

# ECHT PRESENTEREN

In 10 stappen  
waanzinnige  
video's opnemen!

*Presenteren kun je leren...!*



Hoi ambitieuze ondernemer,

Maak jij al regelmatig video's voor je onderneming of stel je dat maar al te graag uit? Ook niet gek want maar liefst 76% van de ondernemers neemt nog geen video's op.

Dit percentage ligt nog zo hoog, omdat veel ondernemers vaak bang of angstig zijn om zichzelf op video te zetten. Het is raar om jezelf dan terug te zien en vooral die stem.. blegh! Vooral die vraag: wat zal een ander dan wel niet van me denken?

Maar zeg eerlijk, jij wilt toch ook meer opvallen met jouw bedrijf door de expert te zijn uit jouw vakgebied die zichzelf wel laat zien door middel van video's.

### **Want met video's kun jij:**

- je veel meer uitdrukken;
- je van je goede kant laten zien;
- je verhaal gaan vertellen zoals het is;
- andere mensen op een hele andere manier inspireren;
- ze echt met JOU laten kennismaken;
- je creëert een persoonlijke band op met de kijkers.

en nog wel veel meer andere voordelen.. Zo zie je maar dat er echt kansen voor je liggen als jij zorgt dat je tussen die 24% gaat zitten en dus letterlijk gaat opvallen!

Want...

hoe gaaf zou het zijn, als jij nieuwe klanten binnenhaalt door het gebruik en het inzetten van video's? Je hoeft alleen maar te spreken over jouw eigen expertise.

Het kan natuurlijk zomaar zijn dat ik je hiermee een klein tikkeltje overval, maar eerder hoop ik dat ik je juist inspireer om er deze week nog werk van te maken. Je hebt alleen jezelf en bijvoorbeeld je telefoon of webcam nodig. That's all!

En ik zou natuurlijk Martiena niet zijn als ik je niet verder op weg wil helpen! Dit is daarom ook de reden waarom ik dit e-book voor je heb geschreven. Hierdoor leer jij de basisstappen kennen van het maken van je eigen video.

*'Ook jij kan waanzinnige video's opnemen voor je bedrijf, het enige wat je hier maar voor hoeft te doen is: leren om in jezelf te geloven!'*

Veel lees plezier,

*Martiena*



## De persoonlijke voordelen voor jou om te starten:

Natuurlijk is het grootste voordeel dat je nieuwe potentiële klanten kan aantrekken voor je bedrijf. Dat zou heel goed je hoofdreden kunnen zijn waarom je überhaupt met video wil starten. Groot gelijk, want dat is toch ook één van de redenen waarom je ondernemer bent geworden: om jouw doelgroep verder te helpen.

Alleen video's inzetten voor je bedrijf heeft ook nog meer persoonlijke voordelen voor jou als spreker, ondernemer en als persoon.

### **Je leert te spreken over je eigen vakgebied**

Door het opnemen van video's leer je te spreken over je vakgebied. Jij kent je inhoud door en door en toch is het anders om hier een aantal minuten over te spreken. Dit is omdat je het (nog) niet gewend bent, om jezelf zo te uiten. Hoe vaker je video's gaat opnemen, hoe gemakkelijker dit voor jezelf gaat worden.

### **Je laat jezelf zien als expert over jouw vakgebied**

Wanneer jij regelmatig video's deelt, leert jouw doelgroep jou ook echt kennen als de deskundige in jouw vakgebied. Je geeft hun de kans om via jouw video's erachter te komen dat jij hun echt kan verder helpen.

## **Je kunt jezelf gemakkelijker uiten**

Als er voortaan aan je gevraagd wordt: wat voor ondernemer ben jij? Dan kan je gemakkelijker uit je woorden komen. Door dit spreken regelmatig te oefenen, komen er sneller woorden in je op. Hierdoor voorkom je dat je te snel terugvalt op het 'uuh' stopwoordje.

## **Dezelfde video inzetten voor meerdere doeleinden**

Je kan meerdere keren dezelfde video gebruiken met een andere reden. Zo kan je een video toevoegen aan bijvoorbeeld: je e-mail, artikel of op je social media kanalen. Als je al video's hebt opgenomen dan raad ik je zeker aan om te kijken wat je er allemaal meer mee kan. Dit kan je ontzettend veel tijd schelen en je zichtbaarheid vergroten.

Waarom het nog meer goed is om te starten, vertel ik je graag in deze onderstaande video. Druk op de afbeelding en automatisch opent hij de video voor je.





## Hoe ziet jouw vakgebied eruit?

Als ik aan jou vraag: hoe ziet jouw vakgebied eruit? Waarin ben jij expert en waarmee kan jij me concreet verder helpen? Reageer je dan als eerste met uuh, vervolgens een paar woorden en kom je dan weer in een uuh terecht?

De meeste ondernemers kunnen op deze vragen over hun expertise moeilijk tot geen concreet antwoord komen. Ze komen hierdoor in een stagnaermodus en kunnen daar moeilijk tot niet meer uitkomen tijdens dat gesprek. Vervolgens vergeten ze over deze vraag bewust na te denken en zo blijven ze in een visuele cirkel hangen met de uuh's.

Daarom is dit de allereerste stap waarover je bewust moet gaan nadenken, zodat je niet meer terugvalt in het bekende stopwoordje: uuh.

Laten we beginnen bij het begin, jij hebt een vakgebied uitgekozen waar jij jouw klanten verder mee helpt. Hierover mag jij je een deskundige noemen, want jij weet hier veel meer over dan menig ander. Wellicht heb jij hier training voor gevolgd of werk jij puur vanuit je ervaring. Wat het ook is, voor jouw kijkers en/of je klanten maakt dit niet zoveel uit, zolang je maar goed werk levert.

*Durf jij jezelf eigenlijk al een deskundige, expert of specialist te noemen in jouw vakgebied?*

Dit is natuurlijk ook niet zomaar iets dat je gemakkelijk over jezelf wil zeggen. Alleen zo ziet jouw doelgroep jou wel. Zij willen ook alleen betalen voor een persoon die echt zeker is van zijn zaak, zodat ze gelijk goed geholpen worden. Dit heb jij alleen in de hand. Als jij jezelf zo nog niet ziet, waarom moet jouw doelgroep, jou dan wel zo zien?

Om jezelf meer inzicht te geven in jouw vakgebied ga ik je een paar vragen stellen, waarover jij vervolgens echt groot mag nadenken. Schrijf de antwoorden voor jezelf op, want bij stap 3 – onderwerp uitkiezen, kunnen deze antwoorden goed van pas komen.

### **1) Hoe ziet jouw vakgebied eruit?**

Welke onderwerpen behoren tot jouw vakgebied? Als je echt jezelf en je vakgebied moet gaan kaderen, door welke onderdelen krijg jij dan energie? Waar wil jij jouw klanten verder mee helpen?

### **2) Jouw specialisme**

Maak voor jezelf een lijst(je) met specialismes, waar jij jouw klanten mee kan verder helpen. Dit kan zowel vanaf het denk tot aan het uitvoerproces zijn. Schrijf alles op wat je te beginnen schiet. Het is immers altijd gemakkelijker om punten weg te strepen dan er achteraf extra bij te schrijven.

### **3) Maak de onderwerpen concreet**

Schrijf vervolgens bij elk onderwerp 'concrete voorbeelden' waarin jij jouw klanten verder helpt. Tip voor als je er moeilijk uit komt: waar krijg jij de meeste vragen over of welke mooie voorbeelden kun je uit reviews halen? Wat je ook kan doen: een enquête sturen naar je klanten en uit de antwoorden krijg je zeker nieuwe inzichten.



## Wie bekijkt jouw video's?

Voor wie ga jij jouw video's opnemen? Voor jouw doelgroep? Heel goed, alleen hoe weet de kijker in kwestie dat hij of zij in jouw doelgroep zit? Hoe spreek jij ze aan, zodat ze voor 99% zeker weten dat jij hun verder kan helpen?

De tweede stap wordt vaak overgeslagen omdat ze de kijkers zien als hun uitgekozen doelgroep. Dat klopt ook helemaal, want jij hoopt dat jouw kijkers overéénkomen met je uitgekozen doelgroep.

*‘Wist je dat mensen die video's bekijken vaker visueel zijn ingesteld dan de lezers van je artikel of de luisteraars van je podcast aflevering?’*

Zij leren juist van de manier hoe jij aan het spreken bent en van de concrete voorbeelden die jij geeft. Het is heel goed om tijdens je opname te werken aan je ‘persoonlijk band’ met de kijkers. Dit is namelijk ook de manier waarop jij werkt, waardoor ze nog meer geprikkeld worden om jouw potentiële klant te worden.

Zo moeten bijvoorbeeld de voorbeelden naadloos aansluiten bij de kijkers. Stel ik begin in een video ineens over de nieuwste haartrends te praten, dan zullen de kijkers toch denken: wat heb ik hieraan? Waarom spreekt Martiena de presentatiecoach over kapsels?



‘Hoe dichterbij de persoon uit je doelgroep komt, hoe beter jij weet waarmee je ze verder kunt helpen.’ Je doelgroep voelt zich hierdoor meer aangesproken. Dit is ook meteen de reden waarom zij langer naar je video blijven kijken. Door jouw video te bekijken kun je hun verder helpen met het onderwerp of obstakel die zij hierover hebben.

Daarnaast is het ook goed om je informatie aan te passen qua moeilijkheidsgraad voor je kijkers. Stel je praat bijvoorbeeld in vakjargon waardoor de kijkers jouw inhoud niet goed kunnen opslaan, dit is juist wat je moet zien te voorkomen. Speel daarom goed in op de kennis en vertel duidelijk waarover deze video gaat. Maak de inhoud voor jouw doelgroep begrijpelijk.

Wil je hier nog meer over weten? Druk dan op onderstaande video afbeelding, dan vertel ik je er graag meer over.



## Oftewel wie zijn jouw kijkers?

- Wil jij mannen en/of vrouwen aanspreken?
- Spreek jij ze aan in de jij of u vorm?
- Wat is hun gemeenschappelijk probleem?
- Welk niveau hebben zij tot jouw vakgebied?
- Op welke Social Media kanalen kun jij hun bereiken?

De laatste vraag kan nog wel de belangrijkste zijn. Op welke platformen ga jij deze video's publiceren, zodat ze ook daadwerkelijk jouw doelgroep bereiken? Welke social media kanaal is het meest geschikt?



## Waarover ga jij een video opnemen?

Als het goed is weet je nu hoe je vakgebied eruit ziet en wie de kijkers zijn van jouw video. Het volgende onderwerp dat hier naadloos op aansluit is het uitkiezen van een onderwerp waarover jij gaat spreken. Alleen hoe kies je nu de juiste onderwerpen uit? Het is belangrijk dat je onderwerp goed aansluit bij de behoefte van je kijkers.



Er zijn een aantal regels waar je, je het beste aan kunt houden bij het bedenken van de juiste onderwerpen.

- Jij als spreker moet er voldoende over weten. Je moet het niet doen als je er bijvoorbeeld over twijfelt of als het net buiten je vakgebied valt. Maak jouw video's exclusief en alleen over hetgeen dat binnen jouw vakgebied past.

- Jij als spreker moet er gemakkelijk over kunnen spreken, zonder toeters en bellen te gebruiken. Als jij een grafiek moet laten zien of een bepaalde afbeelding, dan heb je meer techniek nodig dan alleen je camera. Probeer het zo simpel mogelijk voor jezelf te houden, waardoor het voor de kijkers te behappen is.
- Ga niet te veel onderwerpen aansnijden tijdens je video. Je overspoelt als het ware je kijkers met te veel informatie. Hierdoor word je video automatisch minder waard en dat is jammer. Kies daarom voor één bewust onderwerp, waardoor je de verdieping kan opzoeken.
- Je onderwerp moet echt relevant zijn voor je doelgroep en helemaal bij je vakgebied passen. Het zou raar zijn als ik ineens over 'dieren' ga beginnen, wat totaal niet past bij mijn vak 'presenteren'. Blijf daarom altijd alert op 'hoe relevant is dit voor mijn doelgroep?'

Hieronder heb ik een klein stappenplan voor je uitgeschreven die je op weg helpt om een mooie lijst met waardevolle onderwerpen te maken. Doe jezelf een plezier en ga direct mee schrijven met alles wat er nu in je opkomt. Dit scheelt je straks behoorlijk veel tijd, aangezien je dan kunt werken vanuit je onderwerpen lijst.

### **1) Ga eens uitvoerig brainstormen over geschikte onderwerpen**

- **Maak een mind-map.** Met een mind-map kan je op geweldige onderwerpen komen waar je nog niet eerder aan gedacht had.



- **Kijk eens op Google-Analytics.** Welke artikelen of onderwerpen worden het meeste bekeken op je website? Door de hoeveelheid kijkers op je website weet je meteen waar jouw doelgroep behoefte aan heeft. Hier kun jij natuurlijk slim op inspelen door over dit onderwerp óók video's op te gaan nemen.
- **Stel eens de volgende vraag: Waar zou jij meer over willen weten?** Deze vraag is vrijblijvend en kun je stellen aan je volgers op social media. Door de antwoorden vervolgens te gebruiken kom je zo dicht als mogelijk bij jouw potentiële klanten.

Door deze drie manieren te onderzoeken krijg jij weer nieuwe inspiratie voor je volgende video reeks. Vul de lijst aan met titels en bijhorende tips op. Het zou zonde zijn om deze waardevolle informatie te vergeten op de langere termijn.

## **2) Maak je onderwerp gericht**

Als je straks een video gaat opnemen, dan is het goed om het maar over één onderwerp te hebben. Anders ben je eerder een masterclass aan het geven, dan een video aan het opnemen. Over welke specifieke onderwerpen ga jij nu (en in de toekomst) meer vertellen?

## **3) Los een probleem op**

Welke basisproblemen kan jij oplossen tijdens je video? Schrijf bij elk onderwerp meerdere problemen op en de tips die je erover kan geven.

Nu je voor jezelf een lijst vol onderwerpen hebt gemaakt, kun je voor de aankomende video één onderwerp uitkiezen. Met dit ene onderwerp ga jij vervolgens de volgende stappen doorlopen, zodat je gericht te werk kunt gaan.





## Waarom wil jij deze video opnemen?

Als je één willekeurig onderwerp hebt uitgekozen, dan ga je hiermee verder. Met welke achterliggende gedachte wil jij deze video opnemen? Heb jij hier persoonlijk als expert ook voordelen van of doe je dit puur om je doelgroep te voorzien van nieuwe informatie?

Wanneer jij een goede reden hebt bedacht waarom jij je video echt wilt maken, word je meteen overtuigender. Je bent vastberaden om over het bepaalde onderwerp meer te vertellen. Je krijgt een helder doel voor ogen!

Daarom ga ik bij stap 4 een doel bepalen voor iedere nieuwe video. Het lijkt even een werkje, maar eigenlijk is het juist het tegenovergestelde. Let maar op, want ik ga je introduceren in de 3B's Methode.



## De 3B's methode

Altijd als ik het over een doel maken heb, krijg ik drie woorden in mijn hoofd. Toevallig beginnen ze alle drie met een B, waardoor je ze gemakkelijk kunt onthouden. Met deze punten, kun jij snel jouw doel gaan formuleren, waardoor je verder kunt met de inhoud van je presentatie.

- **Bepaal je doel**

Wat wil jij precies met je presentatie gaan bereiken? Je mag hier best groot over denken, alleen moet het wel altijd realistisch en haalbaar zijn. Wanneer jij de lat al tijdens je voorbereiding te hoog legt, is het behoorlijk moeilijk om deze ook daadwerkelijk te behalen.

- **Behaal je doel**

Welke stappen en acties moet je allemaal gaan uitvoeren, waardoor je bijna zeker bent dat jij je doel behaald? Maak altijd voor jezelf een actielijst die je vervolgens kunt afstrepen.

- **Bereik je doel**

Wanneer ben je echt tevreden? Het is altijd goed om een criterium aan je doel te koppelen, zodat je zeker kunt zijn dat je hem hebt behaald. Dit criterium moet wel zichtbaar zijn, denk eraan om cijfers hierin te verwerken.

## 1) Bepaal je doel

Als jij een doel voor jezelf gaat bepalen is het wel goed dat deze zowel bij jou, je bedrijf, product en vooral bij je presentatie past. Mocht dit niet het geval zijn, dan is het bij voorbaat niet haalbaar!

Waarom wil je een video opnemen? Wat is de achterliggende gedachte? Hoe concreter, hoe beter!

### Voorbeelden van een doel bepalen:

- 'Tijdens mijn video presentatie wil ik mijn kennis delen met de kijker'
- 'Door een kennismakingsvideo op te nemen wil ik nieuwe mensen leren kennen'
- 'In deze instructie video wil ik mijn 7 stappen van mijn methode delen met de kijker'

## 2) Behaal je doel

Welke acties ga je inzetten tijdens de voorbereiding of opname om je doel te bereiken? Stel je wilt nieuwe potentiële klanten aantrekken door je video, dan moet je ook weten welke stappen je na het opnemen van je video moet verrichten.

**3) Bereik je doel** Wanneer heb jij je doel behaald of wanneer ben jij tevreden? Door je doel vooraf te formuleren, weet je zeker of je hem hebt behaald. Maak je criterium helder door een aantal ingrediënten erin te verwerken.



**Maak je criterium zo helder mogelijk door hem:**  
tijdsgebonden te maken.  
er cijfers aan te verbinden.  
haalbaar te houden

Maak de zin af: Ik ben pas tevreden wanneer.....

Je kunt je doel makkelijk en snel bepalen door deze drie stappen te volgen. Denk niet te moeilijk! De logische vervolg stap voor je presentatie is het vormgeven van je boodschap. In je boodschap kan je zeker je doel verwerken, zodat je hem nog sneller kunt bereiken.

*Met welke doel ga jij je volgende video opnemen?*

## Wat wil jij aan de kijkers vertellen?

Wat is hetgeen wat je wilt meegeven aan de kijkers? Waarom wil jij hem opnemen? Welke 'boodschap' hoop jij dat ze na afloop aan derden kunnen doorgeven?

Het is goed om hier vooraf over na te denken, zodat jij jouw videopresentatie zo kan inrichten dat jouw boodschap daadwerkelijk overkomt bij de kijkers. Vandaar de eerste vraag: 'wat is hetgeen wat je wilt meegeven aan de kijkers?'

Het grootste voordeel om een boodschap vooraf te formuleren is, dat jij hem niet alleen voor jezelf, maar juist voor de kijkers maakt. Jij wilt hen immers iets bijbrengen dat ze vervolgens kunnen onthouden en in de toekomst kunnen toepassen in hun eigen werkveld.

Als je jouw boodschap helder voor jezelf hebt, dan kun je deze meerdere keren (en op andere manieren) delen tijdens de inhoud.





**Als je jouw boodschap wilt formuleren, dan is het handig dat je met de volgende punten rekening houdt:**

- **Formuleer je boodschap kort en krachtig**

Maak je boodschap niet te lang. Dit wordt namelijk al snel een ingestudeerde tekst zonder enige diepgang. Hierdoor gaat je boodschap het ene oor in en het andere uit en dat is zonde van je presentatie, tijd en inspanning. Houd je boodschap daarom kort en krachtig, zodat deze gemakkelijker te onthouden is.

- **Maak je boodschap herkenbaar**

Als je wilt dat het publiek zich in je boodschap kan vinden is het verstandig om er een herkenbaarheidselement in te verwerken. Zo kunnen ze zichzelf in jouw boodschap herkennen, waardoor ze zich aangesproken voelen. Wanneer de kijkers zich in jouw boodschap herkennen kun je ze sneller activeren om iets te doen.

- **Persoonlijke aandacht**

Praat *met* de kijkers in plaats van *tegen* ze. Zo voelen ze zich meer aangetrokken tot jouw onderwerp en boodschap. Denk bijvoorbeeld aan zinnen als: 'ondernemers zoals jullie kunnen het verschil maken' of 'jij kan het verschil maken'.

Door gebruik te maken van deze persoonlijke aanpak bouw je sneller een band op met het publiek en win je hun vertrouwen.

- **Zet je boodschap in om je doel te bereiken**

De boodschap staat altijd in het teken voor het behalen van je doel. Als mijn doel van dit e-book bijvoorbeeld is: 'zorg ervoor dat de lezers van dit e-book ook zelf video's willen opnemen'.

Dan is het goed om de lezers er bewust van te maken dat zij absoluut ook video's kunnen maken. Dat het niet raar is, maar juist een te gek idee en dat het veel promotie voor je bedrijf kan opleveren.

*'Iedereen kan leren presenteren, jij ook! Het enige wat je hoeft te doen, is het gewoon te doen'.*

Oftewel welke zin omschrijft precies de kern die jij wilt delen met je kijkers? Probeer deze echt in één zin te formuleren. Hierdoor kun je hem straks gemakkelijker inzetten omdat jij hem zo geschreven hebt.

**Formuleer je boodschap in één zin! Maak er meerdere versies van, zodat je tijdens je opname kan spelen met je boodschap.**



## Hoe ga jij de inhoud delen?

Alle basisstappen heb jij zojuist doorlopen en nu is het tijd om te starten met de inhoud. Het is verstandig om te beginnen met het opbouwen van je structuur, ook wel 'rode draad' genoemd, die de kijkers van A tot Z meeneemt in jouw verhaal.

Zelf maak ik altijd gebruik van De Kop-Romp-Staart Methode. Deze methode bestaat uit diverse onderdelen die vervolgens weer zijn onderverdeeld. Oftewel het is meteen een stappenplan die je gemakkelijk kunt volgen als spreker, maar ook vooral goed te begrijpen is voor de kijkers. Daarnaast geeft het jou houvast door de logische volgorde, waardoor je meer rust ervaart.

Er zijn nog meer methodes die je hiervoor kunt gebruiken, mocht je een andere kennen dan mag je deze natuurlijk ook gewoon inzetten. In dit hoofdstuk ga ik wel de nadruk leggen op De Kop-Romp-Staart Methode (KRS).



De KRS Methode is ideaal omdat hij vloeiend overgaat van het ene in het andere onderdeel. Het is van belang dat je elk onderdeel met goede energie begint. Hierdoor behoud je de aandacht van het publiek. Wanneer jij alle onderdelen hebt gemaakt kun je deze met gemak achter elkaar plakken, hierdoor kan jij een waanzinnige video opnemen.

### **De Kop**

Start alle presentaties altijd met een verrassende opening. Zo kun je meteen je video introduceren op een nieuwsgierig makende manier. Dit kan meteen de reden zijn waarom ze juist naar je blijven kijken. Stel jezelf altijd kort en bondig voor. Zo weten de kijkers meteen met wie ze te maken hebben. Daarnaast is het handig om te vertellen waarover je video gaat. Wat is de reden om zeker naar deze video's te blijven kijken?

### **De Romp**

In 'De Romp' ga jij je waardevolle informatie delen met de kijkers. Verzamel je inhoud in drie punten. Zo blijf je beperkt met je informatie en overval je de kijker niet met teveel inhoud. Kies bewust welke punten je wilt behandelen. Zorg ervoor dat de punten in het teken staan van zowel het doel als de boodschap van je presentatie.

### **De Staart**

Als je aan het eind van je presentatie bent gekomen, dan beland je in 'De Staart' van je verhaal. Hierin ga je een korte samenvatting geven van de gehele inhoud. Hierin kun je absoluut nog een keer je boodschap laten doorschemeren, zodat hij nog een keer gezegd is. Geef een pitch-sale of een call-to-action. Wat wil jij dat de kijkers gaan doen na het bekijken van je video. Je kan ze de volgende stap helder en concreet doorgeven. Vervolgens kun jij je video krachtig afsluiten.



## Maak de inhoud

In 'De KRS Methode' kun je ook gemakkelijk de structuur uitschrijven in steekwoorden. Dit is ideaal om mee te oefenen en om eventueel naast je te hebben liggen tijdens je opname.

Hieronder staat een uitgebreide KRS Script, die dieper de materie ingaat. Ga stap voor stap werken en maak het jezelf niet moeilijker dan nodig is.

### KOP

#### **Verrassende opening**

Start je video met een spontane en energieke inleiding. De kijkers worden hierdoor positief verrast, waardoor ze gestimuleerd worden om aandachtig naar je te luisteren. Je maakt ze nieuwsgierig naar meer! Je kan bijvoorbeeld starten met een open vraag, een leuk 'wist je, dat je' over je vakgebied of iets over de actualiteit.

*Hoe ga jij jouw video beginnen?*

#### **Jezelf voorstellen**

Vertel wie je bent, denk eraan dat je, je voor en/of achternaam, maar ook zeker je bedrijfsnaam noemt. Mocht je deze opname willen hergebruiken, dan staat dit er ook mooi op voor de nog onbekende kijkers.

*Hoe ga jij jezelf kort en krachtig voorstellen in maximaal 7 woorden?*



## **Deel je onderwerp:**

Over welk onderwerp gaat deze video? Deel bewust je onderwerp en je doel met de kijkers, zodat zij direct weten wat zij van jou kunnen verwachten. Je maakt ze hierdoor nieuwsgierig, waardoor je de kans vergroot dat zij ook daadwerkelijk tot het einde van je video blijven kijken.

*Hoe ga jij het onderwerp delen?*

## **ROMP**

Als het kan is het verstandig om een aantal onderdelen te verwerken in je video. Elk onderdeel staat in het teken van het bereiken van je doel en te vertellen over je boodschap.

Met de verschillende onderdelen bedoel ik bijvoorbeeld 3 tips die je gaat uitleggen of de ... instructiestappen. Hierdoor voorkom je dat je de kijkers gaat overspoelen met teveel aan informatie.

Persoonlijk hou ik altijd drie punten aan, waarover ik het ga hebben. Hierdoor kan ik dieper ingaan op het onderwerp dat we gaan behandelen. Wat wil jij met je video bereiken? Oppervlakkig of juist dieper op het onderwerp ingaan?

**Welke concrete tips, stappen of ..... ga je delen?**



## **STAART**

### **De samenvatting**

In de samenvatting komt je boodschap nog een keer goed naar voren. Dit is namelijk je laatste moment om nog iets tegen de kijkers te zeggen. Het is de bedoeling dat je de samenvatting in ongeveer vijf zinnen formuleert. Dit is per slot van rekening de korte versie van je presentatie. Ze hebben immers net de hele presentatie aangehoord.

*Wat was ook al weer je boodschap en hoe ga je deze in andere woorden benoemen?*

### **Pitch-sale of call-to-action**

Je kan ervoor kiezen om tijdens het pitch-sale gedeelte over een gerelateerd product te vertellen. Geef ze ook meteen een call-to-action waar ze meer informatie hierover kunnen vinden. Bereid je Pitch-Sale altijd voor en denk bijvoorbeeld aan: de naam, de voordelen, de pijnpunten van je klant en aan een eventuele korting van de dag. Voeg hieraan een call-to-action.

*Ga jij over een product vertellen of ga je een duidelijke actie geven?*

### **De afsluiter**

Sluit je video af met kracht. Wat ga je als laatste delen met de kijkers? Houdt dit kort, want ze weten dat je aan het afsluiten bent.

*Hoe ga jij jouw video afsluiten met power?*

Als jij deze volgorde aanhoud en de onderdelen kiest die jij wilt behandelen tijdens jouw uitzending, geef je echt kwaliteit. De volgorde is namelijk makkelijk te hanteren voor jou als spreker.



## Hoe presenteer jij jezelf?

Wist je, dat de meeste ondernemers vastlopen op hun eigen 'echtheid'. Zij voelen zich niet de expert, waardoor zij zichzelf flink te kort doen. Ze maken zichzelf letterlijk ONzichtbaar door gewoon niet de volgende stap te zetten of ze gaan onbewust een rol spelen.

Beide manieren zijn natuurlijk niet goed, maar soms heb je dit gewoonweg niet door. Door te weinig zelfvertrouwen of een verkeerd zelfbeeld, ontstaat dit helaas gemakkelijk. De meesten hebben dit simpel gezegd niet eens door. Mocht je dit wel bewust weten dan is het moeilijk om er in je eentje vanaf te komen, want waar moet je nu beginnen? Hoe kun je nu je jezelf een spiegel voorhouden?

Omdat wij in Ondernemersland zo tegen onze 'echtheid' aanlopen, heb ik De E.C.H.T. methode ontwikkeld. Door deze methode ga je een vergrootglas leggen op je eigen presentatievaardigheden. Je gaat er hierdoor achter komen hoe je van het statische beeld, het robotachtige gevoel en vooral van het spelen van 'de rol van expert' af kan komen. Je gaat leren om van jezelf te houden, zodat je eindelijk kan presenteren zoals je echt bent.

Jij wilt toch immers als ondernemende expert jouw doelgroep meer vertellen over je vakgebied? Door jezelf te zijn, staat je doelgroep te springen om jouw waardevolle informatie, inzichten en kennis te horen inclusief je succesvolle en kwetsbare ervaringen.

Het enige wat hierbij wel belangrijk is, is dat ze zich tot je aangetrokken voelen. Ze willen aangesproken en gezien worden. Hiervoor is het belangrijk dat je **echt** je zelf bent, dat je persoonlijk **contact** met ze maakt, dat je de juiste **houding** aanneemt en de boodschap overbrengt met jouw **tekst**.

Deze methode is geschikt voor alle presentatievormen die jij wilt inzetten om je bedrijf te presenteren. Denk aan het presenteren op het podium, in een video of tijdens het opnemen van je nieuwe podcast aflevering.

*Het is tijd dat jij de ondernemende expert wordt die jij dolgraag wilt zijn. Verwijder de blokkades die je tegenhouden om echt te schitteren.*



## E = Echtheid

Als ondernemende expert die zichzelf zichtbaar opstelt tegenover het publiek, je volgers, je kijkers, je websitebezoekers, je luisteraars en ga zo maar door... willen naast waardevolle informatie ook nog iets anders.

Ze willen jou beter leren kennen, zodat ze elk woord van je kunnen geloven. Als je een rol speelt, voelen zij dit feilloos aan. Dit onderbuikgevoel kun je voorkomen door jezelf te zijn.

De meeste sprekers voor de camera veranderen (on)bewust, zij gaan de rol van ondernemende expert spelen in plaats dit echt te zijn. De kijker heeft dit snel door, aangezien er iets in het totaal plaatje niet klopt.

Het enige wat hiervoor wel belangrijk is, is dat jij jezelf ook echt een deskundige voelt, dat jij je doelgroep echt verder kan helpen met jouw specialiteit.

*Alleen hoe laat jij je nu echt zien als de ondernemende expert? En hoe laat jij jouw energie zien? Of verander je wanneer je een camera voor je neus ziet?*

We willen de persoon zien die jij normaal gesproken ook bent.



- **Maak je inhoud persoonlijk**

Laat de kijkers kennis maken met de ondernemende expert die jij bent. Zij willen dolgraag de persoon achter jouw bedrijf leren kennen. Je kan ze bijvoorbeeld jouw enthousiasme laten zien en horen. Of vertel wat jij gemeen hebt met je eigen doelgroep? Hierdoor maak jij je presentatie een stuk persoonlijker.

- **Toon je eigen passie**

Naast je eigen persoonlijke kracht, is het ook goed om je passie voor je expertise vak te tonen, hierdoor krijg jij een betere band met de kijkers. Hebben jullie in het verleden toevallig dezelfde problemen gehad, die jij nu ook voor jouw doelgroep kan oplossen? Kan jij dit gevoel zo omschrijven, waardoor bij jou je passie is gaan groeien? Hoe waanzinnig zou het zijn dat jij nu als expert, het probleem van vroeger, nu als je voordeel kan zien om anderen verder te helpen? Wat het ook is, deel altijd je eigen passie!

- **Je gaat jezelf steeds gemakkelijker voelen voor de camera**

Ga echt oefenen en oefenen, zodat je jezelf steeds meer op je gemak voelt voor de camera. Druk absoluut op de record knop en ga je video opnemen. Je kan bijvoorbeeld een willekeurig verhaal delen met jouw vriend 'de lens'. Dit gaat je helpen, omdat jij jezelf uitdaagt om comfortabel te worden voor de camera.



## C = Contact maken

*Wist jij, dat je ook tijdens je video opname contact kunt maken met je kijkers?*

De kijkers zijn natuurlijk niet letterlijk aanwezig tijdens je opname, maar toch kan je wel figuurlijk contact met ze maken. Je kan ze echt van een 'denk in een actiemodus' krijgen of juist andersom. Het enige is dat je hier zo af en toe aan moet denken en er ruimte voor moet reserveren.

Het is voor de kijkers aangenaam als je ze belangrijk maakt tijdens de opname. Je maakt immers de video niet voor jezelf, nee je maakt hem juist voor de kijkers. Dit gevoel kun je ze al geven door het onderwerp specifiek uit te kiezen, door regelmatig een open vraag te stellen met bijvoorbeeld: 'hoe is dit voor jou of hoe denk jij hierover? Door deze twee vragen te stellen, maak jij de kijkers betrokken en zet je ze aan het denken. Geef ze hiervoor wel de ruimte, voordat je het antwoord aan ze geeft of al je eigen mening deelt.

Ook kan je ze bijvoorbeeld aanspreken door hun beroep of sector te benoemen en kan je ze daarna een vervolg actie geven. Het enige waar je eigenlijk bewust over moet zijn is: de kijkers centraal zetten tijdens de video. Hierdoor kun jij ze zo in een denk of actiemodus zetten, omdat jij interactief aan het presenteren bent.

Daarnaast kun je natuurlijk ook LIVE video's opnemen. Tijdens deze LIVE video kun je ook kijkers hebben die je een directe vraag willen stellen. Of nog leuker, dat zij ook een vraag aan jou kunnen stellen waarop jij dan weer reageert. Zo kun je echt met ze in gesprek gaan.

- **Maak contact met de kijkers**

Wist je dat je ook tijdens het opnemen van je eigen video contact kunt maken met de kijker. Je kan ze stap voor stap meenemen in jouw verhaal, interactie toevoegen en ze een warm welkom geven. Het is belangrijk dat de kijkers zich aangesproken voelt. Dat zij doorkrijgen dat jij de persoon bent die hun verder kan helpen, waardoor zij daadwerkelijk jouw klanten kunnen worden.

- **Zet de kijkers centraal**

Het allerbelangrijkste van je gehele videopresentatie zijn de kijkers die je video gaan zien. Je neemt immers je video niet voor jezelf op? Nee, je neemt hem speciaal op voor de kijkers.

De kijker, in dit geval je doelgroep wil graag de persoon achter het bedrijf leren kennen. Video kan ervoor zorgen dat dit op een luchtige en persoonlijke manier gebeurt. Als je oprecht contact wilt maken met je kijker is het belangrijk dat jij ze centraal zet.

- **De eerste 5 – 20 seconden zijn bepalend**

De kijker die jouw video aan het bekijken is, wil direct meegenomen worden in jouw verhaal. De eerste paar seconden kunnen er namelijk voor zorgen dat de kijker ook echt tot het eind blijft kijken. Aan het begin stellen zij zich (onbewust) de vraag: 'Is dit interessant voor mij?' Als ze een goed gevoel krijgen en/of nieuwsgierig worden, dan pas blijven ze kijken. Start daarom altijd je videopresentatie met een verrassende inleiding, stel jezelf voor in max 7 woorden en vertel vervolgens waarover jij een video gaat opnemen.



## H = Houding

Wist je, dat jouw lichaam een andere taal spreekt dan de woorden die je spreekt? En ook dat je stem anders klinkt door de bewegingen of gebaren die je maakt? Vandaar dat het goed is om hier even bij stil te staan. Is het te zien en te horen dat jij je comfortabel voelt, waardoor je energie uitstraalt als je aan het filmen bent? Hoe beter jij je lichaam leert kennen, hoe meer lichaam en stem parallel zullen lopen.

Het is echt niet raar als je oprecht niet weet wat je lichaam allemaal doet. Bijvoorbeeld: ontzettend veel mensen staan onbewust op de zijkanten van hun voeten. Alleen zij doen dit zo onbewust dat het een gewoonte is geworden. Daarom is het goed om je van zulke 'gewoontes' bewust te worden, zodat je hier in het vervolg rekening mee kunt houden of om het af te leren.

Heb je er ooit over nagedacht om tijdens je videopresentatie te gaan zitten of om gewoon te blijven staan? Deze twee houdingen kunnen beiden iets anders met jouw energieniveau doen. Ga eens een video opnemen in beiden houdingen en kies vervolgens de houding die het beste bij jou past.

Wat laat je trouwens in beeld komen? Alleen je gezicht, je bovenlichaam, je handen of jezelf met een grote ruimte achter je? Dit zijn allemaal mogelijkheden, maar kijk eens terug naar je video. Wat wil jij laten zien met je video? Welke houding wil jij dat de kijkers van jou zien?

- **Wees bewust over je non-verbale communicatie**  
Wist je dat jouw lichaam ook een eigen taal spreekt met het publiek en dat deze niet overeen hoeft te komen met de tekst die jij uitspreekt? Als jij je bijvoorbeeld niet zeker genoeg voelt voor de camera of dat jij je tekst vergeet, dan verklapt jouw non-verbale communicatie dit direct aan de kijkers. Dit is natuurlijk vervelend voor jou als spreker, maar dit is een maatstaf voor de kijkers. Hierdoor leren zij direct in een paar seconden of jij wel of niet te vertrouwen bent. Daarom is het zeker verstandig je bewust te worden over je eigen lichaamstaal. Wat straalt jij uit en vooral: welke 'persoonlijke' geheimen vertelt jouw lichaamstaal?
- **Zit of sta jij te filmen?**  
In welke houding ga jij je video opnemen? Ga jij bijvoorbeeld staan of ga je juist zitten? Beide lichaamshoudingen zijn goed tijdens het filmen. Alleen vraag jezelf wel af: welke positie voelt het beste aan voor jou? Kies je persoonlijke voorkeur uit waar jij de meeste energie van krijgt en waar jij je goed bij voelt.
- **Minder statisch of als een robot overkomen?**  
Met een foto kan jij jezelf al zichtbaar maken, alleen blijft een foto altijd plat. Met een video krijg je een 3D effect, waardoor de foto tot leven komt als het ware. Ze kunnen ze je zien en horen, waardoor ze jou op een andere manier leren kennen. Als je levendig in beeld wilt komen, dan is het goed dat je meer dan alleen je gezicht in beeld laat komen. Door bijvoorbeeld je armen en/of je handen zichtbaar te laten zien, kan jij met gebaren en bewegingen je tekst versterken.



## T = Tekst delen

*Als jij aan het spreken bent, ben je dan bewust bezig met het uitspreken van je tekst?*

De meeste sprekers zijn meer bezig in hun hoofd, dan met het overbrengen van de tekst. Zonde, want je weet nu niet of je boodschap echt is overgekomen. Dit is ook de hoofdreden waarom tekstbeheersing en tekstinterpretaties zo belangrijk zijn voor de spreker in kwestie.

Als jij hier niet bewust mee om gaat, dan nemen de kijkers je niet serieus. Hij of zij investeert namelijk tijd door naar jouw video te kijken. Zij willen puur waardevolle informatie over jouw vakgebied inwinnen. Lukt dit niet, dan stoppen de kijkers de video vroegtijdig en dat zou jammer zijn!

Daarom is het naast het delen van informatie ook goed om je er bewust van te worden, hoe jij jouw waardevolle tekst uitspreekt. Door je stem optimaal te gebruiken krijg je meer zekerheid zodat de boodschap met de inhoud ook daadwerkelijk overkomt.

Je kunt bijvoorbeeld extra accenten, volume en tempoverschillen inzetten om belangrijke zinnen of woorden op te laten vallen. Je krijgt hierdoor meer dynamiek in je stem. Deze punten zijn gelukkig bij iedere stem te trainen, waardoor jij ervoor kan zorgen dat jouw stem aangenaam wordt om naar te luisteren.

*‘Hoe beter jij je stem gebruikt, hoe fijner het is om naar je te luisteren als deskundige spreker.’*

- **Het uitspreken van de inhoud**

Wist Spreek elke zin langzaam woord voor woord uit. Misschien denk je, dat zelfs een slak sneller is, maar niets is minder waar. Als je voor je eigen gevoel langzaam spreekt, is het aangenaam voor het publiek. Gebruik voldoende intonatie, dit betekent dat jij voldoende diversiteit in de toonhoogtes aanbrengt. Met jouw intonatie leg je accenten op belangrijke woorden, termen of begrippen. Daarbij is voldoende articulatie fijn, zeker als je de neiging hebt binnensmonds te praten.

- **Leer te spreken vanuit je hart**

Probeer zo goed mogelijk jouw hoofd 'uit te zetten'. Je gedachten kunnen rare wendingen nemen en zo stress en angsten veroorzaken. Door gepassioneerd te spreken geef je deze gedachten niet de kans om jouw presentatie te verstoren. Ook maak je hierdoor jouw presentatie persoonlijker. Dat heeft een positieve invloed op de ontwikkeling van de band tussen jou en de kijkers.

- **Spreek in het juiste vakjargon**

Door het filmen leer je te spreken over je vakgebied. Jij kent je inhoud door en door en toch is het anders om hier een aantal minuten over te spreken. Dit is omdat je het (nog) niet gewend bent, om jezelf zo te uiten. Hoe vaker je video's gaat opnemen, hoe gemakkelijker dit voor jezelf gaat worden.

Daarnaast is het ook goed om op je eigen vakjargon te letten. Voor jou is de inhoud overduidelijk, alleen hoeft dit niet zo te zijn voor de kijkers. Wellicht horen zij jouw informatie voor de eerste keer. Maak je taal toegankelijk voor elke kijker.



## Oefenen met de E.C.H.T. Methode

Elke presentatie kan je vooraf oefenen, maar toch zal hij anders verlopen dan dat jij hebt geoefend. Dit heeft te maken met de verkeerde focus die de meesten hebben tijdens het oefenen. Ze maken zich druk om de tekst, terwijl dit eigenlijk het gemakkelijkste deel voor jou hoort te zijn. Jij bent immers de expert op jouw vakgebied en jij bent dagelijks met niets anders bezig.

Als je de tekst maakt aan de hand van De Kop-Romp-Staart Methode, dan heb je voldoende structuur. Je hoeft alleen de volgorde te onthouden of ze in steekwoorden op showkaartjes te schrijven.

Waar je eigenlijk de focus op moet hebben, is de manier waarop jij jezelf presenteert. Hoe kom je over op de kijker? Ben jij wel echt jezelf of speel jij stiekem de rol van ondernemende expert?

Vrij onbewust komt dit vaak voor. Maar ik heb goed nieuws voor je. Tijdens deze oefening gaat het niet zo zeer over je tekst, maar ga jij je bewust worden van de combinatie van zowel je non- als je verbale communicatie. Deze twee belangrijke ingrediënten moeten met elkaar overéénkomen, om er voor te zorgen dat de kijker jou wil geloven.

**Doel:** Je gaat leren om echt te presenteren zoals je bent, zodat je transparant, persoonlijk en als expert kan overkomen.



De gemakkelijkste manier om je bewust te worden over je eigen presentatievaardigheden, is dat jij deze oefening gaat opnemen. Hierdoor kan je direct al oefenen om zelfverzekerder voor de camera te staan.

Je kan ervoor kiezen om je oefenvideo op te nemen met je laptop en/of webcam of met je eigen telefoon. Het gaat er puur om, dat jij jezelf terug kan zien en dat je bewust wordt van hetgeen dat jij aan het doen bent.



# De oefening

## **Stap 1: Twee tellen nadenken over een verhaal**

We hebben een tekst nodig die jij met gemak kan vertellen. Dit mag zowel gerelateerd aan je bedrijf of aan je persoonlijke leven zijn. Denk bijvoorbeeld aan je eigen ondernemersverhaal, je mooiste vakantie of over een onderwerp uit je vakgebied.

Ook kan dit natuurlijk over gaan over de inhoud van de videopresentatie die jij binnenkort wilt gaan opnemen. Je kan, als je de volgorde goed wil aanhouden, in steekwoorden De Kop-Romp-Staart Methode opschrijven op een papier die je tijdens het oefenen naast je kunt leggen.

## **Stap 2: Boodschap**

Formuleer even een korte boodschap voor jezelf. Dit geeft je straks meer focus tijdens het presenteren van jouw verhaal. Wat wil je eigenlijk vertellen aan de kijkers?

## **Voorbeeld mijn ondernemers verhaal:**

- 'Ik had nooit verwacht dat ik een ondernemer zou worden. Als ik mijn (onbewuste) droom kan najagen, dan kan jij jouw droom ook verwezenlijken.
- 'Doordat ik mijn tanden in ..... [jouw vakgebied] heb gezet, mijn worstelingen en obstakels heb overwonnen, ben ik een expert geworden. Juist hierdoor begrijp ik jou des te beter, waardoor jij dit gevoel ook kan overwinnen.





De boodschap moet immers een rode lijn in je verhaal worden. Hierdoor krijgt je verhaal direct meer diepgang, omdat je weet waarover je het wil hebben. Dit is hetgeen wat jij eigenlijk aan de kijkers wil vertellen.

### **Stap 3: Ga staan of zitten**

In welke houding wil jij jouw video gaan opnemen? Beide houdingen hebben voor- en nadelen. Kies hetgeen uit, waarmee jij de meeste energie voelt in je lichaam. Of maak twee oefenvideo's in twee verschillende houdingen, dan kom je er ook achter.

### **Stap 4: Opnemen**

Ga jouw verhaal opnemen. Laat het aantal minuten, het struikelen over je woorden, het wegstaren van de lens en de versprekingen los. Dit gebeurt en dit maakt jou tot de mens die jij daadwerkelijk bent. Te zijner tijd, zal dit steeds minder vaak voorkomen, omdat je bewuster aan het presenteren bent. Dit is vanuit een ander perspectief presenteren, waardoor het ook even schakelen kan zijn.

Vergeet niet je video aan te zetten 😊

### **Stap 5: Bekijk je oefenvideo terug**

Ga er echt even voor zitten. Zet de bril op van een kijker die naar jou als expert zit te kijken. Kijk dus niet naar jezelf, anders vallen misschien alleen de negatieve punten op. Nee, je gaat kijken naar de persoon die een video aan het opnemen is. Probeer te kijken zonder meteen te oordelen, want daarom neem je in eerste instantie de oefenvideo op.



## **Stap 6: Bekijk je video nog een keer**

Nu ga je nog een keer naar dezelfde video kijken. Alleen deze keer gaan we kijken naar de 4 onderdelen van De E.C.H.T. Methode

### **E = Echtheid**

- Zie jij jezelf puur zoals je echt bent?
- Ben je zeker van je zaak, waardoor je overtuigend over komt?
- Praat je vanuit je hart?

### **C = Contact maken**

De focus tijdens deze oefening lag niet op het contact maken met de kijkers. Toch zet ik wel de punten hieronder, zodat je hier wel mee kan gaan oefenen.

- Heb jij de kijkers centraal gezet?
- Heb jij jezelf in één zin voorgesteld?
- Heb jij de kijkers in een denk of actie modus gezet?

### **H = Houding**

- Kwam je energiek over in de houding die jij hebt aangenomen?
- Hebben jouw handgebaren je tekst ondersteund en versterkt?
- Was je mimiek actief aanwezig?

### **T = Tekst delen**

- Kwam je gemakkelijk uit je tekst?
- Is je boodschap over gekomen?
- Heb je waardevolle informatie kunnen delen met de kijkers?



Stap 6 kun je gebruiken om puur naar jezelf te kijken, als de spreker in jouw video. Hoe bewuster jij wordt over hetgeen dat jij aan het doen bent, hoe beter jij je gedrag kan aanpassen. Zonder bewustzijn, kun je moeilijk tot niet groeien.

Wees wel altijd positief en realistisch. Je mag immers niet van jezelf verwachten dat je ineens 180 graden kan draaien. Je bent en blijft ook maar een mens en je kan jezelf (nog) niet besturen met een afstandsbediening. Wel kan je denken, vandaag sta ik hier en over een maand sta ik daar. Gun jezelf de tijd om te groeien. Elke stap is een stap vooruit.

Succes en veel plezier met deze oefening



## Locatie

Elke locatie is anders. Mocht je op een andere plek voor de eerste keer gaan opnemen, dan is het goed om de ruimte vooraf te inspecteren. Wat zie je allemaal, heb je voldoende licht, hoe klinkt de akoestiek? Deze punten kan je beter vooraf veranderen, dan dat je dit achteraf ziet tijdens het bekijken en beluisteren van je nieuwe video.

### Achtergrond

Als jij de juiste locatie hebt gevonden voor je video opname, dan is het ook goed om nog even de ruimte achter je en de dichtstbijzijnde muur achter je te controleren. Hoe drukker de achtergrond, hoe meer de kijkers afgeleid kunnen worden. Je wilt namelijk dat ze in alle rust naar jou kunnen kijken. Zelf raad ik je aan om voor een effen achtergrond te kiezen. De rust die dat uitstraalt zal dan geen afleidende factor zijn. Ook kun je jouw beeld (bij je webcam of telefoon) scherp stellen op een bepaald punt. Zo sta jij scherp in beeld bent en de achtergrond wazig.

### Voldoende licht

Zet je camera eens aan en bekijk dan de lichtinval. Is dit voldoende? Wanneer je een donkere video hebt, is het moeilijker voor de kijker om gefocust te blijven. Kies er dan voor om een extra lamp aan te zetten.

Overbelichting is weer het andere uiterste. Doe dan diverse lampen uit of kies een andere locatie. Je kan hierdoor namelijk schaduw krijgen en wanneer de kijkers jouw silhouet op de muur zien, kunnen ze afgeleid worden.

## **Achtergrond geluiden**

In de ruimte waar jij je video gaat opnemen kunnen bepaalde geluiden klinken. Deze geluiden kunnen voor jou heel gewoon zijn, bijvoorbeeld: een klok die slaat, een koffiezetapparaat die zichzelf reinigt of een raam dat af en toe dicht slaat.

Andere afleidende geluiden zijn: je telefoon, televisie, laptopmeldingen, huisdier etc. Ga echt even op onderzoek uit naar de geluiden op je locatie. Een klok hoor je niet, maar je televisie wel.

Als deze geluiden afgaan, word jij afgeleid, je schrikt en denkt daarna: is dit ook te horen tijdens m'n opname. Dit zou jammer zijn, want daardoor ben je niet meer gefocust gedurende de rest van de opname.

## **Akoestiek**

Hoe klinkt de akoestiek in je ruimte? Heb je heel veel galm in de ruimte, dan horen de kijkers dit ook in de video. Je krijgt dan een soort van echo op je stem. Als je dit wilt voorkomen dan is een tapijt of een ruimte waar gordijnen hangen zeker een optie, zodat je dit kan verminderen.

## **Extra microfoon aansluiten**

Gebruik je de standaard microfoon van je webcam, laptop of telefoon? Ben je dan ook duidelijk te verstaan en is het met de akoestiek van de ruimte aangenaam om naar je video te luisteren? Mocht dit niet het geval zijn, dan kan je ook een externe microfoon kopen, waardoor je meer geluidscomfort kan bieden aan de kijkers. Alles moet zo aangenaam mogelijk zijn voor de kijkers.





# Beeldkwaliteit

Je kunt de camera van je computer gebruiken, maar je kunt ook een webcam kopen met betere pixels. Door een beter beeldkwaliteit is het aangenamer om naar je te kijken. Tegenwoordig kun je ook een kwalitatief betere webcam kopen, waarmee je ook HD kan filmen, wat ook ondersteunt wordt door YouTube. Liever filmen met je smartphone? De camera's hiervan worden ook steeds beter en beter. Ook echt ideaal.

## Gebruik een statief

Voor de kijkers is het aangenaam wanneer je niet filmt met de camera los in je hand, want de camera kan hierdoor gaan bewegen. Dit is een storend beeld voor de kijkers. Om dit te voorkomen kun je de camera vastklikken op een statief, dan weet je zeker dat je goed in beeld komt en blijft. Dit kun je immers vooraf controleren.

## Ooghoogte

Wanneer jij gaat filmen is het goed om vooraf de camerastand te controleren. Zorg ervoor dat er genoeg ruimte overblijft boven je hoofd. Daarnaast is het ook goed om jezelf in het midden te plaatsen, hierdoor ben je voldoende zichtbaar voor de kijkers. Eigenlijk moet je zelf letterlijk de lens inkijken, hierdoor weet je dat hij op de juiste ooghoogte staat afgesteld. De kijkers krijgen hierdoor het gevoel dat jij hun letterlijk aankijkt.



## Video's opnemen

Is het de hoogste tijd voor het 'moment suprême' het opnemen van jouw waanzinnige video? Heb jij de inhoud inclusief de boodschap helemaal helder voor jezelf? Heb je geoefend en de checklist nagelopen? Dan ben je er helemaal klaar voor!

Je kunt er nu met een gerust hart vanuit gaan, dat je kunt bouwen en vertrouwen op je eigen voorbereiding. Jij hebt immers alle stappen (inclusief het bekijken van de video's) in dit stappenplan doorgelopen. Video's opnemen moet je eigenlijk per video gaan leren. Hoe vaker je een nieuwe video gaat opnemen, hoe comfortabeler jij je gaat voelen voor de camera.

Hieronder heb ik de laatste video voor je klaarstaan en daar onder deel ik nog een paar praktische tips met je.



## **Spreek vanuit je hart**

Hiermee bedoel ik: zet je hoofd uit! Je hoofd kan je soms ontzettend tegenwerken. Hij bezorgt je onder anderen stress en angsten. Om dit te overwinnen of aan de kant te zetten is het goed om je hoofd leeg te maken. Jij als expert kent je stof namelijk door en door.

Als jij je video persoonlijk wilt maken, is de eerste stap om vanuit je hart te spreken. Je krijgt hierdoor op een persoonlijke manier contact met de kijkers. Je vertrouwensband groeit, waardoor je meer resultaten gaat boeken. Zet in ieder geval altijd jouw kijkers centraal! Het gaat ten slotte alleen om hun en niet zozeer om jou.

## **Wees echt zeker van je zaak!**

De kijkers willen het liefst elk woord van je geloven. Mocht je ergens over twijfelen, zorg er dan voor dat dit gevoel weg is voordat je een presentatie gaat geven. De kijkers zien en horen dit meteen. Sta daarom volledig achter de inhoud en de actie(s) die je de kijkers wilt meegeven.

## **Volle dosis schijt!**

Zorg voor een mooie dosis 'schijt', waardoor je gemakkelijker over je eigen obstakels heen kunt stappen. Zet de angsten uit en de negatieve gedachten die in je hoofd rondspoken, zoals: zitten ze wel op mij te wachten of wat als ik iets verkeerd doe?

Ook als er bekenden naar je video kijken, is deze dosis 'schijt' erg fijn om te hebben. Wist je dat zij ook gewoon van jou willen leren als de expert in jouw vakgebied? Dit kan natuurlijk ook de reden zijn waarom zij naar je video aan het kijken zijn. Laat je expertise zien en gun ze jouw informatie.



## **Maak je video kort en krachtig**

Tegenwoordig hebben we als persoon en/of ondernemer nergens meer (extra) tijd voor. Het moet allemaal snel gaan. Daarom is het goed om bewust te zijn over de lengte van je video's.

- Video's van 1 minuut zijn vaak promo video's, bedoeld om de kijkers door te laten klikken naar de grotere versie.
- In video's van 2 à 3 minuten kan je heel wat informatie over één specifiek onderwerp vertellen. Probeer je echt te focussen op die ene tip die jij met meer diepgang wilt doorvertellen aan de kijkers.
- Video's tussen de 4 à 7 minuten, mogen echt de diepgang op gaan zoeken. Deel hierin ook echt concrete voorbeelden, waardoor je de kijkers meer inspiratie geeft. Let wel op de waarde van de video's, want dit zijn behoorlijk lange video's om maar 'even' te bekijken.

De kijkers kijken over het algemeen liever korte video's. Deze video's waarin jij jouw waardevolle informatie aan het delen bent, hebben ze liever dan dat jij een langere video opneemt, waarin jij ook 'gebakken lucht' aan het verkopen bent.

## **Zorg dat je ademhaling laag zit**

Haal je adem vanuit je buik of vanaf je borstbeen? Wanneer jij ademt vanuit je buik dan heb je meer ruimte om te spreken. Je kunt langere zinnen maken, waardoor je minder snel kan struikelen over je woorden of dat je haastig overkomt.



## **Geloof in 1 take opname**

Stop jij al naar één foutje, uh of een hapering? Als jij gemakkelijk de handdoek in de ring gooit, dan maak je nooit een video af. Wat er ook gebeurt, probeer altijd in één opname je video te maken. Je kan achteraf tekststukken met elkaar gaan wisselen, maar dezelfde energie nabootsen is een stuk lastiger.

Gemiddeld is bij 91% van de opnames, de eerste keer ook gelijk de beste. Probeer daarom ook altijd om door te gaan. Ook is het mogelijk dat er buiten geluiden te horen zijn door bijvoorbeeld de buurman die ineens zijn heg gaat knippen of dat er een vrachtwagen achteruit gaat inparkeren. Technisch gezien weet je nu niet of dit geluid überhaupt te horen is. Achteraf kun je altijd nog bepalen of je de video opnieuw moet opnemen.

## **Ga genieten!**

Als jij achter de camera gaat zitten en als je gaat vertellen over jouw vakgebied. Datgene waar jij de gehele dag over aan het spreken bent. Het onderwerp dat jij door en door kent. Waarover je zelfs in je slaap kan praten.

Oftewel waar jij een expert over en in bent. Het enige wat jij nog hoeft te doen is vertrouwen te hebben in jezelf en te gaan genieten. Neem de kijkers mee in jouw verhaal en geniet!

## **Ready, set and GO! Let's start and rock!**

‘Jij kan het! Je hoeft het alleen maar te geloven en je kan gaan schitteren als dé ondernemer die een video opneemt over jouw vakgebied!’





# Hoe nu verder?

**Sta jij te trappelen om video's voor je eigen je bedrijf te maken, maar zou je wel wat coaching kunnen gebruiken? Dan is het jaarprogramma – SCOREN MET VIDEO – wellicht iets voor jou.**

## Hoe werkt dit jaar programma?



### **52 weken video begeleiding**

Vanaf de eerste week in januari tot de laatste week van december krijg jij iedere week een nieuwe les. De lessen sluiten volledig op elkaar aan, waardoor je binnen een jaar leert om op je eigen presentatievaardigheden te vertrouwen.



### **Instructie & voorbeeld video's**

Elke les bestaat uit een instructievideo met opdracht en voorbeeld. De video's samen duren maximaal 20 minuten, waardoor je binnen het uur je weekvideo kunt opnemen.



### **8 Bonus lessen**

Je krijgt 8 bonuslessen waardoor je ook kunt inspelen op de feestdagen met video's. Hierdoor kan jij jouw doelgroep op een ludieke manier verrassen met een eigen videoboodschap.



**Doe nu mee met het jaarprogramma en ga echt scoren met video! Je ontvangt iedere week een nieuwe weekopdracht, waardoor je binnen het jaar volledig kan vertrouwen op je eigen presentatievaardigheden!**

Ook na het jaar blijf je toegang houden tot dit jaarprogramma, waardoor je op elk gewenst moment jezelf inspiratie kunt geven. Tevens volledig op je eigen tempo kun jij jouw video opdrachten maken.

Iedere week krijg je een persoonlijke reminder in je e-mail postvak, waardoor je jouw nieuwe les in de online leeromgeving kunt bekijken.

Voor elke les is de investering een kopje koffie van 2 euro, waardoor je voor een heel jaar maar ~~€120,-~~ hoeft te betalen.

**En omdat jij dit e-book hebt gelezen krijg jij een dikke vette korting van maar liefst 50%, waardoor je nog maar de helft van alle kopjes koffie hoeft te betalen! Oftewel elke les kun jij bekijken voor maar 1 euro!**

Wat zeg jij ervan? Ga je een jaarlang gecoacht worden tijdens dit jaarprogramma? Ja? Gebruik dan de kortingscode: **ebook**

**Geef jezelf dit jaarprogramma cadeau!**



Succes + veel plezier  
met het maken  
van jouw video's