



Jaco Friedrich is softskillstrainer bij het High Tech Institute.
jaco.friedrich@hightechinstitute.nl

Hoe zorg ik ervoor dat anderen luisteren als ik een oplossing presenteer?

Een software-engineer vraagt:

Ik presenteer regelmatig oplossingen en adviezen aan het team van *stakeholders* dat erover moet beslissen. Probleem is dat ik vaak in de eerste paar minuten al van mijn à propos raak door kritische vragen. Hoe krijg ik de mensen van meet af aan mee en zorg ik dat ze in ieder geval meedenken en echt luisteren?

De communicatieadviseur antwoordt:

Overtuigen en een groep meenemen begint bovenal met een inhoudelijk goed verhaal. Hoe spetterend je het ook brengt, als jouw verhaal geen hout snijdt, zul je weinigen overtuigen. Dat betekent dat je goed voorbereid moet zijn en moet weten wat je wilt zeggen.

Laten we ervan uitgaan dat je verhaal goed zit qua inhoud. Dan nog kan het lastig zijn om anderen te overtuigen. Toehoorders kunnen al afhaken als je begint of laten je niet in je verhaal komen door direct allerlei kritische vragen te stellen.

Wat je in die eerste paar minuten moet zien te bereiken is dat het publiek bereid is echt naar je te luisteren. Behalve met de inhoud heeft dat vooral te maken met je verdiepen in de belangen van de mensen aan tafel. Dat zijn vaak *stakeholders*, collega's die hun eigen belang hebben bij het project. Wat zijn hun zorgen? Wat zijn hun plannen? In de eerste paar minuten van je verhaal wil iedereen het gevoel hebben dat jij hen begrijpt.

Hoe ga je te werk? Een pakkend intro van je verhaal bestaat uit drie stappen. Stap een: geef een rake beschrijving van het probleem en de consequenties als niemand er iets aan doet. Wat is de kern van het probleem? Vaak gaat het om iets heel technisch waar misschien niet alle mensen aan tafel direct op kunnen aanhaken. Je zult hier dus al moeten beginnen het technische probleem te vertalen naar de consequenties voor de aanwezige *stakeholders*. Een technisch falen kan bijvoorbeeld betekenen dat er een opleveringsvertraging dreigt. Dit is slecht nieuws voor de projectleider. Of een vertraging zal problemen in het veld veroorzaken, die *customer support* moet oplossen. Beschrijf dus precies wat het probleem

is, uitgedrukt in termen die je toehoorders raken. Daarmee heb je hun aandacht. Bovendien creëert het de benodigde motivatie om er iets aan te doen.

Stap twee: wat wil je bereiken? Bijvoorbeeld: hoe dan ook op tijd leveren. Of de problemen in het veld tot een minimum beperken. Dit is het hogere doel waar iedereen ja tegen kan zeggen.

Stap drie: geef aan wat je met je meeting wilt bereiken. Dat kan bijvoorbeeld een brainstorm zijn over mogelijke oplossingen of een keuze voor een specifieke aanpak.

Met deze drie stappen zul je de *stakeholders* aan tafel zeker interesseren voor je verhaal. Ze herkennen zich immers in

Beschrijf het probleem in termen die je toehoorders raken

de problemen en doelen die je schetst. Dit is belangrijk. Want een probleem willen we niet altijd erkennen. Denk maar eens aan jezelf als je naar de tandarts gaat. Hoe is het dan met je tandpijn? Juist, die is al een stuk minder. Dus wat doet de tandarts? Die zet even zijn haakje in je zieke kies om je te laten voelen dat je wel degelijk een probleem hebt. Resultaat? Je wilt weer heel graag naar een oplossing toe werken. Die oplossing biedt de tandarts je vervolgens aan. Soortgelijk is de aanpak hier. Na je pakkende intro zal je presentatie veel meer overtuigen. Je toehoorders staan er nu voor open om je verhaal echt te horen. ☺