

1. Waar, wie, wat en waarom?

Het eerste dat je doet is het hoe en het waarom van de presentatie grof inschatten. Deze vragen lijken zo eenvoudig te beantwoorden, dat de meeste mensen ze maar overslaan en meteen powerpoint openen. Niet doen! Vaak is het helemaal niet zo overduidelijk wat het doel van een presentatie is.

Wat wordt er van je verwacht? Is het de bedoeling om te inspireren, te overtuigen, of te informeren? Waarover? Voor wie is de presentatie bedoeld? Wat is het niveau van het publiek en hun achtergrondkennis over de presentatie? Waar en wanneer is de presentatie? Heb je wel genoeg tijd om voor te bereiden? Weiger resoluut als je te weinig tijd hebt om voor te bereiden en schat deze tijd ruim in. Neem voor een presentatie van een half uur zeker twee weken de tijd. Deze tijd zul je niet volledig verbruiken, maar je zult die dagen zeker nodig hebben.

Hoe is de locatie? Zijn er meerdere sprekers en waar spreken zij over? Bied altijd aan om eerste of laatste spreker te zijn; het publiek is bij de eerste lezing het frist en de laatste gehoorde woorden zullen ook goed beklijven. Moet je spreken na de lunch, houd hier rekening mee. Het publiek zal dan vermoeider zijn dan in de ochtend.

Waarom is een presentatie de beste vorm voor dit doel? Waarom ben jij de beste presentator voor deze presentatie? Deze twee vragen zijn heel belangrijk. Enkel informatie overdracht is nooit voldoende reden om een presentatie te houden. Het publiek kan dan ook een artikel, memo of een boek lezen over het onderwerp. Bij een presentatie gebeurt er meer. Het is een moment van contact tussen jou en het publiek. Het onderwerp krijgt een gezicht: het jouwe. Dit kan een groot voordeel zijn. Waarom jij? Wat is jouw betrokkenheid bij het onderwerp?

Drie voorbeelden van presentaties en hun doelen en presentatoren.

Michel, human resource manager bij een groot bedrijf. Gevraagd om een presentatie te geven over een nieuw personeelsbeleid omtrent een aankomende fusie. Het gonst onder het personeel over mogelijk gedwongen ontslagen. Dit is niet het geval, maar er komt wel een wisseling in visie op de bedrijfscultuur en een aantal nieuwe gedragsregels.

Doel: Het personeel informeren over de veranderingen omtrent de aankomende fusie (geen ontslagen, wel andere visie) en het personeel overtuigen dat het veranderingen ten goede zijn.

Zit het publiek hierop te wachten: Ja, het gaat om hun toekomst.

Waarom Michel: Hij is de man van human resource, het personeel weet dit en kent hem. Hij staat bekend als een geschikte vent met hart voor zijn mensen. Hij is de aangewezen persoon.

Waarom een presentatie: Een presentatie is voor dit onderwerp beter dan een memo. Het personeel wordt direct aangesproken en voelt zich betrokken bij het

onderwerp. Michel ziet meteen de reacties en de sfeer, eventuele misverstanden kunnen meteen rechtgezet worden en eventuele negatieve reacties kunnen meteen beantwoord worden.

Bas, IT procesontwikkelaar in een middelgroot bedrijf. Gevraagd om een nieuw ontwikkelde toepassing te presenteren voor het management team en de sales afdeling van zijn bedrijf.

Doel: Het management team en de sales mensen informeren over de werking en mogelijkheden van de nieuwe toepassing. Trots zijn op de ontwikkelafdeling.

Zit het publiek hierop te wachten: Ja, voor de sales mensen is het noodzakelijk dat ze iets afweten van de producten en voor het management team is net zo noodzakelijk dat ze weten wat er in hun bedrijf gebeurt.

Waarom Bas: Bas is de beste ontwikkelaar. Hij is een supernerd, lijkt nooit buiten te komen en is herkenbaar aan het kopje koffie waar hij altijd achteraan loopt. Hij is de aangewezen persoon, omdat hij het hart is van de ontwikkelafdeling.

Waarom een presentatie: Een presentatie is voor dit onderwerp beter dan een geschreven artikel. Het publiek heeft niet dezelfde achtergrond en zal niet snel iets technisch vrijwillig gaan lezen. De ontwikkelaar persoonlijk zien zal ook bijdragen aan het betrokken gevoel.

Carlijn, onafhankelijk filmmaakster. Heeft met een paar andere mensen een project bedacht voor een nieuwe film. Zij is gekozen om een presentatie te houden bij mogelijke geldschietters.

Doel: De geldschietters te overtuigen dat deze film het waard is om in te investeren. Zit het publiek hierop te wachten: Ja, maar voorwaardelijk. Ze moeten eerst overtuigd worden dat het ook echt een goede investering is.

Waarom Carlijn: Zij is de motor in het project. Het is haar passie. Zij is de aangewezen persoon.

Waarom een presentatie: Een promotie folder zal nooit de boodschap zo kunnen overbrengen dat oog in oog staan met één van de initiatoren. Er is mogelijkheid om direct te reageren op vragen van de geldschietters en eventueel meteen zaken te doen.

Opdrachten: Waar, wie, wat en waarom

Voor deze opdrachten heb je blanco kaarten of vellen papier nodig. (Gebruik niet de computer) Neem de tijd om de opdrachten uit te voeren en schrijf er zaken bij als je er later nog meer bedenkt.

1. Noteer op 1 papier het woord Doel. Schrijf hierop wat het doel is van je presentatie. Wat wil je bereiken? Is het informatief, argumentatief of inspirerend? Wat wil je dat het publiek onthoudt? Breek het doel als het nodig is op in subdoelen zoals Michel zou moeten doen: wat zijn de belangrijkste zaken die het personeel na afloop moet weten. Noteer hieronder op hetzelfde papier wat de

voordelen zijn van een presentatie boven een geschreven memo of artikel voor dit doel.

2. Noteer op 1 papier het woord Publiek. Wat verwachten ze en wie zijn het? Schrijf hierop alles wat je weet van het publiek. Grootte van de groep, achtergrondkennis, stemming, verwachting. Bij Carlijn zal het publiek klein zijn met veel kennis en een afwachtende houding. Ze verwachten geïnspireerd te worden. Bij Bas zal het een groter publiek zijn met weinig kennis en ze verwachten met meer kennis de presentatie te verlaten.
3. Noteer op 1 papier het woord Omstandigheden. Schrijf hier alles op wat je weet over de omstandigheden van de presentatie. Waar is het? Hoe lang duurt het? Wanneer is het? Wat voor zaal is het? Welke audiovisuele hulpmiddelen zijn er aanwezig? Wat gebeurt er na de presentatie? (zoals bijv. een borrel)
4. Noteer op 1 papier je eigen naam. Schrijf hier op wat jouw **persoonlijke** betrokkenheid is bij het doel van de presentatie. Waarom ben je gevraagd? Wat is jouw bijdrage aan de presentatie? Waar ligt je passie?
5. Als je bovenstaande opdrachten hebt uitgeschreven, schrijf dan op een aparte kaartje in één zin op wat het doel is van de presentatie: de doelzin.