en voor het management, dan is het gebruik van jargon en eventueel zelfs afkortingen geen bezwaar. Maar sta je met hetzelfde onderwerp op een congres voor young professionals, dan is het beter om begrippen uit te leggen en de reden van de gemaakte keuzes toe te lichten. Naast de **inhoud** moet je ook de **vorm** van je presentatie aanpassen aan je publiek. Zoals je woordkeus, stemgebruik en de inzet van hulpmiddelen.

# Denk na over de situatie

Ben je bijvoorbeeld de een na laatste spreker op een congres, bedenk dan dat je publiek al redelijk verzadigd is. Probeer je presentatie dan zo **interactief** mogelijk te maken. Leg je toehoorders stellingen voor of vraag ze naar hun ervaringen. Ga ook van tevoren na of je wordt aangekondigd. Zo niet, zorg dan voor een goede introductie van jezelf.

# Schrijf de tekst

Een goede presentatie bestaat uit een **kop** (inleiding), **romp** (eigenlijke verhaal) en **staart** (slot). In de inleiding leg je uit wie je bent, wat je gaat vertellen, hoe je verhaal is opgebouwd, hoe lang je aan het woord zult zijn en op welk moment het publiek vragen kan stellen. De kern bevat de meeste informatie. Het is dan ook van belang om hoofd- en bijzaken te onderscheiden zodat het publiek jouw verhaal goed kan volgen. **Herhaal** je belangrijkste standpunten een paar keer in iets andere bewoordingen en geef voorbeelden. Dit werkt verhelderend en zo kunnen de luisteraars de hoofdpunten beter onthouden. Afbeeldingen van grafieken of citaten kunnen je verhaal eveneens versterken. In het slot van je presentatie vat je de boodschap **kort** en **krachtig** samen.

# Kies hulpmiddelen

Audiovisuele hulpmiddelen kunnen je presentatie **ondersteunen**. Je kunt hierbij denken aan een dvd-speler, een overheadprojector of aan het gebruik van powerpoint. Vooral als je opsommingen geeft, kan een gepresenteerde lijst ondersteunend werken. Maar schrijf nooit te veel op en ga zeker niet je hele presentatie projecteren op een scherm. Dat leidt alleen maar af. Stel je náást het scherm op, zodat iedereen het goed kan zien. Gebruik een aanwijsstokje om punten aan te wijzen en niet je vingers, want dan sta je zelf te veel voor het scherm.

# Oefen

Je houding en je lichaamstaal bepalen voor een belangrijk deel het effect van de presentatie op je publiek. Oefen de presentatie thuis voor de spiegel, zodat je kunt bepalen welke houding je tijdens het spreken aanneemt. Let daarbij vooral op je gezichtsuitdrukking en op wat je met je handen doet.

# Controleer de hulpmiddelen

Als je op locatie bent, controleer dan ruim op tijd of de hulpmiddelen er zijn, en of ze het ook doen. Werkt de beamer? Is er een flip-over? Kun je de laptop makkelijk aansluiten? Technische mankementen kunnen een presentatie ernstig verstoren.

Tips voor een goede presentatietechniek:

* Neem een ontspannen, maar energieke lichaamshouding aan. Beweeg door de ruimte als je je daar prettig bij voelt.
* Maak zo veel mogelijk oogcontact met zo veel mogelijk mensen uit het publiek. Zorg ervoor dat je gezichtsexpressie past bij dat wat je vertelt.
* Doe overal een schepje bovenop:
-praat net iets langzamer en iets luider dan 'normaal';
-articuleer iets nadrukkelijker; denk daarbij vooral aan moeilijke woorden en afkortingen;
-zorg voor een levendiger stemgebruik door meer afwisseling te brengen in intonatie en spreektempo;
-let erop dat je niet bij alle zinnen omhoog gaat aan het eind, anders lijkt iedere zin die je uitspreekt een vraag.
* Pas er wel voor op dat je je niet forceert tot gedrag dat niet bij je past; een presentatiestijl waar je je prettig bij voelt zul je in de loop der tijd door te experimenteren wel ontdekken.

Bronnen:

<http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/presentatie/>

<http://www.carrieretijger.nl/functioneren/communiceren/mondeling/modellen/presentatie>

<http://www.vacature.com/scripts/indexpage.asp?headingID=2339>