

Rapporteren in PowerPoint in 90 minuten



Bij aankoop van deze uitgave stelt Uitgeverij Boom Nelissen u gratis de e-bookversie beschikbaar. Wij vinden dat u de inhoud van het boek overal moet kunnen raadplegen, of dat nu op papier is of digitaal, of een combinatie van beide. Net zoals u zelf prettig vindt in gebruik.

U kunt uw gratis e-book ophalen via **www.boomnelissen.nl/gratis_e-book**. Hiervoor heeft u de unieke code nodig die u op deze pagina vindt.

Rapporteren in PowerPoint in 90 minuten

Marc Draijer

uitgeverij **boom/nelissen**

Copyright: © Uitgeverij Boom Nelissen, Amsterdam & Marc Draijer, 2012

Omslag: Het Noorden Communiqueert, Loon

Binnenwerk: The DocWorkers, Almere

Redactie: Richard Heeres, Teksttalenten, Ried

ISBN: 9789024401505

NUR: 801

1e druk: 2012

ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).



Voorwoord

Rapporteren in PowerPoint raakt bij steeds meer bedrijven in zwang. Het slidesrapport spreekt veel rapportenschrijvers aan en er wordt dan ook enthousiast mee geëxperimenteerd. Als trainer Bedrijfscommunicatie heb ik al heel wat resultaten daarvan voorbij zien komen. Ook minder geslaagde, variërend van rapporten die uit notitiepagina's bestaan – slide boven, uitleg eronder – tot complete tekstrapporten die simpelweg in PowerPoint zijn geplakt. Het record staat op 110 slides. Jammer, want daarmee bereikt niemand het gewenste effect. Terwijl een goed ingericht slidesrapport juist door zijn visuele en bondige vorm een heel krachtig communicatiemiddel kan zijn.

Met dit boek wil ik alle ambitieuze rapportenschrijvers een houvast bieden met een methode die heldere, resultaatgerichte slidesrapporten oplevert. Slidesrapporten die 'to the point' zijn en klaarheid creëren. Waarvoor de lezer geen snel-

leescursus hoeft te volgen, maar die slide voor slide op de smartphone doorgenomen kunnen worden.

De totstandkoming van een boekje als dit vergt jaren. Niet om het te schrijven, maar om het te kunnen schrijven. Velen hebben daaraan een bijdrage geleverd, zonder het te weten, zonder dat ik me dat zelf realiseerde. Cursisten en studenten door hun vragen, opmerkingen en feedback, en (oud-)collega's door mee te denken, verder te vragen of door gewoon te luisteren. Dank daarvoor. Speciale dank gaat uit naar UT-collega David Hoeflaak, wiens opmerking 'Het moet toch anders kunnen' meer teweeg heeft gebracht dan hij beseftte. En natuurlijk naar Carla, voor de bekers thee, het aanhoren van vorderingen, ideeën, overwegingen, en voor de soms genadeloze kritiek op een stuk tekst, waarmee ze uiteindelijk dan toch wel weer een punt bleek te hebben.

Marc Draijer

Inhoud

Voorwoord	5
1 Inleiding	11
1.1 Kenmerken van een slidesrapport	12
1.2 Vijf redenen om een slidesrapport op te stellen	15
1.3 Vijf aandachtspunten	20
1.4 Werkwijze en opbouw van dit boek	23
2 Schrijf de inleiding	25
2.1 Begin met de aanleiding	25
2.2 Formuleer de centrale vraag	28
2.3 Optioneel: beschrijf je werkwijze en schets de scope	31
2.4 Vooruitblik en inhoudsopgave	33
Tot slot	34

3 Werk je gegevens uit tot een advies	37
3.1 Formuleer bevindingen op basis van de feiten	38
<i>Kwalitatieve onderbouwing</i>	38
<i>Kwantitatieve onderbouwing</i>	41
3.2 Baseer je argumenten op je bevindingen	44
3.3 Formuleer een solide hoofdboodschap	45
3.4 Verzeker je van logische redeneringen	47
<i>Parallele argumentatie</i>	47
<i>Seriële argumentatie</i>	49
Tot slot	51
 4 Ontwerp je slides	 53
4.1 Zet je conclusie of advies met argumenten op één slide	53
4.2 Pas bij de ondersteunende slides de drielagenstructuur toe	57
Tot slot	63
 5 Zorg voor samenhang	 65
5.1 Samenhang tussen de slides	65
<i>Herhaal de inhoudsslide</i>	66
<i>Plaats een chapeau of een kruimelpad boven de slidetitel</i>	67
<i>Gebruik signaalwoorden en kernwoorden in de titels van opeenvolgende slides</i>	71
5.2 Samenhang binnen de slides	74
<i>Neem een verbindingstekst op tussen titel en onderbouwing</i>	75

<i>Gebruik signaalwoorden om verbanden te verduidelijken</i>	75
<i>Maak de hiërarchie duidelijk met inspringen en lettergrootte</i>	76
<i>Voeg grafische elementen toe om relaties te benadrukken</i>	77
Tot slot	82
6 Controleer je rapport	83
6.1 Controleer de structuur	84
<i>Is elke redenering in mijn structuur uniek?</i>	84
<i>Zijn feiten de basis van elke redenering?</i>	86
<i>Klopt de logica in mijn redeneringen en is die zichtbaar?</i>	87
<i>Zijn mijn argumenten op één hand te tellen?</i>	91
6.2 Controleer de tekst	92
<i>Schrijf in stijl</i>	92
<i>Schrijf kernachtig</i>	95
<i>Schrijf verzorgd</i>	97
6.3 Laat je rapport controleren	100
Tot slot	102
Over de serie	104

1 Inleiding

Nog altijd zijn rapporten een van je belangrijkste *deliverables* in het advieswerk. Elk onderzoek dat je verricht om tot een advies te komen, resulteert in een rapport. Meestal stel je dat op in een tekstverwerkingsprogramma, zoals Microsoft Word. En meestal houd je daarbij een redelijk vaste structuur aan. Eerst de inhoudsopgave, waarin je de lezer een overzicht biedt van de onderdelen van het rapport. Vervolgens de inleiding, waarna de inhoudelijke hoofdstukken komen die min of meer je werkwijze volgen. En ten slotte de conclusie en aanbevelingen. Eventueel neem je voor in je rapport nog een managementsamenvatting op, waarin je voor de lezer met weinig tijd de belangrijkste punten opneemt.

Maar je komt steeds vaker een nieuw genre in de business-to-business-communicatie tegen dat in de plaats komt van dit 'tekstrapport': het 'slidesrapport'. Je ziet dat adviseurs van concurrerende bureaus hand-outs van een presentatie indienen als rapport. Of je ontvangt zelf van een

extern bureau een ‘rapport’ dat bestaat uit geprinte slides. Helder en to the point zijn ze. Niet uitputtend, maar toch volledig genoeg. In de eerste paar slides staat duidelijk wat de uitgangssituatie was en het doel, en hoe het beargumenteerde advies luidt. Niks geen managementsamenvatting meer nodig. Zo wil jij voortaan ook rapporteren!

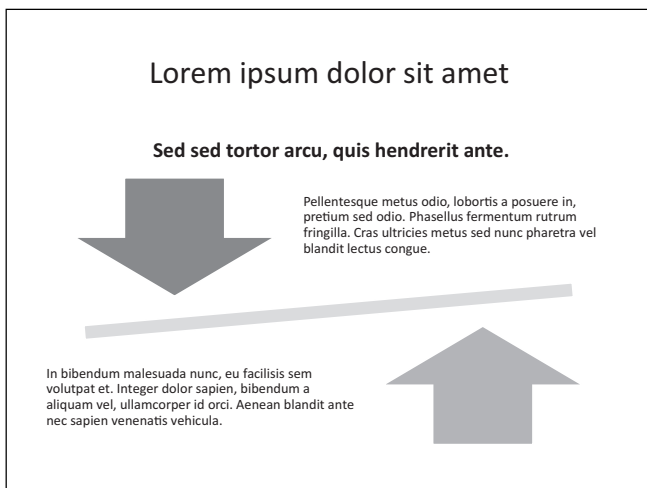
1.1 Kenmerken van een slidesrapport

Een slidesrapport bestaat uit een serie samenhangende slides die zijn gemaakt in presentatiesoftware. Dat kan PowerPoint zijn, maar ook Prezi of Impress. Een slidesrapport is echter inhoudelijker dan de hand-out van slides bij een mondelinge presentatie. Wie slides bij een mondelinge presentatie maakt, volgt immers het credo ‘minder is meer’. Een presentatieslide mag bijvoorbeeld volgens gangbare richtlijnen niet meer dan drie bulletpoints tellen en een zin niet meer dan vijf woorden. Tabellen en figuren moeten sterk vereenvoudigd zijn en een laag detailniveau hebben. De slides zijn nadrukkelijk ondersteunend en daartoe, als het goed is, sterk visueel ingericht. Het zijn niet meer dan ‘kapstokjes’ voor jou als spreker. Het zal duidelijk zijn dat een hand-out daarvan niet kan functioneren als rapport, omdat een rapport juist gelezen en begrepen moet worden zónder die mondelinge toelichting. Een goed slidesrapport bevat dus meer informatie dan de hand-out van een mondelinge presentatie.

Maar een slidesrapport is ook geen ‘traditioneel rapport in een ander jasje’. Het is niet zo uitgebreid noch zo opgezet als een tekstrapport, dat een gedetailleerd en stapsgewijs verslag is van het uitgevoerde onderzoek. In een slidesrapport bepaalt niet de onderzoeks aanpak de structuur; het resultaat staat voorop in het slidesrapport. Letterlijk. Met andere woorden: een slidesrapport heeft niet een processtructuur, zoals het traditionele tekstrapport, maar een betoogstructuur.

In dat betoog vormt elke slide een bouwsteen die bijdraagt aan de ondersteuning van de hoofdboodschap. Dat zie je terug in de koppen van de slides: die bevatten allemaal een concluderende of samenvattende uitspraak. En in de slide zelf is die uitspraak dan weer verder onderbouwd met de bevindingen en de bewijsvoering van die bevindingen. De informatie op de slides is zodoende opgebouwd uit verschillende informatielagen. Je zou ook kunnen zeggen dat elke slide een minibetoog is dat bijdraagt aan de totstandkoming van de hoofdboodschap.

Die informatielagen op de slides hoeven overigens niet per se uit tekst te bestaan. Ook figuren – tabellen, grafieken, diagrammen – kunnen daarin een rol spelen. De visuele ondersteuning kan daarnaast bestaan uit schema's en grafische vormen die nadrukkelijk bedoeld zijn om de boodschap op de slide te versterken, zoals pijlen om bepaalde processtappen of consequenties mee aan te geven. Of een balans om positieve en negatieve aspecten te visualiseren, zoals in figuur 1.1.



Figuur 1.1 Grafische vormen kunnen de boodschap op de slide ondersteunen.

Het slidesrapport zelf bestaat overigens al meerdere jaren. Nadat in 1987 het programma PowerPoint voor Macs werd gelanceerd, presenteerde drie jaar later Microsoft de Windowsversie ervan. Eind jaren negentig was het gebruik van hand-outs van presentaties als rapportvervangers al gangbaar bij grote adviesorganisaties. Sindsdien is dit nieuwe genre aan een gestage opmars bezig, met name in de consultancy. Bedrijven die werken met het slidesrapport zetten overigens niet alles op deze ene kaart: het slidesrapport is veelal één

van de documentsoorten die deel uitmaken van hun *delivery strategy*.

De term 'slidesrapport'

Diverse namen werden en worden voor dit nieuwe type rapport gebruikt, waaronder 'PowerPointrapport', 'sheet-rapport' en 'hand-outrapport'. In dit boekje wordt de term 'slidesrapport' gebruikt, omdat er ook andere slideware dan PowerPoint kan worden gebruikt, overheadsheets tot een voorbije era behoren en het rapport nadrukkelijk geen stapel geprinte hand-outs van een mondelinge presentatie is. Verder is er gekozen voor het gebruik van 'slide' in plaats van 'dia', vanwege consistentie – een slidesrapport is opgebouwd uit slides – en omdat 'dia', hoewel ook behorend tot die voorbije era, toch nog erg verbonden is aan een te projecteren foto in een plastic frame.

1.2 Vijf redenen om een slidesrapport op te stellen

Waarom zijn bedrijven en organisaties eigenlijk gebruik gaan maken van het slidesrapport? En waarom zou jij dat doen? Er zijn grofweg vijf redenen voor te geven: