VÆKSTHUS FOR LEDELSE



5 min. 01-01-2009

Du er budskabet - præsentationsteknik

Du kan gøre dit næste foredrag endnu bedre, ved at have et klart budskab samt skabe motivation, forståelse og lyst til handling

Skribentinfo



Pia Torreck

Seniorpartner i Uption

UPTION

De bedste foredrag er dem, hvor taleren virkelig taler om et budskab, som han brænder for.

Der er ingen tvivl om at talerens hjerteblod er den vigtigste faktor for om et foredrag fanger lytterne. Har du selv en mission / et budskab du brænder for er du kommet mindst 50 % igennem med dit foredrag. De sidste 50 % handler om teknik og god forberedelse. Det er let at lave et godt foredrag, hvis bare man ved, hvilke ingredienser man skal putte i.

Hvad kendetegner så det gode foredrag ? I bund og grund er det deltagerne der skal have lov til at afgøre om et foredrag er godt eller ej. Og deltagere er meget forskellige – de ønsker forskellige ting. Nogle vil have at du taler hurtigere andre vil have at du taler langsommere osv. De søger alle sammen frem til et foredrag, der er

- Velstruktureret
- Har fagligt højt niveau
- Sjovt, underholdende, engageret, spændende, levende
- Overraskende
- Relevant for mig
- Forståeligt

Nedenfor kan du læse om forberedelse af et foredrag, opbygning af et foredrag, hvordan du kombinerer faglighed og humor, hvordan du bruger billedsprog for at forbedre forståelsen af dit budskab og hvad du kan gøre for at undgå modstand og vanskelige situationer.

Nogle af de væsentligste budskaber

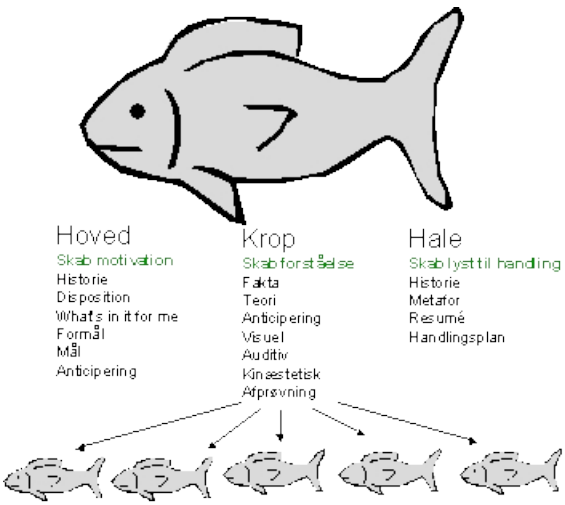
- Forstå din målgruppe – find frem til, hvad deres nytteværdi er i dit budskab. Hvorfor er det relevant for dem at lytte? Synliggør nytteværdien – det lønner sig.
- Lav en disposition og vis den frem. Det giver lytteren en knagerække, at hænge dine budskaber op på
- Anticiper – og undgå modstand. I din forberedelse kan du foregribe indvendinger og mentale modstande – ved at få indvendingerne sagt højt på forhånd. Tag selv gassen af ballonen.
- Tal i billeder – så du letter forståelsen. Selv komplekse budskaber kan gøres let forståelige, hvis du laver en analogi.
- Lav en indledning, der fylder 10 % og en afslutning, der fylder 5 %. Sørg for at skabe nysgerrighed og lyst til at lytte i starten og sørg for at skabe lyst til handling og refleksion i afslutningen.

Din forberedelse

"Svigter man forberedelsen, forbereder man svigtet."

Det gode foredrag er ofte opbygget med en indledning, indholdet og en afslutning. Forestil dig, at dit foredrag er opbygget netop med hoved, krop og hale – som på en fisk. I kroppen kan hvert modul, måske også være opbygget som fisk – med hoved, krop og hale.

Når du laver en disposition til dit foredrag kan du altså gøre dig tanker om, hvad der skal være i din indledning, hvor mange moduler – du vil have i selve kroppen – og ikke mindst, hvordan du laver en god afslutning.



Formålet med din indledning (hovedet) – er at skabe motivation til at lytte og være nærværende under hele foredraget. Hovedet skal fylde ca. 7-10 % af hele indlægget.

Du kan starte med en lille historie – for at vække nysgerrighed. Du kan starte med at synliggøre nytteværdien for tilhørerne. Du kan præsentere disposition og mål for foredraget. Du kan også foregribe nogle indvendinger eller noget modstand – ved at anticipere (foregribe) – ved på forhånd at få grebet om

nældens rod. Du kan afsløre de 3 væsentligste budskaber. I det hele taget handler hovedet om at skabe motivation, tryghed og nysgerrighed.

Kroppen – er selve kernen i dit foredrag. Kroppen fylder måske 80-85 % Det er her, at dine centrale budskaber skal forstås og accepteres. For at skabe forståelse må du vise, fortælle og skabe refleksion. Du må skabe læring ved at lade deltagerne kommer igennem læringsspiralen. Du må dokumentere dine påstande med fakta – så teorien bliver koblet sammen med praksis.

Halen fylder ca. 5-10 % af dit foredrag. Du skal have en god afslutning, der skaber lyst til handling eller eftertanke. Du kan f.eks. afslutte med en lille historie. Du kan lave en analogi. Du kan afslutte med et citat. Du kan bede deltagerne om at lave en handleplan. I det hele taget skal du lave en hale, der er spændstig som en rødspætte. Er den slap og slasket …..falder din flotte krop til jorden.

Indledningen

De første 3-5 minutter er de vigtigste. Lytterne vurderer dig på deres første håndsindtryk. Sørg for at du har gjort ekstra meget ud af din indledning. Du kan f.eks. fortælle en personlig historie eller en anekdote. Du kan fortælle om en case, hvor ”problemet” var tydeligt – og hvor man netop fandt en løsning på ”problemet” – en case, der netop i en nøddeskal, beskriver dit allervigtigste budskab.

Øv dig i din start – det er deres første indtryk af dig. Allerede her bliver du filtreret og fortolket.

Synliggør nytteværdien – forstå din målgruppe

Noget af det allerførste du kan gøre for at få skabt motivation hos dine tilhørere til at lytte til dig er: At afsløre og tydeliggøre hvorfor de personligt kan få nytte af, at lytte til dit budskab. Tal ikke ud fra dig selv, men tal ud fra deres virkelighed.

”Jeg vil gerne fortælle jer om…..” – er en ækel sætning. Du vil gerne fortælle mig…ja, ja. MEN hvad kan jeg få ud af at lytte til dig?

Alle sidder ubevidst og tænker – What’s in it for me? Hvorfor skal jeg de næste 2-50 minutter ofre min mentale energi på dig og dit budskab. Hvad kan jeg bruge dine budskaber til?

Inden du kaster dig ud i at holde et foredrag – kan du overveje, hvem du skal tale til. Hvad kunne være deres interesse i det emne, du skal fortælle om? Hvad vil typisk være målgruppens interesser? Hvad kan de tage med sig hjem og bruge?

Sig det højt fra starten – så har dine tilhørere en årsag til at bevare deres fokus på dig og dit budskab. Sig f. eks:

- ”Emnet jeg er blevet bedt om at behandler er…Jeg har overvejet, hvilke situationer I vil kunne komme i, hvor det vil være relevant for jer. Her kan jeg f.eks. nævne…..”
- ”Hvorfor er dagens emne relevant for jer? Hvornår kan I bruge ……? Jeg tror, at nogle af jer f.eks. vil ……”

Billedsprog og metaforer – gør det komplekse let forståeligt

Overvej om du kan bruge en historie fra det virkelige liv, der f.eks. fint illustrerer, hvordan excellent service gives i en anden branche. Eller tænk på et eventyr, der måske fortæller historien om, hvordan den lille konkurrent også kan vinde over den store konkurrent – f.eks. historien om David og Goliat.

Overvej om et af dine væsentligste budskaber skal omformes til en analogi. F.eks. hvor du sammenligner udfordringen med den udfordring alle kender fra deres ægteskab…..

Ved at bruge billeder i dit sprog, ved at lave analogier, ved at fortælle historier – får du langt lettere adgang – og dermed bliver dit budskab lettere forstået.

Læg mærke til næste gang du ser tv, hører radio eller ser en god foredragsholder, hvor mange sproglige billeder, der bliver brugt.

Anticipering – og undgå modstand

Skaber du selv dine modstandere?

Alene din adfærd, dit sprog og dine udtalelser – kan sætte gang i følelser og holdninger hos dine tilhørere. Det kan også være din intention. Men hvis du gerne vil undgå det bør du måske overveje, hvad du siger og hvad du gør.

- Modstand er tegn på mangel på accept
- Har du accept hos hele gruppen og den enkelte?
- Er der tale om modstand eller blot spørgsmål?
- Har du krænket den andens model af verden?
- Har du anticiperet tilstrækkeligt?
- Lytter du og giver plads til indvendinger?
- Har du stillet uddybende og opklarende spørgsmål - så du forstår, hvad deltageren mener?

Såfremt du ved, at du skal holde foredrag om et emne, der kan være sprængfarligt – kan du med fordel gøre modstanden mindre ved at anticipere.

At anticipere – betyder at foregribe en indvending. Du foregriber ved, at tage luften af ballonen på forhånd. F.eks. ved at sige:

- Jeg er klar over, at man ikke generelt kan sige at….., men alligevel vil jeg fremhæve at…
- Måske er der nogen i lokalet, der….
- Jeg skal ikke udelukke, at andre kan mene noget andet, men min oplevelse er….
- Det er naturligvis et postulat, men min erfaring siger mig….
- Vi skal naturligvis ikke skære alle over samme kam, men…..
- Vi kan nok ikke gøre som i USA, men……

Artiklen er publiceret første gang i juli 2006. Vi har ændret datoen på artiklen, fordi den ellers ville være blevet slettet i forbindelse med oprydning på Lederweb.