



VAL OP
MET EEN
STERK
VERHAAL

Moet je op je werk een Powerpointje toelichten? Of wil je in de vergadering een idee pitchen? Hoe jij jezelf presenteert kan enorm het verschil maken. Redacteur Jonna klopt aan bij een coach en doet verslag, inclusief leerzame blunders en successen. tekst **Jonna ter Veer** fotografie **ACP Magazines Syndication / Hollandse Hoogte**

Laatst werd ik op een event staande gehouden door een camerajongen. Hij nam me bewonderend op en vroeg toen: 'Waar ken ik je van?' Hij bedoelde: van welk tv-programma. Ik werk bij Marie Claire, zei ik, totaal gevlid. Waarop hij antwoordde: 'O. Loop dan maar weer door. Ik film alleen BN'ers.' Later bood hij zijn excuses aan: 'Wat zou je zeggen als ik je alsnog vroeg wat je hier doet?' Ik stak mijn pitch af: wie ik was en dat ik voor Marie Claire interviewde. Leuk, zei hij en de camera ging aan. Het rode lampje waar ik dus NIET naar moest kijken werkte enorm op mijn zenuwen. Ik hakkelde en probeerde me als een bezetene te herinneren wat ik off-camera had gezegd, wat er net zo charmant, daadkrachtig en helder was uitgekomen. Drie dagen later keek ik het filmpje terug op internet: ik was eruit geknipt.

CHARMANTE BRAVOURE

Het zette me aan het denken. Hoe kan het dat ik als er geen gevaar dreigt, wél mezelf ben? En dat ik me een versie min-tweepunt nul voel, zodra er een camera aangaat, een baas boos wordt, er een

en de ander geen kans te geven je te ontwapenen. Als je een Samsommetje kon doen en zelfs de lastigste vragen met een glimlach kon paretten. Je charme zo intelligent kon inzetten als Eva Jinek en Linda de Mol. Natuurlijk weet ik dat wat zij doen het resultaat is van hard werken. Maar ook van een goede media- en presentatietraining. Nu gaat het er niet om dat ik met mijn hoofd op tv wil. Wat ik vooral wil zeggen is: iedereen heeft baat bij een lesje gedrilde spontaniteit. Handig voor bij een videosollicitatie (komt steeds vaker voor), of als er iets totaal mis is met een artikel/jaarrekening/etc. wat je *on the spot* moet verantwoorden. Of als je voor een groep onbekenden namens je werk een praatje moet houden. Kortom, al die dingen op de werkvloer – met en zonder microfoon – die zorgen voor 40 graden Celsius in je hoofd.

ENVELOPJE COKE

Dus daar ga ik op een donderdagochtend, naar Bussum waar Maritte Braspenning de deur openzwaait. Ze is een voormalig televisiejournalist (van *Brandpunt*) en traint al tien jaar tv-presentatoren, ministers, CEO's en managers. Onlangs lanceerde ze het boek *Presenteren – professionals aan het woord*, waarin ze de basisprincipes van het jezelf presenteren onthult aan de hand van interviews met onder anderen Eva Jinek en Paul Witteman. Best bijzonder, want presentatie- slash mediatraining wordt nog steeds gezien als het enveloppe coke van BN'ers en politici: iedereen doet het, niemand praat erover. Mijn kernles van vandaag is: hoe leer ik mezelf

Iedereen heeft baat bij een lesje gedrilde spontaniteit,
OOK ALS JE NIET MET JE HOOFD OP TELEVISIE WIL

veel te laag salarisvoorstel op tafel komt en vult u maar in. Hoe fijn is het om een sprankje Matthijs van Nieuwkerk te bezitten, vol vuur en bravoure,

‘Waarom glimlach je de hele tijd?’ vraagt mijn coach. ‘JE LIJKT WEL EEN STEWARDESS’

onder spanning presenteren? Vooraf heeft Maritte me een opdracht gegeven: ‘Bereid een praatje voor over je werk bij Marie Claire voor studenten van de School voor Journalistiek.’ Na een voorgesprek in haar keuken gaan we naar haar studio, waar het decor van *Nieuwsuur* is nabgebouwd. Ik moet achter de kathedraal gaan staan. Maritte zal alles glimlachend opnemen met haar camera. «Zeg maar als je er klaar voor bent.» Het

zweet breekt me uit. Ik ben er helemaal niet klaar voor! Drie avonden heb ik wakker gelegen. In haar boek benadrukt ze dat een goede voorbereiding essentieel is voor je succes. Hoewel ik van mijn hoofdredacteur haar powerpointpresentatie kreeg en op internet nog eens alles over mijn titel las wat er te lezen viel, lukte het me niet hier een enthousiast verhaal van te maken. Toen ik gisteravond om elf uur de slaapkamer in liep, riep ik half huilend tegen man M.: ‘Ik kan dit niet. Al die cijfers. Ik wil gewoon vertellen hoe leuk het is wat ik doe. Over hoe het was om Jude Law te interviewen en dat hij in mijn nek rook.’ Zijn antwoord: ‘Dan doe je dat toch?’ Zo ben ik in slaap gevallen. Niets voorbereid, ik heb alleen de anekdote in mijn achterhoofd. Namelijk: hoe Jude Law tijdens een interview in mijn nek mijn parfum opsnoof en dat ik dat gebruikte voor het interview, om het verhaal persoonlijk te maken en een *edge* te geven.

TO THE POINT

«Bravo», zegt Maritte als ik klaar ben met mijn anekdote over Jude Law. Ze klapt in haar handen. «Je bent dicht bij jezelf gebleven

en toch heb je me in één zin duidelijk gemaakt wat je boodschap is. Namelijk: als je persoonlijk durft te zijn in je verhaal, kun je heel succesvol worden bij een glossy.»

«Uh,» stamel ik, «had je dan niets willen weten van oplagecijfers en onze belangrijkste pijlers?» «Nee hoor. Het doel van je presentatie is om studenten ervan te overtuigen dat dit de meest fantastische baan ter wereld is. Dat vertel je nooit letterlijk. Dus dat heb je geweldig gedaan.»

Dit zegt ze nog meer:

«Je komt toegankelijk over, niet bedreigend. Dat is een kracht.»

«Je kleding is hip en past bij studenten.»

«Leuk dat je jezelf in je verhaal wat kleiner maakt, juist omdat Jude Law een ster is.»

En: «Ik vind je zéér telegeniek. Je spat van het scherm.»

Joehoe! Hoezee! Juich ik van binnen. Máár genadeloos begint Maritte me direct daarna bittere pillen te serveren.

«Je introductie is zwak. ‘Hallo allemaal, ik ben Jonna ter Veer’ is te nikserig. Pas als ik je verhaal goed vind, wil ik weten wie je bent. Oefen je bezin! Anders gaat iedereen op z’n Blackberry kijken. Waarom grijp je je publiek niet meteen: ‘In 2009 hing Jude Law in mijn nek’.»

«Je bouwt je verhaal op alsof je een spreekbeurt gaat houden over konijnen. Come to the point!»

«Je ogen zijn niet sterk opgemaakt. Ze lijken wel ongelijk. Mensen kijken het eerste naar de ogen. Neem eens make-uples bij Douglas.»

En: «Waarom glimlach je de hele tijd? Je lijkt wel een stewardess.»

SCHERP ALS EEN MES

Mijn tweede opdracht is om een pitch te houden voor een adverteerder. Hierbij gaan we werken aan mijn uitstraling. Minder stewardess, meer captain. En we gaan de inhoud een botoxje geven. «Je bent een verhalenverteller,» zegt Maritte, «maar je weidt veel te veel uit.» Als tip geeft ze me mee om lange pauzes in te lassen. Want: mensen die gezag hebben durven te wachten. Ook moet ik veel het woord ‘ik’ laten

PRESENTEREN KUN JE LEREN: 10 TIPS

DE VOORBEREIDING

1 Bepaal je doel. Wat wil je bereiken?

2 Houd het verhaal dicht bij jezelf. Als het authentiek is en geloofwaardig, raakt het de toehoorders.

3 Lees je in het onderwerp en de doelgroep in en bereid je tot in de puntjes voor. Al gebruik je er uiteindelijk niets van, deze kennis is onmisbaar voor je zelfvertrouwen en focus.

4 Een goed verhaal is in één zin samen te vatten. Welke boodschap wil jij dat ze onthouden?

5 Ken je publiek en pas de inhoud van je verhaal en kleding daarop aan.

DE UITVOERING

6 Pak ze meteen. In de eerste 20 seconden vormen mensen zich een beeld van je.

7 Durf aandacht op te eisen. Je hebt wat te vertellen, dus ga rechtop staan en neem een actieve houding aan.

8 Sta stevig. Zet je voeten in lichte spreidstand. Houd je hoofd rechtop en je houding open.

9 Beweeg rustig. Alleen als jij je armen en handen natuurlijk beweegt, onderstrepen ze je verhaal.

10 Glimlach. Door de spanning kun je arrogant overkomen. Een glimlach staat voor ontspanning. Maar: lach alleen als er wat te lachen valt.

vallen, want daarmee benadruk ik mijn autoriteit. En ik moet andere kleding aan. Wat ik nu draag – een witte voile bloes onder een wit kantten jasje – versterkt mijn lieflijkheid. Maritte leent me haar knalrode jasje. Mijn haar steek ik op. Ik lijk in niets op de Jonna die ik ken. Veel meer CEO, minder meisje.

Ik krijg vijf minuten om me voor te bereiden. Maritte raadt aan om een duidelijk doel voor ogen te nemen. Wat wil je bereiken? Als je dat weet, kun je jezelf én je bedrijf beter verkopen.

De camera loopt, ik mag los. Slechts vier woorden galmen door mij hoofd, die ik zo goed ken, omdat alle 34 Marie Claire's over de hele wereld ze gebruiken. Ik begin: «*Think Smart, Look Amazing*. Dát is de pay-off van Marie Claire en dát is wat wij beide gemeen hebben.»

Daarna rollen de woorden uit mijn mond. Ik laat pauzes vallen. Probeer zoals Maritte me leerde, te denken in 'bullet points', opdat mijn verhaal scherpte behoudt en ik niet ongemerkt uitweid.

Als ik mezelf terugzie op camera kan ik haast niet geloven dat ik dit ben. Hier staat een vrouw die sympathiek is, die overtuigt en met wie niet te spotten valt. (*Mental note to self*: rood jasje shoppen.) De stewardessenglimlach is verdwenen. Het valt ook Maritte op: «Je bent nu veel meer jezelf. Terwijl je je minder jezelf voelde. Gek hè?» Ook de eerste zin pakt nu meteen. Máár, zegt ze streng: «Je heb niets gezegd over jullie oplage – essentieel voor een groep adverteerders. En ik had ook mogen 'bonden' zoals de Engelsen dat zo mooi zeggen. Door te benoemen dat adverteerders minder geld te besteden hebben. Zo geef je de ander het gevoel dat je 'm begrijpt.

KLAAR VOOR DWDD?

Maritte vernietigt na afloop van de sessie al het beeldmateriaal, zodat de filmpjes niet per ongeluk op YouTube terecht kunnen komen. Nu is het belangrijkste oefenen, oefenen, oefenen. Niet voor de spiegel, zegt Maritte, want dat maakt je narcistisch. Maar voor je beste vriendin. En daarna in het echt.

Bij het afscheid wil ik nog één ding weten. Of eigenlijk drie dingen. Zou ze me het journaal laten presenteren? «Geen denken aan!» antwoordt Maritte. «Maar die skills hebben we nu ook niet geoefend», voegt ze er vergoelijkend aan toe. Zou ze me naar een pitch voor een adverteerder sturen? «Absoluut.» En dan de laatste vraag, die door mijn hoofd spookt omdat ik de hele ochtend naar een blow-up van Matthijs van Nieuwkerk heb gestaard: zou ze me over Marie Claire laten vertellen bij *De Wereld Draait Door*? Maritte is even stil, haar ogen nemen me op en dan zegt ze: «Ja hoor. Niet zoals we begonnen zijn, maar wel zoals we zijn geëindigd.»

OMG! Picture that. (Maar mensen, even tussen ons: ik heb nooit presentatietraining gehad hè. Dat 'enveloppe coke' blijft tussen u en mij.) Als ik naar huis rijd, scroll ik in gedachten door mijn agenda. Wanneer was ook weer de volgende salarisronde? ■

HOE HET NIET MOET

Dat niet alleen BN'ers baat hebben bij presentatietraining, bewijst dit voorbeeld uit de praktijk van Maritte Braspenning. Een aantal topadvocaten had achter elkaar al vier grote pitches verloren. In de terugkoppeling van de klanten hoorden ze dat ze op alles hoog scoorden, maar hun presentatie kreeg telkens een vette onvoldoende. Toen ze zichzelf op camera terugkeken (de opdracht was: houd een pitch voor een provincie), was de diagnose snel gesteld. Veel te arrogant. Ze praatten niet met hun klant, maar over het hoofd van de klant. Ze droegen Armani-pakken, kwamen aanrijden in hun Ferrari. Kortom: hun uiterlijk benadrukte hoeveel geld ze hadden en hoeveel 'beter' ze waren dan de provincieklant. Niet sympathiek. Ze namen het advies van de coach ter harte: *levelen* in kleding, praten over 'samen', geen corpbal-lentaal. Een paar maanden later stuurden de advocaten een mail: 'al vier pitches achter elkaar gewonnen.'

Oefen je beginzin,
ANDERS GAAT
IEDEREEN OP Z'N
BLACKBERRY KIJKEN

Wil je ook een presentatie-boost? De training die ik volgde kost € 1500 (www.marittebraspenning.nl). Het kan ook goedkoper: google op presentatietraining. Het boek *Presenteren – professionals aan het woord* van Maritte Braspenning en Jolanda ter Steege, € 18,95 is een naslagwerkje met tips en tricks. Kijk op www.marieclaire.nl voor een winactie met dit boek.