

Zakelijk van OldSchool naar OnLine Presenteren.

Presenteren op een webinar, online workshop, online beurspresentatie? Van Old-School (OS) presenteren naar Online (OL) is een wezenlijke stap.

Zakelijk gezien staat bij beide, OS en OL, voorop dat na afloop door de deelnemer iets gedaan wordt. Het gaat om de route naar de DMU: via de deelnemer maar het kunnen ook anderen zijn die als intermediair een rol hebben. Een of meer elementen uit de presentatie, de spreker zelf of het bedrijf/de organisatie, die dichterbij de DMU van de doelgroep moeten komen.

Bij OL presenteren gaat het, niet anders dan bij OS, om het interesseren en faciliteren van de intermediair uit je doelgroep om je boodschap in zijn/haar bedrijf/organisatie richting DMU door te geven. Faciliteren: de intermediair helpen bij het doorgeven van de boodschap.

De basis voor succes is natuurlijk dat het onderwerp, de problematiek voor de toehoorder interessant is. Je presenteert primair voor een of meer specifieke doelgroepen.

Het bewust maken van de relevantie van je onderwerp bij de deelnemers is het belangrijkste onderdeel van een zakelijke presentatie! Dit begint bij interesse in de spreker!

Het gaat om "inhoud" bij de DMU te krijgen in een vorm die daar effect heeft. Meestal is dit een lang en complex traject, waarbij veel verloren gaat, met zekerheid onderweg aangepast gaat worden.

fase1, de publiciteit vooraf,
fase2, de presentatie,
fase3, na de presentatie
fase4, stap naar de volgende intermediair,
fase5, stap naar de DMU,
fase6, in de DMU ...

De levensgrote verschillen tussen OS en OL zijn MEDIUM en OMGEVING.

Bij **OS** zijn **spreker en deelnemer** in eenzelfde **omgeving**, waarbij ze bewust ervoor gekozen hebben om tijdens de presentatie op elkaar aangewezen te zijn. In deze omgeving is meestal weinig verstoring van de communicatie.

De **OL deelnemer** is in een **omgeving** met meerdere prikkels. Bij een werkomgeving is de prioriteit van de presentatie soms ondergeschikt aan andere werkzaamheden. (to-do lijst – informatie op mobiel – mails). Voortdurend is er de kans op een switchen naar iets anders, al dan niet met de intentie om weer terug te komen.

De **omgeving** van waaruit de **OL spreker** presenteert kan heel verschillend zijn: van eenvoudige computer thuis tot een professionele studio. Met een of meer camera's, microfoons, belichting en meer apparatuur die allemaal aandacht vragen.

Ik ga maar heel beperkt in op de bij OL erg belangrijke technische audiovisuele aspecten. Daarvoor zijn er specialisten.

Hoe kun je de voordelen van OL benutten? Hoe kun je de nadelen ervan verminderen of opheffen?

De problematiek is als onderwerp van een presentatie vaak interessanter dan mogelijke oplossingen. Met een goede analyse van de problematiek kondigt zich vaak de oplossing al aan.

Andere doelen: opbouwen, bevestigen of versterken van het bedrijfsimago.

Het doel is de boodschap verspreid te krijgen, tenminste een stap verder dan de intermediair. Focus op actie 'morgen'.



Bij OS heeft de spreker het primaat van de communicatie en kan de aandacht van de deelnemer vrijwel op ieder moment krijgen.

Bij OL zijn de mogelijkheden van de spreker om de aandacht van de deelnemer vast te houden of weer terug te krijgen, beperkt. Het terugkomen van de deelnemer is daarbij niet vanzelfsprekend maar een bewuste actie van deze.

Bij OL communiceert de spreker d.m.v. **audiovisuele** faciliteiten, van eenvoudig tot uiterst indringend, maar altijd ziet de ontvanger de spreker twee dimensionaal, gedeeltelijk, vertekent, verzwakt op een **scherm**. En naast de spreker is altijd een achtergrond zichtbaar en vaak slides, video, ander beeldmateriaal. Door camera regie, bewegingen en geluid kan dynamiek toegevoegd zijn.

Beeldmateriaal kan informatie overdragen waarvoor we geen woorden hebben: we voegen er zelf veel aan toe, linken het aan eigen ervaringen.

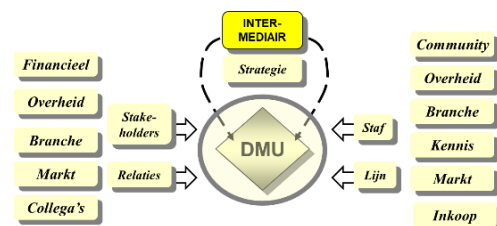
Bij tekst proberen we de bedoeling ervan te vinden, het versmalt. Beeldende teksten en Poëzie laten meer in het midden en geven meer dan proza ruimte voor eigen aanvulling en interpretatie.



De overgang van OS naar OL presenteren is een **gamechanger**. De goede OS spreker kan zijn persoonlijke sterktes in een OL presentatie slechts verminderd inzetten. **OL succes is gebaseerd op totaal andere competenties.**

Inspirerende inhoud is doorvertelbaar (geen beeld, wel emotie)

Communicatie: een spreker en een ontvanger die via een medium verbinding hebben over een inhoud.



OL voordelen (voor presentaties - vanuit zakelijk perspectief)

De snelle acceptatie van OL werd natuurlijk gestimuleerd door de 2020-22 pandemie. Het was tijdelijk de enig mogelijke vorm voor communicatie. De acceptatie was razendsnel, de leercurve was stijl, de toepassing was heel breed.

Het geweldige succes en de grootschalige acceptatie was gebaseerd op belangrijke voordelen. Onder meer:

- Sluit aan bij thuiswerken
Het bezoek aan beurs-conferentie-seminar wordt een vanuit 'thuis' OL deelname. Voor de deelnemer heeft dit meerdere duidelijke voordelen.
- Geschikt voor veel situaties
Voor intern en extern gebruik. OL presenteren is inmiddels een gegeven.
- Goed planbaar.
Zowel de starttijd als de totale tijd zijn helder. Toevoegen aan agenda is eenvoudig.
- Sluit aan bij met scherm opgegroeide generaties
Het 'opgesloten' naar een spreker 'moeten' luisteren, is strijdig met het vrij willen bewegen. 'Lang' naar een OS spreker moeten luisteren, is voor Screenagers – Millennials een no-go'er. Korte spanningsbogen om aandacht vast te houden zijn met OL door variatie goed mogelijk.
- Brede belangstelling, ook van minder betrokkenen
Bij OS heeft de deelnemer een bewuste keuze gemaakt; de investering in tijd – geld is aanzienlijk. OL deelname is veel vrijblijvender met minder investering: ook minder betrokkenen nemen deel.
- Kwalitatief hoogwaardige belangstelling.



- De mogelijkheden/ voordelen van OL maakt deelname aantrekkelijk voor degenen die bij OS de deelname aan anderen zouden hebben overgelaten.
- Inzet van AV mogelijkheden.
Het gebruik van montage – aanvullen met video – animaties – geluid heeft een groot potentieel en is relatief gemakkelijk.
 - Opname van presentatie voor on-demand gebruik.
Een opgenomen video van een OL activiteit kan ook later bekeken worden
 - Relatief eenvoudige inzet van meerdere vormen.
Terwijl bij OS vormen als interview – demonstratie – meerdere deelnemers e.d. zeker mogelijk zijn, is dit bij OL eenvoudiger.
 - Medewerking van 'bijzondere' sprekers.
Redenen waarom sprekers normaal gesproken niet beschikbaar zijn: kosten-tijd-agenda, gelden in veel mindere mate bij OL. Ook vooraf opgenomen, zelfs niet exclusieve, bijdragen kunnen gebruikt worden.
 - Snel doorgeven door deelnemers van "content", alerts.
Bij OS is de deelnemer een intermediair die 'morgen' in actie komt, bij OL gaat dit sneller, directer. (kan ook een nadeel zijn, volgende deel)

Door de presentatie vooraf, geheel of gedeeltelijk, op te nemen, kan door de montage vrijwel iedere spreker een goede presentatie realiseren.

Wat kun je als OS spreker doen om ook OL succesvol te zijn?

*Algemene regel: Gebruik je sterktes en verdoezel je zwaktes.
(Die moet je wel kennen)*

Je bent een dynamische spreker, met variatie in je stem en beweging.

Zorg ervoor dat je niet in een camerakeurslijf wordt gedwongen. Richt je werkplek thuis of elders zodanig in dat je ruimte hebt, staand kunt presenteren. (later meer)

Je bent deskundig, hebt veel voorbeelden, kunt goed inspelen op de zaal.

Zorg ervoor dat je door de vorm of door de techniek feedback of vragen krijgt. (hierna meer)

Gebruik die om je sterktes in te zetten. (ga dus niet in op vanzelfsprekende zaken!)

Jarenlang wist je doelgroep dat je steeds wat nieuws had.

Je goede naam in de branche moet je nu met digitale middelen bevestigen. Met nieuwsbrief, blog, verwijzingen naar website, aankondigingen van webinars.

Je kunt actualiteit gebruiken om je doelgroep je deskundigheid te tonen.

Je bent een nogal saaie spreker maar wel een expert op je gebied.

OL maakt het je mogelijk door veelvuldige ondersteuning van gesproken tekst met materiaal die expertise te laten zien.

Je vertegenwoordigt een gerenommeerd bedrijf.

De entourage en opmaak van de OL moet in lijn zijn met die van je bedrijf. De perceptie van de doelgroep van je bedrijf moet tenminste ondersteund worden. Een OL presentatie is een mogelijkheid, sterker dan OS, om het beeld dat de doelgroep heeft te versterken.

Beeldend. *Is visueel communiceren een hype?*

Steeds meer communicatie wordt gemaakt door visueel ingestelde ontwerpers, geschikt voor visueel ingestelde gebruikers. Die zijn er inderdaad steeds meer.

Beelden zijn vaak 'mooie plaatjes', maar weinig informatief voor de doelgroep. Teksten bij afbeeldingen zijn vaak bla-bla. Let op bij visueel materiaal dat door, volkomen begrijpelijk, niet-onderwerp deskundigen is gemaakt.

*Beoordeel beeldmateriaal met de ogen van deskundigen in je publiek!
Cijfers als onderdeel van visuals werken krachtig!*

Bijzondere uitdagingen bij OL presenteren

- Het beïnvloeden van de DMU loopt bij OL primair via digitale lijnen. Vergelijkbaar met OS wordt de kans op het doorgeven van informatie gestimuleerd door **Gemak – Koppelbaar – Beeldend – Krachtig.**



OL is voor de deelnemer erg gemakkelijk en is uitermate geschikt voor het gebruik van visuele versterking. Het scoort daarbij aanzienlijk beter dan OS.

Krachtig en Koppelbaar hebben een duidelijke relatie met de situatie van de deelnemer, ze vragen kennis van de branche om de doelgroep aan te spreken. OS met een levende spreker in een ruimte waar deze het primaat heeft, is geschikter dan de OL situatie voor het krachtig overbrengen van een boodschap. Bij OL moet de compensatie hiervoor gevonden worden in een sterkere koppeling van spreker met deelnemer. Het gaat om triggers die de intermediair bewust en onbewust helpen bij het doorgeven. Dit kunnen zijn, case verhalen/ voorbeelden, heldere statements, links, door de spreker voor de specifieke situatie geselecteerd.

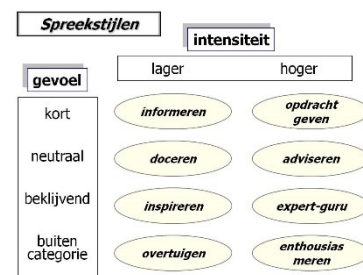
Equipeer de intermediair met materiaal dat geschikt is voor doorgeven aan anderen.

- De dynamiek van OL betekent dat de deelnemers gemakkelijk, kort of langer, switchen naar iets anders. (meer daarover hierna)

Een opbouw van de presentatie uit korte onderdelen, KISS (Keep It Short Simple), onderbroken met ander materiaal en herhaling van boodschap en/of beloften, past in de behoefte van veel OL deelnemers.

- OL heeft beperkingen t.a.v. de spreekstijl van de presentator. Welke zijn geschikte stijlen?

Sterk enthousiasme en gedrevenheid vragen fysieke ruimte voor de spreker en vragen bij OL een daarvoor geschikte setting. Bij rustiger spreekstijlen heeft OL duidelijke sterktes: focus, ernst, weloverwogen zijn geschikt omdat de gezichtsuitdrukking goed overkomt. Camera regie is daarbij een krachtig AV middel om effecten te versterken. (Lees meer over spreekstijlen in Zakelijk Spreken voor Managers)



- Welk type presentator is voor de OL deelnemer aantrekkelijk? Met welk type wil de deelnemer graag OL contact tijdens de presentatie of erna?

Bij OS gaat het om de match met de aanwezigen in de zaal. Deze zijn voorgesorteerd op basis van de voorinformatie over de presentatie door het bedrijf/ de organisatie. De deelnemers en de keuze van de spreker is er, idealiter?, op gebaseerd.

Bij OL is dit niet echt anders maar de afstand tussen spreker en deelnemer is korter, de spreekstijl is minder afstandelijk en genuanceerder. De spreker spreekt tegen de camera, het is een persoonlijk gebeuren. De deelnemer kijkt naar de persoon van de spreker die heel dichtbij is. Het vraagt een spreker die hiervoor geschikt is. (meer hierna)

- De situatie thuis is erg geschikt voor improviserend spreken. Ook in deze situatie heb je wel een leidraad nodig. Notities op papier, op je smartphone? of op een tweede scherm. Met PowerPoint als leidraad? Het werken met een autocue of teleprompter vraagt training. (meer elders)

Een 'praten met' geeft nabijheid voor zowel de spreker als de ontvanger. 'Praten tegen' kan zinvol zijn, doe dat als het nuttig is.

- De OL spreker wordt belast met de aandacht voor AV faciliteiten. 'Thuis' met eenvoudige faciliteiten of in een studio met professionele apparatuur, beeld-, en geluidsregie. Alle situaties vragen meer aandacht voor het AV dan bij de OS spreker in een zaal. In een opzet met meer professionele apparatuur is afleiding een valkuil.



Zo min mogelijk afleiding staat centraal. Zo vanzelfsprekend mogelijk, ongestoord praten tegen de camera! Oefen vooraf en focus, focus, laat de regie aan anderen over.



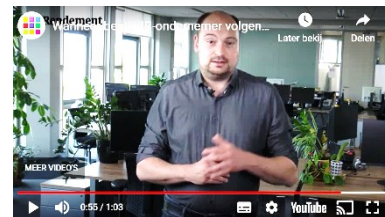
Meer over lichaamstaal

De communicatie door middel van lichaamstaal is bij OL duidelijk anders dan bij OS. Camera – microfoon – locatie van de spreker; allemaal beperken ze de spreker in bewegingen. Voor je het weet mis je de levendigheid die zo nodig is voor de acceptatie door de toehoorder. Hoe kun je dit compenseren? En kun je de mogelijkheden die er zijn gebruiken?

Oogcontact is bij OL is een belangrijk middel voor de verbinding van spreker en deelnemer. Een spreker die recht in de camera kijkt geeft verbinding, ook als de spreker naar een ander kijkt, bijvoorbeeld een interviewer, is dit verbindend. Maar als de spreker voor de kijker langs hem/haar heen kijkt is dat vervreemdend. (bij OS is het voldoende als de spreker naar de groep kijkt.)

Opvallend hoe moeilijk het is om als kijker geconcentreerd te blijven bij een spreker die naar iets onduidelijks kijkt. Vrijwel automatisch ga je ook naar iets anders kijken, je spiegelt. Het als spreker in de camera blijven kijken, waarbij er niemand te zien is, vraagt training. Een goede camera/ beeldscherm opstelling maakt het eenvoudiger. (zie afbeelding) Een achtergrond achter je camera met een afbeelding van een zaal met toehoorders, kan helpen.

OL laat de spreker in veel detail zien. Door de situatie waarin de spreker gedwongen wordt, is dit minder natuurlijk dan bij OS waarbij de spreker veel vrijer kan bewegen, zich minder of geen rekening met camera en belichting moet houden. Er is geen podium waarop de spreker vrij kan bewegen maar er is wel een keuze voor de visuele vorm: zittend of staand? nadruk op gezicht, 1/3 – 1/2 - full body?



Onderdeel van lichaamstaal is levendigheid, een krachtig middel bij de acceptatie van de spreker door de deelnemer. Spreek dus expressiever, enthousiaster, met meer variatie in stemgebruik. Met focus op gezichtsuitdrukking, arm en handbeweging, zonder onrustig te zijn. Alles gebaseerd op deskundigheid en op de juiste plaatsen accenten.

Variatie van de visuele vorm geeft dynamiek. Gebruik camera-instelling, white board, video, sheets, tekeningen laat voorwerpen zien.



Bij improvisatie is lichaamstaal natuurlijker en dynamischer dan bij strak gebrachte teksten. Vooraf opgenomen en gemonteerde onderdelen hebben mogelijkheden voor een versterking van de lichaamstaal. Een geheel van opgenomen geïmproviseerde onderdelen kan heel sterk zijn. Iedere spreker, met een creatief team als support, kan hiermee succesvol OL scoren.

Opmerkingen:

- Het voor een camera enthousiast presenteren vraagt extra inspanning. Dit geloofwaardig, niet gekunsteld doen, vraagt training en ervaring. Het gaat om stem, korte goed lopende zinnen, gezichtsuitdrukking, beweging van armen.
- Samen met iemand anders enthousiast zijn, maakt het gemakkelijker.



Laat gerust je handen op het scherm zien. Gebruik ze om je tekst te ondersteunen. Beweeg met je hoofd. Lach of ben opgewekt - Optimisme is voor de kijker aantrekkelijk.

Montage en autoriteit

Door montage met vooraf opgenomen video's en bijdragen/invulling door anderen is de autoriteit en/of de authenticiteit van de OL spreker niet vanzelfsprekend meer.

Wordt door een vooraf, geheel of gedeeltelijk, opgenomen presentatie de zakelijke autoriteit van de spreker negatief beïnvloed?? Kan dit door de doelgroep ook positief worden gewaardeerd?

Bij OL verwacht de deelnemer een realtime spreker, een verdenking van teveel vooraf gemonteerde onderdelen vermindert de geloofwaardigheid. Een te perfecte presentatie, waarbij de deelnemer kan denken dat gebruik is gemaakt van acteurs of van professionele regie, kan in B2B situatie averechts werken.

Voor het communiceren van de boodschap van het bedrijf naar de doelgroep is de spreker een belangrijke factor. Deze is daarbij vertegenwoordiger van het bedrijf/ organisatie; voor de doelgroep is deze het gezicht van het bedrijf/organisatie. Dat beeld moet niet verstoord worden doordat anderen op het gebied van de vertegenwoordiger/ intermediair functie komen: de rol van de dagvoorzitter, interviewer, gastvrouw/heer moet voor de deelnemer helder zijn. Gemakkelijk kan bij de deelnemer de indruk ontstaan dat de communicatieafdeling de presentatie heeft geregistreerd en de spreker op het tweede plan staat.

De OS manieren voor het versterken van de autoriteit van de spreker zijn bij OL ook toepasbaar. (zie Zakelijk Spreken Voor Young Professionals)

Voor OL geschikte vormen waarbij autoriteit, deskundigheid en benaderbaarheid versterkt worden zijn o.a: interview met spreker door deskundige interviewer - gesprek van spreker met anderen in bedrijf/organisatie of met gebruikers. Door zijn/haar deskundigheid moet de interviewer in staat zijn om de spreker te onderbreken, verdiepende, verbredende vragen te stellen, opmerkingen te maken die de spreker in staat stelt om zijn/haar deskundigheid te laten blijken.

Opmerking:

- Voor de autoriteit van de spreker is het belangrijk dat de kwaliteit van het beeldmateriaal past bij het bedrijf. Bij een geavanceerd bedrijf past dito beeldmateriaal in vorm, in inhoud.
- Het laten zien van de spreker als onderdeel van een team is aanzienlijk sterker dan de 'solo' spreker.

Ligt het aan mij????

Ik ben meestal snel klaar met gelikte video's die door communicatie-specialisten zijn gemaakt. Ik denk dan dat ik het gebrek aan inhoud doorzie: het is te simpel, ik verwacht geen interessants.

En laat die 'muziek' maar zitten.

Van een wetenschapper accepteer je veel!

Bij een presentatie die vooral het overdragen van kennis is, staat de inhoud voorop. Als de spreker je dan niet aankijkt, saai is, maar veel inhoud heeft of goede sheets, blijf je wel kijken.

Maar als de spreker wil enthousiasmeren, aanzetten tot doordenken, enthousiasmeren of meer, dan



De interviewer had niet in de gaten dat de microfoon van de geïnterviewde niet aan stond. Het duurde minuten Het was een webinar van technische studenten!.



Je tekst

Je tekst lezen of je notities even inkijken zonder het contact met de kijker te verliezen, hoe doe je dat?

- Door een sheet met volledige beeldvulling te laten zien, heb je tijd om je tekst even in te kijken.
- Het plaatsen van de camera voor het scherm (monitor - laptop – tablet) waarop je tekst staat, maakt het mogelijk om te lezen zonder al te veel van de lens af te wijken.
Plaats de (compacte) camera zodanig dat de kijklijnen naar lens en scherm vrijwel gelijk zijn.
Het bedienen van de tekst moet dan wel, bijna, ongemerkt dus zonder ernaar te hoeven kijken, mogelijk zijn.

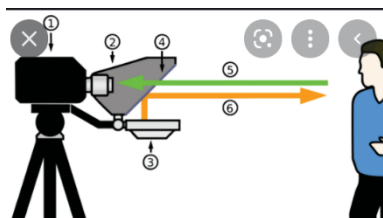
*Bij veel ZOOM-TEAMS e.d. presentaties zie je dat de spreker geen erg geschikte opstelling heeft en de communicatie-kwaliteit te wensen over laat. In gevallen zoals bij louter informatie-overdracht is dat niet erg maar wel bij doceren – inspireren – overtuigen.
Als je dat met succes en state of the art wil doen is het toevoegen aan je, voor jezelf vertrouwde en handige, systeem (laptop met aparte monitor(en)) van extra hardware noodzakelijk.*

- Autocue/ teleprompter.

De groten der aarde kunnen niet zonder. Hun teksten worden op een schaalte gewogen, ze presenteren veel en kunnen voor lang niet alle presentaties zich voorbereiden, hun speechschrijvers werken teksten tot op het laatste moment bij. Het gebruik van autocue/teleprompter kan dan nuttig of zelfs nodig zijn.

Het alternatief, het voorlezen van teksten van papier wordt nog heel veel gedaan maar mist communicatiekracht.

Vooraf het verlies aan flexibiliteit voor de spreker beperkt het gebruik van autocue voor zakelijke presentaties. Ook gaat het moeilijk samen met het gebruik van sheets en het invoegen van beeldmateriaal.



Het omgaan met autocue was tot voor kort iets dat je moest leren. Recent is er adaptieve software waarbij de teleprompter de door de spreker uitgesproken tekst volgt en de opgeslagen tekst keurig op tijd, automatisch toont. Gedwongen worden om in het tempo van de autocue te spreken of een assistent die de snelheid naar behoefte bijstelt, is niet meer nodig.

Is de spreker met prima AV faciliteiten zakelijk interessanter dan een spreker met minder goede AV faciliteiten en ongeveer dezelfde content?

Afhaken en terugkomen

Bij OL is switchen een gegeven; de deelnemer zal gedurende de presentatie ook aan andere zaken aandacht geven. Hoe verminder je tijdens de presentatie de kans op het niet terugkomen, dus afhaken? Hoe kun je het terugkomen tijdens de life OL presentatie stimuleren? Of is het beter om on-demand bekijken te stimuleren: "Kijk niet nu, maar later!?" Wat is zakelijk het verschil tussen life OL deelnemen en on-demand later de presentatie bekijken? Wat is het effect van het vooraf aankondigen van het beschikbaar zijn van een on-demand video?

Waarom?

*Hij was niet overtuigend. Ik kon er mijn aandacht niet bijhouden.
Hoe kwam dat nou? Was ikzelf niet in the mood? Het onderwerp was toch relevant voor me!
Hij lachte geen moment, stelde geen vragen die me prikkelden.
Had geen dilemma's, alles ging soepel van A naar B.
De belichting was – de kleuren waren – het geluid was – enz..*



Je kunt ervan uitgaan dat personen uit je doelgroep efficiënte werkers zijn die snel kunnen beoordelen of een OL presentatie relevant voor hen kan zijn. (het liefst door een video scrollen om te scannen naar voor hen relevante informatie.)

Bij OS presentaties is scrollen niet mogelijk, wel een tijdelijk half-luisteren en ondertussen wat anders doen. Bij life OL presentaties is dat niet anders. De deelname aan een life OL presentatie is dan ook een bewuste keuze, gemotiveerd door nieuwsgierigheid naar inhoud en spreker. Op de achtergrond is er steeds de invloed van andere prikkels die kunnen resulteren in switchen naar andere activiteiten. Het tegen deze, door de spreker nauwelijks te beïnvloeden, externe prikkels van de deelnemer is het moeilijk opwerken.

Het voorkomen van switchen is natuurlijk belangrijk, verstandiger is het om richting te geven aan het terugkomen naar de OL presentatie of anders naar de mogelijkheid later on-demand.

Hoewel het later On-Demand de presentatie volgen, voor de deelnemer mogelijk aantrekkelijk is, is een **terugkomen in de life presentatie** met het volgen van de gehele argumentatie **voor de spreker** een belangrijke optie.

Mogelijkheden om het terugkomen in de life presentatie te stimuleren zijn:

- Het in de eerste minuten van de life presentatie benoemen van deze situatie is altijd zinvol. Het is volkomen reëel om, kort, de mogelijkheden voor, al dan niet tijdelijk, afhaken te bespreken. Benoem constructief de argumenten om dat te doen. Benoem de mogelijkheden om weer aan te sluiten of later on-demand te gaan. Het bewust maken van de afwegingen geeft richting. De life presentatie als tussenfase is voor veel deelnemers een logische situatie.
- Steeds laten zien waar de spreker is, continu op het scherm of op de sheets. Geef naast de agenda ook een tijdsplanning zodat aanhaken op het juiste moment mogelijk wordt.
- Bouw de presentatie op in onderdelen die voor verschillende doelgroepen interessant zijn. Denk aan bijvoorbeeld: de problematiek - de opties - details – afwegingen – samenvatting.

Als de deelnemer even afhaakt en daarna weer terugkomt is de live spreker verder in de presentatie. Wat doe je hiermee?

Enkele mogelijkheden:

- Gebruik van sheets die kunnen helpen bij het weer kunnen oppakken van de verhaallijn.
 - o Bijvoorbeeld steeds links op de sheets de agenda/ de onderdelen in termen van boodschappen en rechts op de sheet de specifieke informatie van het op dat moment besproken deel.
- Een opbouw van de presentatie met korte onderdelen die ieder op zich een conclusie hebben, maakt het mogelijk om herhaaldelijk er kort naar te kunnen verwijzen.
- Herhaaldelijk aangeven dat er over x minuten een bepaald onderwerp komt.

Opmerking: Ga er van uit dat belangrijke OL deelnemers zo nu en dan switchen. Herhaal daarom meerdere keren onderdelen die belangrijk zijn voor het natraject; (contact mogelijkheden – links naar informatie – relevantie/ urgentie/ key boodschap).

De groep deelnemers die tijdens de life presentatie bewust kiest voor het later On-Demand volgen van de presentatie is een belangrijke doelgroep, hun keuze kan heel rationeel zijn. Ze kiezen ervoor om de presentatie in eigen tempo te doorlopen: rustig of versneld met herhalingen naar behoefte. De kans dat zij informatie aan anderen doorgeven is daarbij aanzienlijk.

Met de keuze voor on-demand later, vooraf of na een korte life OL deelname, is er de kans dat het bekijken van de on-demand materiaal wordt uitgesteld.

Om dit te voorkomen moet voor deze groep deelnemers de prikkel om terug te komen sterk zijn.

Mogelijkheden daarvoor zijn o.a. het attenderen op de positieve waarden:

- Tijdswinst: "Kijk op moment dat je er de tijd voor hebt."



- Beter: "Met on-demand optimaal de presentatie bekijken."
- Gemak: Passend in agenda? Met ook andere mogelijk relevante informatie/ presentaties, ook van anderen uit de branche. Deze presentatie wordt steeds geactualiseerd.
- Urgentie: "De komende x dagen/weken beschikbaar."
- Extreem: "In de video die je on-demand kunt bestuderen, daarbij extra filmpjes en meer nieuws – Interessante cases."
- Nog meer: "De on-demand video bevat naast de presentatie extra materiaal en wordt in de komende weken bijgewerkt."

En natuurlijk zijn er de mogelijkheden om na afloop met nieuwsbrieven of vergelijkbaar de deelnemers te benaderen.

Vooraf on-demand aankondigen?

De kans op switchen en afhaken wordt groter als bij de deelnemer vooraf bekend is dat de presentatie later on-demand beschikbaar is. Wel heeft het een wervende waarde voor OL deelname: "ik kan altijd nog naar on-demand". Het heeft ook wervende waarde voor personen die, om welke reden dan ook, toch niet aan een live OL zullen deelnemen.

On-demand video of sheets?

Een presentatie on-demand volgen met behulp van sheets is OK voor degenen die de OL presentatie hebben gevolgd. Voor degenen die de presentatie niet meegemaakt hebben geeft het kale informatie. De zeggingskracht van een sheetpakket is beperkt, het is niet meer als een reminder.

Er kunnen overigens goede redenen zijn om alleen sheets on-demand beschikbaar te stellen. Benoem dat.

Neiging van deelnemer om

Voor de OL ontvanger in zijn/haar werkomgeving is het bijna vanzelfsprekend om niet tot 'morgen' te wachten met het doorsturen van informatie naar anderen. Het is natuurlijk gedrag om iets dat emotioneel aanspreekt snel door te geven. En het is efficiënt, tijdens de OL presentatie je to-do lijstje afwerken.

Van een

Een OL presentatie 'moeten' volgen omdat er geen on-demand mogelijkheden zijn aangekondigd, kan behoorlijk frustrerend zijn. En bij een goede presentatie is dat OK, maar anders vraagt het inspanning. Mogelijk is er een reden waarom de presentatie later niet beschikbaar is?

Voor het zakelijke effect van de presentator heeft het meer na- dan voordelen:

- Je bent hem/ haar even kwijt. Omdat een bericht tussendoor altijd aandacht vraagt kan dit 'even' lang duren.
- De deelnemer mist een deel van de presentatie, mogelijk belangrijke boodschappen.

Advies: Probeer te voorkomen dat de ontvanger snel/direct informatie doorgeeft door dit te benoemen. Beloof een pakkende einde.

Omgaan met chat/ Q&A

De afstand tussen deelnemer en spreker bij OL maakt de chat en Q&A voor de spreker aantrekkelijk omdat deze veel vrijer is in de reactie. Terwijl het bij OS vaak moeilijk is om op tussentijdse vragen/ opmerkingen te reageren, is bij OL dit een bron van mogelijkheden om de presentatie aan te passen aan de behoeften van de deelnemers.

Teksten in de chat kunnen informatie geven die aanleiding kan zijn om de presentatie aan te passen, al dan niet met vermelden van de chatbron.

De interactie met de deelnemers kan door de chat faciliteit geactiveerd worden. De reactie op de binnengekomen chats kan dan op een, voor de spreker, geschikt moment geplaatst worden.

Opmerkingen:

- Gebruik de Q&A om belangrijke zaken te herhalen, uit te diepen, in te gaan op voor de deelnemers relevante aspecten.



- Degenen die actief zijn in de chat en/of Q&A zijn, met uitzondering, voor de spreker zakelijk niet interessant. Voor de echte belangstellenden is anonimiteit een belangrijk element: ze willen niet als zodanig gekend worden. (naar aanleiding van deze ... geen acquisitie!) Toch zijn hun vragen/ opmerkingen uiterst belangrijk. Maak daarom anonieme deelname mogelijk.

Zakelijke afwegingen voor OL presentaties

Vraagt de voorbereiding en uitvoering meer/minder dan een OS-presentatie?

Het vraagt in ieder geval minder tijd voor het aanwezig zijn en reiskosten.

Het voorbereiden van de presentatie inclusief het beeldmateriaal is niet erg verschillend. In het geval de presentatie wordt opgenomen, door jezelf of anderen, vraagt dit voor een goede AV kwaliteit: gereedmaken van de ruimte en apparatuur inclusief testen, oefenen.

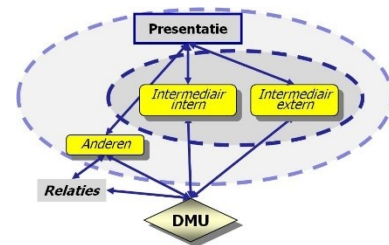
Vrije deelname of vooraf aanmelden?

Bij OL zakelijke presentaties, anders dan bij coaching/advisering, gaat het om de deelnemers die op een of andere manier contact hebben met een DMU. Degenen die dicht bij de DMU zijn, in tijd en onderwerp, zijn de belangrijkste maar ook anderen die later mogelijk invloed hebben op besluitvorming behoren tot de doelgroep. De tweede groep zal behoefte hebben aan informatie, zonder dat die specifiek op een project is gericht: het is kennis die in de toekomst van belang kan zijn. De deelnemers die dicht bij de DMU staan, willen vaker anoniem blijven, dan de tweede groep. (Deze groep wil vaak later on-demand de presentatie bekijken.)

Vooraf aanmelden is een drempel voor belangrijke deelnemers. Werf ze met de mogelijkheid voor anonieme deelname of maak duidelijk dat hun mailadres nooit zonder hun toestemming voor acquisitie o.i.d. gebruikt zal worden. Verwijs naar wettelijke voorschriften en naar de eigen policy.

ZOOM-TEAMS toolkit.
*Voorkom dat je start klungelig is!
Even vooraf proefdraaien. Alle bediening uitproberen zodat je, als het nodig mocht zijn, adequaat kunt reageren.
Organiseer hulp op de achtergrond.
Iemand die meekijkt, waarmee je snel contact kunt maken voor advies of die direct kan overnemen.
Plan B voor:*

- *het geval er technisch iets opgelost moet worden dat meerdere minuten gaat vragen.*
- *Je sheets niet of niet goed weren – je belichting problemen geeft*
- *En er blijven problemen die groter zijn.*



De mogelijkheden voor persoonlijk contact, tenminste de aanzet ertoe, zijn bij OL minder. Wat te doen als dit belangrijk is?

- Benoem het, ga in op de wederzijdse problematiek: de spreker kan vooral in een gesprek zijn/haar meerwaarde inzetten, de deelnemer moet meer informatie hebben om te kijken of een volgende stap nuttig kan zijn.

-

Belangrijk: De combinatie van OS presenteren voor een publiek, samen met een OL publiek op afstand heeft een enorm potentieel. Meer daarover in een andere tekst.