

Speak up dear!

over
vrouwen,
profiëren
en spreken



Speak up dear!

Speak up dear!

**Over vrouwen,
profiëren en
spreken**

Farah Nobbe

Natalie Holwerda-Mieras



Meer informatie over deze en andere uitgaven kunt u verkrijgen bij:

Sdu Klantenservice

Postbus 20014

2500 EA Den Haag

tel.: (070) 378 98 80

www.sdu.nl/service

© 2012 Farah Nobbe en Natalie Holwerda-Mieras

Academic Service is een imprint van Sdu Uitgevers bv.

Omslagontwerp: Studio Polkadot, Oudewater

Beeld omslag: 600-01037611/masterfile

Auteursfoto: Annie Hoogendoorn

Redactie: Elke Parsa en Lineke Oppentocht

Ontwerp en opmaak binnenwerk: Villa Y, Den Haag

Druk- en bindwerk: Drukkerij Bariet, Steenwijk

ISBN 978 90 5261 966 8

NUR 801

Alle rechten voorbehouden. Alle intellectuele eigendomsrechten, zoals auteurs- en databankrechten, ten aanzien van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij Sdu Uitgevers bv en de auteur.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische vervoelvoudingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet) dient men zich te wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro). Voor het overnemen van een gedeelte van deze uitgave ten behoeve van commerciële doeleinden dient men zich te wenden tot de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de afwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the publisher's prior consent.

While every effort has been made to ensure the reliability of the information presented in this publication, Sdu Uitgevers neither guarantees the accuracy of the data contained herein nor accepts responsibility for errors or omissions or their consequences.

Inhoud

Inleiding	9
1 Waar blijven de vrouwen?	13
Ze zijn er niet	14
Ze durven niet	15
Ze kunnen het niet	17
Ze willen niet	19
Ze mogen niet	21
2 De spagaat	27
Vooroordelen	28
Competent	31
Competentie en zelfpromotie	33
Backlash	35
Warmte	38
De evenwichtsbalk	39
Self-monitoring en afstemmen	40
Afstemmen of niet?	41
3 Warm en competent overkomen	45
Overtuigingen	45
Uitstraling en self-monitoring	50
De focustechniek	53
Focus en belemmerende overtuigingen	57
Focuszinnen	58
Focuszinnen op maat	60

4	De inhoud en de verpakking	63
	Bereid je voor	63
	Ontwerp je verhaal	65
	De kunst van het inleiden	67
	Een heldere kern	77
	Een goede afsluiting	78
	De verpakking: kleding en accessoires	81
5	Zes inspirerende vrouwen	89
	Het zelfbewustzijn van Sylvie van der Vaart	91
	De koninklijke focus van Máxima	93
	De transparantie van Annemarie van Gaal	97
	De superzelfpromotie van Olcay Gulsen	99
	De kleding van Neelie Kroes	103
	Sheryl Sandberg: de kracht van een goed verhaal	107
6	En nu jij	111
	Ambitie	112
	Competent en warm	113
	Overtuigingen	114
	Focus	116
	Een goed verhaal	117
	Zelfpromotie	119
	Kleding	120
	Bronnen	122
	Over de auteurs	126
	Over het bureau	127
	Dankwoord	128

Op 8 juli 2009 wordt in een twee uur durende dienst afscheid genomen van zanger Michael Jackson. De ene na de andere superster brengt een laatste groet aan de overleden zanger. Aan het einde van de ceremonie staat de familie bij elkaar op het podium. De spanning stijgt: wie gaat de allerlaatste woorden spreken? De microfoon wordt omstandig naar beneden geschoven en Paris, de elfjarige dochter van Michael Jackson, maakt aanstalten om door haar tranen heen iets tegen de duizenden fans te zeggen. En dan blijkt het Hollywoodcliché helemaal waar te zijn: je vader is dood, je bent overmand door verdriet, het kan allemaal niet schelen: the show must go on. Tante Janet dirigeert het verdrietige meisje met zachte doch ferme hand richting microfoon en fluistert: 'Speak up sweetheart, speak up!'

*Wat
is
dat
toch
met
vrouwen
en
spreken
?*

Inleiding


Het is nog maar drie jaar geleden sinds we het ons voor het eerst afvroegen: ‘Wat is dat toch met vrouwen en spreken?’ In drie jaar kan er veel veranderen, blijkt nu. Allereerst zijn wij zelf veranderd. Aanvankelijk hadden we weinig affiniteit met de discussie rond vrouwen en profileren. Als je wat wilt zeggen, zeg het dan. Als je wilt werken, werk dan. Als je meer invloed wilt, pak het dan. Maar ga alsjeblieft niet lopen piepen dat het allemaal zo ingewikkeld is. Zo dachten we er ongeveer over. Als we het nu zo opschrijven voelt het nog steeds vertrouwd, zo kort geleden is het. Inmiddels denken we totaal anders over vrouwen, profileren en invloed. Hoe dat kan? We werden rechts en links ingehaald door de realiteit. We coachten hoogopgeleide vrouwen van het type ‘niet-lullen-maar-poetsen’ die vastliepen als ze ergens wilden spreken. We vonden geen vrouwelijke meestersprekers voor ons boek *Meestersprekers* (2010). En we zagen in onze praktijk intelligente en competente vrouwen die zich als meisjes presenteerden. Of we het nu wilden of niet: de vraag lag levensgroot voor ons op tafel. Wat is dat toch met vrouwen en spreken?

We besloten op onderzoek uit te gaan. We zochten een manier waarop vrouwen anders zouden kunnen leren spreken. In onze coachingsruimte in Arnhem ontdekten we hoe onze vrouwelijke klanten best heel stevig konden spreken zonder een halve man te worden. En we vonden manieren waarop dominante topvrouwen zich toch toegankelijk konden presenteren. Deze ontdekkingen kregen een formele status toen we de ‘Speak up dear!’ training ontwikkelden en introduceerden. Pas toen we hiermee naar buiten gingen realiseerden we ons dat we een gevoelige snaar hadden geraakt. Uit alle hoeken kregen we reacties op ons verhaal over vrouwen en status. De respons was groot, niet alleen van deelnemers maar ook van de

media. We ontvingen een kleine stoet journalisten op ons kantoor. En allemaal schreven ze over het project. Maar ook uit wetenschappelijke hoek kwamen reacties: we kregen spontaan artikelen toegestuurd van onderzoekers die zich met precies hetzelfde onderwerp bezig bleken te houden. Een goed idee komt zelden alleen.

We weten nu dat dit nog maar het begin was van onze zoektocht, want wat leerden we veel van de vrouwen die we trainden. We verbaasden ons over de verhalen die ze ons vertelden. We vergaapten ons aan de inzichten die zij ons verschaften. En we lazen ons natuurlijk helemaal suf. Nu, drie jaar later, weten we hoe het zit met vrouwen, profileren en spreken. We weten het zeker en we weten het echt. Een betere aanleiding voor een boek is bijna niet denkbaar.

We delen onze inzichten graag. Dat doen we omdat we ervan overtuigd zijn dat het anders kan. Er zijn volstrekt logische verklaringen voor de moeite die het de gemiddelde vrouw kost om te spreken. Als je eenmaal weet hoe het zit, dan weet je ook wat je moet oplossen. *Speak up dear!* is een heel praktisch boek. Het is het resultaat van de zoektocht die wij de afgelopen drie jaar hebben meegemaakt. We laten je allereerst zien wat de verklaringen zijn voor het gebrek aan vrouwelijke sprekers (hoofdstuk 1). Daarna leggen we je uit waarom het als vrouw veel moeilijker is om je sprekend te profileren dan als man (hoofdstuk 2). Als je weet hoe het zit met vrouwen en spreken, dan is het tijd voor de oplossing. We leren je hoe je je gedrag kunt afstemmen (hoofdstuk 3), hoe je je verhaal in elkaar kunt zetten en geven je tips over hoe je je moet kleden (hoofdstuk 4). Als alle ins en outs van het vrouwelijk spreken de revue gepasseerd zijn, is het tijd voor inspiratie. We analyseren zes bekende sprekende vrouwen en laten je zien wat je van hen kunt leren (hoofdstuk 5). We sluiten het boek af met een aantal opdrachten die je op weg helpen om het geleerde toe te passen (hoofdstuk 6).

Bijzonder aan dit boek is de [www](http://www.speakupdear.nl)-content die erbij hoort. Als je in de tekst het -icoontje tegenkomt, dan is er een filmpje beschikbaar op www.speakupdear.nl over dat onderwerp. Wanneer je deze link volgt dan wijst de rest zich vanzelf. We raden je aan om deze filmpjes ook echt te bekijken, ze maken het voorbeeld tot een bijzondere belevenis.

Dit boek neemt je mee door alle stappen die je moet zetten om fantastisch te kunnen spreken: van idee tot uitvoering. We hopen dat het je niet alleen zal motiveren, maar ook zal inspireren om meer en beter te spreken.

Arnhem, augustus 2012

Farah Nobbe en Natalie Holwerda-Mieras

*Waar zijn
die vrouwen
überhaupt?*

1 *Waar blijven de vrouwen?*

Tegen het einde van 2009 waren we op zoek naar vrouwelijke meestersprekers voor het boek dat we op dat moment aan het schrijven waren. De ene na de andere prominente mannelijke spreker had ons allervriendelijkst ontvangen. Wiegel, Rinnooy Kan, Spong, het kon niet op. Maar nadat we met pijn en moeite een paar prominente vrouwen uit de beduimelde Opzij Top 100 hadden gedestilleerd ('Die nummer 3, is dat iets?' 'Wie?' 'Nou, die nummer 3, dat is een hele belangrijke mevrouw, hoor!' 'Echt? Nóóit van gehoord!') begon onze kansloze exercitie langs het handjevol bekende vrouwelijke sprekers. Het merendeel wilde niet. Of had geen tijd. Of had geen zin. Of vond zichzelf zéker geen meesterspreker. Het was toen pas dat we merkten dat we te maken hadden met een heus fenomeen. Een fenomeen waar velen voor ons zich al over hadden verbaasd: vrouwelijke meestersprekers zijn haast onvindbaar. Waar zijn de vrouwen die met gemak de schijnwerpers opzoeken en bereid zijn hun zegje te doen?

We legden het voor aan de mannelijke meestersprekers en bespraken het met onze eigen klanten. Het resultaat? De mannelijke meestersprekers beklagden zich over vrouwen die als puntje bij paaltje kwam niet durfden. En de vrouwen die bij ons langskwamen voor presentatiecoaching reageerden alsof we een open zenuw raakten. Deze competente en hoogopgeleide vrouwen liepen tijdens de coachingssessies leeg over de obstakels die ze tegenkwamen bij het spreken. Ze vertelden over de worsteling die ze hadden om serieus te worden genomen. Ze beklagden zich erover dat ze kritiek kregen op hun meisjesachtige uitstraling. Of ze beklagden zich erover dat ze juist kritiek kregen omdat ze te hard overkwamen. Kortom, onze ogenschijnlijk simpele vraag leverde ons nog meer vragen op. De

vraag waar die vrouwen achter de microfoon nu eigenlijk zijn, bleek te raken aan een veel bredere vraag: waar zijn die vrouwen überhaupt? Nou, heel simpel:

Ze zijn er niet

Redacties van talkshows klagen erover, werkgevers die zelfopgelegde quota proberen te halen klagen erover, recruitmentbureaus klagen erover, iedereen klaagt erover: er zijn domweg geen vrouwen te vinden. Voordat we hier allerlei psychologische processen bij gaan halen, is het goed om eerst eens sec naar de feiten te kijken. Feit is dat er in Nederland zo'n 7,4 miljoen mensen werken: 4,1 miljoen mannen en 3,3 miljoen vrouwen. Waar die andere 0,8 miljoen vrouwen dan zijn? Thuis. Ze zorgen bijvoorbeeld full-time voor de kinderen. Van die 3,3 miljoen werkende vrouwen werken er ongeveer 1 miljoen voltijds. Even ter vergelijking, van de mannen werken er 3,4 miljoen voltijds. Er bestaat dus een gigantisch verschil in aanwezigheid op de werkvloer tussen mannen en vrouwen. En de effecten van die kortere aanwezigheid van vrouwen op de werkvloer zijn behoorlijk groot. In de uren dat je niet op de werkvloer bent kun je niet netwerken, kun je jezelf niet profileren en kun je ook geen interessante presentaties geven. Allemaal dingen die meestal wel noodzakelijk zijn om carrière te maken. Dat zie je ook terug in de volgende cijfers: 42 procent van de hogere en wetenschappelijke beroepen wordt uitgeoefend door vrouwen. Niet precies evenveel als het aandeel mannen, maar toch een aanzienlijk deel. Slechts 27 procent van alle leidinggevenden in Nederland is echter vrouw en als we de piramide verder naar boven volgen wordt het steeds treuriger: Nederland heeft maar acht procent vrouwen in de top van het bedrijfsleven. Als het je maar niet lukt om voor je congres een leuke vrouwelijke spreker te vinden, dan kan dat dus kloppen. Er zijn namelijk veel minder vrouwen aanwezig op de arbeidsmarkt, er zijn minder vrouwelijke leidinggevenden, er zijn minder vrouwen die carrière maken. Maar waarom werken vrouwen zo weinig en zitten ze zo weinig op de invloedrijke plekken? Nu wordt het interessant. Dit zijn de meest genoemde oorzaken:

Ze durven niet

Dat is echt zo. In onze praktijk zien we iedere keer weer dat onze gemiddelde mannelijke klant groter durft te denken dan de gemiddelde vrouwelijke klant. En dan moeten we erbij vermelden dat het segment vrouwen dat we bedienen nog wel bestaat uit hoogopgeleide, competente, ambitieuze vrouwen. Carolien Bijen beschrijft het in haar boek *(S)TOP Vrouw!* als volgt: ‘Vrouwen scoren op de meeste leiderschapsdimensies hoger dan mannen. Slechts op één dimensie scoren vrouwen lager: envisioning. En laat dit nu net een belangrijke voorwaarde zijn voor succesvol leiderschap’. *Envisioning* dus. Oftewel: durf groot te denken en zie niet meteen alleen de hobbels.

Diezelfde constatering, namelijk dat vrouwen te weinig durven en te klein denken, zette Marianne Zwagerman aan tot het schrijven van het boek *Een webshop is geen carrière, ontsnap uit het mutsenparadijs*. Zwagerman probeert vrouwen door haar eigen ervaringen aan de top van de mediawereld op humoristische wijze aan te sporen ambitieuzer te zijn. In een interview zei ze hierover:

‘Toen ik de titel koos, wist ik natuurlijk wel dat het iets los zou maken. Vooral in het begin kreeg ik te horen dat ik arrogant ben en dat ik mezelf boven andere vrouwen plaats. Alleen vrouwen die ontevreden zijn over wat ze bereikt hebben, worden boos. Eigenlijk op zichzelf, want ze weten best dat ze er meer uit hadden kunnen halen. Het probleem is dat veel vrouwen geen keuzes durven te maken, want ze willen iedereen tevreden houden: hun man, hun kinderen, hun vriendinnen. Met als gevolg dat ze op alle vlakken onderpresteren.’

De strekking van Zwagermans verhaal is duidelijk: vrouwen durven niet en vertonen mutsengedrag. De oplossing die ze aandraagt lijkt een open deur: als je niet durft ... moet je gewoon durven. Ja, tegen zoveel logica kunnen we niet op. Als je te dik bent, moet je minder eten. Als je alcoholist bent moet je stoppen met drinken. Maar degene die kan vertellen hóe dat precies moet verdient waarschijnlijk een hoop geld. Dit brengt ons bij de volgende vraag: waaróm durven al die vrouwen dan eigenlijk niet?

*Vrouwen
durven niet
en vertonen
mutsengedrag*

Ze kunnen het niet

Dit is het meest gehoorde argument dat in talloze varianten wordt gehanteerd: het feit dat vrouwen niet durven, is genetisch bepaald. Al vanaf de baarmoeder hebben ze, zo zegt men, een tekort aan testosteron en daardoor ontberen ze ook het benodigde machismo. De hersenen van vrouwen werken heel anders dan de hersenen van mannen. Of zoals iemand in de mediawereld in een gesprek eens lekker ongenueanceerd verzuchtte: ‘Al die vrouwen moeten ook zo nodig regisseren, terwijl ze er gewoon de ballen niet voor hebben.’

Naast dat ze minder hormonaal bepaald machismo hebben, hebben ze volgens velen ook heel andere interesses dan mannen. Ze voelen zich van nature minder aangetrokken tot machtsspelletjes en competitie en ervaren minder prestatiedrang. Dat komt bijvoorbeeld tot uiting zodra een vrouw zichzelf moet promoten. Wij laten deelnemers in trainingen vaak oefenen met zelfpromotie. Als je presenteert is het voor je publiek namelijk van groot belang dat het vertrouwen krijgt in je deskundigheid. Daarom moet je aan het begin van een presentatie iets aan zelfpromotie doen. Om de weerstand te verlagen leggen we altijd, heel politiek correct van ons, uit dat je dit natuurlijk niet doet voor je eigen ego, maar in de eerste plaats om je publiek te faciliteren om goed naar je te kunnen luisteren. Toch zijn het steevast de vrouwen die bij deze oefening dan roepen: ‘O, bah, zo ben ik helemaal niet! Dit past helemaal niet bij me. Ik hou hier gewoon niet van.’ En dan trekken ze er ook nog een gezicht bij alsof ze bedorven melk hebben geroken.

De stelling dat vrouwen heel anders in elkaar steken dan mannen lijkt in de praktijk alom te worden bevestigd. Vrouwen houden niet van opscheppen, maar houden wel heel veel van samen iets bereiken, je inleven in de ander, die ander ondersteunen en naar hem of haar luisteren. Dit biologische verschil krijgt in de discussie nog een andere belangrijke draai. Aanhangers van het idee dat vrouwen van nature heel anders in elkaar steken dan mannen, gebruiken het namelijk op hun beurt ook weer als argumentatie om voor meer vrouwen in het publieke domein te pleiten. Omdat vrouwen minder haantjesgedrag vertonen dan mannen zou het juist heel handig zijn

om vrouwen op leidinggevende posities te zetten. Die hele financiële crisis is door mannen veroorzaakt, als er meer vrouwen in de top hadden gezeten, had het allemaal heel anders uitgepakt. In die trant doorgeredeneerd is het feit dat vrouwen biologisch anders zijn dan mannen een zegen voor de wereld! Daarom zouden deze vrouwen meer kans moeten krijgen om hun heilzame ding te kunnen doen. Vrouwen zouden zich helemaal niet meer moeten aanpassen aan de masculiene maatschappij, maar de maatschappij zou meer feminien moeten worden ingericht. Salem Samhoud, oprichter van &samhoud zegt daarover in het voorwoord van (S)TOP Vrouw!:

‘Machtsdenken, een typisch mannelijk kenmerk, is uit de tijd. Ook andere vrouwelijke eigenschappen zoals inspiratie en spiritualiteit worden steeds belangrijker in organisaties. Als ondernemer stel ik vast dat vrouwelijke eigenschappen de duurzaamheid van organisaties vergroten. Het is dus commercieel aantrekkelijk om meer vrouwelijke eigenschappen in je bedrijf te hebben. En die eigenschappen vinden we toch voornamelijk bij vrouwen.’

Ter onderbouwing van de stelling ‘met vrouwen gaat alles beter’ worden er onder andere cijfers van een aantal onderzoeken gebruikt die aangeven dat divers samengestelde teams beter functioneren dan teams met alleen mannen of vrouwen, en dat bedrijven die worden geleid door gemengde teams beter presteren. Zo zijn daar het onderzoek van McKinsey en een onderzoek van het Amerikaanse bureau Catalyst die laten zien dat bedrijven met vrouwen in de top meer winst maken dan bedrijven zonder vrouwen in de top. Deze conclusies zijn echter niet geheel onomstreden, het zou namelijk ook nog zo kunnen zijn dat vrouwen liever werken bij bedrijven die meer winst maken. Maar hoe dan ook, de onderliggende stelling is dat vrouwen van nature heel anders in elkaar zouden steken dan mannen. Heel interessant is wat Cordelia Fine, onderzoekster aan de Melbourne universiteit, hierover zegt. Zij maakt aan de hand van keiharde onderzoeksresultaten juist gehakt van de stelling dat vrouwen zo anders zijn dan mannen. Ze stelt dat vrouwen zich weliswaar anders gedragen dan mannen maar toont aan dat ze dat niet doen omdat ze biologisch zo anders zijn: hun gedrag is het gevolg van wat zijzelf en hun omgeving van hen verwachten.

Vrouwen die een enorme weerstand tegen zelfpromotie hebben missen dus niet zozeer testosteron – en ze zijn ook zeker niet nobeler van aard dan een willekeurige man – maar ze hebben zich gewoon goed aangepast. En dat vinden wij dan wel weer een bevrijdende gedachte. Stel dat het zo is, en dat je weerstand om jezelf te profileren niet zozeer een kwestie van aanleg is, maar meer van aangeleerd gedrag? Dat is minder definitief en geeft je meer ruimte om te manoeuvreren. Als je dat zou willen natuurlijk. Want dat is een volgende veel gehoorde stelling over vrouwelijke sprekers:

Ze willen niet

De Nederlandse vrouw wordt er de laatste jaren voortdurend mee om haar oren geslagen: of het nou komt omdat vrouwen biologisch anders in elkaar zitten dan mannen, of omdat vrouwen nu eenmaal kinderen kunnen krijgen en daarom meer behoefte hebben om te zorgen, feit blijft dat vrouwen niet zo'n zin hebben in veeleisende carrières of spannende presentaties, ze willen het gewoon niet. Ze hebben vaak andere ambities dan mannen. Ze willen hun werk goed kunnen combineren met hun gezin en kiezen daarom heel vaak voor parttimebanen. En zelfs als ze geen gezin hebben, kiezen ze vaak nog voor een parttimebaan omdat ze bijvoorbeeld tijd voor zichzelf willen hebben. Sommige columnisten bijvoorbeeld, ergeren zich groen en geel aan het overweldigende gebrek aan ambitie. Ze maken vrouwen uit voor verwerende prinsesjes en wijzen erop dat ze bij een echtscheiding financieel niet op eigen benen zullen kunnen staan. En dat is ook zo. Als je het op sociaaleconomisch niveau bekijkt, is het best dom wat vrouwen doen. Op individueel niveau zijn wij geneigd te zeggen: bemoei je met je eigen zaken. Mogen vrouwen even lekker zelf weten wat ze belangrijk vinden en hoe ze hun tijd besteden? Je kunt je zelfs afvragen of vrouwen het niet heel goed bekeken hebben. Wie kent niet de stichtelijke vermaning: 'Niemand klaagt op z'n sterfbed over het feit dat ie te weinig gewerkt heeft in z'n leven. Maar mensen klagen wel dat ze spijt hebben van de tijd die ze niet aan hun geliefden hebben besteed.' Dat is dan voor de gemiddelde Nederlandse vrouw in ieder geval een zorg minder.

*De weerstand
van vrouwen
om zichzelf te
profilieren is
niet zozeer een
kwestie van
aanleg, maar
van aangeleerd
gedrag*

Spreken is een fantastisch middel om je professionele zichtbaarheid te vergroten. Maar een vrouw die spreekt moet balanceren op een smalle evenwichtsbalk. Als ze zich te dominant opstelt wordt ze afgewezen omdat ze niet aardig genoeg is. Gedraagt ze zich weer te aardig dan wordt ze niet serieus genomen. De eisen die aan vrouwen gesteld worden zijn heel anders dan de eisen die aan mannen gesteld worden. Een vrouw die aan zelfpromotie doet wordt erom afgewezen, terwijl een man die precies hetzelfde doet een 'lekkere competente vent' is. Hoe zit dit precies? Waarom worden er eigenlijk andere dingen van vrouwen verwacht? En hoe ga je hier slim mee om? Dit boek laat je zien wat het geheim is van sterk geprofileerde vrouwen. Het geeft je de middelen in handen om strategisch om te gaan met de uitdagingen rond het spreken. Van de inhoudelijke voorbereiding tot aan je kledingkeuze: het passeert allemaal de revue. Zodat je vanaf nu elk podium met succes kunt beklimmen. *Speak up dear!*



Farah Nobbe en Natalie Holwerda-Mieras zijn eigenaren van een toonaangevend trainingsbureau op het gebied van presenteren.

Zij schreven eerder het boek *Meestersprekers*, over de kunst van het spreken.

'Natalie en Farah geven nuchtere, geestige en intelligente adviezen waar je als spreker écht wat aan hebt.'

_Cécile Narinx, hoofdredacteur ELLE

'Het beste boek voor je carrière als spreker, op het podium of aan de vergadertafel'

_Simone Brummelhuis, founder en CEO The Next Women



www.academicsservice.nl

ISBN 978 90 5261 966 8

NUR 801

