

Presentatietips bij congressen

5.1 Tips voor optimale informatie-overdracht, betere interactie en creatieve inspiratie.

De moderne spreker bij congressen kan zich bedienen van een assortiment AV hulpmiddelen. Maar de persoonlijke aspecten spelen nog altijd een rol. Wij geven u graag enkele tips. Goed voor uw zelfvertrouwen en nog beter voor uw boodschap!

- Extra voorbereiding presentatie.
- Leer vooraf de presentatieruimte goed kennen.
- Ken het dagprogramma.
- Geef het publiek pas na afloop een kopie van uw presentatie.
- Verzamel informatie en leg invallen en ideeën vast.
- Zorg voor interactie met de zaal.
- Zorg voor een glas water binnen handbereik.
- Verplaats u in het publiek.
- Gebruik spiekbriefjes of print out.
- Let op uw houding; straal ontspanning uit.
- Inventariseer uw behoefte aan hulpmiddelen.
- Spreek in rustig tempo; articuleer goed.
- Houd sheets en dia's overzichtelijk (max. 8 regels).
- Schrijf complexe onderwerpen in spreektaal uit.
- Kijk de zaal in/door.
- Wees beschikbaar voor individuele vragen achteraf.
- Gebruik een groot lettertype voor powerpoint.
- Gebruik gebaren en uw stem: zorg voor expressief.
- Lever uw presentatie tijdig aan.
- Oefen hardop in de auto of thuis.
- Maak gebruik van professionele apparatuur.
- Geef vooraf aan of u tussentijds of na afloop vragen wilt beantwoorden.
- Wees enthousiast over het onderwerp.
- Gebruik humor.
- Gebruik steekwoorden in uw visuele presentatie.

5.2 Waar beoordeelt het publiek uw presentatie op

Het publiek beoordeelt presentaties (op);

- Non verbaal: telt voor 70 % (sympathie, dus aandacht)
- Stem: telt voor 22% (autoriteit, dus waarheid)
- Inhoud: 8% (feiten en uw mening kloppen)

5.3 Doelgroep

Als uw communicatiedoelstelling bekend is, moet u aangeven voor wie de boodschap bestemd is. Denk aan de volgende doelgroepen waar u uw boodschap op richt:

Uw beste klanten

Met uw klanten heeft u een duurzame relatie, die soms ook persoonlijk van aard is. Zij kennen uw organisatie vaak zeer goed.

Klanten

Deze groep is weliswaar klant, maar er is geen duurzame relatie. Zij kennen uw organisatie nog niet door en door. Maar daar werkt u vast aan.

Prospects

Dit zijn toekomstige klanten. Zij hebben interesse in uw organisatie, uw diensten of producten maar zijn nog geen klant.

Algemene relaties

Dit zijn de relaties waar u op allerlei wijze mee te maken kunt hebben.

Laat uw informatie aansluiten bij de doelgroep, let op;

- Kennis- en ervaringsniveau
- Hoeveelheid details
- Technische – vakinformatie
- Doelstelling bijeenkomst
- De doelgroep kent, kan en is na uw presentatie.....

5.4 Onthouden of vergeten?

Dan geven wij u graag enige tips en trucs voor optimale informatieoverdracht, betere interactie en creatieve inspiratie tijdens bijeenkomsten. Om te zorgen dat de toehoorders uw boodschap onthouden.

- Werk interactief, meemaken is onthouden!
- Maak 'hapklare' informatiebrokjes
- Zorg voor heldere structuur en samenhang
- Gebruik visuals zoals; diagrammen en foto's
- Bedenk dat de mens visueel is ingesteld
- Geef de kern van uw betoog drie keer weer

5.5 Tijdsduur en opbouw van presentaties

Uit onderzoek is gebleken dat een congrespresentatie bij een maximale tijdsduur gemiddeld 20 minuten het beste beklijft. De opbouw van een presentatie kan als volgt verlopen:

- Gimmick of anekdote 1 minuut
- Inleiding 2 minuten
- Kern betoog 14 minuten
- Resumé betoog 3 minuten