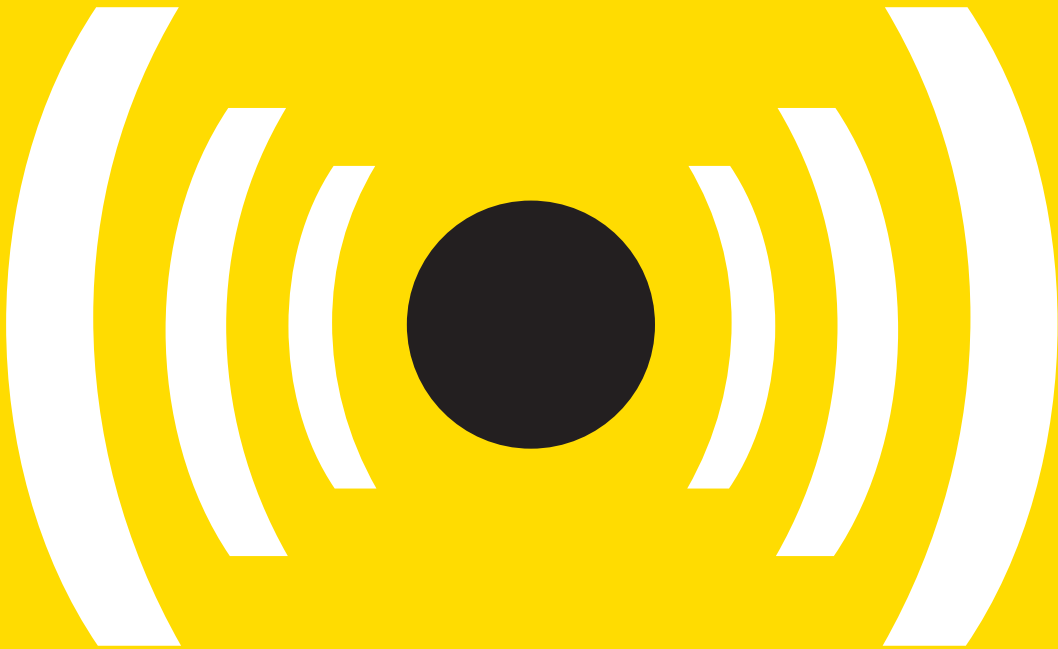


KL!NK

Spreken met **impact**



Henk Stoorvogel

Mark van Vuuren

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	9
INLEIDING: 3 FACTOREN, 5 STAPPEN	11
Oude namen	16
Spreken als kunst	17
Het gaat over jou	19
Verbinding met je publiek	22
Jouw verhaal	24
In vijf stappen naar een verhaal dat KLINKT	26
Je hoeft het niet alleen te doen	29
TREDE 1: ONTDEKKEN	35
Ontdekken met Leonardo	39
Creatief proces	40
Strategie 1: Feiten zijn noodzakelijk, maar niet voldoende	45
Strategie 2: Vragen vormen je vertrekpunt	49
Strategie 3: Zet je zintuigen aan	51
Strategie 4: Ken de kracht van contrast	53
Strategie 5: Context creëert diepgang	56

Strategie 6: Duik de diepte in	59
Strategie 7: Teken het concept	60
Strategie 8: Vertrouw op de kracht van verhalen, voorwerpen, visuals en feiten	62
<i>Casestudy: Sir Ken Robinson</i>	65
Samenvatting	68
Op naar de volgende trede	69

TREDE 2: ORDENEN **71**

Ordenen met Jane Jacobs	75
De structuur van de stoep	78
Ordenen volgens NYC	80
NYC: New!	83
NYC: You!	85
NYC: Call!	87
NYC toegepast op verschillende terreinen	89
NYC: bouw de spanningsboog uit	90
Een spectrum aan spanningsbogen	92
Verdiepingsstappen voor ordenen	94
Inzoomen of uitzoomen?	95
Een boeiend verhaal maken	98
Een innemende introductie	104
Een krachtige call to action creëren	107
Ontspan: Nog een keer Jane Jacobs	110
<i>Casestudy: Mark Rutte</i>	111
Samenvatting	116
Op naar de volgende trede	117

TREDE 3: OMSCHRIJVEN **119**

Omschrijven met Mohammed Ali	121
Ritme	123
Voetenwerk	126
Schijnbeweging	128
Combinaties	133

Tempowisselingen	137
Punch	139
<i>Casestudy: Michael Curry</i>	141
Samenvatting	144
Op naar de volgende trede	145

TREDE 4: ONTHOUDEN **147**

Onthouden met Agatha Christi	149
Vier strategieën voor Onthouden	151
Het geheugenpaleis	152
Voorbeeld van een geheugenpaleis	155
Mindmap	159
Voorbeeld van een mindmap	160
Powerpointpresentatie	162
Voorbeeld van een powerpointpresentatie	164
Kaartjes	165
Voorbeeld kaartjes	166
Kies een strategie die bij je past	168
<i>Casestudy: Amy Morin</i>	169
Samenvatting	172
Op naar de volgende trede	173

TREDE 5: OVERDRAGEN **175**

Overdragen met Teddy Roosevelt	177
Betreed de arena	179
Het is niet de criticus die telt	180
De eer komt toe aan degene die zich kranig weert	183
Presence	185
Plek	186
Performance	188
<i>Casestudy performance: Jochem Myjer</i>	191
Waar laat ik mijn handen als ik spreek?	193
Hoe ga ik staan? Zo!	195

Fouten maken is onvermijdelijk	196
Desondanks...	198
<i>Casestudy: Martin Luther King jr.</i>	200
Samenvatting	203
HOE KLINK JIJ ONLINE?	205
Vier verschillen tussen online en offline spreken	209
KLINK: Ontdekken – Ordenen – Omschrijven – Onthouden – Overdragen	211
Een checklist voor het vertalen van je verhaal naar de digitale context	217
NAWOORD	219
Henk Stoorvogel	221
Mark van Vuuren	223

VOORWOORD

“Stop maar eventjes. Begin maar hélemaal opnieuw...” Dat kreeg Jochem Myjer keer op keer te horen van zijn Duitse vioollerares.

Toen ik (Henk) hetzelfde hoorde, zonk mij de moed in de schoenen. Al jarenlang liep ik te ploeteren en puzzelen in mijn promotietraject aan de Universiteit Twente. Mark was mijn dagelijks begeleider, professor De Jong mijn promotor. En iedereen die gaat promoveren weet dat er momenten komen dat je het niet meer ziet zitten. Iedereen vreest voor het moment dat jij – nadat je knetterhard je best hebt gedaan en avonden hebt gebuffeld – de professor hoort zeggen: “Stop maar eventjes, begin maar hélemáál overnieuw...”

Nu was het moment daar. Ik had mijn promotor de gevreesde woorden horen zeggen. Maanden van hard werk zag ik als sneeuw voor de zon verdwijnen. Het maakte me niet uit of hij misschien een beetje gelijk had. Ik

voelde me vooral verslagen en wanhopig. Zou dit hele onderzoek ooit slagen?!

Het was op dat moment dat Mark tegen mij zei: “Henk, dit is balen. Maar laten we iets afspreken. Wanneer je proefschrift voor de wetenschap klaar is, maken we samen een gave en leesbare versie over spreekvaardigheid, leesbaar voor normale mensen. Hoe klinkt dat?” Die zin was precies de lichtstraal die ik nodig had. Aan het eind van de donkere tunnel van onderzoek gloorde hoop!

Het onderzoek kreeg steeds meer vorm en bereikte op 1 maart 2019 een prachtige climax in een openbare verdediging voor een college van professoren en een knalfeest op vliegbasis Twente. En al snel daarna zaten we bij elkaar om een plan te maken voor het boek dat jij nu gaat lezen.

Uitdagend was het wel: hoe konden we de klassieke retorica, ‘de vijf canons van spreek-



vaardigheid', toegankelijk, verrassend en *up to date* maken? Het uitnodigen van vijf gidsen bleek de gouden greep. Maak kennis met Leonardo da Vinci, Jane Jacobs, Mohammed Ali, Agatha Christi en Theodore Roosevelt! Zij helpen je om beter te leren spreken.

Het resultaat is een boek dat zowel methodisch is als creatief. Methodisch, omdat we je meenemen langs de basisstappen die je kunt doorlopen om te komen tot een verbindend en overtuigend verhaal. Creatief, omdat we steeds hebben gezocht naar manieren hoe we de techniek van spreekvaardigheid zo speels en visueel mogelijk met je kunnen delen.

We zijn blij met de intensieve samenwerking met de mensen van KokBoekencentrum: Leendert Torn, Andries Mol, Peter Kortleve en Arjan van Trigt. Jullie professionaliteit en expertise heeft het boek precies gegeven wat het nodig had.

Een speciaal woord van dank aan prof. dr. Menno de Jong. Hij was Henks promotor, die zich het onvermoeibare, wijze en kritische hoofd van de begeleidingscommissie toonde. Voor Mark is hij al jaren de meest nabije collega op de universiteit. Dat komt omdat Menno is wat je hoopt dat academici zijn: intellectueel, integer, en altijd open voor avonturen en nieuwe dingen. Zonder Menno was KLINK er niet geweest. Daarom dragen we dit boek aan hem op.

Tot slot, een woord aan jou, de lezer. Het is onze vurige wens dat dit boek jou gaat helpen om jouw KLINK te vinden, zodat je woorden kunt geven aan je HOOP en deze wereld tot een betere plek kunt maken.

Hartelijks,
Henk Stoorvogel & Mark van Vuuren

**INLEIDING:
3 FACTOREN,
5 STAPPEN**



Luister even mee. Hoe klinkt dit?

Landgenoten! Het uur der bevrijding is thans ook voor u aangebroken. Het ogenblik waarop ik en u met zoveel spanning en ongeduld gewacht hebben, is daar.

Best oud Nederlands, met dat ‘thans’ enzo en ook best gek om eerst ‘ik’ te zeggen en dan pas ‘u’, maar hé, het gaat hier wel om Koningin Wilhelmina. In de chaos van mei 1945 vragen velen zich af wat er nu precies gebeurd is. Mogen ze al geloven dat de oorlog echt afgelopen is? En dan komt de autoriteit met de mededeling: Ja! Hoop wordt werkelijkheid, doordat zij het zegt.

En hoe klinkt dit dan?

I have a dream today!

Hoor je het? Hier is iemand die echt ergens in gelooft. Ik heb een droom en dat moet je weten. Dromen zijn normaal privé, maar hier schalt het door de straten. De beslistheid spat van de letters. Dit is ónze droom. Op de oude filmbeelden klinkt de stem opvallend traag en gedragen, daardoor golft de boodschap naar je buik.

Nou, nog eentje:

Oh wait, there is one more thing...

Even klinkt het alsof iemand het bijna was vergeten. Een vingertje in de lucht, beetje

zwaaien. O ja, nog één dingetje... Maar het werd gezegd door iemand met een lachje om de mond waarna de zaal begon te lachen, applaudiseren en stampen. Want iedereen wist: het beste is voor het laatst bewaard. Dat kleine zinnetje zou uitgroeien tot één van de handelsmerken van de presentaties van Apple-baas Steve Jobs.

Bijzonder toch? Een paar klanken waarmee een wereld tevoorschijn komt. Spreken heeft een ongelofelijke veranderkracht. In de geschiedenis zijn er keer op keer momenten geweest dat een toespraak een enkeling of hele volken inspireerde tot verandering of verzet, tot dromen en daden, tot vasthouden of opgeven.

Deze drie iconische zinnen zijn er voorbeelden van.

Een toespraak van 17 minuten voor 200.000 mensen in Washington. De spreker, de dromer, was Martin Luther King en hij liet de mensen weer dromen. En niet alleen die mensen toen, maar velen sindsdien tot vandaag toe.

Met haar radiotoespraken vanuit Londen sprak Koningin Wilhelmina tijdens de Tweede Wereldoorlog haar volk moed in. Luisteraars riskeerden hun leven soms om dit te kunnen horen. Doordat ze sprak liet ze zien dat er een werkelijkheid bestond die anders was dan wat de mensen om zich heen ervoeren. Als je de foto's ziet valt op wat een joekel van een microfoon daar staat. En het moet wel heel koud zijn geweest in de radiostudio om zo'n enorme bontjas nodig te hebben. Maar het onder-

streept de koninklijke onverzettelijkheid en de robuuste realiteit van de vrijheid.

Apple-directeur Steve Jobs gaf presentaties die een mythische status kregen, vooral doordat hij aan het eind van zijn verhaal schijnbaar achteloos kwam met dat ene zintje ‘O ja, er is nog één ding’ en dan een revolutionaire uitvinding uit zijn zak toverde.

Sprekend is goud. Spreken kan mensen moed geven. Al sprekend kunnen luisteraars nieuwe gezamenlijke richting vinden. Spreken kan nieuwe vergezichten laten zien. Spreken kan iets creëren dat er nog niet is, iets dat misschien ongrijpbaar is, maar wel bijna tastbaar. Visie, volharding, levensrichting, bewogenheid, de wil om risico's te nemen, vreugde... Het gesproken woord kan zaken tot bloei brengen, levens redden en een nieuwe toekomst inluiden.

Maar ja, **spreken kan ook dingen stuk maken.** Een toespraak kan mensen vervelen, weerstand of weerszin oproepen, aanzetten tot haat en geweld. Woorden kunnen dood en verderf zaaien. Denk alleen al aan de vlammeende toespraken van Hitler in nazi-Duitsland. Een oude wijze zei:

Dood en leven zijn in de macht van de tong.
Wie zijn tong koestert plukt daarvan de vruchten.

Daar heb je ze: leven én dood. En spreken kan het verschil maken.

Sterker nog, wij geloven dat jÓuw spre-

‘Sterker nog, wij geloven dat jÓuw spreken het verschil kan maken.’

ken het verschil kan maken. Je hebt iets te vertellen, iets groots of iets kleins, een mooi verhaal of een moeilijke boodschap. Als je stil blijft gebeurt het niet. Je moet iets zeggen. Maar hoe?

Of misschien zou je wel willen, maar zie je het niet voor je. Hoe zou jij in vredesnaam zoiets kunnen? Dan weten we zeker niet hoe zenuwachtig jij kunt zijn als je een simpel verhaal moet vertellen? Nou, dat weten we wel. Allereerst omdat dit een bekend gegeven is uit onderzoek: veel mensen hebben spreekangst en zijn als de dood als ze de microfoon krijgen. Maar we weten het ook uit eigen ervaring: allebei kennen we die angst van heel dichtbij. Van vroeger, als je met klamme handjes een spreekbeurt moest houden. Maar ook nu, met allebei honderden, misschien wel duizend keren op het podium te hebben gestaan kan het nog gewoon gebeuren dat het zweet je uitbreekt en je even kijkt waar de uitgang is. **Echt: spanning is niet gek**, en we gaan het er nog uitgebreid over hebben. Maar we gaan het wel doen. Want hoe gaaf zou het zijn om goed te spreken? En dat kun je leren. Misschien ben jij nu dit boek aan het lezen omdat jij ergens diep vanbinnen gelooft dat bovenstaande wáár is, dat woorden kracht hebben.

Je bent dit boek aan het lezen omdat je je wilt bekwamen in spreekvaardigheid, zodat je datgene wat er leeft in jouw hoofd of hart op overtuigende wijze kunt overbrengen. Je bent dit boek aan het lezen omdat je ernaar verlangt te inspireren, te overtuigen, te vernieuwen of te leiden.

Het lezen van dit boek is als ‘het koesteren van je tong’, waarvan de wijze sprak. Wanneer je aandacht geeft aan spreekvaardigheid, zul je daarin groeien. Je zult merken dat je steeds beter zult worden in het verwoorden van je gevoelens en gedachten, dat je steeds makkelijker in staat zult zijn om aan te sluiten bij de leefwereld van je hoorders en dat je zult groeien in je vaardigheid in de overdracht van je boodschap.

De voorbeelden van Wilhelmina, King en Jobs zijn heel verschillend, maar er zijn ook overeenkomsten. Alle drie bevonden zich in een kwetsbare positie. Alle drie zouden ze in hun opzet slagen; de vernedering van de zwarte bevolking in Amerika zou stoppen, Nederland werd bevrijd en Apple zou onze leefwereld veranderen. Maar op het moment

dat de toespraken gehouden werden was het nog allerm minst zeker dat dit zou gebeuren. Het kon nog aan alle kanten misgaan. Maar deze drie sprekers namen hun plek in de arena in, brachten een overtuigend verhaal en deden dat met veel bezieling.

En dat zijn drie dingen die wij allemaal kunnen doen. Spreken vraagt moed. Het vraagt vaardigheid in het creëren van een verhaal, op zo'n manier dat het overtuigend is. En het vraagt bezieling.

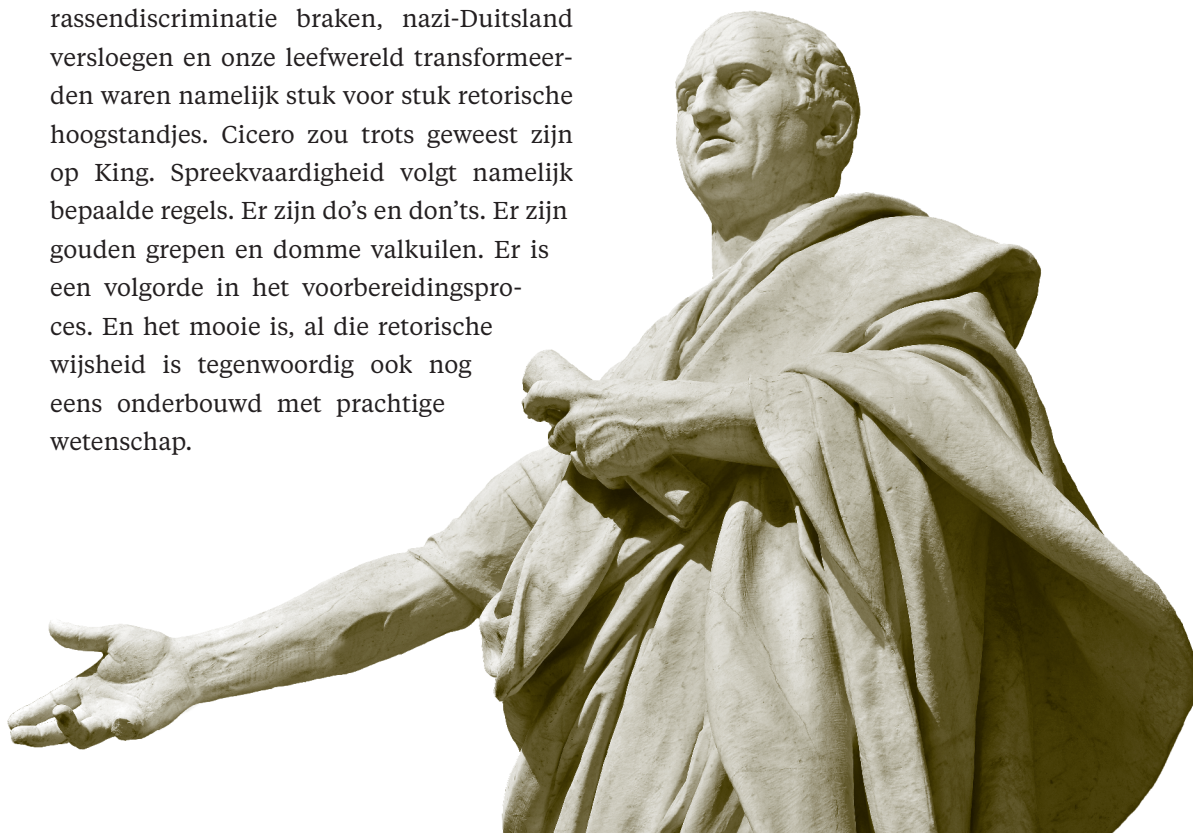
Dat kan ook verklaren waarom de beste voorbeelden van goede sprekers uit het buitenland komen. Natuurlijk wonen er meer mensen in het buitenland, maar dat is niet alles: de Nederlandse nuchtere aard past niet zo goed bij die grote woorden en weidse gebaren. We kunnen er soms wel van genieten, maar zelf zijn we toch wat meer ingetogen. Het is niet onze bedoeling om je te leren jezelf te overschreeuwen. Wel willen we je laten zien wat stijl met de zeggingskracht van woorden kan doen. Maar vooral willen we je helpen jouw stem te vinden, zodat jij woorden kan geven aan jouw hoop.

Oude namen

Al in de oudheid werd veel nagedacht en geschreven over spreken. De kunst van de welsprekendheid wordt retorica genoemd. Mannen met klinkende namen als Aristoteles, Quintillianus en Cicero golden en gelden nog steeds als autoriteit op het gebied van spreekvaardigheid. En wat Wilhelmina, King en Steve Jobs deden heeft alles met die mannen uit de oudheid te maken. De verhalen die rassendiscriminatie braken, nazi-Duitsland versloegen en onze leefwereld transformeerden waren namelijk stuk voor stuk retorische hoogstandjes. Cicero zou trots geweest zijn op King. Spreekvaardigheid volgt namelijk bepaalde regels. Er zijn do's en don'ts. Er zijn gouden grepen en domme valkuilen. Er is een volgorde in het voorbereidingsproces. En het mooie is, al die retorische wijsheid is tegenwoordig ook nog eens onderbouwd met prachtige wetenschap.

In Klink nemen wij je mee in de geheimen van de spreekvaardigheid. We verbinden eeuwenoude inzichten van de retorica met het modernste wetenschappelijke onderzoek en helpen je om stap voor stap een steengoed verhaal te ontwikkelen, zodat ook jij kunt inspireren, leiden of vernieuwen.

Klinkt goed toch?



Spreken als kunst

We noemden Cicero al als grootmeester in de retorica, de wetenschap van de welsprekendheid. Luister even mee:

Nog afgezien van het praktisch nut van de welsprekendheid, dat in elke vrije, ordelijke maatschappij een leidende rol speelt, biedt de welsprekendheid op zichzelf zoveel ge-neugten, dat men zich geen groter genot voor geest en oor kan voorstellen. Welke muziek is immers welluidender dan de voordracht van een redevoering in het juiste ritme? Welk gedicht fraaiër geconstrueerd dan een kunstig opgebouwde volzin? Welke acteur meeslepender bij het nabootsen van de realiteit dan de redenaar bij het spelen van zijn rol in die realiteit? En verder: wat is er subtieler dan een aaneenschakeling van scherpzinnige gedachten? Wat bewonderenswaardiger dan het belichten van een gedachte met schitterende woorden? Waar is overvloediger volheid te vinden dan in een redevoering met rijk gevarieerde inhoud?

Cicero schrijft lyrisch over spreekvaardigheid. Wat hem betreft overtreft spreken muziek, dichtkunst en theater als kunstvormen. Het is nuttig, dat ten eerste. Het is een krachtig instrument om doelen mee te bereiken en een samenleving mee te besturen. Maar het is zoveel meer dan nuttig. Het is een kunst.

Het gaat niet alleen om een opeenvolging van woorden, maar om een redevoering in het juiste ritme. Het gaat om zorgvuldig gecomponeerde zinnen. Het staat vól in de realiteit. Het is diep- en fijnzinnig. Het doet verborgen gedachten oplichten, het openbaart wat nog niet zichtbaar was.

Zo aan het begin van dit boek is het mis-schien een beetje veel in één keer. Maar de gedachte die we vanuit dit citaat vooral willen delen is deze: spreekvaardigheid is schitterend! Het is waardevol vanuit het oogpunt van nut: je kunt erdoor inspireren, leiden en vernieuwen. Maar het is ook een kunst. Spreken is een samenspel tussen spreker, boodschap en publiek, waar je als spreker op zoek bent naar het juiste ritme, de juiste woorden en de juiste klanken om iets nieuws te scheppen. Spreken is spannend, want het gaat om het hier en nu. Er gebeurt iets. De allerbeste sprekers zijn natuurlijk een buitencategorie, een combinatie van talent, eindeloos oefenen en intensieve begeleiding. Spreken zoals Federer tennist is voor weinigen weggelegd, maar met wat oefenen kunnen de meesten een aardig balletje slaan. **Presenteren zoals Janine Janssen viool speelt is gewoon te virtuoos, maar er kan ook muziek zitten in de zoveelste bedrijfspresentatie of spreekbeurt over de hamster.** Dat samenspel tussen spreker, boodschap en publiek, het kán!

‘Dat samenspel tussen spreker, boodschap en publiek, het kán!’

Wanneer dit samenspel lukt, dan is dat een onbeschrijfelijk gevoel. Wij hebben het beiden meerdere malen meegemaakt. Heerlijk. Tegelijk kennen we ook allebei het gevoel als het niet lukt. In het beste geval wordt spreken dan ‘werken’. En in het slechtste geval is het een lijdensweg waarbij je zeker weet dat iedere aanwezige (inclusief jijzelf) zou willen dat het snel afgelopen is. Dan kun je de neiging

hebben alles snel af te raffelen, zodat je weer van het podium kunt stappen en kunt verdwijnen in de anonimiteit. De spotlight van het podium kan onbarmhartig zijn.

Hoe maak je er nou het beste van?

Een geslaagde spreekbeurt of presentatie heeft te maken met het willen benaderen van spreekvaardigheid als iets dat je kunt oefenen. Het gaat over ritme, over de kracht van woorden, over een goedgekozen zinsopbouw, over het verwoorden van diepe, rijke gedachten, over variatie en over eenheid met je publiek. **Een goed verhaal kun je maken.**

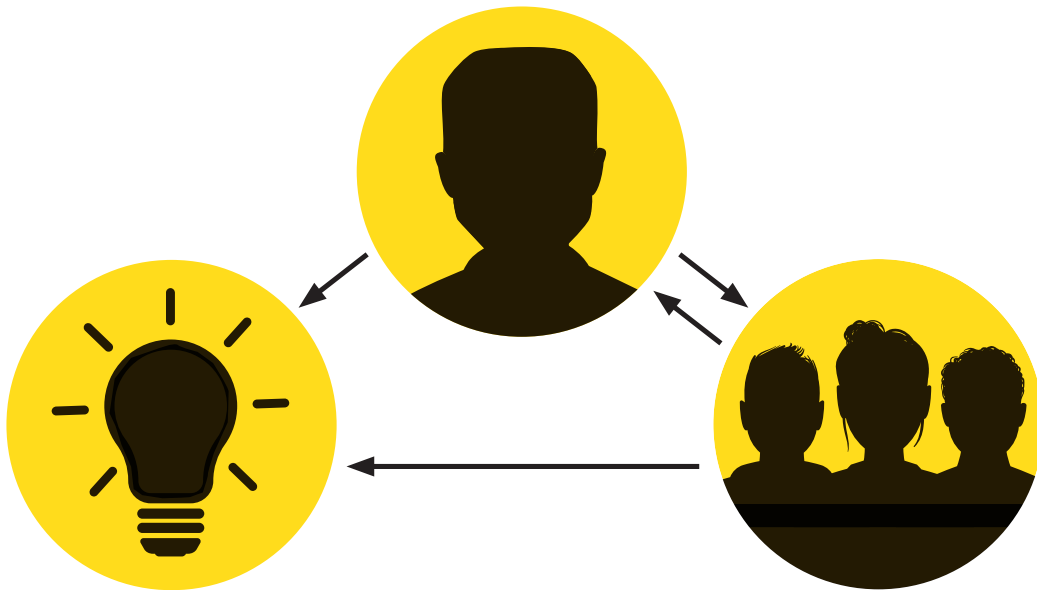
Het gaat over jou

In de overdracht van een boodschap zijn drie factoren van belang: de persoon van de spreker, de verbinding met het publiek en de boodschap. Dat is alles. Hoe moeilijk kan het zijn?! Als we inzicht krijgen in die drie factoren bevinden we ons op de goede weg om te spreken met impact.

Hoewel het voor je gevoel tijdens jouw presentatie vooral draait om de inhoud van de boodschap die je overbrengt, speelt jouw persoonlijkheid en uitstraling ook een belangrijke rol in het al dan niet slagen van jouw spreekbeurt. Een centraal woord als het gaat

om de rol die jij speelt in jouw communicatie, is overtuigingskracht. Terwijl jij het podium op komt lopen en tijdens jouw spreken scant jouw publiek je, vaak onderbewust. De mensen kijken naar de manier waarop je beweegt, hoe je kijkt, of je lacht of fronst, of je je comfortabel voelt of onzeker overkomt. **Overtuigingskracht heeft te maken met de mate waarin jij 'echt' of 'betrouwbaar' overkomt.** Heeft jouw publiek het idee dat je een kunstje doet, of voelen ze dat jouw boodschap vanuit je hart komt?

Hoe overtuigend je als spreker overkomt



De belangrijkste dynamiek in communicatie: de spreker, het publiek en de boodschap.

wordt vooral bepaald door de antwoorden op twee vragen: Mag ik jou? en Geloof ik jou?

De overtuigingskracht van de persoon van de spreker bestaat uit twee belangrijke componenten: likeability en credibility, ofwel – vrij vertaald – innemendheid en betrouwbaarheid. Bij likeability zoeken de mensen een antwoord op de vraag: ‘Mag ik jou? Vind ik jou leuk?’ Om je likeability te versterken is het van belang dat je het publiek positieve energie geeft. Dat betekent niet dat je meteen als een dolle over het podium heen moet gaan rennen, maar wel dat je enthousiast bent. Geef de mensen jouw lach. Laat het publiek merken dat je blij bent om bij hen te zijn en de kans krijgt jouw verhaal te vertellen. In de Nederlandse context werkt zelfspot altijd erg goed in het versterken van je likeability. Als ik (Henk) mijn publiek vertel dat ik in 2019 gepromoveerd ben in de communicatiewetenschap, en dat dit ‘eindelijk zo was, na 11 – elluf! – jaar, want ja, ik ben misschien wel een beetje slim, maar niet zo snel...’, dan versterkt met name het tweede deel van de zin mijn likeability. Ik geef het publiek de kans om even te gniffelen, ‘Ja, hij is dan misschien wel slim, maar niet zo snel, haha...’ Likeability helpt je publiek ook om zich met je te identificeren. Mensen zoeken gemeenschappelijke grond als vertrekpunt voor een avontuurlijke communicatiereis.

Een tweede belangrijke component van overtuigingskracht is credibility, ofwel betrouwbaarheid. Jouw publiek stelt de vraag:



Mag ik jou? Geloof ik jou?

‘Wie is zij dat zij dit verhaal mag vertellen? Heeft hij wel verstand van zaken?’ Mensen willen het gevoel hebben dat jij de moeite waard bent om tien of twintig minuten naar te luisteren. Dan helpt het dat je iets laat doorschemeren van jouw expertise in het onderwerp van jouw toespraak, hoe je je erin hebt verdiept, hoeveel je ervan houdt, hoelang

je er al mee bezig bent (als het maar niet zo lang is dat het lachwekkend wordt, want dan verzwakt het weer je likeability...). Het eerste deel van de zin van mijn introductie: 'In 2019 ben ik gepromoveerd in de communicatiewetenschap', werkt voor sommige mensen credibility-versterkend. Ze denken: 'Hij heeft er in ieder geval voor doorgeleerd.'

De combinatie van likeability en credibility is krachtig. Mensen proeven: 'Je hebt er verstand van, maar we lijken ook op elkaar.' Als het gaat om de overtuigingskracht van jouw verhaal zijn je likeability en credibility niet doorslaggevend. Het zijn wel randvoorwaarden. Als je niet overtuigend bent; als mensen geen klik met jou ervaren en niet het

'Mensen zoeken gemeenschappelijke grond als vertrekpunt voor een avontuurlijke communicatiereis.'

idee hebben dat je verstand van zaken hebt, dan kun je praten wat je wilt, maar dan is je toespraak gedoemd om te mislukken. Als je publiek sympathie voor je voelt en merkt dat je echt iets te zeggen hebt over jouw onderwerp, is een goede voedingsbodem gecreëerd om tot impactvolle communicatie te komen.



Met hulp van Leonardo da Vinci, Agatha Christie, Mohammed Ali, Theodore Roosevelt en Jane Jacobs leren Henk Stoorvogel en Mark van Vuuren je de fijne kneepjes van het spreken en presenteren. Met hun vakkundige instructies begeleiden ze je trede voor trede naar het podium. Ze stomen je klaar voor de speech van je leven.



Dit toegankelijke boek verbindt de gouden regels van de klassieke retorica met de meest recente inzichten uit de communicatiewetenschap. Henk Stoorvogel en Mark van Vuuren nemen je mee in de geheimen van impactvolle communicatie en laten stapsgewijs zien hoe je de beste presentatie of toespraak kunt houden.



KokBoekencentrum.nl
UITGEVERS | UTRECHT

NUR 810
ISBN 978 90 435 3368 3



9 789043 533683