



SPREKEN VOOR PUBLIEK

De voorbereiding

Het hart van je verhaal

Copyright © 2015 O2 BVBA/TRUUS DRUYTS

Concept, merk, quotes, methode

Auteur: Truus Druyts

SABAM AC/II/23695

Depot nr 1607-00001-97101-665

Foto's: Kevin Wuyts/ Studioworks

Voor meer info kan je terecht op:

www.truus.solutions.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

Alle producten , methodes, inzichten en diensten van dit bedrijf zijn enkel bedoel voor opleiding en informatie. Niets in deze cursus, op de websites, workshops of op welk platform dan ook, zij het live of virtueel, is een belofte of garantie.

Ik geloof niet in "snel resultaat zonder wat te moeten doen- methoden", wel in actie ondernemen, waarde bieden en de best mogelijk service bieden op de meest constant mogelijke manier. De methoden en materialen zijn bedoeld om je je potentieel te helpen bereiken en om meer inkomen te genereren door gebruik te maken van de aangeboden methoden, ideeën, inzichten, gereedschappen en strategieën. Ik ken je niet en de resultaten in jouw leven zijn jouw verantwoordelijkheid. Akkoord? Ik wil je enkel helpen om het verschil te kunnen maken in de wereld.

Zoals wettelijk gestipuleerd geef ik geen garanties over jouw vermogen om resultaat te genereren , zelfs al geef ik het beste van wat ik op dit moment te bieden heb om specifieke doelen te behalen. Mijn bedrijf en ikzelf geven geen financieel, boekhoudkundig, gerechtelijk, wettelijk en/of medisch advies. Ik ben een coach en deel met jou de methoden die voor mezelf gewerkt hebben en voor vele anderen. Ik ben geen arts, psychiater, psycholoog,... ik ben coach.

Resultaten die vermeld worden in deze cursus of op welke platformen dan ook , illustreren de concepten en mogen niet geïnterpreteerd worden als gemiddelde resultaten, exacte inkomens, of belofte of garantie voor feitelijke of toekomstige resultaten. Beslissingen die jij neemt gebaseerd om welke info dan ook , verstrekt door ons bedrijf in onze producten, events, services, website, neem ze enkel met de wetenschap dat er ook wat horden op je pad kunnen komen daarmee, want je gaat misschien iets volstrekt nieuws doen in je leven. Wees voorzichtig en win steeds het advies in van gekwalificeerde professionals als je een verandering beoogt in je levensstijl of in een business of financieel nieuw plan. Bespreek het met je arts, boekhouder, advocaat of professioneel adviseur, voor je met deze of andere info aan de slag gaat. Jij bent de enige die verantwoordelijkheid heeft over de beslissingen in jouw leven, je acties en je resultaten. Door je registratie, aanschaf of engagement met deze materialen en methoden verklaar je je akkoord om geen pogingen te ondernemen ons/mij verantwoordelijk te maken voor jouw beslissingen, acties of resultaten, op geen enkel moment onder geen enkele voorwaarde.

Ik geef het toe, een hoop legaal verhaal , maar het is belangrijk om open en transparant te zijn. Integriteit is voor mij erg belangrijk , daar ligt de lat hoog voor mij. En voor jou ook, dat weet ik zeker. Dank je . Het is fijn om je te leren kennen en voor jouw succes, Jouw Liefde, Jouw Grootste Geluk te mogen supporteren.
Hou van jezelf!

1. INTRO

1. Over Truus

Professioneel opgeleid als actrice zangeres, werk ik ondertussen bijna 25 jaar voor nationale televisie en in totaal 13 jaar op nationale radio.

Als coach heb ik zo' n 3000 verhalen aangeraakt en begeleid.

Verder ben in singer - songwriter, motivational speaker (een van de weinige vrouwen die dit doen) en businesstrainer.

In alles wat ik doe, spelen liefde en taal de hoofdrol.

Gesproken taal, gezongen taal, de taal van het denken, lichaamstaal en micromimiek. Daarbij ga ik op zoek naar de patronen voor succes. Ik observeer en luister, detecteer de contraproductieve programma' s in denken, spreken en handelen en vervang ze door succesvolle strategieën, tips, tricks, en krachtige gereedschappen.

Je kan bij me terecht voor 1 op1 advies, workshops, lezingen, retraites en in-housetrainingen.

2. Waarom doe ik dit

Wat me opgevallen is in al die jaren observeren, trainen, coachen en oneindig veel studeren is dat het onmogelijk is om een succesvol en vervullend leven te leiden zonder jezelf te kennen en belangrijk: jezelf graag te zien. Echt graag te zien.

Wat me ook opvalt is hoe ambigu we staan ten opzichte van talent. We willen allemaal de beste service, uitzonderlijke condities, de knapste vakman, de meest begeisterende inspiratiebron, de dapperste leider, ... maar zelden of nooit gaan we staan voor onze eigen talenten. En van onze naasten, onze burens, onze collega' s of gezinsleden mogen we steevast een opgetrokken wenkbrauw verwachten als we vaagweg neigen in de richting van enige trots over een eigen talent of prestatie. Over onze eigen kunde zijn we doorgaans zelfs stevig in volle ontkenning. Hoe jammer, niet?

Verder is ieder mens volstrekt uniek. Jij zal nooit nog gebeuren in de hele menselijke geschiedenis. Er is dus iets wat jij bijhebt, kan, weet, doet... zoals niemand anders. Dat is een uniek geschenk en als jij op je best bent, je lekker voelt in je vel, jezelf graag ziet, is de kans het grootst dat je dat enorme cadeau ook met ons wil delen.

Mijn missie:

Je weer verliefd laten worden op jezelf en jouw leven, profi en privé
Jij die je beste versie van jezelf krachtig op de kaart zet
De wereld laten kennis maken met jouw ambities, dromen en talenten.

In deze modules gaan we samen op pad om jouw verhaal/product/service/ op de meest strakke en professionele manier over te brengen op je omgeving.
Je krijgt de tools mee om jezelf en je presentatie krachtig, planmatig, energiek en onderbouwd voor te bereiden en neer te zetten.

Samen gaan we zorgen dat je er staat!

PS: Adem in en uit: tegen die zenuwen krijg je ook volop tips 😊

Lieve jij,

Fijn dat je er bent en dat we samen aan de slag gaan!

Op de volgende pagina's vind je heel wat vragen, oefeningen en dingen om over na te denken. Het einddoel ervan is om een werkstuk te creëren waarmee je aan de slag kan

Door steeds met hetzelfde werkstuk te werken, kan je je vooruitgang beter traceren en objectiever naar je groei kijken.

Misschien weet je al helemaal waar jouw verhaal over moeten gaan. Of misschien is jouw hele presentatie al klaar en wil je aan de slag met een deel ervan. Perfect! Dan doen we dat...

In dat geval : bekijk toch ook de inhoud even van de volgende pagina's. Ga ook op zoek naar het antwoord vinden op de vragen. Hoe rijker je palet aan (emotionele) kennis over jezelf , over je motivatie, je persoonlijk verhaal, je drive, je honger... hoe beter je performance straks. Zelf als je het daar niet uitdrukkelijk over hebt zal het toch voelbaar en tastbaar zijn.

Want zelfs in de meest technische omgeving, over het meest zakelijke onderwerp, wil je publiek weten wie je bent, wil je publiek zich met je kunnen identificeren alvorens aan te nemen wat je bij hebt.

Smijt je vol in de opdracht en heb je een vraag, dan weet je waar je me kan vinden.

Warme groet ,

Truus

team@truus.solutions

00 32 476 466 500

2. INSIDE OUT

1. Waarom doe je dit?

Soms is “op dat podium” staan iets wat we van nature vaak doen en willen we graag wat bijschaven links en rechts, onze skills naar een hoger niveau brengen. Soms is het een stiekem droom en voelen we aan alles dat het onze tijd is. Bij anderen hoort het bij het terrein van hun professionele bezigheden.

Misschien is het eenmalig voor je. Of is je de eer te beurt gevallen om jouw organisatie te vertegenwoordigen en duik je in dit verhaal met lood in de schoenen en de hakken in het zand.

Hoe schat ik mezelf in?

Wat zijn mijn grootste struikelblokken?

Waar wil ik advies bij?

Wie gaf me de opdracht?

2. Wat wil je bereiken

Het doel van deze opleiding kan ook heel uiteenlopend zijn. De ene heeft op een of andere manier de opdracht in de schoenen geschoven gekregen en wil gewoon die ervaring overleven. Een ander wil graag zijn/haar skills bijschaven. Wie weet ken je jouw tics en wil je je patroon doorbreken? Het kan zijn dat je de visie van een professional wil als quality-check.

Jouw doel van deze opleiding

En dan is er nog wat je voor ogen hebt met de performance die je straks gaat geven. Wat wil je daarmee bereiken? Wat is je boodschap, de reden waarom je het podium op stapt? Wat wil je delen, vertellen en duidelijk maken?

Het doel van de performance:

3. Wat wil je dat je publiek er uit haalt?

Ervaren sprekers en performers weten heel goed hoe ze hun boodschap moeten overbrengen, navigeren de emoties van hun publiek en lepelen handig hun expertise binnen bij de toeschouwer. Bij hen ligt de uitdaging op een heel ander vlak dan bij de gelegenheidsspreker/performer, die graag zowel voor zichzelf als voor het product, de service of het verhaal een goede beurt wil maken. En ook de professional is meestal op zoek naar groei en een diepere expertise.

In de twee gevallen blijft het gezond om af en toe eens na te denken over de volgende vragen.

Wat wil je dat het publiek onthoudt? Wat is hun pijnpunt?

Hoe wil je dat je publiek zich voelt?

Wat wil je dat hun volgende stap is? Hoe wil je met hen in contact blijven?

Wat kan je hen geven? (als dat mag van de organisatie... vraag dit even na)

4. Wie ben je: Elevator pitch

A. om jezelf te definiëren

1. Wie ben ik
2. Wat doe ik
3. Hoe doe ik het
4. Waarom doe ik het.

B. Om je bedrijf/product/service te definiëren

1. Wie zijn we
2. Wat doen we
3. Hoe doen we het
4. Waarom doen we het?

C. Elevator pitch in verschillende toepassingen:

Hoe eenvoudig deze oefening ook lijkt, ze is nooit af en het is een enorm krachtig gereedschap om jezelf op de kaart te zetten, om je doelen en drijfveren helder te krijgen en ze dus ook vlot te kunnen overbrengen. Je krijgt een zicht op je onderscheidend vermogen, je ziet waar de lacunes zijn en je geeft er je identiteit contouren mee.

Het is datgene wat je graag wil weten bij het netwerken, zodat je precies weet wie je met wie in contact kan brengen.

Het is de wortel van je businessplan. Het is een duidelijke missie waaraan je je beslissingen kan aftoetsen: past dit bij datgene waar ik voor sta, bij mijn waarden en normen, bij mijn doel en visie? Of het nu gaat om marketing, investeringen, personeel,...

Laat ons even terug kijken naar de drie vragen die we ons eerder hebben gesteld:

1. Waarom doe je dit?

2. Wat wil je bereiken

3. Wat mag je publiek er uit halen?

JOUW VERHAAL

Het is erg belangrijk dat je publiek een connectie met je voelt.

Hoe? Door middel van jouw verhaal.

Jouw verhaal is wat hen raakt en wat hen terugvoert naar hun eigen essentie.

Dat is wat die krachtige verbinding maakt... en de magie.

Optimaal heb je 3 verschillende versies van jouw verhaal:

90 seconden

3 minuten

6 tot 15 minuten

Wat ook je product is, je service, performance, talent of expertise: vertrouwen wordt gewekt door jouw authenticiteit.

Kwetsbaarheid + wapenfeiten/successen. Dat is de power van je verhaal.

Daarbij gaat het niet om een opsomming van feiten, maar wel om de opbouw van een verhaal zoals het ons geleerd werd door de Grieken.

De Held die op pad gaat omwille van een probleem. Er is die innerlijke noodzaak om er een antwoord op te geven. Onderweg zijn er de beproevingen. Het dieptepunt.

De zoektocht. De doorbraak en katharsis. De terugkeer van de Held.

Je vertelt je verhaal in de tegenwoordige tijd en gaat in jouw levensverhaal op zoek naar die momenten, die geleid hebben tot deze performance: je expertise/product/service..

1. Het moment waar je je realiseert: ik moet op pad
2. Het dieptepunt
3. Je zoektocht
4. De doorbraak/katharsis
5. De oogst

Neem de volgende pagina's om zorgvuldig jouw verhaal vorm te geven.

Zoek 1 verhaallijn die je wil volgen voor deze training.

In de opleiding werken we met de 3 minuten versie.

Succes en veel plezier met het ontginnen van jouw schatkamer:

De verhalen van jouw hart.

JE EIGEN POWERINTRO:

Wat doe ik
(ik – werkwoord – zelfstandig naamwoord)

Voor wie
(voor de _____ die _____)

Hoe doe ik het?
(ik geef hen 1., 2. 3. methode)

Zodat ze:
(resultaat voor cliënt)

- 1.
- 2.
- 3.

mijn naam is:
(je naam, iets herkenbaars/ je firma)

ik ben/doe
(wat je doet, wat er op je business kaartje staat)

je baseline
(slagzin)

SCRIPT

TIMING

Hoeveel tijd krijg je voor de presentatie?

TIP:Vraag of er een klok aanwezig is op het podium.

Zo niet kan je het scherm van je computer op “weergave voor presentator” zetten en op die manier je timing mee in de gaten houden.

Beter om te vroeg te stoppen dan om over tijd te gaan.

In sommige gevallen zijn er zelf flinke penalty’ s als je over tijd gaat.

Oefen op je timing!

1 uur training per 2 minuten spreken.

DOEL:

Wil je informeren, motiveren, verkopen, werven, adviseren, inlichten, slecht nieuws brengen, modereren, een uitslag bekend maken, spelregels uitleggen, een statement maken, warm maken om een volgende training te volgen, een volgende afspraak of event...

Afhankelijk van wat het doel is, zal je ook een en ander moeten aanpassen:

Inhoud, slides, tempo, energie, stem en taalgebruik, ...

Vergeet nooit je doel uit ogen.

Verkopen vanop een podium is een aparte skill, die extra training vraagt. Geef aan als dit jouw opdracht is.

Oa: Bouw hiervoor extra interactie op met het publiek, breng hun pijn meer in beeld, zoek naar participatie, geef je succesverhalen, getuigenissen, vertel over je oplossing, wees niet bang om over geld te praten, laat het product duidelijk zien en neem het ook vast op het podium, zorg dat je achteraan in de zaal alle documenten hebt die nodig zijn om een aankoop te doen en/of voldoende supply. Zorg voor assistentie.

NOGMAALS: JE DOEL ☺

Hoe duidelijker het in beeld is, hoe meer scherp afgelijnd, hoe makkelijker jij het straks zal hebben.

Wacht even... voor je in paniek gaat: wie was jij ook weer? Wat was ook weer je grote droom? Beslis dat jij degene bent die perfect in dat prentje past!

DE HOOFDPUNTEN

Wat??? Moet ik alles wat ik weet nu effe in een paar puntjes meegeven??
Yep.

OK. Adem in en uit.

Hoe veel tijd hebben we?

Wat willen écht dat het publiek meeneemt?

De intro hebben we. (Elevator pitch) En wellicht weet je ook nog met welk gevoel je wil dat ze straks naar huis gaan.

Vind je dit echt moeilijk? Neem dan een groot blad papier en ga mindmappen.
Mik alles er op wat je denkt . Bepaalde dingen hang je van nature in clusters bij elkaar. Mik maar raak. Giet jezelf maar leeg.

Denk ook aan : associaties, toepassingsgebieden, persoonlijke verhalen, Kantelmomenten, historische of wetenschappelijke info, humor, filmpjes, ...

Nu kan je gaan groeperen. Dat kan je door dingen aan elkaar te verbinden, of met kleuren werken, of een nieuwe map maken die meer gestructureerd is.

Hou je niet van mindmappen?

Noteer het in een wordfille, alsof je een syllabus of een boek schrijft met hoofdstukken en dan kleinere onderverdelingen.

Het hoeft niet van meet af aan perfect. Smijt je. Je kan altijd een nieuw wit blad nemen of een nieuwe wordfile. Je kan altijd de volgorde veranderen.

Aanpassen, corrigeren. En dat gaat des te beter vanaf iets, dan vanuit chaos in je hoofd.

Zeker als je neigt naar enig perfectionisme of als je gebeten bent om oneindig bij te studeren , weet dan dat je oneindig veel gaat winnen, door nu te starten. Klaar of niet. GO! Je kan maar iets verbeteren, als er in de eerste plaats iets is om te verbeteren.

Ben jij iemand die graag op het gevoel gaat en weet dat dit jouw grote verhaal is waar ook een paar emoties bij komen kijken OF ben je iemand die doorgaans erg vlot is en een geboren entertainer? Dan is het voor jou écht een goed idee om er even wat meer tijd aan te spenderen.

PIJL EN BOOG

Je hebt nu je hoofdpunten.

Welke passen er bij de gelegenheid en welke staan in rechtstreeks verband met het doel van de presentatie.

Vergeet niet dat jij de expert bent: bekijk het eens door de ogen van een leek!

Bekijk ook even het emotionele verhaal dat je wil maken.

Het is een goed idee om meer dan 1 emotie mee te nemen en in te bouwen in je verhaal. Het gevoel is net zo belangrijk als de tekst.

Welke emotionele blokken kan je maken?

Energie, enthousiasme, passie, nieuwsgierigheid, aha-moment, schaamte, boosheid, vertwijfeling, angst, hoop, moed, kracht, ...

De mensen in je publiek willen zich kunnen identificeren met je: ze kopen jou. Dus willen ze weten wie je bent, zeker als jij ze in beweging zal brengen. En dat doe je.

DE LOGISCHE VOLGORDE

Hier gaan we weer wat schrappen. Niet alles van je hele mindmap is meegegaan. Als je op dit punt schrapt, vermijd je dat je “gaten” gaat maken in de logische opbouw van je verhaal. (als je straks een slide er tussenuit gaat halen is die kans groter: nu zie je je logische verhaal in 1 oogopslag) De leek zal dan info missen om een coherent geheel te maken van je uitleg.

We hebben de essentiële bouwstenen, speel er mee tot er duidelijke logica en een organisch verhaal in je opbouw zit.

Je vertelstijl is natuurlijk, zoals je het echt aan een collega of aan je beste maatje zou vertellen.

DE AANZET TOT ACTIE

Hebben we alles bij?

Wat volgt er nog na deze presentatie? Een boek te lezen? Een aankoop, een cursus?

Mocht het er nog niet tussen zitten, zorg dan dat je dit minstens rechtstreeks op 3 plekken vermeld, bij een korte presentatie en dat je er ook indirect naar verwijst.

Je moet niet klinken als een platte verkoper, maar de ervaring leert dat dit vaak over het hoofd gezien wordt. De meeste mensen hebben het moeilijk om iets te vragen. Dat kan je makkelijk verhelpen door het in te bouwen in je repetitie en het vast te leggen op punten die je zelf kiest in je presentatie.

EXTRA' S

Overloop even of je ook gedacht hebt aan volgende dingen:

1. als je iemand vermeld is het erg fijn om iets fijns over die persoon te zeggen. Een compliment, over werkwijze, of het boek, over wat dan ook. Het verhoogt je “gunfactor” en een compliment is altijd fijn om te ontvangen, zelfs als je er niet persoonlijk bij bent.
2. Wees gul in je info, vertel wat je inspireert en wat voor jouw verschil heeft gemaakt.
3. bronvermelding: gebruik je een quote, een foto met auteursrecht, de titel van een boek, een slide of methode van een gevestigde waarde, ... zorg dat je auteursrecht respecteert, dat je je bronnen vermeld, dat je evt info of titels van boeken opgeeft hebt voor wie er achteraf naar vraagt.
4. iemand die je wenst te bedanken? Zoek naar een frisse en authentieke manier om dat te doen. Het hoeft geen grote show te zijn, maar een oprecht en gemeend “dank je wel” is beslist niet verkeerd.
(vergeet niet om ook de technische crew etc te bedanken)
5. als je tijd echt zeer gelimiteerd is, kan je vertellen waar en wanneer de mensen terecht kunnen voor vragen. Vertel dan ook even waar je te vinden bent (over tien minuten, daar in die hoek bijv..) Dat geeft je de tijd voor een sanitaire pauze en een glas water. Als er ook andere sprekers zijn, kan je met mensen die je willen spreken buiten het lokaal afspreken.
6. ga even na of je de 4 persoonlijkheidstypes aanspreekt. Maar in essentie gaat het hier over: is er een stukje actie en enthousiasme in, zit er systematiek en een plan in, geef ik ook een wetenschappelijke verwijzing mee en ten vierde zit er ook emotie, gevoel en rapport in je verhaal.

BADWATER

... en het kind. Je kent de uitdrukking wel.

Als blijkt dat je timing toch wat bijgesteld moest worden, en je hebt geschraapt, wees even kritisch en overloop of je nergens gaten hebt geslagen in de logische opbouw van je betoog.

Zijn er onderdelen verdwenen die nodig waren om het te snappen?
Verwijzingen weg? Overloop even.

Waar heb je een herhaling gemaakt? Wat kan je ook veel en veel bondiger zeggen? Zijn het allemaal dezelfde soort voorbeelden?

VERBIND DE PUNTJES TOT JE EEN LEUKE TEKENING KRIJGT

De componenten heb je , de extra' s, logische opbouw. Mooi: nu kan je het aan elkaar gaan lijmen!

VEEL SUCCES ... JE KAN DIT. ECHT.

Truus Druyts

0032 476 466 500

info@truus.solutions

www.truus.solutions.