

INLEIDING

**EEN PRESENTATIE
IS MEER DAN EEN
POWERPOINT**

Gezucht. Gesteun. Daar gaan we weer. Een warboel aan woorden, cijfers zonder boodschap, overdreven grote bedrijfslogo's en een spreker die alle data op de slide in chronologische volgorde opleest. Komt dit bekend voor? Waarschijnlijk wel. Het komt helaas erg vaak voor in elke organisatie waar men vergadert, overlegt en presenteert. Zei ik 'presenteert'? Misschien is 'pre-geneert' beter op zijn plaats, want dat is wat je eigenlijk doet bij dergelijk materiaal. Je geneert je voor het werk van jouw collega's en misschien geneer je je wel voor de slides die je zelf ontwerpt en presenteert. Maar geen nood, want hulp is nabij! *Slide design* laat je zien wat jouw slides nodig hebben, waar je de juiste ingrediënten vandaan haalt en hoe je deze gebruikt om jouw boodschap te versterken.

Na een mislukt avontuur aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam startte ik vol goede moed in 2004 met de hbo-opleiding Communicatie. Al snel werd me duidelijk dat, los van de vakspecifieke inhoud, de structuur in elk trimester identiek was aan die van het blok ervoor. Je volgde zeven weken colleges en je

schreef, met een aantal medestudenten een verslag dat je in de laatste week van het trimester presenteerde aan de docent. Presenteren betekende in de praktijk vaak dat de stumperds die niks hadden bijgedragen aan het verslag naar voren werden geschoven om het verhaal te vertellen aan de hand van een te snel in elkaar geflanste powerpointpresentatie.

Als ik hier aan terugdenk trekt mijn maag nu nog samen. Niet eens omdat deze slides aan elkaar hingen van bullet points met lappen tekst vol spelfouten. Van te kleine afbeeldingen met watermerken die veel te groot uitgerekt werden zodat elke pixel een vierkant leek. Van drie verschillende huisstijlen die lukraak door elkaar heen gebruikt werden. Of van afzichtelijke animaties die te pas en te onpas ingestart werden zodat het er 'gezelliger' uitzag.

Nee, mijn maag trekt samen van het feit dat zowel toen als nu elke docent en elke werkgever verwacht dat iedereen in staat moet zijn om helder te presenteren met zelfgemaakte overtuigende digitale slides, terwijl niemand ons ooit heeft geleerd hoe je dat eigenlijk doet, een goed verhaal vertellen. Om nog maar te zwijgen over het ontwerpen

van overtuigende slides. Bij een chronisch gebrek aan goede voorbeelden kopiëren de meeste mensen de 'technieken' die ze bij hun collega's of klasgenoten zien. In het beste geval wil iemand wel experimenteren met visuele slides zonder veel tekst, maar verlangt iemand anders, met een hogere rang in de organisatie, dat iedereen hetzelfde saaie stramien volgt, 'want dat zijn we hier gewend'.

Ik acht mezelf op dit vlak een zeer gelukkige uitzondering, want in 2006 kwam ik te werken bij een organisatie waar een goed verhaal en sterk design er wél toe deden. Het kwam elke dag terug op de werkvloer, in elk product, in elke uiting, bij elke keynote en op elke slide. De eerste paar jaar van mijn carrière bracht ik door op het hoofdkantoor van Apple. In mijn functie heb ik talloze presentaties mogen ontwerpen. Soms om zelf te presenteren, vaak ook voor collega's die het ontwerpen liever uitbesteedden. Ik vond het geweldig om te leren hoe de designtaal van Apple in elkaar stak en hoe ik mijn slides nóg visueller kon maken zodat ze nóg beter aansloten bij de gesproken boodschap. Ik keek de kunst af van de professionals. Zeker op die paar momenten per jaar dat Steve Jobs



Afbeelding 0.1 Steve Jobs toont de nieuwe iPhone 4 tijdens de WWDC in 2010. Foto Matthew Yohe.

op het podium klom om nieuwe producten aan te kondigen ging mijn hart sneller kloppen. Natuurlijk omdat ik benieuwd was waar mijn starterssalaris nu weer aan op zou gaan. Dat is immers het lot van iedere *fan boy*. Maar net zo goed omdat de digitale slides die hij gebruikte mijn eigen creativiteit aanwakkerden. De eenvoud, de visuele kracht en de helderheid van dit design spraken mij enorm aan.

Langzamerhand begon ik me meer en meer te verdiepen in het werk van slide design experts als Nancy Duarte en Garr Reynolds. Zij leerden mij overtuigende visuele presentaties te ontwerpen die een verhaal echt versterken in plaats van een poging doen om het héle verhaal in slides vol tekst en cijfers uit te werken.

De liefde voor presentatie werd sterker en sterker. Na de jaren bij Apple en wat rondzwervingen in de periferie van Apple besloot ik in 2014 mijn hart te volgen en mij volledig te storten op datgene waar ik echt enthousiast over ben. Ik startte mijn eigen onderneming **NIEUWBERICHT** waarmee ik bedrijven en individuen help bij het ontwikkelen van hun verhaal en het ontwerpen van de slides die dat verhaal versterken. Ik krijg de kans om training te geven op alle vlakken die met presentatie te maken hebben en ik mag sprekers coachen bij belangrijke momenten in hun carrière. Niet iedereen is in de gelegenheid, of heeft de wens om presentatietrainingen te volgen, terwijl de vraag naar goede verhalen en het verbeteren van digitale slides groter is dan ooit. Dit boek behandelt alle aspecten van een succesvolle digitale presentatie. Van het starten met de juiste basisslides, via het toepassen van onmisbare ontwerpprincipes, tot handige tips voor het live gebruiken van digitale slides bij een gesproken verhaal.

DIT BOEK IS GEEN...

Dit boek is geen 'knoppencursus PowerPoint'. Ik ga je niet vertellen hoe jouw pre-

sentatiesoftware precies werkt of waar welk knopje zit om een animatie toe te voegen. Daar bestaan heel handige tutorials voor op YouTube. *Slide design* gaat niet over software, maar over de effectiviteit van digitale presentaties, onafhankelijk van het gebruikte platform.

Dit boek is ook geen proefschrift waarin onderzoeksresultaten elkaar afwisselen en waarin geleerden inzicht geven in de psyche van de mens en hoe ontvankelijk die zou zijn voor visuele communicatie. *Slide design* is zo opgebouwd dat je direct met de inhoud aan de slag kunt gaan om jouw presentaties te verbeteren. Of je nu een grafisch professional bent of gewoonweg werkt in een organisatie waar presentaties en vergaderingen aan de orde van de dag zijn.

Dit boek is ook geen 'presentatiebijbel'. Interessante onderwerpen als storytelling, omgaan met spreekangst, heldere argumentatie of stemgebruik worden hier niet behandeld. *Slide design* gaat juist de diepte in. De focus ligt volledig op digitale presentaties en laat daarin geen hoekje onbelicht.

Slide design gaat dus niet over knoppen, niet over software en niet over ingewikkelde theorieën. Het gaat over de effectiviteit van

digitale presentaties en hoe jij jouw slides stap voor stap kunt ontwerpen zodat je vanaf nu een onvergetelijke indruk zal achterlaten bij iedere presentatie!

HOE JE HET LEEST

Dit boek is zo opgebouwd dat de onderwerpen elkaar chronologisch opvolgen. Stap voor stap leer je hoe je te werk gaat bij het voorbereiden van een presentatie, welke middelen je daarvoor tot je beschikking hebt, hoe je effectieve slides ontwerpt en hoe je jouw verhaal en slides op een overtuigende manier presenteert.

Je kunt dit boek ook gebruiken als handleiding. Je pakt het erbij als je meer wilt weten over een specifiek onderwerp binnen slide design. Bijvoorbeeld het gebruik van beelden, het vervangen van bullet points of het presenteren van cijfers. De hoofdstukken zijn zo opgebouwd dat de theorieën ook onafhankelijk van elkaar goed te begrijpen en toe te passen zijn. De belangrijkste begrippen hebben in dit geval soms meer uitleg nodig. Achter in dit boek tref je een alfabetisch overzicht aan met al deze begrippen en de daarbij horende beschrijving.



BOODSCH

**" SLIDES ZIJN
GEEN VEREDELDE
APPENLIJSTJES"**

HOOFDSTUK 1

GOED VAN START

Je wist al een paar weken dat deze belangrijke presentatie eraan zat te komen en toch heb je het ontwerpen van de slides uitgesteld tot het laatste moment. Door de stress verval je in oude patronen en open je wat presentaties van jezelf en van collega's die ergens wel iets met jouw onderwerp te maken hebben. Je plukt er enkele slides uit en je voegt ze samen tot een allegaartje van verschillende (huis-) stijlen, slideformaten en overgangen. Ik noem dit gekscherend ook wel Frankenslides, omdat in het verhaal van Dr. Frankenstein een monster werd gecreëerd uit lichaamsdelen van verschillende lijken. Het monster kwam wel tot leven, maar bleek een gedrocht qua uiterlijk. Daarnaast werkten de verschillende lichaamsdelen verre van optimaal samen, met alle gevolgen van dien.

Bij Frankenslides zit er geen lijn in het verhaal en de stijlbreuken per slide zorgen voor ergernis bij het publiek. Ze laten een amateuristische indruk achter en zijn dus zelden effectief. Frankenslides komen natuurlijk vaak voort uit tijdgebrek, maar vaker nog omdat mensen hun presentatie structureren

op basis van de software waar ze mee werken. Dat moet natuurlijk andersom: eerst een verhaal en dan pas de slides.

WAAR HET MISGING IN DE GESCHIEDENIS

In zekere zin is het allemaal begonnen met de overheadprojector. Dit was een lichtbak waarop je transparante sheets met aantekeningen kon leggen die vervolgens groot werden geprojecteerd op de muur achter de presentator. Het grootste voordeel voor zakelijke presentaties was dat je de sheets al van tevoren kon uitwerken. Je hoefde ze tijdens de presentatie alleen nog maar in de juiste volgorde op de lichtbak te leggen. De uitvinding van de overheadprojector leek aanvankelijk een grote meerwaarde voor het effectief overbrengen van een boodschap, tót het moment dat een fabrikant verzoon om de sheets zo te produceren dat ze een klein beetje ruwer werden. Nu herkende elke inkjetprinter de sheets als normaal papier en kon je alles wat je wilde laten zien afdrukken op de sheets. Voor het eerst in de geschiedenis vormde het communicatiemiddel geen beperking meer. De presentator werd niet

meer gedwongen echt goed na te denken over de visuele hulpmiddelen bij het verhaal. Volledige rapporten werden op sheets geprint om ze vervolgens voor te lezen tijdens een vergadering. Als 'de cijfers' gepresenteerd moesten worden, dan printte je de volledige Excel-tabel op een sheet waar vanaf je de cijfers 'presenteerde'.

De introductie van de eerste versie van PowerPoint in 1987 veranderde daar wel iets aan, maar niet genoeg. De userinterface van PowerPoint dwong de gebruiker om een verhaal op te bouwen met hoofdboodschappen door op elke nieuwe slide een tekstvak weer te geven. Als je een regel had getypt en op enter drukte verscheen er automatisch een bullet point voor de zin. Het grote voordeel van het structureren in hoofdboodschappen veranderde al snel in het vertroebelen van het concept presenteren. Het overbrengen van een boodschap aan een groep mensen stond opeens gelijk aan het vullen van PowerPoint-slides met bullet points. Hiermee was de oorspronkelijke meerwaarde van PowerPoint als visueel hulpmiddel bij presentaties grotendeels verdwenen, namelijk het verduidelijken van een boodschap of het versterken van een emotie.

PowerPoint-slides worden vandaag de dag nog steeds veel gebruikt als veredelde boodschappenlijstjes die ervoor zorgen dat de spreker geen enkel onderwerp vergeet te behandelen. Deze manier van slide-gebruik blijft populair omdat het nauwelijks voorbereiding vergt om de slides te maken en al helemaal geen voorbereiding vergt om het verhaal eigen te maken. Maar op deze manier wordt totaal geen rekening gehouden met wat het publiek nodig heeft om de boodschap te begrijpen. De slides zijn volgepropt met tekst, onduidelijke grafieken, enorme tabellen en kermisachtige animaties.

HOE DAN WEL?

Het is een stuk effectiever als bij het ontwerpen van een presentatie elke ontwerpbeslissing in het teken staat van het overbrengen van jouw boodschap, en niet de boodschap van iemand anders. De kans dat het publiek meegaat met jouw verhaal is dan een stuk groter. Maar hoe doe je dat? Het begint met een simpele vraag: 'Waarom presenteer je?'

Als je in de voorbereiding van een presentatie nooit over het antwoord op deze vraag hebt

nagedacht is de kans groot dat jouw publiek meer dan eens is afgehaakt bij jouw verhaal. Dat kan natuurlijk aan van alles liggen. Misschien was de informatie die je bracht van een te laag niveau. Men haakte af omdat men alles al wist. Misschien gebruikte je te veel moeilijke woorden voor de doelgroep in de zaal. Als jouw publiek niet begrijpt waar je het over hebt raakt het al snel de aandacht kwijt. Misschien zat je verhaal wel goed in elkaar, maar was het moment verkeerd gekozen. Bijvoorbeeld direct na een uitgebreid zakendiner waar de wijn rijkelijk vloeide en bij iedereen de buik (te) goed was gevuld.

Als het goed is presenteer je omdat jij iets hebt, omdat jij iets weet of omdat jij iets kunt wat de ander nog niet heeft, nog niet weet of nog niet kan. Jij hebt de taak om dat 'iets' zo effectief mogelijk over te brengen, zodat de ander vanaf dat moment hetzelfde heeft, of weet, of kan. Dat 'iets' kan de overtuiging zijn dat jouw product geweldig is. Als jij effectief hebt gepresenteerd zal de ander dit ook vinden en zal hij of zij het product waarschijnlijk van jou willen kopen. Het kan een alarmrend inzicht zijn dat de winst voor het aankomende kwartaal gevaarlijk laag gaat uitvallen en dat de directie snel moet ingrijpen. Hoe

effectiever jij presenteert, hoe duidelijker de ander inziet dat het misgaat. Des te sneller en daadkrachtiger zal de ander optreden. Het is dus aan jou alles in staat te stellen om de boodschap zo effectief mogelijk over te brengen. Een goede voorbereiding helpt jou daarbij. Deze bestaat uit vier stappen:

- Stem je presentatie op je publiek af
- Klep dicht en plakken!
- Formuleer je hoofdboodschap en deelonderwerpen
- Kies de beste verschijningsvorm

STAP 1: STEM JE PRESENTATIE OP JE PUBLIEK AF

Je kunt de effectiviteit van een presentatie pas bepalen als je weet waar het publiek behoefte aan heeft. Welke informatie en welke 'toon' hebben jouw toehoorders nodig om de boodschap goed te ontvangen? Deze kennis helpt je een goede verhaalstructuur op te bouwen met een spanningsboog die het publiek zal boeien tot het einde.

Misschien weet je al wie er straks in de zaal zitten. Bijvoorbeeld collega's van jouw afdeling, de directie of de key accounts van jouw orga-

SLIDE DESIGN

Een succesvolle digitale presentatie begint met overtuigende slides. Dit praktische boek helpt je bij het ontwerpen van originele slides die jouw boodschap aantrekkelijk en duidelijk communiceren.

Er worden elke dag miljoenen presentaties ontworpen met programma's als PowerPoint, Keynote, Prezi en Google Presentaties. Als we er zo veel mee bezig zijn, hoe komt het dan dat we dikwijls geconfronteerd worden met lelijke slides vol tekst, onbegrijpelijke grafieken en afgezaagde beelden?

We denken te weinig na over wat we écht willen communiceren. We willen zo compleet mogelijk zijn, dus brengen we alle informatie in beeld. Maar een effectieve slide is vaak een eenvoudige slide. Hij is slechts bedoeld om jouw gesproken boodschap te versterken.

Maarten van der Schaal van NIEUW-BERICHT is gespecialiseerd in het ontwerpen van originele digitale presentaties en helpt sprekers en bedrijven bij het ontwikkelen van hun verhaal. Ook geeft hij presentaties en trainingen over het maken van digitale presentaties en het ontwikkelen van een goed verhaal.

Het complete **handboek** voor overtuigende digitale presentaties

Slide design neemt je mee in de wereld van digitale presentaties en leert je om overtuigende digitale presentaties te bedenken, te ontwerpen en in te zetten. *Slide design* geeft het antwoord op al jouw vragen zoals:

Hoe ontwerp ik **originele** slides?

Hoe gebruik ik **tekst** op een slide?

Hoe ga ik om met **bullet points**?

Welke **beelden** werken goed bij mijn publiek?

Wanneer breng ik **beweging** in mijn slides?

