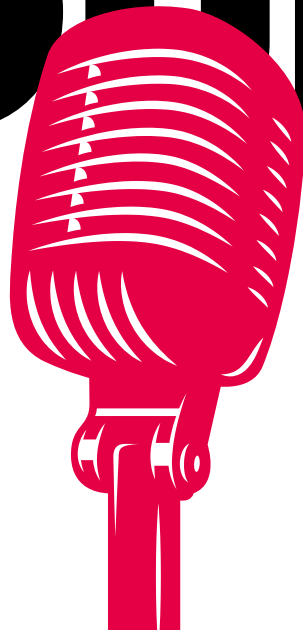


Hans Van de Water
en Toon Verlinden

THE FLOOR IS YOURS

Leren presenteren van
brainstorm tot applaus



ACADEMIA
PRESS

THE FLOOR IS YOURS

**THE FLOOR
IS YOURS**
LEREN PRESENTEREN
VAN BRAINSTORM
TOT APPLAUS

Hans Van de Water
Toon Verlinden

ACADEMIA
PRESS

Inhoud

Beter presenteren, moet dat echt? 7

STORY

Waarom mag ik niet alles vertellen wat ik wil? 17

IMPACT

De zin van een presentatie ... Is dat een filosofische vraag? 20

STRUCTUUR

Hoe zorg ik dat het publiek na slide 3 de weg niet kwijt is? 33

STORYTELLING

Waarom lukt het me wel op café? 67

HELDER

En wat als ik het zelf niet helemaal begrijp? 79

SHOW

Moet ik echt een berenpak aandoen? 91

PERFORMANCE

Waar verstop ik me het best? 95

STRESS

Kan de volgende al beginnen? Ik moet dringend naar het toilet. 111

AANDACHT

Mag ik het publiek wakker maken? 122

INTERACTIE

Moet het een Mexican wave zijn? 132

VRAGEN

Bestaan domme vragen echt niet? 138

TIJD

Als ze het interessant vinden, kan ik dan doorgaan? 146

SLIDES

Hoezo, die dienen niet om vol te proppen? 149

TEKST

Mag het ietsje meer zijn? 157

AFBEELDINGEN

Zijn selfies ook oké? 173

TEMPLATES

Is daar iets mis mee? 192

DATA

Een cijferindigestie, bestaat dat? 196

Eindelijk duidelijk en interessant 204

EN DAN NOG

Heb je nog niet genoeg? 205

opening	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trek de aandacht 2. Probleem-oplossing-voordeel 3. Hoofdboodschap 4. Stel jezelf voor (titelslide)
midden	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eerste blok 2. Tweede blok 3. Derde blok
slot	<ol style="list-style-type: none"> 1. Samenvatting-conclusies 2. Hoofdboodschap

Opening, midden en slot. Er ontbreken nog een paar elementen, maar je structuur is bijna in orde.

Laten we nu even kijken hoe je het best je presentatie start.

Hoe start je je presentatie?

Daar sta je dan, klaar om van start te gaan. Enkele mensen komen nog binnen, ‘Mag ik er even langs?’; andere houden een fluisterpraatje; de helft van het publiek checkt nog snel zijn e-mail of geeft een like op Facebook, iemand mijmert over wat hij die avond zal koken.

Je schraapt je keel. Klaar om de eerste zin van je presentatie uit te spreken. Het lijkt misschien vreemd om pas nu over de start van je presentatie na te denken, nadat je het grootste deel van de structuur tot in de laatste details in orde bracht? Maar het is ook logisch: je weet nu pas helemaal waarover je zult spreken.

De start van je presentatie is ontzettend belangrijk, want hij bepaalt of je publiek denkt ‘Hier wil ik meer over weten’ of wat meestal het geval is ‘Hoe kan ik ongemerkt de zaal verlaten?’. Zit de start van je presentatie goed, dan ben je al halfweg.

Hoe je beter niet start

De meeste presentaties beginnen met een titelslide, waarop je naam staat, de titel van de presentatie en het logo van je instelling, gevolgd door een outline. Of erger nog: ze starten meteen met de onderzoeksaanpak. Waarom werkt dat niet? Omdat je dan met de deur in huis valt, terwijl we nog niet weten of we wel willen binnenkomen. Je moet je publiek eerst laten voorproeven. Zoals wanneer je je neus in een glas wijn stopt voordat je drinkt. Dat opent de zintuigen en prikkelt ze voor wat komt. En jouw titelslide is meestal niet het meest opwindende stuk van je presentatie.

Je start je presentatie dus beter niet met:

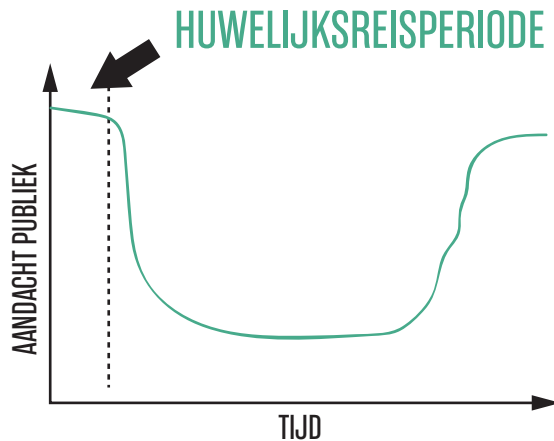
- Mijn onderzoek gaat over ...
- Mijn naam is ..., ik ben onderzoeker aan de vakgroep ...
- Goedemiddag, dames en heren. Ik wil eerst en vooral de volgende personen bedanken: ...

Die info geef je pas mee na je probleem-oplossing-voordeel en je hoofdboodschap. Niet eerder.

Wees dus niet bang om je hoofdboodschap al vroeg in je presentatie een eerste keer mee te geven. Presentatoren voelen zich daar vaak niet gemakkelijk bij omdat ze dan hun belangrijkste conclusie al in het begin vrijgeven. Doe het toch maar: je publiek zal waarschijnlijk nooit aandachtiger zijn dan nu. Dat heeft te maken met de huwelijksreisperiode, die periode waarin de verliefdheid nog jong is en we veel aandacht hebben voor elkaar.

De huwelijksreisperiode van je presentatie speelt zich af bij het begin van je presentatie. Het is een korte periode waarin je publiek het meest aandachtig is. Daarna zakt de aandacht als een pudding in elkaar. De vlinders in de buik zijn verdwenen en de dagelijkse sleur neemt het over.

De aandacht schiet normaal nog een keer omhoog tegen het einde van je presentatie of aan het begin van de pauze, wanneer de verlossing lonkt. Herhaal daarom je hoofdboodschap zeker ook op het einde. In het midden zijn nog korte aandachtspieken mogelijk door energizers zoals een filmpje, een oefening of (bij een studentenpubliek) de zin: 'Dit is belangrijk voor het examen.'



Het begin van je presentatie is belangrijk: dan is je publiek het meest aandachtig.

Weersta ook de verleiding om je tijdens de start te verontschuldigen bij je publiek:

- 'Ik heb eigenlijk geen tijd gehad om dit voor te bereiden.'
- 'Normaal zou ik deze presentatie niet geven, maar ik moest inspringen voor mijn directeur.'

Ofwel geef je een presentatie en doe je het goed, ofwel geef je er geen. Jezelf verontschuldigen omdat je een slechte presentatie geeft, is hetzelfde als zeggen: 'Sorry, beste mensen, voor het nutteloos verspillen van jullie tijd en energie'.

Hoe start je een presentatie dan wel?

Hoe zorg je ervoor dat je hele publiek aandachtig is en naar jou kijkt? Door iets onverwachts te doen of te zeggen. Of door hen bij de kraag te grijpen en naar je toe te zuigen. Er zijn een aantal manieren om te starten, zoals met een verhaal of een vraag. Die dienen dan als bruggetje naar je probleem en oplossing die je in je intro aanreikt.

START MET EEN VERHAAL

Een verhaal is een veilige manier om te starten. Het is iets wat je vanbuiten kunt leren zonder dat het gemaakt overkomt. Een verhaal trekt mensen je presentatie binnen en is ideaal wanneer je nerveus bent aan het begin van je presentatie. Als je start met een verhaal dat je vlot kunt vertellen, neem je die eerste horde veel gemakkelijker.

Een bijkomend voordeel is dat een verhaal geleidelijk op gang komt. Het geeft je publiek tijd om zich te concentreren. In het begin staan alle smartphones en laptops nog aan, maar naarmate je verhaal vordert, gaan die uit en stopt het geroezemoes. Als alles goed zit, heb je het publiek op het einde van je verhaal helemaal mee.

Je kunt een verhaal vertellen over jezelf, of over een echte of fictieve betrokkene bij je onderzoek:

‘Dit is Lucas. (Je toont een foto van een jongetje) Lucas is zes en zit in het eerste leerjaar. De juf merkt dat hij niet goed mee kan in de klas. Terwijl de andere kinderen al kunnen rekenen, lukt dat bij Lucas nog lang niet. Lucas heeft nog een ander probleem: hij hoort niet goed. Daarom draagt hij een hoorapparaat. Een normaal gesprek verstaat hij wel, maar niet met achtergrondlawaai. En in de klas is het vaak rumoerig. Dan hoort Lucas de juf niet en is hij snel afgeleid. Maar Lucas durft er niets over te zeggen aan de juf. Net als Lucas zijn er heel wat kinderen met gehoorproblemen. In mijn onderzoek ga ik na wat precies het effect is van rumoer in de klas op de ontwikkeling van deze kinderen.’

Je kunt ook een gebeurtenis in scène zetten, waarmee je jouw thema tastbaar maakt, zoals in het volgende voorbeeld:

Brand! Brand!

Het huis staat in lichterlaaie. De vlammen springen uit het scherm. Ik voel de schroeivende hitte op mijn wangen. Op de tweede slide verschijnt de brandweer die de vuurzee overwint. Daarna zien we wat rest: troep, schuim en veel bluswater. ‘Waar blijven we met het vervuilde water?’, vraagt de onderzoeker. ‘We

kunnen het niet zomaar in het riool lozen.’ Het onderzoek gaat over de verwerking van vervuild bluswater, om te voorkomen dat het in onze waterlopen terecht komt. Ik zit op het puntje van mijn stoel. Een sterke start. Was de onderzoeker begonnen met zijn titelslide over bluswater, dan had ik de zaal waarschijnlijk al na twee minuten verlaten. Nu bleef ik zitten, want ik wilde eigenlijk wel eens weten wat we met dat bluswater kunnen aanvangen.

En je scoort tien doelpunten als je een verhaal kunt tonen, met een heus decor op het podium, zoals Bart Knols deed:

Starten in pyjama

Bart Knols is een Nederlands malariawetenschapper. Met zijn onderzoek won hij de IG-Nobelprijs. Die wordt uitgereikt aan een onderzoeker die je eerst doet lachen en daarna nadenken. Hij kreeg de prijs voor zijn onderzoek, waarin hij aantoonde dat je malariamuggen kunt aantrekken door Limburgse kaas, omdat die zo naar voeten ruikt. In zijn TED-presentatie gebruikt hij een heel originele opening die meteen de aandacht van het publiek trekt.

Het is donker. Je hoort een mug zoemen. Dan plots: ‘Pats!’. De lichten gaan aan. Bart Knols zit in zijn boxershorts op een bed, er kleeft bloed op zijn hand en voorhoofd. Hij zegt: ‘Muskieten. Ik haat ze. Jij ook? Ik kan me eigenlijk maar één positief ding voorstellen aan muskieten en dat is dat ze mijn vrouw liever bijten dan mij. (pauze) Maar is dat niet vreemd? Waarom bijten ze haar meer dan mij? Het komt door de geur: muskieten ruiken ons in het donker. En er zijn een heleboel stofjes die ze gebruiken om ons in het donker te vinden ...’

Ondertussen staat Bart Knols in het midden van het podium en start hij het verhaal over wat hij allemaal heeft onderzocht tijdens zijn proefschriftonderzoek. Het publiek luistert aandachtig.

Het is voor alle duidelijkheid niet onze bedoeling dat je straks in je ondergoed op het podium gaat staan. We willen wel dat je nadenkt over een verhaal waarmee je je presentatie kunt starten. Valt het je trouwens op dat Bart Knols tijdens zijn verhaal continu zijn publiek aanspreekt? ‘Ik haat muskieten. Jij ook?’ En de hele zaal denkt: ‘Ja, irritante beesten.’ En dan gaat hij verder: ‘Waarom krijgt mijn

vrouw meer beten dan ik?’ en bijna het hele publiek denkt: ‘Ja, ik ken ook mensen die meer gebeten worden dan andere. Hoe komt dat eigenlijk?’

Hij heeft de aandacht beet, maakt connectie met het publiek en zijn hoofdboodschap is al van bij de start duidelijk: muskieten vinden ons in het donker door ons te ruiken. Alles staat klaar om de rest van zijn presentatie te geven. Een perfecte start dus.

Bekijk de volledige presentatie via de zoekterm ‘Bart Knols: Dood muggen, maak een einde aan malaria’.

START MET EEN VRAAG

Een tweede goede manier om te starten is door een vraag te stellen. Houd er wel rekening mee dat het publiek meestal niet spontaan antwoordt. De reden dat het dat niet doet, is omdat het nog niet in je presentatie zit: men weet nog niet wie je bent en wat je juist komt vertellen. Mensen laten niet graag van zich horen als ze dat allemaal nog niet weten. Daarom stel je beter een vraag die ze in hun hoofd kunnen beantwoorden, zoals: ‘Gebeurt het weleens dat je een toestel koopt, de handleiding doorneemt, maar er niets van begrijpt?’

Handige manieren om je vraag te starten zijn:

- ‘Zou het niet fantastisch zijn, als ...?’
- ‘Heb je ooit ...?’
- ‘Wie van jullie ...?’ (waarbij je vraagt om de hand op te steken)

Een sterke opener, die geen vraag is, maar waarbij je wel het publiek aanzet tot nadenken, is de volgende: ‘Beeld je in dat ...’

In het deel over show gaan we dieper in op vragen die je kunt stellen aan je publiek.

Het verhaal van de broodrooster

Lig jij weleens te piekeren over dementie? Waarschijnlijk niet. Tenzij een van je ouders, grootouders of vrienden de ziekte heeft. Stel dat je onderzoek doet naar dementie. Hoe maak je dat thema dan tastbaar voor een breed publiek? Sharon

Savage weet hoe. Aan de University of New South Wales in Australië nam ze deel aan de '3 Minute Thesis Competition' en kwam als winnaar uit de bus.

Haar hele presentatie is ijzersterk, maar ze scoort vooral met haar opener: 'Vind je het niet vreselijk als je niet op een woord kunt komen? Dat ding ... Wat is het nu weer? Voor mensen die aan dementie lijden, kan het een voortdurende strijd zijn. Vooral bij semantische dementie, waar je alledaagse woorden, zoals een broodrooster, gemakkelijk vergeet. Dagelijkse activiteiten, zoals inkopen doen, worden plots een enorme uitdaging. Stel je voor dat je naar de supermarkt gaat. Je kijkt naar je boodschappenlijstje en beseft dat je niet meer weet wat die woorden precies betekenen. Eng.'

Wat doet Sharon Savage? Ze linkt haar thema aan iets wat we op kleine schaal allemaal weleens meemaken. Ze geeft heel concrete voorbeelden, waardoor we ons gemakkelijk kunnen inleven in een persoon met dementie. Met haar openingszin: 'Vind je het niet vreselijk als ...' gaat ze meteen in gesprek met haar publiek.

Je kunt de presentatie volledig bekijken op YouTube, door de volgende zoekterm in te geven: 'Three Minute Thesis Winner - Sharon Savage'.

MAG EEN GRAP OF EEN CARTOON?

Onderzoekers openen af en toe ook met een cartoon of een grap. Maar beide zijn riskant. Met een grap verlies je waarschijnlijk de helft van je publiek, want lang niet iedereen begrijpt hem. Een cartoon is lastig omdat die tijd vraagt om te lezen. Je laat dan je eerste slide zien, maar je mag nog niets zeggen: het publiek is immers aan het lezen. Als je toch al praat, moeten mensen kiezen of ze luisteren of lezen. Een strijd die je meestal verliest. Je loopt ook het gevaar dat de helft van je publiek de cartoon niet snapt of niet grappig vindt.

EN EEN FILMPJE?

Je kunt starten met een filmpje, maar dan moet het heel relevant zijn en heb je nog altijd een manier nodig om het mondelinge deel van je presentatie te starten. Vergeet niet: video in een presentatie is Murphy uitnodigen. Als een video vastloopt in het midden van een presentatie, kun je daar gemakkelijk voorbij spreken. Loopt het helemaal in het begin mis, dan verlies je al snel

een deel van de goede wil van je publiek en zit je waarschijnlijk met nog meer zenuwen. Als je toch een video wil tonen, zorg er dan voor dat die in je presentatie zelf zit (in PowerPoint doe je dat via de functie ‘Invoegen’ en vervolgens ‘Video’). Door de video te *embedden* in je presentatie zelf, kan er al heel wat minder mislopen.

Wanneer mag je iets over jezelf vertellen?

Starten met je naam en instelling mag dus niet. Ook niet wanneer je het luchtig maakt door bijvoorbeeld te vertellen wat je hobby's zijn en hoeveel kinderen je hebt. Dat kan best leuk zijn en sommige mensen uit het publiek zullen je sympathiek vinden, maar doe dat enkel als je het op een of andere manier aan je onderzoek of project kunt linken. Stel dat je ooit de Mount Everest beklom en dat je onderzoek doet naar de manier waarop het zuurstofgehalte in ons bloed reageert op grote hoogtes, dan kun je natuurlijk wel starten met een foto van jezelf op de Everest. Maar een schattige selfie met je kat linken aan onderzoek naar hernieuwbare energiebronnen, dat zien we niet meteen gebeuren.

Zorg dus eerst voor:

- een aandachtstrekker, gelinkt aan je project of onderzoek;
- dan je elevator pitch, met het probleem, de oplossing en de voordelen voor het publiek;
- vervolgens je hoofdboodschap.

Als alles goed is gegaan, denkt het publiek nu: ‘Wat een relevant probleem. Ik wil wel eens weten hoe ze dat kunnen oplossen.’ En daarvoor kijken ze naar jou als spreker. Ze willen nu graag weten wie jij bent en of je in staat bent om de klus te klaren.

Nu mag je dus met fierheid vertellen wie je bent, van welke instelling je deel uitmaakt en hoe je op het idee kwam om jouw thema te onderzoeken. Ratel niet je hele cv af, maar beperk je tot de expertise die relevant is voor je publiek. Gebruik je slides? Toon dan nu je titelslide, met je naam en instelling.

- Geef jij regelmatig presentaties voor een groot of klein publiek?
- Voel je je wat onzeker, worstel je met de timing?
- Of ben je bang dat je publiek in slaap zal sukkelen?
- Wil je eindelijk een presentatie geven die wérkt, die resultaat oplevert?

Auteurs **Toon Verlinden** en **Hans Van de Water** richtten in 2012 **The Floor is Yours** op. Want 'Life is too short for bad presentations', toch? Intussen trinden ze duizenden onderzoekers om effectieve presentaties voor te bereiden én te brengen.

Aan de hand van hun ervaringen geven ze niet alleen hapklare tips om te scoren bij je publiek, maar bieden ze ook een oplossing voor elk probleem waar je mee worstelt. Introvert? Complex thema? Last van stress? Dit boek toont aan dat het geven van een presentatie geen lijdensweg hoeft te zijn. Je leert er niet alleen hoe je je publiek kunt boeien en hoe je resultaten kunt behalen, maar je vindt er ook erg herkenbare en grappige voorbeelden van slechte presentaties. Zo zie je meteen hoe het niet moet.

Toon Verlinden is behalve internationaal presentatiecoach en expert wetenschapscommunicatie ook freelance wetenschaps- en reisjournalist. Hij is tevens organisator van het wetenschapsfestival Sound of Science.

Hans van de Water is internationaal presentatiecoach en expert wetenschapscommunicatie. Daarnaast is hij de oprichter van De Wetenschapsbattle, waarbij onderzoekers hun werk aan lagerschoolkinderen presenteren.

Hoe overtuig je de wereld van jouw boodschap? The Floor is Yours biedt je de nodige do's en don'ts om je verhaal te brengen. Een must read.

— Koenraad Debackere, hoogleraar Economie en Bedrijfskunde KU Leuven

Toegankelijk geschreven, met veel humor. Verplichte kost voor iedereen die wil leren hoe je een complexe boodschap helder en overtuigend moet presenteren.

— Jan-Willem Toering, directeur Koninklijke Nederlandse Chemische Vereniging (KNCV)

