

Pakkend Starten

Hoe je in de eerste 3 minuten de aandacht van het publiek grijpt zodat het niet kan wachten om meer te horen



Het succes van Scrat

Ken je de film Ice Age dan ken je Scrat. De eekhoorn die snuffelend en scharrelend ergens in de sneeuw zijn eikel wil verbergen. En op het moment dat hij die de grond in duwt een geologische ramp veroorzaakt.

De grond splijt open en terwijl Scrat zijn eikel veilig wil stellen, ondergaat hij extreme fysieke beproevingen. Zo hangt hij aan zijn uitgerekte tong vastgeplakt aan het ijs of wordt hij achternagezeten door een gletsjer.

Oorspronkelijk was het korte en grappige filmpje met Scrat bedoeld als trailer. Een eenmalig optreden dat eindigt wanneer hij onder de voet wordt gelopen door een mammoet. Maar de opening zonder dialoog en zonder muziek werd een onverwacht succes. De makers van Scrat lieten hem in Ice Age II herrijzen. En sindsdien start elke film met een kort avontuur van Scrat.

Het thema is steeds hetzelfde. Scrat die jacht maakt op een eikel die hij niet te pakken krijgt of kwijtraakt als hij hem net in handen heeft. Verrassende situaties met een verwijzing naar de worsteling, de zoektocht en het doorzettingsvermogen waarin het publiek zich herkent.



Squat veroorzaakt geologische ramp.

Waarom zou je pakkend openen?

Stel je voor. Jochem Myjer loopt het toneel op en zegt: 'Goedenavond, mijn naam is Jochem Myjer, ik ben cabaretier en ik ga u vanavond een aantal grappige dingen vertellen over het afgelopen jaar. Op de PowerPointslide achter mij ziet u de onderwerpen die ik ga behandelen.'

Geen enkel boek, geen enkele film, cabaret- of toneelvoorstelling begint met het voorstellen van de hoofdpersonen of het bespreken van de agenda. De eerste bladzijden, de eerste minuten, ze worden niet verspild met een voor de hand liggende inspiratieloze opening.

Geef het publiek iets om naar uit te kijken

Net als Scratt van Ice Age, geef je met een pakkende opening het publiek een voorproefje voor de rest van de presentatie. Je zet het brein van je publiek in werking en grijpt de aandacht. *Meteen*. In de eerste minuten.

Die eerste minuten zijn cruciaal

Niet alleen om de aandacht van je publiek te pakken. Maar ook om een eerste indruk van jezelf te geven.



Durf verrassend te starten met iets dat het publiek niet gewend is. Iets dat het nieuwsgierig maakt naar meer.

Wat weerhoudt sprekers toch?

Vrijwel nergens zie je openingen die meteen de aandacht grijpen. En dat is misschien wel de reden waarom zo weinig sprekers er gebruik van maken. Het is zo anders en bijna niemand doet het. Hartstikke spannend om van het gebruikelijke af te wijken. Je voelt je kwetsbaar als je het toneel oploopt, je plek inneemt en 'gewoon' start.

En waarom moet je het tóch doen, 'gewoon' starten?

Vanwege ons brein. Wanneer het brein iets ziet dat het al eerder heeft gezien, haakt het af. Bijvoorbeeld een opening waarin iemand zich voorstelt en daarna de agenda bespreekt. Iets dat we al eerder hebben gezien, is saai voor het brein.

Moet ik dan ook pakkend starten in mijn werkoverleg?

Ja. Júist dan. Mensen in een grote zaal zijn uit beleefdheid vaak wel stil als je het toneel op komt. Maar in een klein groepje, waar mensen elkaar kennen of net uit een andere vergadering komen, is het lastig om direct de aandacht te pakken.

Is elke opening geschikt voor iedere situatie?

De anekdotische opening, die je veel hoort op TED podia, is minder geschikt voor een werkoverleg. En toch, wanneer je in het weekend iets hebt meegemaakt, gezien of gelezen dat een mooie link heeft met het onderwerp van het werkoverleg. Waarom zou je daar dan maandagochtend niet mee starten?

Dus, laat geen seconde onbenut en grijp de aandacht van je publiek

Construeer een sterke eerste zin. Leer hem uit je hoofd. Een goed begin is het halve werk. Een pakkende start zet de toon voor de rest van de presentatie.

Je weet nu waarom een pakkende opening nodig is. Hierna lees je drie manieren waarop je dat kunt doen.

1. Een vraag

Een korte en eenvoudige manier om pakkend te starten, is met een vraag. Je kunt ervoor kiezen dat het publiek niet letterlijk hoeft te antwoorden. Dan stel je een retorische vraag. De keuze is aan jou.

Waarom zou je starten met een vraag?

Een vraag zet het publiek aan het denken. Ga maar na, als iemand jou een vraag stelt, is het vrijwel onmogelijk om er niet over na te denken. In een zaal vol met mensen zal iedereen zijn eigen antwoord op de vraag formuleren. Is de vraag bedoeld om echt te beantwoorden dan breng je meteen in de eerste minuten van de presentatie interactie op gang.

Hoe formuleer je een vraag?

Een vraag is een vraag, zou je denken. Maar het kan verschil maken hoe je een vraag formuleert en wat het effect ervan is op het publiek. Kijk maar naar de volgende twee vragen aan een zaal vol IT-ers: 'Wat is de meest gebruikte software in de wereld?' of 'Wat denkt u dat de meest gebruikte software in de wereld is?'.

Het verschil is subtiel. Maar de eerste vraag geeft het publiek meer ruimte om spontaan te reageren dan de tweede. Die klinkt als een overhoring, iets dat je als IT-er wel zou moeten weten.

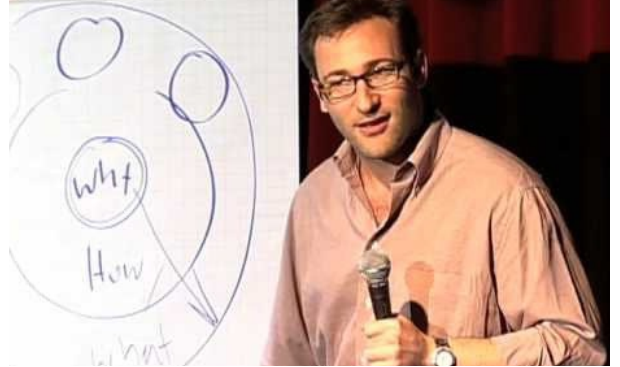
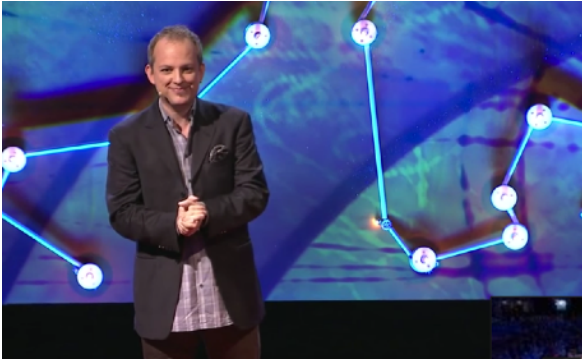
De eerste vraag geeft het publiek een goed gevoel. En dat is wat je beoogt, iedereen meekrijgen naar het volgende deel van je presentatie. Geen achterblijvers die denken dat ze niet slim genoeg zijn of vinden dat jij een betweter bent.

Op een retorische vraag verwacht je niet letterlijk een antwoord

Het enige doel is het brein van je publiek in beweging brengen. Na een retorische vraag altijd een korte pauze in om de vraag te laten bezinken.

Twee voorbeelden van sprekers die starten met een retorische vraag

De eerste is van de wereldberoemde zakkenroller Apollo Robbins. En de tweede van Simon Sinek. Beiden springen met hun vragen direct in het hart van hun presentaties.



Klik op de afbeeldingen om de video's te bekijken.

Retorische vragen als structuur

In TEDtalks zie je vaak dat sprekers meer dan één vraag stellen. Of vragen combineren met een andere pakkende opening.

Je kunt een aantal retorische vragen ook gebruiken als structuur voor de rest van de presentatie. Het middendeel van de presentatie bestaat dan uit de beantwoording van elk van de vragen.

Een tip: kies er niet teveel, bij voorkeur maar drie.

2. Een uitdagende statistiek of stelling

Met een uitdagende statistiek of stelling kun je het publiek verrassen of zelfs shockeren. Je geeft het een nieuw perspectief met als doel dat het haar mening of gedachte verandert.

Statistieken zijn op zichzelf bijna nooit betekenisvol

Dat schrijven Dan en Chip Heath in hun boek 'Made to stick'. De opening: 'Frisdranken bevatten gemiddeld 250 calorieën per glas, dat is 11% van de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid' is interessant, maar heeft te weinig betekenis voor het publiek.

Breng daarom context aan

De statistiek over de frisdrank krijgt meer impact en blijft beter hangen door het bijvoorbeeld op deze manier te formuleren: 'Het kost je 50 minuten hardlopen om één glas frisdrank te verbranden'. Door een relatie te leggen tussen het aantal minuten hardlopen en de frisdrank is er herkenbare betekenisvolle context ontstaan voor het publiek.



Pas op met shockeren

Wat doet een uitspraak met het publiek? Het is een inschatting die je vooraf maakt. Over het algemeen is het verstandig om positief te starten, maar soms is het nodig om het probleem er even goed in te wrijven. Jamie Oliver start zijn TEDtalk 'Teach every child about food' behoorlijk shockerend.

Meerdere statistieken achter elkaar afvuren

Soms heb je geen context nodig en werkt het goed om het publiek te overladen met een rijtje statistieken. Sheryl Sandberg, de COO van Facebook noemt er 5 achter elkaar in haar TEDtalk 'Why we have too few women leaders'.

Elk van de cijfers los is nauwelijks memorabel. Maar tezamen, snel achter elkaar afgevuurd, geven ze het publiek een overall indruk van de situatie.

Starten met een uitdagende stelling

Met een uitdagende stelling haal je mensen uit hun comfortzone. Een stelling voelt soms ongemakkelijk, maar is nodig om hun denkrichting te veranderen. Een mooi voorbeeld van een uitdagende stelling zie je in de TEDtalk van Nilofer Merchant 'Got a meeting? Take a walk'. Ook voor een uitdagende stelling geldt dat hij het publiek kan afstoten. Maak een zorgvuldige afweging.



Klik op de afbeeldingen om de video's te bekijken.

3. Een anekdote

Via een anekdote kun je op een indirecte manier een boodschap brengen. Er zijn grofweg drie anekdotische openingen: een persoonlijk verhaal, een verhaal over een ander en een onderzoek of studie.

Persoonlijke openingen zijn, eh, persoonlijk

En dat is wat veel mensen erop tegen hebben. Het komt dichtbij. *Kan dat wel, zeker in een zakelijke presentatie?*

Persoonlijk wordt vaak verward met teveel delen. En dat hoeft helemaal niet. Je hoeft niet je hele ziel en zaligheid prijs te geven. Zie het vooral als een kans om jouw passie of verbondenheid met het onderwerp te laten zien, waardoor het een stuk interessanter wordt voor je publiek.

Hoe vertel je een anekdote?

Hou het kort. Niet té kort, maar net lang genoeg dat alle relevante details en dialogen erin passen. Heeft je anekdote voldoende beweging? Dat betekent, zijn er genoeg up's en down's? Ons brein is gek op contrast. Zoek naar een andere anekdote als je merkt dat het verhaal voortkabbelt.

Gebruik zintuigwoorden

Vergelijk de zin 'Wij droegen vermaakte kleding.' en 'Als mijn spijkerbroeken te kort werden, naaide mijn moeder er een stukje stof aan. Liefst met een print.'

De laatste zin maakt een mentaal plaatje op het netvlies van het publiek. Zintuigwoorden zijn concreet en daarom beter te onthouden. Ze vormen haakjes waaraan het publiek de boodschap ophangt.



Een variant van een anekdote in de vorm van een voorbeeld. Vertel over iets dat je gezien hebt op Netflix of Youtube en link het aan het onderwerp in de presentatie.

Iets veiliger is het om een verhaal in de derde persoon te vertellen

Wil je toch zo persoonlijk mogelijk blijven, dan kun je je eigen ervaring beginnen met 'stel je voor dat je'. Daarmee laat je het publiek in het ongewisse of het een persoonlijke ervaring was, maar het klinkt wel persoonlijk.

Even over het woordje 'je'

Luister naar een interview met een voetballer en geheid dat hij antwoordt in de derde persoon. Een voetballer zegt niet: 'Ik zag een opening en ik nam het schot.' Nee, in plaats daarvan zegt hij: 'Je ziet een opening en je neemt het schot.' Dat klinkt minder persoonlijk. Maar ook minder verantwoordelijk. Gebruik 'je' alleen als je bewust iets in de derde persoon wilt vertellen.

Verhalen over anderen, waar vind je die?

Sla de krant open, bekijk een documentaire, haal een managementboek uit de kast en de kans is groot dat je mooie verhalen en voorbeelden vindt. Je kunt niet zomaar elk verhaal gebruiken. Er moet wel een link zijn met de presentatie. Dat ene juiste verhaal vind je meestal niet op het moment dat je ernaar zoekt. Wees dagelijks alert op verhalen en leg een voorraadje aan.

Starten met een onderzoek of studie

Vertellen over een onderzoek of studie kan zowel in de eerste als derde persoon. Afhankelijk of het je eigen onderzoek is. Ook voor deze opening geldt, dat hij zo kort mogelijk moet zijn. Het risico is, dat je meteen aan het begin van de presentatie te diep in de details treedt. Maar daar is het publiek nog niet aan toe. Hou het kort en geef impliciet een voorproefje van de rest van de presentatie.

Een voorbeeld van een persoonlijke anekdote

Colin Powell, voormalig minister van buitenlandse zaken van Amerika vertelt in zijn TEDtalk 'Kids need structure' over zijn bezoeken aan middelbare scholen. Het is jammer dat hij niet meteen begint met de anekdote, maar eerst toch nog even zegt waar hij het over zal hebben. Hij had het om kunnen draaien en die zin de overgang kunnen maken naar de rest van de presentatie. Dat maakt het nog spannender voor het publiek.



Een voorbeeld van een opening met een onderzoek

Internationaal zakenvrouw Margareth Heffernan gebruikt een onderzoek als analogie voor haar TEDtalk 'Forget the pecking order at work'.



Klik op de afbeeldingen om de video's te bekijken.

Vergeet de gebruikelijke opening

Stap af van het soort opening dat je vele malen om je heen hebt gehoord, waarbij de spreker begint met zichzelf voorstellen, het publiek bedanken en meteen de inhoud in. Maak werk van je opening, benut die eerste minuten optimaal. Er is geen tweede kans.

De volgende stap

Nu je een pakkende start hebt gemaakt, wil je natuurlijk in de rest van je presentatie ook de aandacht van publiek vasthouden.

In veel presentaties worden PowerPointslides gebruikt die vrij tekstueel zijn. Tekstuele slides hebben hetzelfde effect als een standaard opening. We zien ze bijna dagelijks en daarom haakt het brein van je publiek af.

Heb je al PowerPointslides gemaakt maar zijn die erg tekstueel? Geen nood.

In Slidemetamorfose leer je hoe je in drie stappen een afwisselende mix maakt van tekst en beeld. En zelfs als je weinig tijd hebt, maak je je presentatie in de eerste stap al een stuk meer breinproof.

Lees meer over Slidemetamorfose

Breng je inhoud tot leven

Als presentatietrainer help ik adviseurs om hun kennis tot leven te brengen in kernachtige en beeldende presentaties waar het publiek met plezier naar luistert en die het in beweging brengt.

Pauline le Rûtte



Conduite

Mobiel: 06 22 90 10 75
E-mail: info@conduite.nl
Website: www.conduite.nl
Linkedin: [paulinelerutte](https://www.linkedin.com/in/paulinelerutte)