

TEDxclusief

presenteren op topniveau



8 artikelen artikelen met presentatietips

e-book

© Pauline le Rûtte 2012

Website: www.conduite.nl
Email: info@conduite.nl
Twitter: [paulinelerutte](https://twitter.com/paulinelerutte)

INHOUDSOPGAVE

Inleiding

1. Presenteren op de catwalk. Droom of nachtmerrie? 5
2. Een veilige presentatie is riskant 10
3. Wat je nodig hebt om de Ridderzaal op z'n kop te zetten met je presentatie 16
4. Kun je erop vertrouwen dat het publiek met je wil spelen? 19
5. Het geheim van een waanzinnig goede presentatie 22
6. Hoe krijg je het publiek van hun stoelen met je pitch? 27
7. Hoe je een presentatie extreem aantrekkelijk maakt 31
8. Spreken op TED? Hoe je het hoofd koel houdt 36

Inleiding

Op 25 juni 2012 vond de eerste TEDxBinnenhof plaats met als titel “Catwalk for innovation”.

Presentaties over baanbrekende ideeën die helpen de uitdagingen op wereldniveau aan te pakken. De spotlight is tijdens het event vooral gericht op de innovatieve kracht van Nederland.

Naast het coachen van 2 deelnemers heb ik in de weken voor TEDxBinnenhof artikelen geschreven over het nut van een overtuigende presentatie. Handvatten gegeven die essentieel zijn voor een presentatie op TED niveau. En vele goede TED talks uit de afgelopen jaren de revue laten passeren.

In dit ebook zijn alle artikelen in het Nederlands vertaald en gebundeld. Je vindt waardevolle tips en voorbeelden die je helpen je presentaties naar TEDniveau te brengen.

Veel leesplezier!

Presenteren op de catwalk. Droom of nachtmerrie?

Welk meisje droomt er niet van. In de beeldigste jurken over de catwalk flaneren. Beroemdheden ontmoeten, op covers van modebladen staan. De hele wereld zien.

De keiharde werkelijkheid.

Dat lukt alleen na jarenlang afzien. Duizenden mijlen vliegen. Urenlang wachten. Eindeloos oefenen op belachelijk hoge hakken.

MacFlurries, hamburgers, frieten. Geen denken aan. De hele dag leven op een wortel en een glaasje water.

En leven met het vooroordeel dat een model niet bijster intelligent is.

Terecht?

Natuurlijk niet. 75% van de (Nederlandse) modellen heeft een HBO diploma op zak!

In de wereld van de sprekers loop je ook tegen vooroordelen aan. Hoewel de kritiek niet zo hard is. We dulden nog massaal matige presentaties.

Maar voor hoe lang?

Wil je in the Hall of Fame van bekende sprekers komen. Echt het succes ervaren dat je voor ogen hebt. Dan is het afzien.

Op een podium van TED presenteren. Je staat er pas na een strenge selectie.

En ben je door. Dan is het hard werken aan een verhaal, zoeken naar beelden en oefenen. Uren, dagen, weken voor de presentatie.

Daarom is het grootste deel van de TED talks zo goed. Ze gaan ruimschoots voorbij aan de kwaliteit van presentaties die je dagelijks om je heen ziet.

Je kunt veel leren van TED talks. In mijn artikelen over presenteren maak ik dankbaar gebruik van alle goede voorbeelden. En ik ben blij dat TED ook Nederland veroverd.

Het begin van betere presentaties in ons land?

In de lijn van het thema vond ik een [TED talk van Johanna Blakley](#).

Zij bestudeert de invloed van massamedia en entertainment. In een mooi geïllustreerd verhaal legt zij uit, waarom het ontbreken van copyright innovatie in de kledingindustrie juist ten goede komt.

Sterke punten

Johanna start krachtig en heeft meteen de aandacht met haar anekdote. “I heard this amazing story...”. Ze speelt in op de nieuwsgierige aard van de mens.

Ze heeft goed nagedacht over de vragen die het publiek zal hebben: “*Whithout ownership there is no incentive to innovate?*”, “*Why hasn’t copying destroyed the industry?*”. Ze zet het publiek aan het denken. Het participeert in haar verhaal.

Haar antwoorden zijn alles behalve wat je verwacht. Juist het ontbreken van copyright levert voordelen op waardoor de kledingindustrie innoveert. Dit zorgt voor mooie tegenstellingen. En die maken een verhaal aantrekkelijk.



Het punt dat zij maakt is kraakhelder.

Wil je een eigendomsmodel vinden dat in de digitale wereld tot de meeste innovatie leidt. Start dan je zoektocht in de kledingindustrie.

De Powerpointpresentatie bevat veel beelden en weinig tekst.

Het is een mooi consistent geheel; zwarte achtergrond, rood en witte letters, verdeling van een slide met tekst en beelden. Afgewisseld met beweging en geluid.

Twee kritiekpuntjes.

Johanna's spreesnelheid is hoog. Ze laat nauwelijks ruimte voor pauzes, die haar verhaal nog aantrekkelijker kunnen maken.

Ze staat het grootste deel van de tijd zijwaarts naar het publiek, omdat ze naar het scherm kijkt. Dat is niet nodig. Ze kent haar verhaal zo goed, dat ze weet welke slide er komt. Daarom kan ze gerust dichter naar het publiek lopen en met haar gezicht naar de zaal blijven kijken.

En zo blijft er altijd wat te verbeteren.

Wie gaat de uitdaging aan? Welke sprekers betreden het toneel van TEDxBinnenhof? Welke baanbrekende ideeën krijgen we te horen?

Dat is nog onduidelijk.

Wat we wel weten: het zullen stuk voor stuk professionele presentaties zijn.

Een veilige presentatie is riskant

Alleen met een geweldige presentatie verkoopt je een idee.
Het draait om de inhoud én de verpakking.

De producten van Apple zijn technisch goed, maar de manier waarop ze worden gepresenteerd, maakt mensen enthousiast. Dat wakkert hun verlangen aan.

Definitie van een veilige presentatie:

- een spreker die monotoon een rijtje bullets voorleest
- vanaf de slides die achter hem worden geprojecteerd
- die met nietje erdoor tevens gebruikt worden als handout

Veel sprekers houden dagelijks veilige presentaties.

Het risico is laag. Gaat het niet helemaal goed dan is het slechts een kleine mislukking.

De keerzijde is dat een spreker die een 'veilige presentatie' geeft niet opvalt. Zijn boodschap is niet overtuigend. Er komt weinig reactie van het publiek.





Nog diezelfde middag is hij vergeten.

So what, zou je zeggen. Een presentatie geef je niet om op te vallen.

Maar waarvoor wel? Welke reden is er dan om te kiezen voor een presentatie boven een tekst op papier?

We geven presentaties omdat het een unieke gelegenheid is.

Een groep mensen die jouw ideeën live hoort. Die jouw passie ziet en bijna voelt. Met wie je contact maakt.

Een krachtiger medium dan papier.

Wil je het publiek bewegen tot actie, het voor je standpunt winnen, je product laten kopen? Dan *wil* je opvallen.

Dat lukt alleen met een andere kijk op presenteren.



In zijn TED talk uit 2003 zegt Seth Godin:
“de enige manier om aandacht te krijgen van een publiek is door opmerkelijk te zijn”.

Iets is opmerkelijk als het nieuw, fris en uniek is.

Het perspectief van Godin op marketing is rechtstreeks van toepassing op presentaties.

In een wereld met oneindig veel keuzes is ons brein getraind om gewone en middelmatige dingen te negeren.

Bizarre ideeën zijn succesvoller dan saaie ideeën.

Wat Seth Godin ons leert over presenteren, [zie je in zijn TED talk uit 2003](#).

De structuur van zijn verhaal zit goed in elkaar. Hij gebruikt 15% van de tijd voor de introductie, 60% voor het middenstuk en nog eens 15% om zijn verhaal te beëindigen.

Hij start met het noemen van vier namen. Pas aan het eind krijgt het publiek te horen wat die namen met zijn presentatie te maken hebben. Dat maakt de luisteraar in de zaal nieuwsgierig.



In de eerste seconden pakt hij de aandacht.

Vervolgens legt hij het probleem bloot aan de hand van gesneden brood. 15 jaar lang was niemand geïnteresseerd in gesneden brood. Waarom? De marketing was gericht op patenten en techniek.

En dat interesseert de consument niet.

In staat zijn een idee te verspreiden, is belangrijker dan het noemen van kenmerken.

Pas toen de producent dat doorkreeg, kocht iedereen 'ineens' gesneden brood.

Een heldere kernboodschap: "Ideas that spread, win".

Het middenstuk van zijn verhaal beweegt zich tussen gewenste en huidige situatie.

In de gewenste situatie weet je hoe je op de eerste pagina van Google terechtkomt. Hoe je gepromoot wordt. En de klant bij hun kraag grijpt om te vertellen wat zij moet doen.

De huidige marketingaanpak waarin mensen worden overladen met steeds weer dezelfde advertentie net zolang totdat zij het product kopen, werkt niet meer.

Met de parabel van de paarse koe maakt hij duidelijk dat je moet opvallen. Het enige dat bepaalt waarover wordt gesproken, wat wordt veranderd, wat wordt gekocht, is de vraag “Is het opmerkelijk?”.

Godin's presentatie zelf is alles behalve “veilig”. Het is een beleving voor het publiek.

Hij houdt constant oogcontact met het publiek.

Kent z'n verhaal door en door. Hij weet precies welke slides achter zich verschijnen. Hij is één met zijn presentatie. Daardoor ziet het er ‘gemakkelijk’ en natuurlijk uit.

Reken maar dat hij veel heeft geoefend.

De voorbeelden zijn aansprekend en hebben een directe relatie tot het verhaal. Zijn humor is prima gedoseerd en niet flauw.

Godin gebruikt vrijwel alleen beelden en eenvoudig te begrijpen grafieken. Hij heeft [een expliciete mening over Powerpointpresentaties](#).

Een prachtig opmerkelijk voorbeeld vind ik de nieuw opkomende sieradenindustrie.

Godin adviseert om je als spreker specifiek te richten op publiek dat graag wil horen wat jij te vertellen hebt. De innovatoren en de early adaptors. Dat je het hen gemakkelijk moet maken om jouw verhaal aan anderen door te vertellen.

Vind uit wat mensen echt willen en geef het hen.

Maak je presentatie opmerkelijk. Goed is niet goed genoeg. Veilig is riskant.

Alleen ideeën die zich verspreiden, winnen!

Wat je nodig hebt om de Ridderzaal op z'n kop te zetten met je presentatie



Je besluit de wereld te vertellen over je idee. De gedachte dat je idee te klein of onbelangrijk is, heb je terzijde geschoven. Je wil op die catwalk en de zaal op de stoelen krijgen.

Dat is al een grote stap.
Een belangrijke stap.

Maar slechts de start. Nu begint het harde werken.

Als je niet oppast, dan raak je al snel overweldigd door het idee hoe je contact maakt met het publiek. Hoe je je idee helder uitlegt. En hoe je überhaupt het publiek overtuigt.

Geen zorgen.

Nancy Duarte maakt je leven als spreker eenvoudiger. Zij vertelt ons het ultieme geheim. Hoe je een idee presenteert zodat het weerklinkt. Zodat het publiek zich het maanden later nog herinnert. En het verandering teweeg brengt.

Nancy is een van mijn favoriete schrijfsters over het onderwerp communicatie. Zij gelooft dat ideeën de meest waardevolle instrumenten zijn, die mensen hebben. Ze helpt mensen om die ideeën op een effectieve manier te communiceren.

Door het **vertellen van een verhaal**.

In haar TED talk van februari 2012 onthult zij de structuur van krachtige presentaties. Om een sterk verhaal te maken, heb je een **begin, midden en eind** nodig.

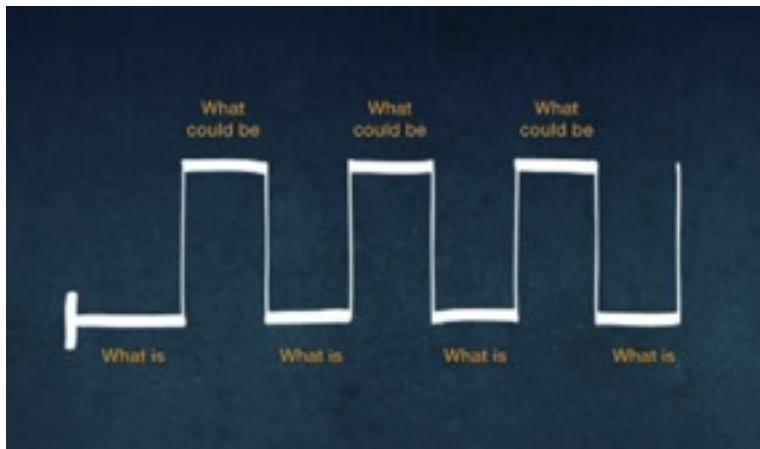
In het verhaal is jouw publiek de held. Jij bent mentor. Jij leidt hen in de goede richting.

In de basisversie van een verhaal komt de held een obstakel tegen. Hij overwint het en transformeert.

Maar nu het geheime ingrediënt.

Nancy vergelijkt 2 krachtige presentaties met elkaar: de lancering van de iPhone in 2007 door Steve Jobs met de “I have a dream” speech van Martin Luther King.

Ze ontdekt een frappante overeenkomst tussen beide structuren.



Het middendeel van beide presentaties beweegt zich meerdere malen tussen 'de huidige situatie' en 'de gewenste situatie'.

Deze beweging heeft een sterk effect. Het zorgt dat het 'gewone', de status quo, onaantrekkelijk wordt.

Als spreker trek je als het ware je publiek de toekomst in. Naar de gewenste situatie.

Door verschillende keren van huidige naar gewenste situatie te gaan, vang je de weerstand van het publiek. Net zoals een zeilboot laveert in de wind. De boot gebruikt de kracht van de wind, de weerstand, om uiteindelijk nog sneller te varen dan de wind.

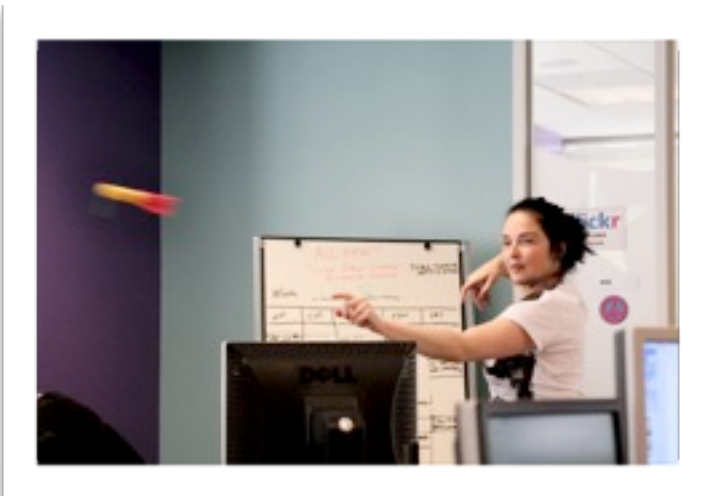
Dit is een sterke metafoor om ons te overtuigen deze structuur te gebruiken.

En dat is wat je moet doen. Omdat het werkt!

Nancy eindigt haar presentatie krachtig met een persoonlijk verhaal. Eentje die beslist weerklinkt bij haar publiek.

[Bekijk hier de TED talk van Nancy Duarte.](#)

Kun je erop vertrouwen dat het publiek met je wil spelen?



Het licht gaat uit. De zaal is stil

Je komt het toneel op en start je presentatie.

Minuten gaan voorbij en je hebt geen idee wat het publiek ervan vindt. Of je contact maakt.

Herkenbare situatie voor veel sprekers. Jij praat en zij luisteren. Hoop je.

Op dat punt kun je alleen maar gissen wat zij denken.

Een manier om contact te maken met je publiek is het uitnodigen om te 'spelen'.

Laat ze meedoen met je presentatie.



Maar kun je erop vertrouwen dat ze dat doen? Dat ze willen 'spelen'?

Tim Brown denkt van wel.

Hij laat zijn publiek dingen te doen die ver voorbij normaal gaan.

Eerst vraagt hij het publiek om de persoon naast zich te tekenen. Dan mogen ze proppen schieten. Hij is de schietschijf. En tot slot moet iedereen 30 cirkels vullen met kleine tekeningen.

Je publiek betrekken bij je verhaal is een effectief middel om de aandacht te krijgen.

In de eerste 7 minuten ervaart Tim's publiek het belang van vertrouwen en spel.

Dat is zijn kernboodschap.

Met veel voorbeelden en sterk beeldmateriaal ondersteunt hij zijn boodschap in de rest van de presentatie.

[Bekijk hier de TED talk van Tim Brown](#)

Categorienaam

- Lange lijst met bulletpoints
 - en sub bulletpoints
 - de 7x7 regel: max 7 woorden en 7 regels
- We weten dat deze bulletsides niet werken
 - en toch blijven we ze gebruiken
 - omdat iedereen het zo doet
- Maar is het effectief? Helpt het je publiek?

Ik vind de presentatie wel iets te lang. Hij had het best in 15-20 minuten kunnen vertellen.

Tim loopt steeds op en neer naar het spreekgestoelte, omdat daar zijn computer staat. Bij de meeste TED events zit de monitor in het toneel ingebouwd.

Je hebt een afstandbediening en kunt doorklikken terwijl je voor je kijkt. Zo houd je beter contact met het publiek.

Maar, los daarvan, pakt Tim vanaf de eerste minuten de aandacht van zijn publiek. Hij overtuigt het meteen van zijn idee dat professionals zowel serieus als speels kunnen zijn. Letterlijk.

Als Tim zijn publiek bestaande uit professionals kan verleiden om hem te bekogelen. Dan kun jij met minder gewaagde vragen dat zeker!

Het geheim van een waanzinnig goede presentatie



Stel, je hebt een mooi plekje gevonden in de zaal.

Je hebt zin om een goede presentatie te zien. Om geïnspireerd te worden.

Helaas.

Na de tweede Powerpointslide weet je het:

Dit wordt saai.

Een eindeloos verhaal met feiten en cijfers. Een presentatie die je al vergeten bent, nog voordat je de zaal verlaat. Tijdverspilling.

Zonde.

Bij TED talks hoef je deze kwelling niet te doorstaan.

Daar luistert het publiek ademloos. Duizenden mensen over de hele wereld bekijken de video opnames. Sprekers krijgen staande ovaties.

Waarom?

Sprekers bij TED kennen het geheim van een waanzinnig goede presentatie.

Zij hebben een goed gestructureerd verhaal en een sterke uitvoering. En daarnaast hebben zij het derde ingrediënt voor een succesvolle speech.

Zij gebruiken krachtige beelden.

De gemiddelde presentatie zit vol met bullets.

We zien ze elke dag.

Het publiek moet lange lijsten met bulletpoints doorstaan.

We weten allemaal dat presentaties zowel verbaal als visueel aantrekkelijk moeten zijn. Maar mensen kunnen niet tegelijkertijd een tekst lezen én luisteren naar de spreker.

Slides horen je woorden te versterken, niet te herhalen.

In de [TED talk van Tom Wujec](#) vertelt hij ons hoe we het brein moeten benaderen. Hoe je ervoor zorgt dat het ideeën beter begrijpt.

Tom's verhaal duurt 6,5 minuut. Dat is een halve minuut korter dan de presentaties die op 25 juni 2012 bij TEDxBinnenhof worden gehouden.

In die 6,5 minuut vertelt Tom zijn hele verhaal.

Hij zorgt eerst dat zijn publiek luistert. Met een vraag:

“Waarom werken beelden, grafieken en video's zo goed?”

Dan vertelt hij hoe ons brein alle indrukken verwerkt tot iets zinvols. Zijn kernboodschap.

Ons brein geeft betekenis door te zien.

Tom trekt 3 lessen uit die conclusie:

#1 gebruik beelden om je boodschap te verhelderen

#2 maak die beelden interactief

#3 zorg dat de beelden 'pakkend' zijn zodat we ze beter onthouden

Practice what you preach. De slides van Tom bestaan uit beelden, animaties en video. Hij gebruikt nauwelijks tekst. Zijn slides ondersteunen zijn verhaal en maken zijn boodschap helder.

Goed, maar hoe maak je sterke slides?

Je kunt niet zomaar kwakkeloos een plaatje op een slide zetten. Je moet een beeld ontwerpen.

Ja zeg, ik ben geen ontwerper.

Dat hoeft ook niet.

Met een paar eenvoudige tips ben je zelf in staat om sterke slides te ontwerpen.

Gebruik unieke beelden. Clip-art hebben we allemaal wel gezien. Gebruik ook geen gestileerde stockfoto's. Zoek naar wat meer 'natuurlijke' beelden.

Of maak je eigen foto's. Lekker persoonlijk.

Hou slides eenvoudig en laat veel witruimte. Verwijder alles dat overbodig is: logo's, verschillende lettertypen en templates.

Laat de slides niet de ster van je show worden. Dat ben *jij*.

Gebruik hoge kwaliteit foto's. Ze moeten scherp zijn als je ze projecteert.

Gebruik de derdenregel. Plaats het belangrijkste onderdeel van een beeld net iets uit het midden. Daardoor wordt het spannender en interessanter om naar te kijken.

Elke slide bevat maar 1 boodschap. Check de effectiviteit van je slides. Doe de billboard test:

Kan het publiek de slide in 3 seconden begrijpen?

Hoe krijg je het publiek van hun stoelen met je pitch?

Tijdens de try-outs hebben 10 kandidaten de jury overtuigd dat hun idee het waard is om te verspreiden. De volgende stap is om het publiek te overtuigen. Op 25 juni 2012.

Het is best lastig om een waardevol idee in zo'n korte tijd te presenteren. Elke presentatie mag maar 7 minuten duren.

Wat ga je dan kiezen uit alle interessante dingen die je kunt vertellen. Hoe blijf je binnen de tijdslimiet?

Om die vragen te beantwoorden, moet je de betekenis van een idee begrijpen.

Een idee is niet alleen een nieuwe of andere manier om dingen te doen.

Door passie en hard werken komt een idee tot leven.

En door die passie te laten zien overtuig je het publiek.

Pitchcoach David S. Rose zegt: *“Als je niet gepassioneerd bent over je eigen bedrijf, hoe kan iemand anders dat dan zijn?”*.

Hetzelfde geldt voor ideeën.

Door passie komt de verbinding met je publiek tot stand.

Passie gaat over ‘waarom’ je iets doet. Waarom kreeg je überhaupt het idee?

In de TEDtalk “How great leaders inspire” legt Simon Sinek uit dat als je vertelt over iets waarin je heilig gelooft, je anderen aantrekt die geloven wat jij gelooft.

Dat is belangrijk als je een idee op grote schaal geaccepteerd wilt krijgen. Eerst moet je de ‘tipping point’ van ongeveer 18% van de markt bereiken.



De 'early majority' gelovers en kopers zullen alleen jouw idee overnemen als de eerste 18% het heeft geaccepteerd.

[Bekijk hier de TEDtalk van Simon Sinek.](#)

Praat eerst over 'waarom' voordat je je publiek vertelt over 'hoe' en 'wat'.

Grijp de emotie van de luisteraars in de eerste paar seconden. Als je een persoonlijke anekdote hebt gelinkt aan het idee. Start dan daarmee.

Leg het probleem zo gedetailleerd mogelijk uit. Stap voor stap.

Je hebt maar een paar minuten, dus niet té veel detail. Een verhaal, metafoor of voorbeeld is een goede manier om snel een beeld te maken in de hoofden van het publiek.

Tot zover 'waarom'.



Nu ben je ongeveer halverwege je pitch. Tijd om het over je oplossing te hebben. Het 'hoe' en 'wat'. En als er tijd voor is, ook nog de voordelen van je idee. Wat levert het op?

Oefen dagelijks. Hardop. Visualiseer je pitch. Hoe je het toneel opkomt tot aan het moment dat je achter de coulisse verdwijnt.

Dat is het!

Hoe je een presentatie extreem aantrekkelijk maakt

De voorbereidingen voor 25 juni zijn in volle gang. Alle deelnemers hebben de afgelopen 2 dagen een rondje droog geoefend.

Nu sleutelen en bijschaven om eind juni te schitteren.

En vooral om te zorgen dat het publiek de presentatie nog lange tijd onthoudt.

Of nog mooier, je boodschap doorverteld. Jouw ambassadeur wordt.

Dat begint met een goed verhaal.

Een logische opbouw.

Eenvoudig verwoord.

En een of meer voorbeelden.

Zo'n voorbeeld is niks anders dan met woorden een beeld maken in de hoofden van het publiek. Het is een miniverhaal. Met een begin en een einde.

**Om je verhaal extreem aantrekkelijk te maken,
ondersteun je de woorden met echte beelden.**

Sommige mensen zijn anti Powerpoint. Die beperken zich tot het vertellen een verhaal.

Da's prima.

Alleen. Ik ken maar weinig mensen die zó boeiend vertellen dat ik als publiek van het begin tot eind mijn aandacht erbij kan houden.

Ja, Ken Robinson.
Of Ben Zander.
En een handjevol anderen.

Dat lijstje is niet zo lang. Althans, mijn lijstje. Misschien denk je er anders over en noem je zo 100 namen. Maar ik niet.

Mijn lijstje is wel langer, wanneer het gaat over sprekers die een verhaal vertellen én dat illustreren.



Ik heb 3 TED talks uitgekozen waarin de sprekers een ander middel dan Powerpoint inzetten.

De eerste spreker gebruikt Prezi.

Prezi heeft het voordeel dat je het grote geheel laat zien. Het is een oneindig canvas. Je kunt in- en uitzoomen.

Het is ook heel handig als je terug wilt grijpen naar iets dat je eerder in de presentatie verteld hebt.

[Bekijk hier de TED talk van Ron Gutman](#), CEO van Health Tap. Hij heeft een prachtige Prezi over de lach gemaakt.

Maar je kunt nog meer uit de kast halen.

Als het doel ermee gediend wordt natuurlijk: ondersteuning van het gesproken woord.

Een combinatie van beelden en attributen is heel krachtig.



Dat bewijst Hans Rosling, professor of global health uit Zweden en geobsedeerd door statistieken.

‘Statistieken zijn saai’, denk je.

‘Daar is echt geen beeldend verhaal van te maken’.

Mis.

Hans legt de groei van de wereldbevolking uit met behulp van plastic IKEA dozen. En met Gapminder. Een programma dat statistieken tot leven brengt.

Dat moet je zien. Dat kan ik niet uitleggen.

[Bekijk hier de TED talk van Hans Rosling](#)

Hij maakt een prachtige combinatie van beelden en attributen. Voor iedereen te begrijpen. En te onthouden.

En tot slot een staaltje tovenarij.



[Charlie Caper en Erik Rosales](#) maken van hun presentatie een ware act.

Laat je inspireren.

Er leiden meerdere wegen naar Rome. Uiteindelijk gaat het erom je idee te verspreiden.

Onder zoveel mogelijk mensen.



Spreken op TED? Hoe je het hoofd koel houdt.

Nog een week. Een dag. Een uur.

De spanning stijgt. Logisch. Zeker als je voor de eerste keer spreekt. Op TED.

Hét podium om je idee wereldwijd bekend te maken.

Natuurlijk voel je de druk.

Want het start met jou. Die ene persoon op dat toneel.

[In de mini documentaire 'Behind the TED talk 2010'](#) volg je Sir Ken Robinson en Raghava KK in de uren voorafgaand aan hun presentatie.

Raghav is behoorlijk zenuwachtig. Hij heeft nog nooit gesproken op TED.

Zijn spanning neemt toe naarmate er meer bezoekers binnenstromen. Hij mengt zich onder het publiek, maar maakt zich duidelijk druk of hij straks op het toneel nog zo zenuwachtig zal zijn.

Dat vraagt hij zelfs letterlijk aan een van de aanwezigen.

Robinson oogt rustig. Hij spreekt verschillende mensen in de ontvangstruimte en maakt de laatste afspraken in de regiekamer. Sir Robinson sprak eerder op TED en die presentatie is de meest geëmailde video.

En toch voelt zelfs een doorgewinterde spreker spanning.

Hoe gaan beide sprekers met die spanning om? Je ziet dat ze zich tot in de puntjes hebben voorbereid.

Het toverwoord is **focus**.

Robinson: *"Het is niet een film die je even opnieuw start. Elke presentatie heeft een nieuw publiek, een nieuwe plek en een nieuw thema."*

Hij vraagt zich steeds af hoe hij de spreektijd optimaal kan benutten. Zodat hij met zijn presentatie het gesprek of de discussie verder helpt. Hij neemt pal voor de presentatie een moment alleen. Waarin hij focust. Op het moment straks op het toneel.

"Wanneer jij relaxt bent, is de zaal dat ook. Als jij het naar je zin hebt, dan hebben anderen het ook".

Ook Raghav focust.

In de voorbereiding vraagt hij feedback. Van zijn ouders. En maakt hij zijn verhaal steeds scherper.

Hij oefent hardop. Zelfs op het laatste moment in de wc voor de spiegel.

"Wanneer het publiek de eerste keer lacht, dan is het oké. Dan hebben ze plezier met mij. Dan ben ik op stoom."

Raghav heeft de aanmoediging van zijn ouders nodig om goed te presteren en zijn zenuwen de baas te zijn.

Na afloop noemt zijn moeder hem 'my little super nova'.

Pas dan is hij tevreden.



Wil je jouw presentatie verbeteren?

In mijn boek leg ik in drie delen uit hoe je van je kennis en ideeën een helder bouwt. Hoe je dit versterkt met goed ontworpen beeldmateriaal. En hoe je het publiek niet alleen informeert maar tot de laatste minuut hun aandacht vasthoudt.

[Bestel mijn boek hier.](#)

Pauline