Leren Presenteren
In vijf stappen

Helder Advies
Bureau vraagsturing en gebruikersperspectief

Inhoud

Inleiding **5**
I. Voorbereiding **5**
I.1. Publiek 7
I.2. Doelstelling 7
I.3. De inhoud 8
1.4 Structuur 8
1.4.1 Kop-romp en staart 8
1.4.2 Varianten op Kop – romp - staart 9
I.4.3 Opening 9
I.4.4 Effectief afsluiten 9
I.5. Ondersteunend materiaal 10
1.5.1 Visuele hulpmiddelen 11
I.6. Randvoorwaarden 13
1.6.2 Ruimte 13
1.6.3 De checklist 13
1.7. De presentatie zelf 13
1.7.1 Het presentatiekaartje 13
1.7.2 Oefen 13

II. Tijdens de presentatie **15**
II.1. Vermijd barricades! 15
II.2. Ondersteunende gebaren 15
II.3. Intonatie 15
II.4. Contact met publiek 15
II.5. Wat doen je voeten? 15
II.6. Oefen je stem 16
II.7. Betrek het publiek 16
II. Aandacht van de toehoorders verslapt! 16
II.8 Vragen beantwoorden 16
III. Samenvattend: Succesfactoren 19

Bijlagen **20**

Goede voorbereiding en repetitie leiden tot succes

Inleiding

Presenteren is emotioneren

(P.J.G. Frijters)

Iedereen kan een presentatie geven waar de luisteraars door geraakt worden. Veel mensen vinden een presentatie houden een lastige klus. Vaak uit angst om een fout te maken of uit angst om voor gek te staan.

Tijdens een presentatie presenteer je ook jezelf. De laatste jaren komt er steeds meer aandacht voor de ervaringsdeskundigheid van belangenbehartigers. Dat betekent dat het steeds belangrijker wordt om aan een groter publiek het belang van je zaak uit te leggen.

Helaas denken veel sprekers dat wat ze zeggen het belangrijkste is. Ze vergeten dat het net zo belangrijk is hoe je de presentatie geeft. Het gaat dus niet alleen om de woorden, maar ook en vooral om de manier waarop je het brengt.

Wat bepaalt hoe je overkomt?

Drie aspecten spelen een rol:

1. **non-verbaal (wat je zegt met je lichaam, lichaamstaal);**
2. **verbaal (dat wat je zegt);**
3. **vocaal (het stemgeluid waarmee je iets zegt).**

Het ene aspect is meer bepalend in hoe jij overkomt dan het andere, namelijk:

Bij een goede voorbereiding van een presentatie is het dus belangrijk ook te letten op hoe je iets zegt. Door gebaren, uitdrukking op je gezicht en toonhoogte te gebruiken, gaan de toehoorders echt luisteren.
In deze reader ga ik kort in op alle facetten van presenteren, zowel de inhoud van het verhaal als de manier waarop de presentatie gegeven wordt. De map bestaat uit twee delen: de voorbereiding en de presentatie.
Het belangrijkste leer je in de praktijk door voortdurend te oefenen, het te doen en te evalueren hoe het is gegaan.

Ontdek waar je publiek in geïnteresseerd is. Als je daarbij aansluit, is presenteren een stuk gemakkelijker.

I. Voorbereiding

Denk aan de volgende punten bij de voorbereiding:

1. **Wie is mijn publiek?**
2. **Welk effect wil ik bereiken? (wat is je doel)**
3. **Wat wordt de inhoud op basis van het bovenstaande**
4. **Kies een vorm en structuur voor je verhaal**
5. **Zoek of maak ondersteunend materiaal, zoals een powerpoint, youtubefilmpje of voorwerpen**
6. **Onderzoek naar ruimte, audiovisuele hulpmiddelen etc.**
7. **Oefen**

I.1. Publiek

Kennis van het publiek is belangrijk voor de inhoud van je verhaal. Want je stemt de presentatievorm en taalgebruik af op het publiek. Een presentatie voor de directie van een instelling ziet er anders uit dan een presentatie voor je leden.

Breng je publiek in beeld met de volgende vragen:

- **Is het publiek intern of extern?**
- **Wat weten de toehoorders van het onderwerp?**
- **Wat zijn de verwachtingen?**
- **Welk belang heeft het publiek bij je verhaal?**
- **Welk inhoudelijk niveau kunnen de toehoorders aan?**
- **Hoe staat je publiek ten opzichte van het onderwerp van je presentatie?**
- **Welke kenmerken zijn verder van belang?**

(Denk aan: leeftijd, opleidingsniveau)

I.2. Doelstelling

Een goede spreker weet wat hij wil met zijn presentatie. Je werkt toe naar een doel. Dat doel wordt niet alleen bepaald door wat de spreker zelf wil vertellen. Het wordt ook bepaald door wat het publiek wil horen en door de situatie waarin de presentatie plaatsvindt.

Er zijn zes type doelen die ook de opzet van de presentatie beïnvloeden (zie bijlage 1):

- **Informatie verschaffen**
- **Voortgang rapporteren**
- **Overtuigen**
- **Een beslissing krijgen**
- **Een probleem oplossen**
- **Een vaardigheid aanleren**

KISS Keep It Simple and Stupid

Probeer je doelstelling zo nauwkeurig mogelijk te formuleren.

Bijvoorbeeld:

Na mijn presentatie kent mijn publiek de gevolgen van de nieuwe zorgverzekeringswet voor de vergoeding van specifieke medicatie (informatie/kennis). Na afloop heeft mijn publiek (bijvoorbeeld zorgverzekeraars) de intentie om het voorgenomen besluit te heroverwegen. (Overtuigen) .

Let wel; in een presentatie van een uur kunt je mensen niet zomaar van gedachten laten veranderen. Al was het maar omdat er een grens is aan de hoeveelheid informatie die de toehoorders in korte tijd kunnen verwerken.

I.3. De inhoud

Presentaties hebben tegenwoordig steeds meer het tempo van een videoclip of televisiereclame. Je krijgt meestal een kwartier de tijd, hooguit een half uur. Zelden meer. Na tien minuten verliezen veel toehoorders de aandacht.

Dat betekent dus **kiezen/selecteren.** Niet alles wat je weet is van belang voor de doelstelling en voor het publiek!

Naast selectie van de inhoud moet je het verhaal ook **ordenen!**

Een goede presentatie heeft een heldere structuur. Je helpt het publiek als je aan het begin vertelt wat ze kunnen verwachten en hoe je presentatie is opgebouwd. Breng je verhaal zo eenvoudig mogelijk over: beperk je tot de kern en gebruik gewone mensentaal.

1.4. Structuur

Geef aan iedere presentatie een structuur en wijk daar zo min mogelijk van af. Zo kan je publiek je blijven volgen.

1.4.1 Kop-romp en staart

Ondanks zijn eenvoud, of misschien juist daarom, is dit de oervorm van alle presentaties.

Kop

De kop is het begin, hier geef Je een inleiding op het onderwerp en een overzicht van wat Je gaat vertellen. Hier ligt dé kans voor een verrassende opening.

Romp

De romp bevat de feitelijke boodschap, het is de kern van je verhaal. Hier noemt Je de argumenten of onderbouwing voor je standpunt.

Staart

In de staart, Je raadt het al, vat Je de boodschap nog eens samen. JE komt tot een conclusie en noemt eventuele aanbevelingen

1.4.2 Varianten op Kop – romp - staart

Er zijn vele varianten mogelijk op het kop-romp-staart model mogelijk.

VVV

Toehoorders hebben behoefte aan herhaling en bevestiging. De VVV-formule is zo succesvol omdat ze inspeelt op deze menselijke behoefte.

“Tell them what you are going to tell; then tell them and finally tell them what you told them”. In gewoon Nederlands:

- **Vertel wat je gaat vertellen**
- **Vertel het**
- **Vertel wat je verteld hebt**

I.4.3 Opening

Je presentatie staat of valt met een goede opening. Een openingszin trekt de aandacht, creëert ontspanning en is relevant voor de presentatie.

Actualiteit

Nieuws is een prima binnenkomer. Zeker als het om een onderwerp gaat waar mensen direct mee te maken hebben. Neem een actueel bericht (liefst uit de krant van diezelfde dag) en gebruik het als kapstok voor je verhaal.
Voorbeeld: Ik zag vanmorgen in de krant dat honderden hoogbejaarden nog moeten verhuizen omdat het verzorgingshuis sluit.

Anekdote/verhaal

Een anekdote is een kort verhaaltje met een grappige, verrassende of ontroerende kern. De meeste mensen houden van verhalen. En een verhaalopening kan nog meer impact hebben als je de toehoorders erbij betrekt.
Ook persoonlijke belevenissen krijgen onmiddellijk de aandacht. Bijvoorbeeld: Stel je je eens voor: je wilt heel graag zo normaal mogelijk naar school/werk, maar je hebt hulpmiddelen nodig en deze vind je lelijk om te zien, waardoor je bang bent om uitgelachen te worden….

Humor

Een grap als opening breekt het ijs en verhoogt de sfeer. Probeer 'm eerst uit op een paar proefkonijnen en voorkom dat je je toehoorders (onbedoeld) beledigt.

Citaat
Waarom zelf zwoegen op een prachtige openingszin als anderen het wiel al hebben uitgevonden?
Bijvoorbeeld: Wie zei: fantasie is belangrijker dan kennis? (Albert Einstein)

Een oprecht compliment maken
De meeste mensen waarderen een compliment, als het maar oprecht is. Bijvoorbeeld: wat geweldig dat de gehele commissie hier in de zaal aanwezig is.

Een krachtige uitspraak doen
Met een krachtige uitspraak trek je direct de aandacht van je toehoorders.
Bijvoorbeeld: Dankzij de onze vereniging komen mensen beter voorbereid op het spreekuur.

Een uitdagende, grappige vraag stellen
Met een vraag verplicht je mensen op te letten. De vraag moet wel met je onderwerp te maken hebben. Bijvoorbeeld: wil degene die met het openbaar vervoer is gekomen, de hand opsteken. Ongeveer de helft. Stel dat je ….. hoe zou het dan zijn.

I.4.4 Effectief afsluiten
Afsluiten is een ander essentieel onderdeel van je presentatie. Hoe kun je afsluiten?

Eindig zoals je bent begonnen
Haal aan het eind het citaat, verhaal of anekdote nogmaals aan. Afsluiten met de anekdote waarmee je bent begonnen geeft herkenning en blijft vaak hangen bij de toehoorders alleen als omdat ze de anekdote tweemaal hebben gehoord.

Samenvatten
Je kunt het zelf doen of de toehoorders vragen stellen en hen zo de samenvatting laten maken.

I.5. Ondersteunend materiaal

Er zijn onderzoeken die uitwijzen dat presenteren een goede manier is om dingen te onthouden: Voor de spreker welteverstaan.

De toehoorder onthoudt er maar bitter weinig van: **gemiddeld genomen ongeveer 5%.**

Laten zien **10%**
Zien en horen **20%**
Demonstreren **30%**
Discussiëren **50%**
Iets laten doen **75%**

Dit is een goede reden om gebruik te maken van meerdere hulpmiddelen om de boodschap over te brengen.

1.5.1 Visuele hulpmiddelen

Luisteraars zijn dus eigenlijk liever kijkers. En de boodschap voor sprekers is dan ook:
Laat zien wat je zegt.

Maak dus gebruik van voorwerpen om je thema te verbeelden, laat foto's of filmpjes zien; youtube is een hele rijke bron. Maak zelf foto's of filmpjes van situaties die mensen herkennen.

Voordelen

- **Met sheets of een visuele presentatie houd je zelf de lijn van je presentatie vast.**
- **De powerpoint of prezi presentatie biedt houvast aan het publiek en fungeert voor de spreker als spiekbrief.**

Let op:

- **Zet slecht vijf regels op een sheet en beperk het aantal plaatjes.**
- **De vorm leidt de aandacht af van de inhoud.**

Laat zien
wat je zegt.

Lees nooit de presentatie voor.

I.6. Alles er omheen/Randvoorwaarden

Onderzoek van te voren of de randvoorwaarden goed georganiseerd zijn.

1.6.1 Ruimte

Bij een presentatie voor een kleine groep, is het prettig om de stoelen in een halve kring neer te zetten.
De halve kringopstelling zorgt er voor dat de deelnemers, zich ook makkelijk op elkaar kunnen richten.
Dit nodigt uit tot actieve deelname.

Bij een groter publiek is deze hoefijzervormige opstelling meestal niet erg praktisch. Belangrijk is hier dat je zelf kiest voor een plaats waar iedereen je goed kan zien.
Zorg dat je bijtijds aanwezig bent, zodat je kunt wennen aan de ruimte en kunt bepalen waar je wilt zitten/staan.
Hoe het licht valt, hoe het geluid voor je het beste georganiseerd kan worden.

1.6.2 De checklist

Maak een checklist van wat je mee moet nemen of wat aanwezig moet zijn zoals:
beamer + laptop, wifi, verlengsnoeren, naambordjes, etc.

✓ Beamer
✓ Laptop
✓ Wifi
✓ Verlengsnoeren
✓ Naambordjes

1.7. De presentatie zelf

Bij een goede voorbereiding is de presentatie zelf, een feestje. De toehoorders luisteren geboeid, je filmpjes slaan aan en je bent voorbereid op vragen.

1.7.1 Het presentatiekaartje

Je weet welke punten je wilt behandelen en in welke volgorde. Wat nu? Je hebt de basis voor de presentatie. De volgende stap is om de juiste woorden te vinden om je presentatie over te brengen. Schrijf de belangrijkste punten op een kaartje zoals je presentatoren ziet doen op televisie.
Dus een presentatie uitschrijven en dat voorlezen, verveelt de luisteraar onmiddellijk. Schrijftaal is namelijk geen spreektaal.

1.7.2 oefen

Vervolgens oefen je voor de spiegel of nog liever voor vrienden of een partner. Tevens controleer je hoeveel tijd je presentatie in beslag neemt. Je zult verbaasd staan hoe snel je over de toegestane tijd heen gaat.

Je wisselt dus iets uit in plaats van dat je hen passief laat luisteren.

II. Tijdens de presentatie

Je hebt je goed voorbereid, het verhaal zit goed in elkaar, alle spullen liggen klaar. Nu komt het erop aan dat je het verhaal boeiend brengt. Dat betekent dat je niet alleen iets voordraagt, maar dat je werkelijk met je publiek communiceert. J e wisselt dus iets uit in plaats van dat je hen passief laat luisteren. Deze communicatie over en weer kun je sturen.

II.1. Vermijd barricades!

Zorg bij de keuze van de plaats van waaruit je spreekt dat er zo min mogelijk barricades zijn tussen jou en je publiek. Het is beter te spreken in de vrije ruimte; het is minder saai.

II.2. Ondersteunende gebaren

Het is goed om tijdens je presentatie veel gebruik te maken van ondersteunende gebaren. Veel mensen vragen zich af waar ze hun handen moeten laten. Aan de handen is het eerst gespannenheid te zien en daarom worden de handen eerder als een last ervaren dan als een handig hulpmiddel.

Wat dan wel?
De handen ontspannen langs het lichaam.

II.3. Intonatie

Je stem is ook een belangrijk non-verbaal hulpmiddel tijdens de voordracht. Zorg bij het toespreken van een grote groep voor een microfoon. Zo kun je optimaal gebruik maken van je intonatie.

II.4. Contact maken met het publiek

Tijdens een gesprek met iemand is oogcontact erg belangrijk. Het patroon van aankijken en wegkijken regelt onder andere het verloop van het gesprek. Bij spreken in het openbaar is het niet anders. Verplaats regelmatig je blik naar een andere persoon, bij voorkeur iemand die aan een andere kant van de groep zit. Vanaf een afstand van zo'n acht meter is oogcontact niet meer echt goed mogelijk. Richt je daarom vooral op de voorste rijen. Werp wel af en toe een blik naar boven (achteren) om ook de achterste mensen te betrekken.

II.5. Wat doen de voeten?

Met je voeten bepaal je (bijna letterlijk) de stevigheid en stabiliteit tijdens de presentatie. Het geeft stevigheid als de voeten iets uit elkaar staan en het gewicht gelijk verdeeld is over beide benen. Iemand die zo staat komt ook overtuigend en zeker van zichzelf over.

II.6. Oefen je stem

Het publiek hoort aan de stem of je gespannen bent of niet. Een goede, vaste stem begint met ademhaling. En ademhaling, op zijn beurt, begint met een goede houding. Enkele tips:

- **Sta of zit met beide voeten stevig op de grond**
- **Ontspan de schouders**
- **Houd het hoofd rechtop**
- **Adem met de buik**
- **Breng variatie in toonhoogte**
- **Regel je stemvolume**

II.7. Betrek het publiek

Als je luisteraars actief betrekt, wordt de presentatie ook voor jezelf leuker en inspirerender.
Zo betrekt je het publiek:

Ga het gesprek aan

Doe alsof je met het publiek in gesprek bent. Stel een vraag en kijk eens rond. Neem rustig de tijd om de vraag te laten doordringen tot je publiek. In een klein gezelschap kun je één of twee personen laten antwoorden op je vraag.

Laat mensen meedoen

Het minste wat je doen kunt, is mensen de gelegenheid geven om vragen te stellen. Omdat het vrijwel altijd dezelfde personen zijn die de mond opendoen, zoek je misschien een meer creatieve manier.

Bijvoorbeeld:

Stelling poneren.
Laat voor- of tegenstanders de vinger opsteken.
Laat buren er met elkaar over discussiëren.

II. Aandacht van de toehoorders verslapt!

Behalve aandacht te besteden aan je eigen lichaamstaal tijdens de voordracht, is het belangrijk te letten op de lichaamstaal van de toehoorders. Zit het publiek onderuit of op het puntje van de stoel? Hebben ze een open houding of zitten ze stijf met hun armen over elkaar? Bewustzijn van de lichaamstaal van je publiek geeft je de mogelijkheid om de presentatie te sturen. Zo kun je bijvoorbeeld door wisseling in stemvolume of door het maken van een humoristische opmerking over hun houding, de induttende mensen er weer bij halen.

II.8 Vragen beantwoorden

Het merendeel van de vragen is vaak simpel te beantwoorden; het zijn vaak simpele verzoeken om informatie. Iemand kan een vraag stellen die eigenlijk als kritiek bedoeld is. Daarom een korte opsomming van de meest lastige vragen en hoe je die kunt beantwoorden in bijlage 2.

Bepaal van te voren of je publiek tussendoor vragen mogen stellen of dat je het liever na afloop van je presentatie wilt.

Moedig vragen en discussie aan. Het betekent betrokkenheid.

Breng structuur in het verhaal

III. Samenvattend: Succesfactoren

Of een presentatie slaagt, hangt niet alleen af van de inhoud van je verhaal maar ook van de manier waarop je de boodschap overbrengt. We zetten de belangrijkste succesfactoren op een rijtje.

Ken je publiek

Weet wie je voor je hebt: aanspreken met 'je' of met 'U'? , wat weet het publiek van het onderwerp en zijn ze geïnteresseerd in wat je te zeggen hebt.

Weet wat je gaat zeggen

Houd tijdens het spreken een spiekbriefJe bij de hand met de kernwoorden van je verhaal. Verspil je tijd niet met wat mensen al weten, geef ze iets nieuws, verrassends en laat hun fantasie werken.

Breng structuur in het verhaal

Hanteer een duidelijke verhaallijn. Maak gebruik van kaartjes, een powerpoint of prezi om je verhaal te structureren.

Gebruik beelden

Eén keer zien is beter dan 1.000 keer horen. Hebt je leuke filmpjes of voorwerpen die je presentatie kunnen ondersteunen, laat ze zien! Houd intussen wel contact met het publiek en zorg dat je met de apparatuur kunt omgaan.

Maak contact

Het gaat er niet alleen om wat je zegt, maar ook hoe je het zegt. Maak contact met het publiek: stel vragen, houd oogcontact, loop rond, laat mensen stemmen op een stelling door de vinger op te steken. Kortom: betrek de luisteraars actief bij je verhaal. Laat niet alleen je mond maar ook je lichaam spreken. Gebruik handen en voeten om het betoog te illustreren en onderstreep de boodschap met mimiek en gezichtuitdrukking.

Bijlage 1

Doel: informatie verschaffen

1. Formuleer de doelstelling voor uw presentatie in een zin.
2. Bepaal hoe u gaat beginnen
   Beginzin
   Grap, anekdote, etc.
3. Bepaal welke informatie Je wilt geven: beperk Je tot drie a vijf punten.
4. Omschrijf alle afkortingen en jargontermen, b.v. kadernota, waar staan de letters WMO voor, CZ, VPC, etc.
5. Maak duidelijk wat je toehoorders er aan hebben. Leg verband tussen de informatie en de waarde ervan voor je publiek.
6. Afsluiting

Doel: Voortgang rapporteren

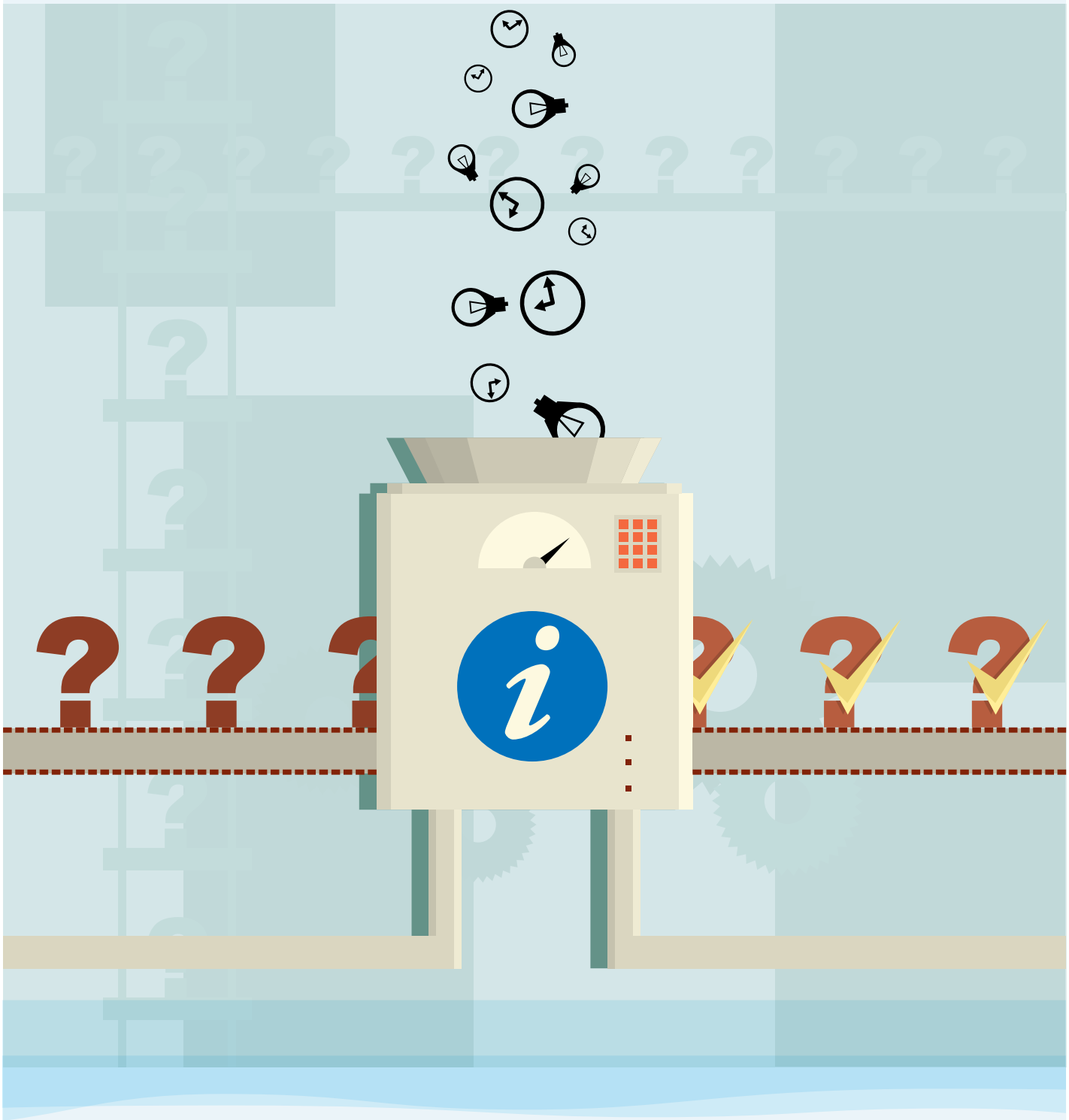
1. Ontwikkel een specifieke doelstelling (vat het doel van je presentatie in een zin samen)
2. Beschrijf het doel en de methodiek van het product
3. Beschrijf de status van het product
4. Beschrijf de resultaten die tot nu toe zijn bereikt
5. Geef aan welke eventuele problemen er zijn
6. Geef suggesties of vraag om ideeën om deze problemen op te lossen.
7. Bepaal wie verantwoordelijk is voor het ondernemen van actie en het stellen van deadlines.

Doel: Een probleem oplossen

1. Ontwikkel een specifieke doelstelling (een zin waarin je zegt wat het doel is van de presentatie).
2. Omschrijf het probleem.
3. Beschrijf de feiten en relevante opinies over het onderwerp; beperk je tot de drie belangrijkste feiten en/of opinies.
4. Bepaal wat het ideale resultaat zou zijn van de oplossing.
5. Beschrijf de mogelijke oplossingen (beperk de oplossingen)
6. Bepaal welke alternatieven het best tot het gewenste resultaat leiden
7. Beslis welke oplossing het wordt.
8. Uitvoering: gebrek aan actie leidt zeker tot onopgeloste problemen. Een verkeerde actie kan worden bijgestuurd.

Doel: een beslissing verkrijgen

1. Ontwikkel een specifieke doelstelling in een zin
2. Beschrijf de criteria op basis waarvan de beslissing moet worden genomen of op basis waarvan je een beslissing hebt genomen. In volgorde van belangrijkheid.
3. Beschrijf de mogelijkheden en alternatieven en eventuele leuke bijkomstigheden.
4. Presenteer een vergelijking van de mogelijkheden, en geef van elke optie de voors en tegens (je kunt de mogelijkheden vergelijken door ze te beoordelen aan de hand van de criteria)
5. Doe een aanbeveling voor een mogelijkheid
6. Beschrijf de stappen voor het uitvoeren van de beslissing voor zover het je rol is. Beschrijf de momenten waarop je terugkomt op het besluit.



Beantwoorden van vragen

Bijlage 2

II.9 Vragen beantwoorden

Het merendeel van de vragen is vaak simpel te beantwoorden; het zijn vaak simpele verzoeken om informatie. Iemand kan een vraag stellen die eigenlijk als kritiek bedoeld is. Daarom een korte opsomming van de meest lastige vragen en hoe je die kunt beantwoorden.

Het verborgen bezwaar

Soms zijn de bezwaren nauwelijks verborgen: “betekent dit dat je voorstelt dat de burger meer gaat betalen?” Je kunt dit aanpakken met behulp van de standaardregels voor bezwaren:

- **Ga niet in de verdediging**
- **Maak het bezwaar specifiek: vraag bijvoorbeeld waarom je voorstel automatisch lijdt tot een prijsverhoging voor de burger, volgens hen.**
- **Noem het compenserende voordeel. Je benoemt wat het oplevert. Bijvoorbeeld grotere zelfstandigheid van de cliënten/burger waardoor minder hulp nodig is.**

De toetsvraag

De toetsvraag is bedoeld om je kennis te toetsen. Dus bijvoorbeeld: weet je wat de kwaliteitswet hier over zegt? De vragensteller kent het antwoord, maar wil toetsen of je het antwoord ook weet.
De gulden regel is: als je het antwoord niet weet, zeg dit dan gewoon en ga niet bluffen.

De demonstratievraag

De echte motivatie van de vragensteller is vaak om te laten zien hoeveel hij zelf weet. Hij/zij wil graag dat de kennis publiekelijk wordt erkend.
Stem zonder aarzelen in en erken hoe slim de vragensteller wel is.

De betwistende vraag

Je beweert iets op de expertise de toehoorders. Dit zal vaak voorkomen bij belangenbehartigers. Directies die weten wat de cliënten willen of wethouders die weten wat de burgers willen en betwistende vragen gaan stellen. Het zijn geen vragen, maar betwisten eigenlijk je bewering.

De defensieve vraag

Iets wat je voorstelt betekent minder status, meer werk, meer kosten voor één of meerdere toehoorders. Een defensieve vraag kan zijn: dus dat betekent dat Je nu niet tevreden bent over de zorg? Dit kunt je vaak het beste pareren met een tegenvraag. “waar baseer je dat op?”

Bij alle lastige vragen moet je je eerste reactie bedwingen en even de tijd nemen om tot je zelf te komen. Dit kunt je ook doen door te zeggen:”deze vraag verrast me”, etc. Daarna:

- **De vraag beantwoorden**
- **Toegeven dat Je het niet weet en het antwoord later achterhalen’**
- **Het antwoord uitstellen en hier later onder vier ogen op terug komen**
- **Doorverwijzen naar een collega belangenbehartiger die er meer van weet.**
- **De vraag terug kaatsen**
- **De vraag in de groep gooien**

Helder Advies
Bureau vraagsturing en gebruikersperspectief

www.helder-advies.nl