

Indruk maken



In dit laatste schooljaar gaat het om indruk maken op een ander. Het eerste perron gaat over spreken. Op dit perron leer je onder andere om aan een klant een instructie te geven. Op het tweede perron word je voorbereid op de kijk- en luistertoets, een examenonderdeel. In stapjes oefen je de verschillende onderdelen van een toets, zodat jij straks indruk maakt met een goed cijfer. Op het laatste perron leer je om indruk te maken op een ander. Je oefent dit in een debat: je maakt indruk met jouw argumenten. Ook leer je om jezelf te presenteren bij een intakegesprek en sollicitatiegesprek. Dan is de eerste indruk die jij maakt, echt belangrijk.

Wat ga je doen?

Je oefent met spreken, luisteren en gesprekken voeren. Je oefent met debatteren en met het houden van een intake- en sollicitatiegesprek. Ook bereid je je voor op de Cito kijk- en luistertoets.

Wat heb je daarbij nodig?

Je hebt de volgende zaken nodig:

- een computer;
- internet;
- een hoofdtelefoon of oordopjes.

Wat leer je?

Je leert:

- hoe je voor een groep een presentatie moet houden;
- hoe je na het bekijken van kijk- en luisterfragmenten vragen moet beantwoorden;
- hoe je bij een kijk- en luisterfragment goede aantekeningen moet maken;
- hoe je argumenten kunt formuleren waarmee je de tegenpartij overtuigt;
- hoe je formele gesprekken moet voeren.

1

Spreken

Vorig jaar heb je geleerd om jezelf te presenteren en hoe je de aandacht van het publiek vast kunt houden. Op dit perron oefen je spreekopdrachten met verschillende doelen.

1

Weet je het nog?

Kies het juiste antwoord.

- 1 **Wat is een doelgroep?**
 - A Een doelgroep is een groep die dezelfde opdracht wil uitvoeren.
 - B Een doelgroep is een groep mensen die een presentatie beoordeelt, de jury.
 - C Een doelgroep is een groep mensen voor wie iets gemaakt wordt.

- 2 **Hoe noem je de doelgroep bij een presentatie?**
 - A Die doelgroep noem je 'beoordelaars'.
 - B Die doelgroep noem je 'presentatoren'.
 - C Die doelgroep noem je 'publiek'.

- 3 **Als je vooraf nadenkt over jouw doelgroep, dan denk je na over ...**
 - A hun uiterlijke kenmerken, hun interesses en de grootte van de groep.
 - B hun uiterlijke kenmerken, hun leeftijd en de samenstelling van de groep.
 - C hun voorkennis, hun leeftijd en hun geslacht.

- 4 **Een mondeling over je fictiedossier heeft als doel je docent te ...**
 - A amuseren en overhalen.
 - B informeren en overtuigen.
 - C overtuigen en instrueren.

- 5 **Hoe noem je een presentatie waarin de spreker zijn mening geeft?**
 - A Zo'n presentatie noem je een argumentatie.
 - B Zo'n presentatie noem je een betoog.
 - C Zo'n presentatie noem je een discussie.

- 6 **Op welke manieren kun je jouw argumenten toelichten?**
 - A Dat kan met feiten, foto's en persoonlijke ervaringen.
 - B Dat kan met persoonlijke ervaringen, voorbeelden en foto's.
 - C Dat kan met zowel A als B.

- 7 **Waarom is het handig om een spreekschema te maken als je een presentatie houdt?**
 - A Dan weet je publiek wat jij gaat vertellen.
 - B Het is een spiekbriefje dat je kunt gebruiken om de lijn van je presentatie vast te houden.
 - C Je kunt het voorlezen als je niet meer weet wat je wilde zeggen.

Inleven in jouw doelgroep

Als je spreekt voor andere mensen, is het belangrijk dat je weet wie jouw **doelgroep** is. De inhoud van jouw verhaal en de manier waarop je spreekt verschilt per publiek. Bij het inschatten van jouw doelgroep let je op **leeftijd, geslacht, voorkennis** en hun **luisterdoel**. Als je voor een groep spreekt, is de **samenstelling** van de groep belangrijk. Is iedereen even oud? Heeft iedereen ongeveer evenveel voorkennis? Of is de groep hierin juist heel verschillend?

Je past je **woordgebruik** aan. Bij kinderen kies je natuurlijk gemakkelijkere woorden dan bij ouderen. Dit doe je ook wanneer je publiek geen voorkennis heeft over het onderwerp.

Daarnaast pas je de **inhoud** aan. Hoe kom je erachter wat je publiek wil weten? Dat doe je door je te verplaatsen in je publiek. Bij je klasgenoten is dat niet zo moeilijk; ze hebben ongeveer dezelfde leeftijd als jij en zijn ongeveer even slim.

Het is lastiger om je te verplaatsen in een publiek dat veel jonger of juist veel ouder is. Stel dat je een presentatie geeft op jouw sportvereniging om meer jonge leden te trekken. Dan kun je nadenken over wat kinderen willen weten. Wie is de trainer? Wat wordt er gedaan tijdens een training? Bij jongens geef je andere voorbeelden dan bij meisjes. Als er ouders bij de voorlichting zijn, bedenk dan wat zij belangrijk vinden. Hoe let de trainer op de veiligheid van de kinderen? Moet er vrijwilligerswerk gedaan worden? Vertel daar ook wat over.

Ook probeer je in te schatten of het publiek al beschikt over enige **voorkennis**. Bij mensen met veel voorkennis gebruik je bijvoorbeeld bij een instructie minder stappen dan bij mensen met weinig of geen voorkennis.

2

Omschrijf de doelgroep

Stel: je loopt stage en je moet een instructie geven. Lees eerst de situatiebeschrijving. Geef aan wie je doelgroep is: **kinderen / jongeren / volwassenen / ouderen**. Geef aan of je denkt dat de doelgroep **veel / weinig / geen** voorkennis heeft. Geef aan wat de doelgroep wil: **informatie krijgen / iets kopen / iets laten maken / iets laten verzorgen**.

- 1 Je geeft uitleg aan leerlingen op een basisschool. Je leert ze een nieuwe spellingsregel.
doelgroep:
voorkennis:
wil:
- 2 Je geeft aan een vaste klant van de nagelstudio uitleg over de behandeling die je gaat geven.
doelgroep:
voorkennis:
wil:
- 3 Je loopt stage bij een tegelzetter en legt aan de opdrachtgever uit hoe je te werk gaat.
doelgroep:
voorkennis:
wil:
- 4 Je vertelt aan de klant in een elektronicawinkel voor- en nadelen van diverse geluidinstallaties.
doelgroep:
voorkennis:
wil:

3 Toekomstige klanten

Omschrijf de doelgroep voor drie bedrijven waar jij met jouw gekozen profiel stage kunt lopen of werken. Wat voor klanten heeft het bedrijf? Voor wie werkt het bedrijf? Het hoeven niet per se bedrijven te zijn waar jij daadwerkelijk wilt werken, maar ze moeten aansluiten op jouw profiel.

- 1 **Bedrijf 1**
 leeftijd klanten:
 geslacht klanten:
 voorkennis klanten:
 doel klanten:
- 2 **Bedrijf 2**
 leeftijd klanten:
 geslacht klanten:
 voorkennis klanten:
 doel klanten:
- 3 **Bedrijf 3**
 leeftijd klanten:
 geslacht klanten:
 voorkennis klanten:
 doel klanten:

4 De nieuwste app

Schrijf een instructie over een nieuwe app. Hoe werkt de app en wat kun je ermee? Je mag zelf een app kiezen. Je schrijft deze instructie twee keer: eerst voor een vriend die net zo veel gebruikmaakt van zijn mobiele telefoon als jij en daarna voor je opa die zijn mobiele telefoon heel weinig gebruikt en dus veel minder voorkennis heeft.

- 1 De instructie voor een vriend

- 2 De instructie voor je opa

5

De uitstraling

Lees de theorie **Presentatietechnieken**. Vul de ontbrekende woorden in.

Kies uit: **ademhaling - de inhoud - de toon - een korte stilte - een vraag beantwoorden - lichaamshouding - presentatietechniek - te oefenen**.

- 1 Wat je vertelt noem je van je presentatie.
- 2 De manier waarop je spreekt is je
- 3 Ook bij een korte spreekopdracht zoals is jouw uitstraling belangrijk.
- 4 Door krijg je steeds meer zelfvertrouwen in spreken voor publiek.
- 5 Aan de intonatie, waarop je praat, hoort het publiek of je enthousiast bent.
- 6 Als je tot rust wilt komen, let dan op je
- 7 Je benadrukt bepaalde informatie door te laten vallen.
- 8 Als je stevig op twee benen staat en je houdt je handen rustig langs je lichaam, heb je een ontspannen

Presentatietechnieken

Niet alleen wat je vertelt is belangrijk, maar ook hoe je het vertelt.

De manier waarop je iets vertelt of antwoord geeft, je **presentatietechniek**, oefen je door presentaties te houden. Je let bij iedere spreekopdracht, hoe klein ook, steeds op hoe je het vertelt en hoe je publiek daarop reageert.

Je moet daarbij op de volgende dingen letten:

- je **stemgebruik**: de manier van praten is belangrijk voor je publiek zodat het je verhaal gemakkelijk kan volgen. Behalve het **volume**, hoe hard je spreekt, is **intonatie** ook heel belangrijk. Dit is de toon waarop je praat. Je wilt niet ongeïnteresseerd of arrogant klinken, maar juist deskundig of enthousiast overkomen. Verder is het belangrijk om **rustig te spreken**. Als je zenuwachtig bent, ga je vaak sneller spreken waardoor je verhaal minder goed te volgen is. Soms krijg je een trilling in je stem.
- **stilte**: dat je af en toe een **korte stilte** laat vallen. Hierdoor kun je iets benadrukken wat belangrijk is. Tegelijkertijd geeft de korte pauze jou wat rust.
- **oogcontact**: dat je **oogcontact** maakt. Daarmee hou je de aandacht van je publiek vast en kom je zelfverzekerd over. Maak oogcontact met iedereen die luistert, anders verlies je hun aandacht en wordt het saai voor hen.
- je **lichaamshouding**: je ziet snel of iemand moeite heeft met presenteren: hij staat te wiebelen op zijn benen of te frunniken met zijn handen. Kies een houding waar jij je prettig bij voelt. Je kunt iets in je handen houden om te voorkomen dat je steeds je T-shirt goed doet of met je handen door je haar gaat.
- **ademhaling**: door te letten op je ademhaling kom je tot rust en sta je weer sterk. Ben je kwijt wat je wilde zeggen? Adem twee keer goed door je neus in, laat de lucht naar je buik stromen en je bent er weer klaar voor!

Wees je dus bewust van de manier waarop je presenteert. Non-verbaal vertel je al heel veel. Als jij onzeker overkomt op de klant, dan denkt hij misschien: 'Het is een stagiair en hij weet het dus niet.' Of: 'Ik vraag het wel aan iemand anders.' Het is belangrijk dat je nadenkt over je uitstraling en oefent om hierin beter te worden.



6 Vergelijken

‘TEDxYouth’ is een evenement waarbij jongeren een presentatie houden om anderen te inspireren. Je kijkt naar het begin van twee presentaties en vult hierover een beoordeling in. De eerste is door **Esther Peeters** en de tweede door **Sjaak Borsboom**.

Presentatie 1 - Esther Peeters

- | | | |
|---|--|-----------------|
| 1 | Esther heeft een goed spreekvolume. | juist / onjuist |
| 2 | Esther spreekt rustig. | juist / onjuist |
| 3 | Esther laat goede stiltes vallen. | juist / onjuist |
| 4 | Esther maakt oogcontact met het hele publiek. | juist / onjuist |
| 5 | Esther heeft een zekere lichaamshouding. | juist / onjuist |
| 6 | Esther heeft controle over haar handen. | juist / onjuist |
| 7 | Esther heeft haar presentatie goed voorbereid. | juist / onjuist |

Presentatie 2 - Sjaak Borsboom

- | | | |
|----|---|-----------------|
| 8 | Sjaak heeft een goed spreekvolume. | juist / onjuist |
| 9 | Sjaak spreekt rustig. | juist / onjuist |
| 10 | Sjaak laat goede stiltes vallen. | juist / onjuist |
| 11 | Sjaak maakt oogcontact met het hele publiek. | juist / onjuist |
| 12 | Sjaak heeft een zekere lichaamshouding. | juist / onjuist |
| 13 | Sjaak heeft controle over zijn handen. | juist / onjuist |
| 14 | Sjaak heeft zijn presentatie goed voorbereid. | juist / onjuist |



7 Een goed voorbeeld

Kijk naar **Esther Peeters** en beantwoord onderstaande vragen.

- 1 Esther geeft het publiek informatie uit haar privéleven. Noem drie voorbeelden.

- 2 Esther stelt in haar verhaal veel vragen die het publiek niet hoeft te beantwoorden, maar die jij jezelf vast ook weleens hebt afgevraagd. Noteer drie vragen.

- 3 Esther vertelt: ‘Zijn er verwachtingen waar je aan moet voldoen? Patronen waar je in moet passen? Of niet? Is dat wel echt zo?’ Ze houdt hierna een lange stilte en vertelt vervolgens over haar jeugd. Waarom last Esther deze lange stilte in?

- 4 Aan het einde laat Esther haar publiek weer staan om vragen te beantwoorden. Het wordt onrustig in de zaal. Verandert de presentatietechniek van Esther? Leg je antwoord uit.

8

Spreken en doelen

Lees de theorie **Spreekdoel** en beantwoord daarna de volgende vragen.

- 1 Welke doelen kan een presentatie hebben?
.....
.....
- 2 Waarom is het goed als tijdens een informatieve presentatie grapjes worden gemaakt?
.....
.....

Spreekdoel

Een presentatie kan verschillende doelen hebben. Het doel is belangrijk om de inhoud te bepalen.

- Als het doel is je publiek te **informer**en, dan vertel je veel feiten en noem je positieve en negatieve punten. Je publiek kan er iets van leren of kan zelf zijn mening vormen.
- Als je de luisteraars wilt **overtuigen**, dan geef je alleen positieve punten en geen negatieve punten. Je hoopt dat aan het einde van je presentatie je publiek dezelfde mening heeft als jij.
- **Overhalen** gaat nog een stap verder dan overtuigen. Je wilt dat je publiek echt iets doet of iets koopt. Denk aan bijvoorbeeld een reclame. Vaak is alleen vertellen dan niet voldoende. Je kunt bijvoorbeeld ook laten zien hoe het product werkt of voor wie je actievoert.
- Bij het spreekdoel **instrueren** geef je een uitleg. Je vertelt stapsgewijs en geeft alleen feiten. Voor de luisteraar is het fijn als jij het voordoet.
- Het laatste doel is **amuseren**. Alleen bij cabaret en theater is amuseren het hoofddoel van de presentatie. Bij andere presentaties is het leuk voor het publiek als er humor in zit, want dan houdt het de aandacht gemakkelijker vast.



9

Reclame maken

Lees de theorie **Spreekdoel**. Maak in tweetallen of drietallen een reclamespot voor een product dat past bij jouw gekozen profiel. Het doel van de reclamespot is de klant overhalen om het product te kopen. Laat zien hoe het product werkt en leg uit waarom het beter is dan het product van de concurrent. Zorg ervoor dat jullie allemaal een keer in beeld zijn en aan het woord zijn. Je kunt de taak van cameraman/-vrouw afwisselen of iemand vragen om jullie daarbij te helpen.

- 1 **Stap 1:** Kies samen een product dat past bij jullie profiel en vraag goedkeuring aan je docent. Je kunt denken aan producten zoals een 3D-printer, boormachine, brood, heggenschaar, muziekstreamer, ontwerpprogramma, shampoo, snoepje, stofzuiger, voetbal, wok of zonnepaneel.
- 2 **Stap 2:** Schrijf samen het script voor de reclamespot. Wie zegt wat? Wie doet wat? Waar wordt er gefilmd? Welke spullen hebben jullie nodig?
Hou goed het doel van de reclamespot in je achterhoofd: overhalen. Gebruik een leeg A4'tje om je script op te schrijven.
- 3 **Stap 3:** Nu gaan jullie de reclame opnemen. Dat is best spannend. Iets wat is opgenomen kan heel vaak weer worden teruggekeken. Het is ook heel leerzaam. Je ziet namelijk wat je goed doet en wat je kunt verbeteren. Natuurlijk mogen jullie de reclame meerdere keren opnemen en uiteindelijk het beste reclamespotje laten zien. Door te oefenen worden jullie steeds beter!

10

Reclames beoordelen

De reclamespots worden vertoond aan de klas. Welke is het meest overtuigend? Leg uit waarom.

- 1 De reclamespot van
(namen leerlingen) vond ik het meest overtuigend.
- 2 Het was een reclamefilm voor (naam product).
- 3 Het was overtuigend, omdat
..... (eerste argument)
en (tweede argument).



11

De letterlijke instructie

Lees de theorie **Instructie geven aan een klant**. Vorm een tweetal. Eén leerling speelt de instructeur en geeft een instructie aan een andere leerling. Deze leerling moet de instructie letterlijk opvolgen en dus niet zelf nadenken. De instructeur legt in kleine stapjes uit wat de leerling moet doen: waar hij naartoe moet lopen, wat hij moet pakken, hoe hij het vast moet houden.

Steeds is er één tweetal aan de beurt. De docent vertelt de opdracht alleen aan de instructeur. Mogelijke instructies zijn: iets ophangen in het lokaal; iets op het bord schrijven; het raam open/dicht doen. Maar misschien verzint je docent wel iets heel anders ...

Beoordeel minimaal één koppel door het beantwoorden van de vragen.

- 1 Naam leerling:
- 2 Naam instructeur:
- 3 Gebruikt de instructeur voldoende stappen?
- 4 Worden alle stappen duidelijk uitgelegd?
- 5 Wacht de instructeur met de volgende stap totdat de vorige was uitgevoerd?
- 6 Blijft de instructeur rustig en vriendelijk?
- 7 Luistert de leerling goed naar de instructie?

Instructie geven aan een klant

Een presentatie houden voor je klasgenoten is echt anders dan spreken voor een klant. Dit spreken kan het beantwoorden van een vraag zijn, maar ook het geven van een lange instructie. Tijdens het spreken voor klanten ben jij de professional en moet je dus ook een professionele uitstraling hebben. Jij hebt de kennis en je klant heeft weinig of misschien zelfs geen voorkennis. Daarom is het belangrijk dat je uitleg duidelijk is.

Denk aan de volgende punten:

- wees vriendelijk en beleefd;
- leg uit in kleine stapjes;
- laat zien hoe het moet;
- vraag regelmatig of de klant het begrijpt;
- vraag aan het einde of er nog onduidelijkheden zijn.

