

## NASLAGWERK

# Professioneel u zelf in de kijker spelen

**Auteurs:** Gert Klooster (communicatiespecialist) & Richard S.T. de Vries  
(organisatieadviseur/trainer)

**Onze trainingen staan bekend om een praktische aanpak, de goede sfeer en onze enthousiaste presentatie.**

**Uw doel is ons uitgangspunt en onze jarenlange ervaring garandeert concreet resultaat.**

**Onderneming:** De Vries advies & training  
Telefoon (050) 314 34 70 of 06 212 37 342

Telefoondiensten website: [www.telefoonopleiding.nl](http://www.telefoonopleiding.nl)

E-mail: [info@telefoonopleiding.nl](mailto:info@telefoonopleiding.nl)

Zakelijke Diensten website: [www.devries-adviesentraining.com](http://www.devries-adviesentraining.com)

E-mail: [info@devries-adviesentraining.com](mailto:info@devries-adviesentraining.com)

## ***In de kijker bij vergaderingen en besprekingen (fracties, raad, overlegvormen)***

### **Aandachtspunten *Motiverende Voorzitter***

A. *De voorzitter zit aan het hoofd.*

Groot voordeel is dat de verbale- en non-verbale houding en gedrag van de deelnemers gevolgd kan worden. Het geeft daardoor een goede indruk 'hoe de vlag' erbij hangt. Directer kan bijvoorbeeld in worden gegaan op signalen "ik zie een vraagteken op je voorhoofd, betekent dat ..."

B. *De voorzitter neemt de tijdbewaking per besprekingspunt op zich.*

Het voordeel hiervan is dat de voorzitter de behandelde onderwerpen in tijd – daar waar nodig – strak kan sturen.

C. *De voorzitter staat voor de moeilijke taak enerzijds technisch voorzitter te zijn en anderzijds inhoudelijk voorzitter.*

Met de deelnemers kan overlegd worden dat de voorzitter in de vergadering eveneens een inhoudelijke bijdrage gaat leveren. Een spelregel kan hierbij zijn dat zodra de deelnemers hun inhoudelijke bijdrage hebben geleverd, de voorzitter hierop mag reageren.

D. *De voorzitter is alert.*

En dan vooral op – op het eerste gezicht - afwijkende inhoudelijke of organisatorische opmerkingen in relatie tot het besprekingspunt welke op dat moment besproken wordt. *Als* bovenstaande opmerkingen *in relatie staan* tot het besprekingspunt dan kunnen zowel deelnemers als voorzitter hierop reageren. *Indien niet* dan wordt in ieder geval op dat moment aan deze opmerkingen *geen aandacht gegeven*.

E. *Tijdens een discussie houdt de voorzitter de rode draad in de gaten.*

Dat gebeurt door - daar waar nodig - door te vragen of samen te vatten. Elke discussie eindigt met een kernachtige samenvatting waarin de hoofdpunten worden aangegeven.

F. *Onderwerpen worden in een vergadering één voor één besproken.*

De voorzitter zorgt dat deelnemers zich niet te veel op de details van een onderwerp richt. Per onderwerpen worden duidelijke afspraken over met name wie, wat, hoe en wanneer.

### **Aandachtspunten *Motiverende Deelnemer***

A. *Vorbereiding*

Een goede voorbereiding is het halve werk. Lees van tevoren de agenda, de notulen, vergaderstukken en overige schriftelijke informatie, vorm hier een mening over en weet uw mening tijdens de vergadering kernachtig te verwoorden.

B. *Meedoen*

Een actieve bijdrage bestaat uit achtereenvolgens de volgende vaardigheden: meedenken, actief luisteren, anderen uit laten praten en meepraten.

C. *Luisteren*

Actief luisteren betekent **niet vooruit te lopen maar stilstaan bij wat de ander zegt.**

Door deze vuistregel in acht te nemen neemt het niveau van de vergadering direct toe en wordt minder over en weer door elkaar heen gepraat.

Praktisch toe te passen door:

- de ander uit laten spreken.
- daadwerkelijk naar elkaar te luisteren. Hiermee voorkomt u dat zaken steeds terugkomen.
- u bewust te zijn van uw (non-)verbale houding. Motto: actie = reactie. Een ongeïnteresseerde houding en gedrag demotiveert de andere deelnemer(s) in hun actieve bijdrage.

*D. Onderbouwen van je mening*

Hou het zakelijk doel in de gaten, maak onderscheid tussen persoon en zaak. Uitspraken als “wat een absoluut belachelijk voorstel hoe komt u erbij” zijn uit den boze.

Door je mening te onderbouwen, laat u zien dat u niet zomaar iets zegt. Vooral bij een discussie is het onderbouwen van uw mening belangrijk.

Dit kunt u doen door:

1. feiten te noemen
2. feitelijke beweringen
3. persoonlijke beleving.

**Ad 1. Feit**

Een feit kunt u controleren.

Voorbeeld: er werken hier 12 mensen op de afdeling *of* als u veel alcohol drinkt heeft u een hogere kans op een kater.

**Ad 2. Feitelijke bewering**

Hier wordt zowel een feit als een mening bij gegeven.

Voorbeeld: onder invloed rijden is gevaarlijk *of* pitbulls zijn gevaarlijk.

**Ad 3. Persoonlijke beleving**

Hierbij gaat het om een persoonlijke beleving van een bepaalde situatie.

Het nadeel van het onderbouwen met een persoonlijke beleving kan zijn dat het lijkt of u zaak en emotie moeilijk kan scheiden.

Voorbeeld: Ik ben wel eens door een hond gebeten, en daarom ben ik nu bang voor pitbulls.

Iets voor u en uw politieke partij? Neem contact met ons op!

E-mail	<b>info@devries-adviesentraining.com</b>
telefoon	<b>050 314 34 70</b>
fax	<b>050 318 89 93</b>

## ***In de kijker bij optredens en presentaties in het openbaar en in de media***

*Aandachtspunten: vooraf, tijdens en achteraf.*

### **TIPS VOORAF**

-Goede voorbereiding.

> Voorbereiding (**wwwvvvk**):

. Afstemmen op de doelgroep (**wie**), **wat willen** ze (**weten**) en **waarom**, wat weten ze al, wat **vinden** ze van de info en wat **kunnen/moeten** ze er mee.

Als u al weet wat ze willen (weten) en waarom, dan kunt u de presentatie hierop afstemmen: bondig, vraaggericht.

> Opbouw presentatie:

- . Dit ga ik presenteren (inleiding)
- . Presentatie (kern)
- . Dit heb ik gepresenteerd (slot).

> Opbouw publiciteitspresentatie:

- . Dit is het nieuws (inleiding)
- . Waarom is dit nieuws (kern)
- . Reacties op het nieuws (slot).

-Nagaan wat het doel, de aanleiding, invalshoek en gewenst effect is/zal zijn van ieder optreden.

-Argeloze reacties worden al gebruikt door ontvangers.

-Bent u degene tot wie de vraag wordt gesteld.

-Bepaal boodschap/verhaal kernachtig en krachtig; weet wat u niet wilt zeggen.

-Welke vragen zijn er te verwachten (oefen ze).

-Lengte trainen: TV-uitspraken in 20 tot 30 seconden, radioverhaal in 2 tot 3 minuten

-Context erg belangrijk: welke bijbehorende beelden of geluiden, welke andere sprekers.

### **TIJDENS**

*Inhoudelijk:*

-Goede sfeer en vertrouwensbasis scheppen.

-Eerst inhoudelijk antwoorden, daarna pas toelichten. Geef goede voorbeelden.

-Geen tijd voor details en nuances; alleen hoofdzaken tellen.

-Bedenk/gebruik 'hapklare brokken' (als terugkerende kern).

-Iets niet (kunnen) weten is niet erg; zeg het.

-Neem initiatief, durf offensief te zijn.

-Korte tussenzinnen gebruiken voor eigen verhaal.

- Geef hetzelfde antwoord bij dezelfde (soort) vragen.
- Suggestief/tendentieus: laat dat aan vragensteller over.
- Vragen over anderen (collega's, de voorzitter, de andere fracties of belanghebbenden) liggen gevoelig. Zeker bij (vermeende) tegenstellingen!
- Niet ingaan op problemen (negatief), maar steeds op oplossingen (positief).

*Visueel:*

- Geen al te opvallende attributen.
- Actieve houding, (vooral) ook als anderen aan het woord zijn.
- Geen/weinig gebaren maken.
- Rook en drink niet tijdens opnames en presentaties
- DOE GEWOON ZOALS U BENT.

**ACHTERAF:**

- Volg de weergave van uzelf/anderen en doe er uw voordeel mee.
- Weten/onthouden wat er gebruikt is/wordt en hierop doorgaan.
- Gebruik media / leden goed: hou contact en maak (vervolg)afspraken
- Wees niet (te) informeel. Alles kan gebruikt worden.
- Gesprek/interview/presentatie begint al bij komst en eindigt pas na vertrek.

**Copyright:**

**GERT KLOOSTER** (TopStart), 2006

Iets voor u en uw politieke partij? Neem contact met ons op!

E-mail	<b>info@devries-adviesentraining.com</b>
telefoon	<b>050 314 34 70</b>
fax	<b>050 318 89 93</b>