

Brænd igennem med dine budskaber

Sådan optimerer du din kommunikationspraksis, så du får dit budskab igennem i præsentationer



By Maria Hansen
maha@implement.dk
Implement Consulting Group

Kommunikation er en helt grundlæggende færdighed i mange jobfunktioner i dag. Uanset om du er ekspert, leder, facilitator eller underviser, vil din evne til at kommunikere effektivt og målrettet ofte være afgørende for, hvilke resultater du kan opnå med dit team og din organisation. I denne artikel deler vi nogle tips til, hvordan du kan blive bedre til at forberede dine præsentationer og kommunikere mere effektivt.

Kommunikation er et bredt felt, og det er umuligt at dække alt i én artikel. Derfor har vi valgt at fokusere på de områder, der er mest relevante for dem, som gerne vil i gang med at **forbedre deres kommunikationspraksis**.

Vi starter med en **introduktion til, hvordan hjernen fungerer**. Første afsnit fungerer som basis for de to efterfølgende afsnit, da en forståelse af, hvordan hjernen fungerer, danner grundlag for mange af de kommunikationsprincipper, vi præsenterer senere i artiklen. Når det er sagt, er studier af hjernen også et bredt felt, så vi vil nøjes med at berøre den mest relevante viden, som vedrører kommunikation. I andet afsnit ser vi på, **hvordan du forbereder din præsentation**, hvor vi introducerer to konkrete værktøjer til at forbedre dine præsentationer, som du kan begynde at bruge med det samme. Vi afslutter artiklen med det tredje og sidste afsnit, hvor vi dykker ned i, **hvordan du holder din præsentation** med fokus på strategisk brug af kropssprog.

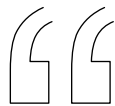
Vi håber, at vores tips vil hjælpe dig til at holde præsentationer med effekt. Hvis du allerede er en erfaren kommunikator, vil du stadig få inspiration til, hvordan du kan optimere din kommunikationspraksis yderligere.

Introduktion: Forstå, hvordan hjernen fungerer

Mark Bowden, som er en amerikansk kropssprogseksper, forklarer sammenhængen mellem det første indtryk, publikum får af dig, og hvordan den menneskelige hjerne fungerer. Den menneskelige hjerne er designet til at scanne omgivelser for fare, og historisk har vi været nødsaget til at kunne træffe en hurtig beslutning om dette. Dette var nødvendigt i evolutionstiden, hvor mennesker dagligt måtte træffe beslutninger om liv eller død. Hvis de vurderede, at der var fare på færde, måtte de flygte med det samme. I dag fungerer vores hjerne under samme principper, men i kontekst af sociale relationer og interaktioner med andre. Bowden siger således, at inden for de første 90 sekunder af en præsentation, har publikum allerede besluttet, om du er deres ven eller fjende. Det betyder, at hvis vi kommer skævt ind på hinanden fra starten, har vi kun en lille chance for at lykkes med vores præsentationer.

Når du faciliterer en workshop eller et møde, skal du være opmærksom på, at deltagerne vil begynde at vurdere, om de kan lide dig eller ej, allerede inden det formelle møde starter. De vil basere deres vurdering af dig på, hvordan du byder dem velkommen, og hvor nærværende du er inden mødet. Er du for eksempel optaget af at tjekke dine e-mails, eller viser du interesse for dem med smalltalk, positivt kropssprog og åbenhed?

Hvis vi ser på, hvordan hjernen fungerer, opdelt den israelsk-amerikanske psykolog Daniel Kahneman hjernen i et system 1 og et system 2, der hvert repræsenterer enten hurtig eller langsom tænkning. Ser vi på 90-sekundersreglen, er det her, at system 1 – den hurtigtænkende del af hjernen – er dominerende.



Men hvad kan vi gøre, hvis vi virkelig gerne vil have, at system 1-hjernen skal kunne lide os?”

Ifølge Kahneman bliver system 1 fremkaldt af følelser og har en tendens til at drage forhastede konklusioner uden at have en særlig grund til det. Så når vi gerne vil have, at folk skal kunne lide os, prøver vi at finde et fælles grundlag, der forbinder os, og få dem til at opbygge empati for os eller den historie, vi fortæller. Vi vil også gerne have dem til at føle, at de er i gode hænder, og at de kan stole på det, vi siger, i vores præsentationer.

Når du forbereder og holder dine præsentationer, er det vigtigt at vide, hvordan hjernen fungerer. Og hvis du nogle gange føler, at det er svært at skabe engagement blandt deltagerne, så tænk over, hvad du gjorde for at motivere dem og opbygge tillid hos dem fra jeres første touchpoints.

Redundanseffekten

Redundanseffekten relaterer til, hvordan hjernen håndterer flere forskellige informationskilder, fx billeder og tekst, og er blevet beskrevet i læringsteorier i løbet af de senere årtier og blandt andet nævnt af David JP Phillips i hans Ted Talk *How to Avoid Death by PowerPoint*.

Et eksempel på redundanseffekten kunne være, at du tager telefonen, mens du sidder og arbejder fokuseret på en opgave på din computer. Selvom du taler i telefon, kan du ikke lade være med at se på opgaven, men det er svært at læse ordene på skærmen og lytte på samme tid.

Så hvordan påvirker redundanseffekten den måde, vi forbereder vores præsentationer på? Overordnet kan man sige, at hvis dine deltagere både læser og lytter på samme tid, er sandsynligheden for, at de husker, hvad du siger, stort set lig nul. Derfor er det en god idé at sørge for, at dine slides ikke indeholder for meget tekst, der distraherer dem fra at holde fokus på det, du siger.

Sådan undgår du redundanseffekten, når du holder præsentationer

- Tal kun i maks. **20 minutter**, før du inddrager deltagerne.
- Du bør ikke præsentere et emne i mere end **45 minutter**, før du får deltagerne til at arbejde med en aktivitet for at give dem tid til at fordøje det, du præsenterer.
- Hvis din præsentation varer mere end en time, bør du give deltagerne en pause **hver time**.

En anden måde, hvor du risikerer at miste deltagernes opmærksomhed, er at glemme alt om, at de er i lokalet. Det kan der være mange grunde til, fx hvis du er nervøs for din præsentation og fokuserer på dine noter uden at være opmærksom på dit publikum, eller hvis du taler om et emne, du er meget passioneret om, og glemmer alt om deltagerne, tiden og energien i lokalet.

Den menneskelige hjerne kan ikke holde fokus i ret lang tid ad gangen. Derfor anbefaler vi, at du holder dine præsentationer på maks. 20 minutter i fysiske møder og 10 minutter i virtuelle møder, før du aktiverer deltagerne. En måde at involvere dem på kunne være, at du stiller et spørgsmål for at få dem til at reflektere over det præsenterede indhold, eller du kan få dem til at tale om et spørgsmål to og to i et par minutter.

Brug af mikroinvolvering hvert 10. eller 20. minut er en nem måde at holde deltagerne engageret under hele præsentationen. Din præsentation bør ikke vare mere end 45 minutter, før du får deltagerne til at arbejde med gruppeaktiviteter, så de har mulighed for at fordøje indholdet. Hvis din videnssession varer mere end en time, kan det være en god idé at give deltagerne en pause hver time.

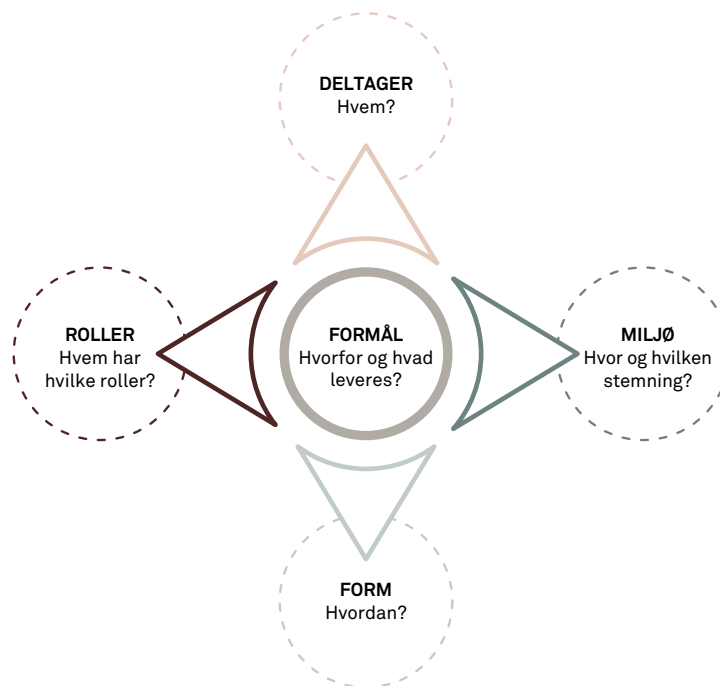
I næste afsnit vil vi introducere to konkrete værktøjer, der kan hjælpe dig med at forberede og strukturere din præsentation.

Afsnit 2: Forberedelse af din præsentation

I Implement har vi udviklet et værktøj, der hedder Designstjernen. Vi bruger den til at designe alle former for interaktioner, herunder forberedelse af præsentationer.

Designstjernen har fem dimensioner, som vist nedenfor.





Formål – hvorfor?

Når vores kunder kontakter os for at få hjælp til at blive bedre til at få deres budskaber igennem, finder vi ofte årsagen til udfordringen i det første trin i Designstjernen – nemlig **formålet**.

Vi har ofte travlt, og forberedelse af mødepræsentationer er noget, vi har gjort mange gange før, og vi tillægger det derfor ikke altid nok værdi at bruge tid nok på forberedelse. For mange ledere gælder det også, at det ikke er dem selv, der laver deres præsentationer, men nogle af deres medarbejdere. For mange af os er kommunikation ikke vores primære job, men det er en vigtig del af det. Vi kan fx ikke være videnskabsfolk eller undervisere uden at dele vores arbejde med andre, og vi kan ikke være ledere uden at kommunikere, selvom vi ikke ser kommunikation som en stor del af vores arbejde.

De fleste af os har nok deltaget i møder, hvor vi har siddet og lyttet til præsentationer med PowerPoint-slides med så meget indhold, at det var svært at holde fokus. Når vi ikke har flere mentale ressourcer tilbage til at holde os engagerede, begynder vores tanker at vandre, vi kigger ud ad vinduet, begynder at tjekke e-mails eller sociale medier osv. Og når vi så endelig er tilbage ved skrivebordet, går det op for os, at vi har en præsentation, vi skal forberede til i morgen. Hvad gør du så? Hvis du er som de fleste andre, vil du sandsynligvis begynde at finde slides frem fra tidligere præsentationer og håbe på, at en klar storyline dukker op ud af det blå, så snart du har samlet de slides, du synes er relevante. Og hvis du ikke synes, det er nok, tilføjer du måske en eller to slides mere for at se, om det hjælper. Men hvordan vurderer du, om de udvalgte slides er relevante, hvis du ikke har et formål at sammenligne med?

At tilføje flere slides, mere tekst, data og fakta er ikke en god måde at forberede effektive præsentationer på – tværtimod. Det er ikke fordi, vi ikke må genbruge slides, men før vi begynder at sammensætte slides fra andre præsentationer, **er vi nødt til at spørge os selv: Hvorfor holder vi præsentationen?** Hvad er formålet med den? Hvad ønsker vi, at deltagerne får ud af den?

I denne dimension af Designstjernen formulerer du formålet og definerer mellem et og tre hovedbudskaber, som er vigtige at få med i præsentationen.

Deltagere – hvem?

Når du har formuleret formålet, er det tid til at overveje, **hvem din målgruppe er**. Det er den dimension i Designstjernen, vi kalder "deltagere".

Ofte er det nødvendigt at bruge den samme type kommunikation til forskellige målgrupper, fx projektteamet, styregruppen, lederteamet, eksterne partnere osv. Men selvom hovedbudskabet måske er det samme, bør måden, du præsenterer det på, ikke være det.

Det er afgørende, at du ved, hvem din målgruppe er i forhold til designvalget i selve forberedelsen af præsentationen. Når du kender din målgruppe, kan du bedre finde ud af, hvilket budskab der vækker mest genklang hos de forskellige grupper, og du kan derefter bruge det til at vælge, hvad du vil fremhæve i den specifikke præsentation.

En sidste men vigtig ting at tage højde for er antallet af deltagere, da vores tips til brugen af kropssprog varierer en smule, alt efter om du præsenterer for en lille eller en stor gruppe mennesker. Som tommelfingerregel tager det 40 sekunder, fra du stiller et spørgsmål, til deltagerne hører og forstår det og er klar til at svare. 40-sekundersreglen gælder for store grupper, men princippet om at sørge for at holde pauser, når du taler, så deltagerne får mulighed for at tænke, før de svarer, gælder også for små grupper.

Miljø – hvor og hvilken stemning?

Miljødimensionen handler om at overveje, hvor præsentationen skal finde sted, fx om det er en virtuel eller fysisk præsentation? Hvis det er en fysisk præsentation, har du så nogen indflydelse på, hvor det skal foregå, eller er det allerede besluttet på forhånd? Nogle gange har vi ikke nogen indflydelse på denne beslutning, men må få det bedste ud af situationen. Men husk, at du kan gøre meget med det lokale, du har til rådighed.

Du husker sikkert stadig 90-sekundersreglen, og her kan miljødimensionen være en nem løsning til at hjælpe dig med at komme godt fra start. Hvis du viser deltagerne, at præsentationen er vigtig for dig, og at du er velforberedt, signalerer du også, at de er vigtige for dig, hvilket ofte er noget, der giver dig point på ven-fjende-skalaen.

En måde at iscenesætte lokalet på for at sende et positivt signal til dine deltagere kunne være med en velkomstflipover på døren eller i lokalet, når folk ankommer, og musik eller handouts med flere detaljer om præsentationen placeret på sæderne.

En anden ting, du kan overveje, er det mentale miljø. Hvor meget tænker du på at støtte dine deltagere i at være i det rette mindset, når de ankommer, så de kan engagere sig i det, du har tænkt dig at præsentere for dem? En måde at sikre, at deltagerne mentalt er, hvor du ønsker, de skal være, er at overveje, om de har brug for noget fra dig inden mødet. Er der noget, de skal forberede, læse eller gøre på forhånd for at gøre præsentationen mere meningsfuld for dem?

Form – hvordan?

Hvis du er vokset op i en vestlig kultur, og måske endda i et akademisk miljø, gætter jeg på, at hver gang du læser ordet "præsentation" i denne artikel, tænker du på PowerPoint-præsentationer og slides – det er i hvert fald nok, hvad 90% af jer gør. Måske er en PowerPoint-præsentation den bedste måde at opnå formålet med din præsentation på, og måske ville andre metoder bedre understøtte dit budskab og formål – eller måske er en kombination af PowerPoint og andre metoder det, der fungerer bedst.

Derfor vil vi gerne udfordre dig lidt på din traditionelle tankegang, når det gælder formen på dine præsentationer. Vi nævnte flipovere som en måde at iscenesætte lokalet på, men har du nogensinde tænkt på at lave en præsentation kun ved hjælp af flipovere og papkort? Eller har du overvejet at printe de vigtigste slides som plakater og hænge dem op på væggen for at skabe større fleksibilitet i din præsentation, da du kan bruge hele lokalet og invitere deltagerne til at deltage i en stående præsentation som en del af sessionen, også for at sikre, at de har energi og er engagerede?

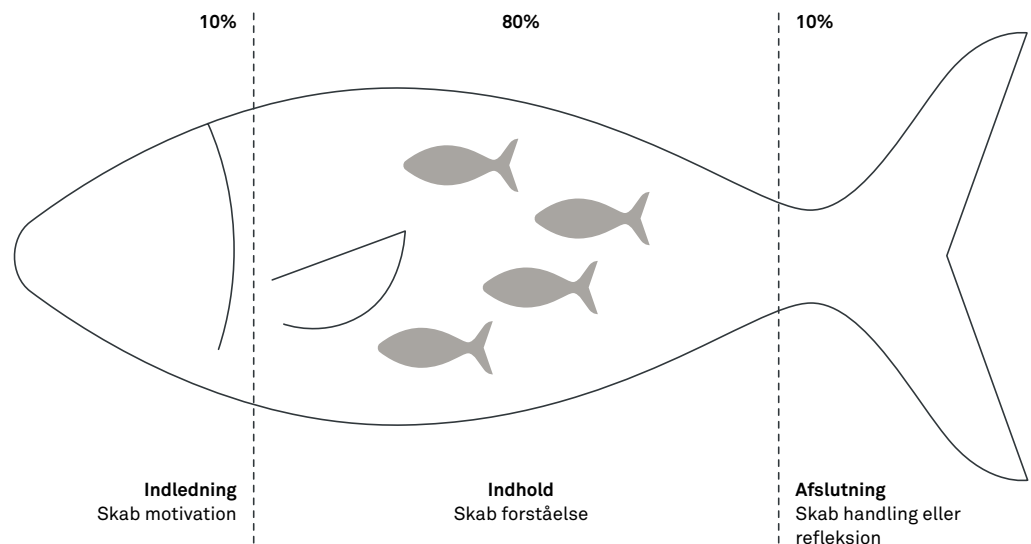
Roller – hvem har hvilke roller?

Hvis I er mere end én oplægsholder, er det en god idé at afstemme jeres roller på forhånd og måske endda øve overgangen mellem jeres forskellige ansvarsområder i præsentationen. Forvirring og misforståelser mellem oplægsholdere kan være nok til, at dine deltagers tanker begynder at vandre, og de dermed mister fokus på det, du præsenterer for dem.

Strukturering af din præsentation

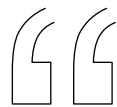
Designstjernen er et godt redskab at bruge til den indledende forberedelse af din præsentation. Det næste skridt er at skabe en storyline og forberede dine slides.

Der findes mange forskellige kommunikationsmodeller – nogle mere avancerede og komplekse end andre. Her vil vi introducere et værktøj, som er let at bruge. Vi kalder det fiskemodellen, og den har tre opmærksomhedspunkter i forhold til strukturen i din præsentation: indledning, indhold og afslutning. Som du kan se i modellen nedenfor, giver den også et estimat over, hvor lang tid hvert element i din præsentation bør tage.



Trin 1: Indledning – skab motivation

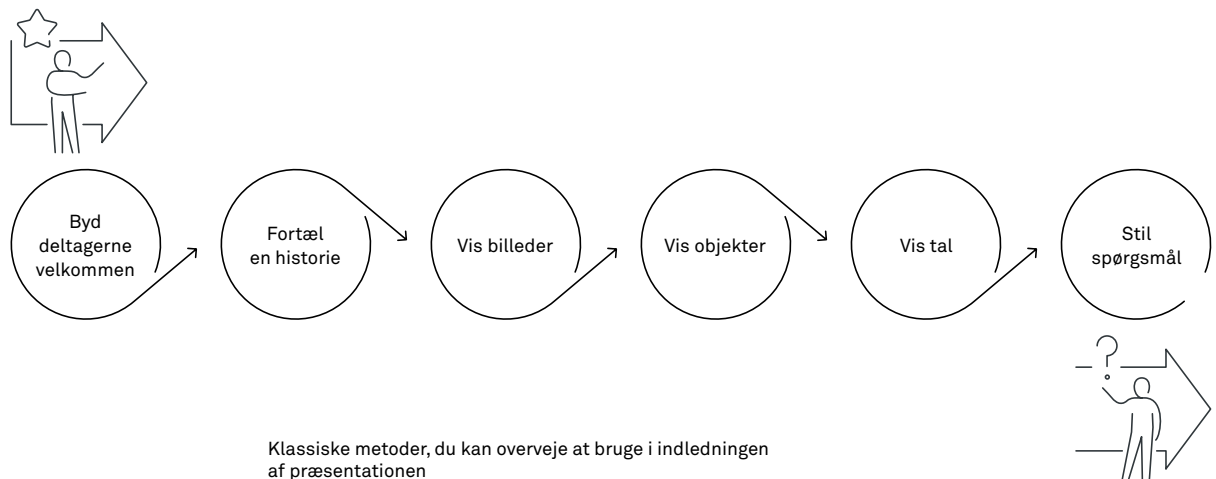
I første trin af fiskemodellen bør du have 90-sekundersreglen i tankerne og overveje, hvad du ved om din målgruppe. Tænk over formålet med din præsentation, og reflekter over, hvad der kunne være det mest motiverende argument at indlede præsentationen med. Hvis du henvender dig til personer med ansvar for økonomiske anliggender, kunne du fx starte med at sige:



Tænk, hvis vi kunne spare 35% af vores udgifter på X.
Det kan vi – og det vil jeg fortælle mere om i denne præsentation.”

For nogle målgrupper er det bedre at starte med en personlig historie, der skaber empati over for dig som person, så folk får lyst til at lytte til det, du siger.

Generelt er storytelling altid et stærkt kommunikationsværktøj, da vi som mennesker er meget bedre til at huske historier, der bevæger os, end fakta og data. Storytelling i indledningen af en præsentation er ofte en god måde at fange deltagerens opmærksomhed på, men det behøver ikke kun at være i starten – det kan med fordel bruges igennem hele præsentationen.



Trin 2: Indhold – skab forståelse

Det andet trin i fiskemodellen er der, hvor de fleste starter. Måske ved du godt, hvad du prøver at kommunikere, men du kæmper med at opbygge din storyline, finde det rigtige indhold og reducere mængden af tekst på dine slides.

Uanset om formatet af din præsentation er PowerPoint-slides, plakater eller flipovers, er der en helt grundlæggende regel:

En slide = et budskab

Hvis du vil have dit budskab klart igennem, er det vigtigt, at du hjælper dine deltagere med at forstå, hvad budskabet er på hver enkelt slide. Du kan godt have mere end ét hovedbudskab i præsentationen, men sørg for kun at have ét budskab på hver slide.

Vores hjerner retter helt naturligt opmærksomheden mod **objekter i bevægelse, store objekter, signalfarver** (fx rød, orange og gul) og kontrastfyldte objekter. Brug den viden bevidst til at guide dit publikums opmærksomhed, når du designer layoutet på dine slides.

Seks principper for et bedre indhold i dine præsentationer

1. Følg reglen:
En slide = et budskab.
2. Husk redundans-effekten – vi kan ikke både læse og lytte på samme tid.
3. Fremhæv det vigtigste budskab på dine slides.
4. Brug kontrasteffekten til at skabe fokus på slides med flere objekter.
5. Brug en mørk baggrund på dine slides.
6. Begræns antallet af objekter til højst seks pr. slide.

Hvis du har mere end ét objekt på en slide, anbefaler vi, at du **bruger kontraster** til at skjule de objekter, du enten allerede har præsenteret eller endnu ikke har præsenteret, så du kun viser det, som er relevant for deltagerne at fokusere på. Det er en funktion i PowerPoint, men til håndholdte præsentationer kan du fx bruge papkort med nøgleord og vise et kort ad gangen, så du ikke præsenterer for meget information på én gang.

PowerPoint har som standard en hvid baggrund, men det er der nogle ulemper ved. Den hvide baggrund tiltrækker øjets opmærksomhed og vil få deltagerne til at se på præsentationen i stedet for på dig. **Hvis din præsentation har en mørk baggrund, får det øjet til at slappe af**, og deltagerne vil fokusere deres opmærksomhed på dig – og husk, at du er præsentationen. Så uanset hvor god du er til at lave slides, er den måde, du formidler hovedbudskaberne på, afgørende for, at deltagerne får noget ud af det, du præsenterer.

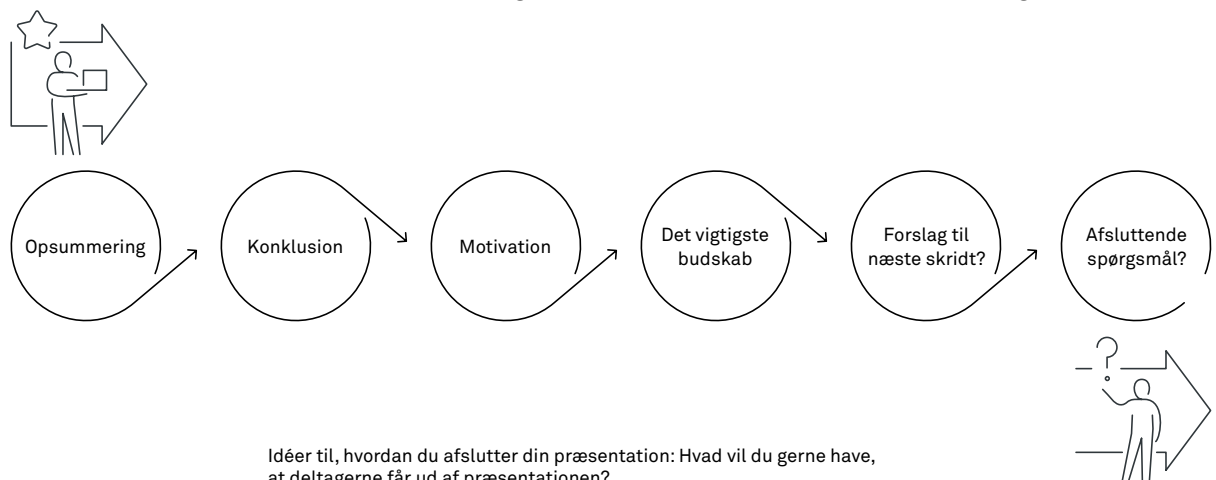
En sidste ting at være opmærksom på, når du strukturerer din præsentation, er, at der **aldrig bør være mere end seks objekter på hver slide**. Ellers vil deltagerne ende med at sidde og tælle objekterne. Men hvis der ikke er mere end seks, vil de fokusere på selve objekterne i stedet. Når vi nu ved, at hjernen har begrænset kapacitet til at forstå information, er det vigtigt, at vi ikke spilder folks mentale ressourcer på de forkerte ting, fx at tælle objekter i stedet for at lytte og forstå, hvad vi kommunikerer.

Hvis du læser denne artikel på et tidspunkt, hvor du er i gang med en præsentation, du gerne vil forbedre, kan det være en god idé at gå lidt tilbage. Udfyld Designstjernen med fokus på formålet med præsentationen, og prøv at tage de slides ud, som ikke understøtter formålet. Se nu på det, du har tilbage, og vurder, om det følger de seks principper for, hvordan du forbedrer din præsentation.

Trin 3: Afslutning – skab handling eller refleksion

Din præsentation slutter ved fiskens hale, fordi vi gerne vil have dig til at afslutte ved at slå med halen.

Overvej, hvilke handlinger eller refleksioner deltagerne sidder tilbage med, når præsentationen slutter. Hvordan kan du strukturere din præsentation, så du opnår dit formål med den, og hvilket afsluttende, udfordrende og måske endda provokerende spørgsmål kan du stille dine deltagere, så det fremkalder refleksion eller handling?



Afsnit 3: Sådan holder du din præsentation

Tillykke! Du er nu færdig med at forberede og strukturere din præsentation, og det er tid til at holde den.

Når du skal holde en præsentation, er vi nødt til at tale om kropssprog – et felt, der er blevet udforsket og udviklet igennem årtier. I Implement er vi blevet inspireret af mange forskellige eksperter inden for kropssprog, fx Mark Bowden, Joe Navarro, Paul Ekman, Amy Cuddy og mange andre.

Vi har hjulpet mange ledere og medarbejdere til at blive stærkere kommunikatører, og vi ved, at det er svært at lære at mestre sit kropssprog gennem læsning. Det er noget, der kræver en masse træning og øvelse. I den sidste del af artiklen vil vi dele et par tips, men vi er godt klar over, at det kun forklarer en brøkdel af, hvad kropssprog er, og hvordan du kan lære at mestre det.

Vi har valgt at fremhæve tre elementer inden for kropssprog, som du kan begynde at øve dig på, og som vil forbedre dine præsentationer med det samme.

Placering i rummet

Hvor skal du placere dig i rummet, når du præsenterer? Hvis du taler til en stor gruppe mennesker i et konferencelokale eller et auditorium, vil der som regel være en stor skærm, som måske endda dominerer lokalet.

Du tilslutter sikkert din computer i et hjørne ved siden af den store skærm, så du kan vise din præsentation. Nogle oplægsholdere begår den fejl, at de holder præsentationen fra denne position, sandsynligvis fordi de slet ikke tænker over det – men husk, at hjernen er doven og måske bare tænker "det er her, jeg skal stå, pga. det teknologiske udstyr." Måske har du glemt at tage en klikker med, så du ikke kan bevæge dig væk fra din computer. Eller måske bliver du ved med at stå i hjørnet, fordi du er nervøs for at præsentere for så mange mennesker.

Hvordan tror du, at oplægsholderen opfattes af publikum? De fleste i lokalet vil nok opfatte ham eller hende som usikker, hvilket måske vil sætte gang i flere tvivlsspørgsmål som fx: "Ved han, hvad han taler om?", "Skjuler hun noget?", "Hvad er han bange for?", "Hvad er det, hun ikke fortæller os?" eller "Er han overhovedet interesseret i at være her?" You get the point. Selv en mindre beslutning som denne kan føre til flere uønskede reaktionsmønstre fra dit publikum, som vil gøre det sværere for dig at få dit budskab igennem.

Husk, at **du er din præsentation, og du er nødt til at eje den**. Hvis du står og gemmer dig, virker det, som om du ikke engang er overbevist om dine egne argumenter. Så hvorfor skulle deltagerne være det?

Når du starter din præsentation, bør du stå midt på scenen. For at fremstå mere selvsikker virker det ofte bedre, hvis du følger **"walk, stand, talk"-principperne**, dvs. at du går ind på scenen, stiller dig på midten, fanger publikums opmærksomhed og begynder at tale. Hvis du gør det til en del af din rutine, vil du hurtigt opleve, at hvis du bruger den samme strategi og tør indtage scenen, vil du føle dig mere selvsikker og tryk.

Brug af dine hænder

Hvad betyder det, når man har korslagte arme? Tænk over det et øjeblik, inden du læser videre. Det kan betyde flere forskellige ting. Spørgsmålet er, i hvilken sammenhæng du observerer de korslagte arme. Hvis en oplægsholder siger: "Jeg har glædet mig meget til at byde jer velkommen i dag", mens han krydser armene og træder et skridt tilbage, vil vi som tilhørere opleve uoverensstemmelse mellem det, der bliver sagt, og det kropssprog, vi observerer. I dette tilfælde hjælper korslagte arme os ikke med at fremstå som troværdige. Men hvis du lige har stillet publikum et spørgsmål, eller hvis du lytter til, hvad en deltager siger, mens du lægger armene over kors, vil folk højst sandsynligt ikke bemærke noget anderledes ved dit kropssprog, og du står sikkert bare sådan, fordi det er en behagelig stilling, mens man lytter.

Når vi træner kunder i brugen af kropssprog, får vi ofte spørgsmål som fx: "Hvor skal jeg placere mine hænder?" eller "Hvad er godt og dårligt kropssprog?" Her vil vi altid svare, at det afhænger af konteksten, og hvad du ønsker at opnå. **Du kan bruge dine hænder strategisk til at understøtte det budskab, du prøver at formidle.** Hvis du præsenterer uden andre former for visuelle hjælpemidler, eller hvis du følger vores tips til, hvordan du forbereder præsentationer, kan det visuelle, der understøtter din præsentation, forstærkes endnu mere af den måde, du bruger dit kropssprog på. Du kan fx bruge dine hænder til at forklare, hvordan man kommer fra A til B, ved først at pege hænderne mod venstre og derefter mod højre. Eller hvis du fx taler om vækst: "Tilbage i 2010 var vi så store, og nu er vi vokset til 1.000 medarbejdere", kan du understøtte dit budskab ved at holde hænderne lavt og hæve dem, mens du taler.

Dine hænder er også et godt værktøj, når du faciliterer processer, der involverer mennesker, hvor du enten ønsker at drive processen fremad – ved først at lade en deltager tale og derefter lade en anden tale – eller hvis du ønsker at holde en pause i processen og opmuntre den deltager, der er i gang med at sige noget, til at tale videre.

Vi træner også brugen af tunge, stabile hænder, som er en anden måde at virke mere selvsikker i din præsentation, i stedet for ikke at have kontrol over dine hænder, fx en hånd, der bevæger sig i cirkler, hvilket typisk sker, hvis du et øjeblik glemmer, hvad du vil sige, eller hvis du ikke er sikker på, hvordan du skal formulere dig. Selvom det er fint at holde et øjeblik pause i præsentationen, vil en pause kombineret med rystende, ustabile hænder få dig til at virke nervøs og usikker, og det vil vi gerne undgå. Sørg i stedet for, at dine hænder bevæger sig synkront, når du leverer et budskab, og at dine håndflader vender opad. Det understøtter handlingen "at servere et budskab".

Toneleje

Din stemme er vigtig, når du holder din præsentation, for **du kan bruge den strategisk til at skrue op og ned for den energi, du ønsker at skabe i rummet.** I nogle tilfælde vil du gerne fange publikums opmærksomhed ved at hæve stemmen og måske endda tale lidt hurtigere. Andre gange vil du gerne skabe et rum for deltagerne, hvor de får tid til refleksion, ved at tale langsommere og med et lavere stemmeleje.

Når vi taler om toneleje, skal vi også huske på, at vi alle er født med et forskelligt udgangspunkt. Der er stor forskel på mænd og kvinder, men også inden for samme køn. Hvis du har en meget lys og blød stemme, kan det være værd at prøve at arbejde med et andet toneleje engang imellem. Leg med de forskellige tonelejer, og læg mærke til, hvad du allerede gør, da vi i vores hverdagssamtaler med andre også bruger forskellige tonelejer alt efter samtalemålet.

Vores toneleje afslører ofte vores indre følelsesmæssige tilstand, så vær opmærksom på, hvordan du indleder din præsentation, og hvordan du reagerer på kritiske spørgsmål fra publikum. Overvej også, hvilke strategier du kan bruge til at få kontrol over din stemme i situationer, hvor det er nødvendigt.

Fem gode tips

Tip #1: Placér dig i midten af lokalet, når du starter din præsentation.

Tip #2: Brug ”walk, stand, talk”-princippet.

Tip #3: Brug en klikker for at give dig selv mere fleksibilitet på scenen.

Tip #4: Hav tunge, stabile hænder, når du leverer nøglebudskaber, og brug dine hænder til at skabe variation og illustrere budskabet.

Tip #5: Eksperimentér med dit toneleje, og øv dig i at bruge din stemme strategisk til at ændre energiniveaet.

Afslutning

Vi har her præsenteret en praktisk guide, der hjælper dig til at komme i gang med at **forberede og holde mere effektive præsentationer**.

Vi indledte artiklen med lidt grundlæggende viden om, hvordan hjernen fungerer, for bedre at forstå dynamikken hos mennesker, der enten engagerer sig eller lader tankerne vandre og mister fokus på vores præsentation.

Derefter delte vi nogle dogmeregler for, hvordan man prioriterer sin tid i hver enkelt proces, som du kan have i tankerne, når du forbereder din præsentation.

I afsnit to introducerede vi Designstjernen, som hjælper dig med at definere principperne for, hvordan du designer din præsentation, og derefter introducerede vi fiske-modellen, som hjælper dig med at strukturere din præsentation omkring tre elementer: indledning, indhold og afslutning.

Til sidst sluttede vi artiklen af med fem tips til strategisk brug af kropssprog, når du er klar til at holde din præsentation.

Nu har du fået det meste af det, du har brug for, i denne praktiske guide til at komme i gang med at forbedre din kommunikationspraksis. Så nu er det bare om at smøge ærmerne op og komme i gang med at træne det.

Kilder

Phillips, David JP: How to Avoid Death by PowerPoint

Kahneman, Daniel: At tænke – hurtigt og langsomt

Bowden, Mark: Winning Body Language