



STAPPENPLAN

Altijd en overal overtuigen?

Gebruik dit 7-stappenplan!

Of je nu voor een zaal met honderd man staat, met je collega's aan het vergaderen bent of thuis in gesprek bent met je partner: jouw idee verdient een plek in de praktijk! Alleen moet je daar anderen vaak eerst in meenemen.

Stap 1

Begin bij het begin



De grootste valkuil bij het overbrengen van een idee of plan is: beginnen met de oplossing. Vol enthousiasme deel je deze meteen met je luisteraars, maar op hun gezichten is jouw enthousiasme niet af te lezen. Hoe komt dat?

Als je begint met de oplossing, sla je dé stappen over die voor je luisteraar zo belangrijk zijn om een mening te vormen over jouw oplossing, plan of idee. Je biedt je luisteraar een oplossing, zonder een kraakheldere waarom.

Dit wil jij voorkomen, toch?
Bekijk de aanpak op de volgende pagina.



Bespreek het gedeelde probleem of de gedeelde uitdaging

Hoe groter het ongemak dat mensen ervaren, hoe groter de drive is om er iets aan te doen. Zorg ervoor dat je duidelijk overbrengt waarom het zo ongelooflijk belangrijk is om deze situatie te veranderen, en om dus in actie te komen.

→ Check expliciet bij je publiek of dit inderdaad de uitdaging is die zij ervaren.

Bespreek de gedeelde droom of het gedeelde doel

Dat fantastische eindresultaat is natuurlijk waar het jou om gaat. Hoe beter dit resultaat aansluit bij de belangen van je luisteraar, hoe groter de welwillendheid is om in actie te komen en zo bij te dragen aan het realiseren ervan.

→ Check expliciet bij je publiek of hiermee een situatie is gecreëerd waarin al hun belangen behartigd zijn.

Bespreek de oplossing

Zorg ervoor dat de oplossing naadloos aansluit op alle beloftes uit de vorige stap. Als dit nog niet gelukt is, geef dit dan aan en vul de oplossing samen verder in waar mogelijk.

→ Check ook dit expliciet bij je publiek: brengt deze oplossing ons van de uitdaging naar het gewenste doel?



Stap 2

Wees relevant

Tijdens de eerste 30 seconden van je verhaal vraagt je luisteraar zich maar één ding af: waarom is dit interessant voor mij? Beantwoord deze vraag en de luisteraars hangen aan je lippen. **Beantwoord 'm niet en je bent ze kwijt.**

De beste manier om jouw idee of plan aantrekkelijk te maken, is door je eerst te focussen op wat jouw plan de luisteraar uiteindelijk oplevert. In plaats van te vertellen wat er allemaal moet gebeuren om jouw plan te realiseren.

Stel dat iemand je aanbiedt om je keuken te gaan verbouwen. Hij vertelt je dat je alleen maar even de leidingen moet afsluiten, het gas natuurlijk ook en misschien moet er eventueel een stroomgroepje bij. Als je dan het blad, de tegels, de kranen, de wasbak en de handgrepen nog even kunt uitzoeken. Én niet te vergeten: kiezen waar je de vaatwasser wil hebben. Nou, dan zit je slechts twee weken lang in de rommel en kun je niet koken, en dan ben je er.

Stel dat iemand je het plaatje schetst dat je over een maand kunt ontbijten in de keuken waar je stiekem al jaren van droomt. Verse croissantjes uit die nieuwe oven, heerlijke koffie aan dat fantastische kookeiland...

Overweeg je de twee weken rommel al?

Zeg eens eerlijk, waar ben je in deze alinea afgehaakt?

Stap 3

Zorg voor herkenning

maar blijf jezelf

Mensen waarin je jezelf herkent vind je onbewust aardiger en betrouwbaarder. Wanneer iemand op ons lijkt, dezelfde woorden gebruikt en dezelfde interesses deelt, zijn we ontvankelijker voor wat diegene vindt of te zeggen heeft. Deze herkenning kun je zelf ook voor een deel sturen. Dit wordt ook wel 'rapport maken' genoemd.

Hoe je dit doet? Bedenk eerst wie je wilt overtuigen en in welke situatie je diegene ontmoet. In een directiekamer gedraag je je nou eenmaal anders dan op een informele ouderavond. Zodra je de situatie helder hebt, bedenk dan hoe je rapport wilt maken. Je kunt bijvoorbeeld dezelfde woorden gebruiken, je soortgelijk kleden of vergelijkbaar gedrag laten zien.

Wanneer je dit goed doet, merk je dat het gesprek soepeler verloopt en je luisteraar makkelijker meegaat in jouw verhaal!

Rapport maken kan namelijk op ontzettend veel manieren. Je kunt je bijvoorbeeld spiegelen aan de houding van je luisteraar, de intonatie in je stem aanpassen of zelfs de manier waarop je ademt veranderen! Ga voor de manier die bij jou (en bij je luisteraar) past.



Tip: Zorg er altijd voor dat je de juiste balans houdt tussen aanpassen en authentiek blijven.

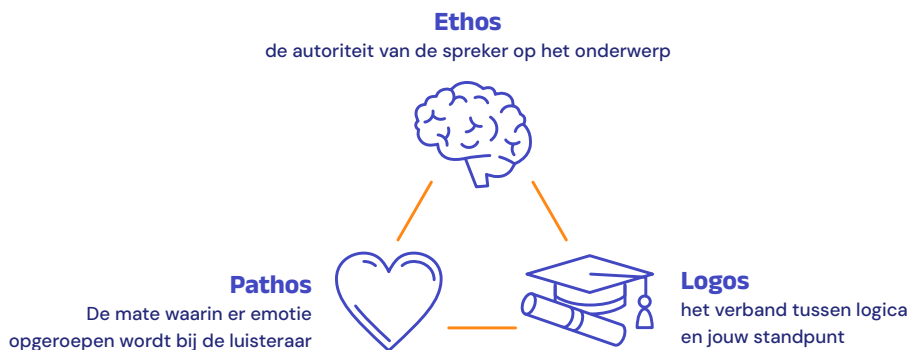
Stap 4

Luister naar

Aristoteles

Je publiek wil natuurlijk ook weten *waarom* ze jouw boodschap moeten aannemen. Je moet dus argumenten aandragen om je kernboodschap te onderbouwen.

Om maximaal overtuigend te zijn is het aan te raden om 3 verschillende soorten argumenten in je speech, presentatie of pitch te verwerken. Aristoteles noemde deze drie soorten argumenten: ethos, pathos en logos.



Ethos

Ethos gaat over jou: de spreker. Je publiek wil zien dat jij kundig en betrouwbaar bent. Heb jij de juiste kennis in huis? Waarom ben jij degene van wie ze iets moeten aan-nemen? Een groot onderdeel van ethos is het 'schoenmaker blijf bij je leest'- principe. Van de lokale visboer neem je eerder aan dat je 'kibbeling stiekem het lekkerst smaakt met chilisaus' dan van de fietsenmaker.

Een paar voorbeelden van ethos-argumentatie:

- Ik werk al 10 jaar met pubers, ik weet wat goed voor ze is.
- Gerenommeerde tandartsen raden deze tandpasta aan.
- Toen ik nog beleidsmedewerker was heb ik zelf ervaren hoe belangrijk het is om...

Pathos

Een pathos-argument speelt in op emotie. Welke emotie dan ook. Positief of negatief. Je luisteraars willen geprikkeld worden, geraakt worden. Aan jou de taak om de vinger op de juiste plek te leggen.

Voorbeelden van pathos-argumentatie:

- Ben jij ook zo ontzettend klaar met de huidige regering? Voel je je ook niet gehoord? STEM dan Partij Onzin! Wij zijn er wél voor je.
- Zie je het al voor je: de kinderen vermaken zich in het zwembad terwijl jij rustig kunt genieten van een cocktail en de zon. Ook zin in ontspanning? Boek dan bij ZonZeeStrandVakanties.
- De automatische stofzuiger geeft mij het ultieme gevoel van vrijheid, voor mij niets anders meer!

Een belangrijke kanttekening bij het pathos-argument is dat je emotie oprecht moet zijn. Niets tenenkrommender dan gespeelde blijdschap, angst of verdriet. Blijf dus dicht bij jezelf.

Logos

Waar pathos inspeelt op het hart, speelt logos in op het hoofd. Bij een logos-argument gaat het namelijk om onweerlegbare feiten. Cijfers, grafieken en onderzoeken doen het goed. Maar, je kunt ook 'gewoon' een logisch kloppende redenering aandragen.

OVERTUIGEN: STAP 4

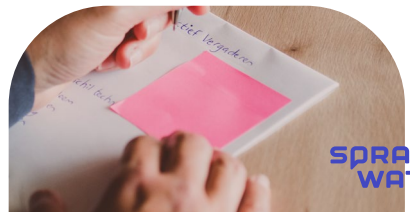
Voorbeelden van logos-argumentatie:

- We moeten de bestelling nu plaatsen, want alleen deze week nog krijgen we 25% korting op de inkoopprijs.
- Uit onderzoek blijkt dat groen de lievelingskleur is van hamsters, dus geef 'm maar een groen huisje.
- Ik kan niet met mijn fiets naar de winkel rijden, want mijn fiets is kapot. En op een kapotte fiets kan ik niet rijden.

De juiste balans vinden tussen deze drie ingrediënten is essentieel om overtuigend te zijn.

Dankzij bijna twee decennia aan ervaring met het helpen van professionals bij overtuigen, hebben we honderden mensen het beste uit zichzelf en hun functies zien halen. Iets voor jou?

Bekijk onze trainingen op
www.spraakwater.nl/training



Stap 5

Wees een mens



Mensen laten zich nog altijd het liefst overtuigen door... mensen. Cijfers en feiten kunnen meehelpen in het overtuigingsproces, maar ze zijn niks waard als er geen oprechte verbondenheid is tussen de spreker en luisteraar.

Durf dus je menselijke en vooral authentieke kant te laten zien. Spreek vanuit passie en wees open in wat je al weet en wat je nog verder uit wilt zoeken.

Hoe meer jij jezelf bent en achter je idee staat, hoe overtuigender je dit overbrengt!



Stap 6

Luister óók naar je publiek

Als je bovenstaande tips hebt toegepast, kan het zomaar zijn dat je luisteraar nog niet helemaal overtuigd is. Dat is mooi!

Omdat je de bovenstaande stappen hebt doorlopen is jouw luisteraar meer bereid om zijn twijfels met jou te delen. Wat die twijfels zijn en waar ze zitten? Dat is nu precies de informatie die je nodig hebt om jouw plan of idee werkelijkheid te laten worden.

Hoe neem je die twijfels weg? Beantwoord deze drie vragen:

Welk standpunt heeft je luisteraar?

Misschien is er twijfel of heeft je luisteraar een ander standpunt. Leg de focus op het creëren van een gedeeld raakvlak.

Welke overeenkomsten hebben jullie?

Deze kun je gebruiken om te verbinden en gezamenlijk belang uit te vergroten.

Welke bezwaren heeft je luisteraar?

Als je de bezwaren van je luisteraar helder hebt, weet je dus ook waar je een compromis kunt vinden.

Stap 7

Doe water bij de wijn

Rome is niet in één dag gebouwd, niet door één iemand gebouwd en er leidt niet maar één weg naartoe. Voor jouw idee of plan geldt dit net zo. De kans is groot dat je anderen nodig hebt om jouw visie werkelijkheid te laten worden. Daarvoor zul je af en toe wat water bij de wijn moeten doen.

Even terug naar die nieuwe keuken waar je van droomt. Je spiegelt het je gesprekspartner voor: een kokend waterkraan, het nieuwste inductiefornuis, veel werkruimte en natuurlijk een stoomoven. Het is logisch dat je op zo'n moment niet akkoord gaat met het bouwen van een boekenkast in plaats van je droomkeuken. Maar, is het je waard om lange discussies te voeren over welke handgrepen er op de keukenkastjes komen en of het koffiezetapparaat wel of niet ingebouwd wordt, als dit betekent dat je hiermee draagvlak bij je gesprekspartner verkleint?

Hoe je met bewuste keuzes en compromis je doel bereikt

- Bepaal voor jezelf welke onderdelen van jouw plan sowieso moeten blijven en waar juist ruimte is om te schipperen. Welke onderdelen van jouw visie zijn essentieel, welke niet.
- Elk compromis dat je sluit vergroot het draagvlak bij je luisteraar en daarmee de kans dat jouw plan, of in ieder geval de essentie ervan, realiteit wordt. Evalueer dit vooraf, maar zeker ook tussendoor, voor jezelf.

De 7 stappen samengevat

Soms heb je alleen een helder stappenplan nodig om jouw idee van 'leuk bedacht' naar 'gaan we doen' te krijgen. Met deze zeven stappen neem je iedereen soepel mee, in welke situatie dan ook.

In 7 stappen overtuigen

1. Begin bij het begin

Maak eerst het gedeelde probleem en het gedeelde doel scherp. Dan pas je oplossing.

2. Maak het relevant

Start bij wat het de ander oplevert. Pas daarna vertel je wat er allemaal voor nodig is.

3. Zorg voor herkenning

Sluit aan bij taal, voorbeelden en gedrag van je publiek, zonder jezelf kwijt te raken.

4. Mix hoofd, hart en geloofwaardigheid

Gebruik een combi van ethos (jij), pathos (gevoel) en logos (logica) in je verhaal.

5. Wees een mens

Laat zien wie je bent, wat je weet en wat je nog uitzoekt. Oprecht werkt beter dan perfect.

6. Luister naar je publiek

Vraag door op standpunt, bezwaren en overeenkomsten. Dáár zit je speelruimte.

7. Doe water bij de wijn

Weet vooraf waar je op kunt schipperen en wat heilig is. Zo vergroot je draagvlak én krijg je mensen in beweging.

Volg een Spraakwater training

Je kunt dit stappenplan prima zelf toepassen, maar samen gaat het sneller en blijft het beter hangen. In onze trainingen oefen je deze vaardigheden in echte situaties, met directe feedback en tools die je meteen kunt gebruiken. Benieuwd hoe dat eruitziet? Download onze brochure of schuif aan bij een training. We helpen je graag op weg!



Lees meer over onze trainingen of download een trainingsbrochure op:
www.spraakwater.nl/spreken-en-overtuigen



Wij helpen je graag bij het vinden van de training die bij jou of je team past.

Bel 020 – 785 65 30 of stuur een mail naar info@spraakwater.nl

