

BAS MOUTON

MAGIE
IN AL JE COMMUNICATIE

uitgeverij boom/nelissen

Copyright: © Uitgeverij Boom Nelissen, Amsterdam & Bas Mouton, 2015

Omslag en binnenwerk: VillaY, Den Haag

Illustraties: Raimond van Soest

Redactie: Nienke Post, Amsterdam

ISBN: 9789024403752

NUR: 801

1e druk: 2015

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).



www.boomnelissen.nl

INHOUD

Inleiding	
JIJ MAAKT HET VERSCHIL	9
Hoofdstuk 1	
HET MAGISCHE MOMENT	17
DEEL 1	
MÉÉR JOU	29
Hoofdstuk 2	
DURF EEN ACTIE TE VRAGEN	33
Hoofdstuk 3	
BELOFTE: WAAROM DAN?	47
Hoofdstuk 4	
NEEM ZE MEE MET JA'S!	61
DEEL 2	
MÉÉR IETS	79
Hoofdstuk 5	
TOON ONS JE BEWIJS	83
Hoofdstuk 6	
GA HET CONFLICT NIET UIT DE WEG	95
Hoofdstuk 7	
LAAT ONS DE TOEKOMST ZIEN	109

DEEL 3 MÉÉR IK	123
Hoofdstuk 8 MAAK HET PERSOONLIJK	127
Hoofdstuk 9 DEEL JE PASSIE	141
Hoofdstuk 10 CONTACT	155
Hoofdstuk 11 LET THE MAGIC BEGIN	171
Toegift 1 IK ZEG IETS TEGEN JOU	191
Toegift 2 THE PROOF OF THE PUDDING	195
FREQUENTLY ASKED QUESTIONS	197
DANKWOORD	199

WIL JE MAGIE IN JE EIGEN VERHAAL?

Inspiratie voor de verhalen waarmee jij het verschil wilt maken



Er zijn allerlei momenten waarop je het verschil wilt maken. Als je solliciteert, een belangrijke presentatie of pitch gaat geven of een liefdesbrief schrijft. Op www.magieinaljecomunicatie.nl vind je een tool waarmee je inspiratie vindt voor het verhaal dat jij wilt gaan vertellen. Deze tool helpt je bij de momenten waarop je echt magie in je communicatie wilt brengen. Met als resultaat: jouw Persoonlijke Inspiratie Mindmap.

Magie op maat

Ben je benieuwd naar jouw persoonlijke stap tot Magic Communicator? Bekijk de magietrajecten en -trainingen op www.speechrepublic.nl. Of neem contact op via contact@speechrepublic.nl om een vrijblijvende intake te plannen. Op deze website kun je je ook aanmelden voor wekelijkse magie-inspiratie!

ik



iETS



JOU



INLEIDING

JIJ MAAKT HET VERSCHIL

In ieders leven en bij elk bedrijf zijn er communicatiemomenten die er echt toe doen. Ook in jouw leven en bij jouw organisatie zijn die er. Die momenten waarop je bereid bent extra moeite te doen om jouw kans om te zetten in een succes. Het gaat dan om die gelegenheden waarbij jij denkt: nu is het showtime, nu ga ik het verschil maken in mijn eigen leven en dat van anderen.

Als deze presentatie goed gaat, dan krijg je steun van de directie voor die belangrijke investering. Als je de klik weet te maken in dit sollicitatiegesprek, dan heb je die droombaan binnen. Als deze mail briljant is, dan zou je dat weleens honderden nieuwe donateurs kunnen opleveren. Als dit tv-interview goed verloopt, heb je een kans op heel veel extra stemmen. Als deze beleidsnota goed valt, dan druk jij jouw stempel op Nederland voor de komende jaren. Als ...

Jij hebt ongetwijfeld momenten die er voor jou echt toe doen. Misschien wil je wel een belangrijke pitch winnen, een briljante advertentietekst schrijven, een verkiezing winnen of een belangrijk punt maken tijdens een vergadering.

Wat jouw doel ook is, welke verandering je ook voor ogen hebt, je zult het moeten doen met communicatie. Je hebt woorden en beelden tot je beschikking, dat is alles. Dit boek gaat over de vraag wat er nodig is om met die woorden en beelden iets bijzonders te laten gebeuren. Je leert de grote basisprincipes die achter woorden en beelden liggen. Je leert het onderliggende fundament van succesvolle communicatie. Want dat is wat ik interessant vind: niet zozeer de communicatiedetails, maar de grote principes die voor iedereen en altijd werken.

Ik ben de oprichter en directeur van Speech Republic en mijn bedrijf is opgericht vanuit een fascinatie voor de vraag: wanneer maken woorden nou echt het verschil? Want er bestaan woorden die nog steeds klinken, lang nadat ze gesproken zijn: *We shall never surrender;* *I have a dream; Yes, we can.*



Vanwege die fascinatie met bijzondere woorden wilde ik ooit de politiek in. Ik deed alles om dat te bereiken. Ik ging studeren en werd econoom, jurist en politicoloog. Ik volgde communicatietrainingen in Nederland, Duitsland, Engeland en Amerika. Ik onderzocht wat verschillende mensen uit diverse disciplines begrepen van woorden die het verschil konden maken: van stand-up-comedians tot psychologen en acteurs. Ik las zo'n beetje alle boeken over het onderwerp die er waren.

En uiteindelijk koos ik voor een carrière waarin ik mijn fascinatie voor bijzondere woorden echt kwijt kan. Ik train en adviseer nu politici in Europa en Azië, ministers en presidentskandidaten, high potentials, managers en CEO's voor de momenten dat zij het verschil willen maken. En vanuit die ervaring weet ik: iedereen kan iets bijzonders laten gebeuren met woorden en beelden. Omdat de onderliggende principes voor iedereen hetzelfde zijn. Of je nu man bent of vrouw. Of je nu in Nederland woont of op de Filipijnen. Of je nu de baas bent in de organisatie of dat je een aanstormend talent bent. Of je een miljoenenpubliek wilt bereiken of één persoon. De onderliggende wetten zijn voor iedereen gelijk.

En die magiewetten zijn iets heel anders dan de trucjes die in de meeste communicatietrainingen centraal staan. Laat ik je dat uitleggen aan de hand van een metafoor.

Ik kook graag, dus ik heb heel veel kookboeken in mijn kast staan met recepten. Ik heb wel tienduizenden recepten. Die leggen mij stuk voor stuk uit hoe ik één gerecht moet bereiden. Maar ik heb ook een paar boeken die mij echt een betere kok maken. Die gaan over de onderliggende wetten van wat er gebeurt met voedsel. Ze leren je hoe je een verse vis van een oudere vis onderscheidt en laten zien wat er gebeurt als je een ei verwarmt tot precies 68 graden Celsius. Ze laten je ontdekken wat er gebeurt met de smaak van eten als er een bruin randje ontstaat en leggen uit hoe je de smaken zout, zuur, zoet en bitter beter met elkaar kunt laten samenwerken. Mondgevoel is heel belangrijk, leren die boeken je; en dat het nogal wat uitmaakt of iets krokant of vettig smaakt. En dat juist de combinatie van vet en krokantheid interessant kan zijn.

Die boeken hebben mij geleerd smaken en texturen beter met elkaar te laten samenwerken. Daarom hoef ik niet altijd een recept te gebruiken om iets lekkers te bereiden. Ze stellen mij in staat te koken met wat ik toevallig op dat moment in huis heb. Die boeken hebben mij geleerd dat koken uiteindelijk draait om spelen met drie dimensies: kwaliteit van de producten, bereidingswijze en combinaties van ingrediënten. En dat het verschil tussen een amateurkok en een topkok ook op die drie dimensies wordt gemaakt. Een topkok steekt meer moeite in het vinden van de allerbeste producten. Hij is beter in het bereiken van exact de juiste kerntemperatuur en precies het optimale bruine korstje. En hij durft spannendere combinaties van ingrediënten aan. En hij kan dit alles juist omdat hij de wetten van het koken volledig doorgrondt.

Het boek dat je nu leest, is geen receptenboek. Je leert niet een paar trucjes, een paar recepten. Zo geloof ik bijvoorbeeld niet dat een bepaalde volgorde van een verhaal altijd werkt; 'why-how-what' of de Pyramid Principle zijn niet de oplossing voor alles. Ik geloof ook niet dat je mensen met wie je communiceert moet indelen in hokjes. Dat je onderscheid moet maken tussen blauwe en oranje mensen bijvoorbeeld. Of tussen auditief en visueel ingestelde mensen. Ik denk dat

mensen complexer zijn dan dat. En ik geloof ook niet dat de inhoud van een verhaal maar zeven procent is. Dat het bij mondelinge communicatie uiteindelijk allemaal draait om lichaamstaal en intonatie. Dat zijn in mijn visie verouderde recepten voor amateurkoks, die afleiden waar het echt om gaat. Koken draait uiteindelijk om het maken van heerlijke gerechten. Communicatie draait om het echt iets laten gebeuren in het hoofd van de ander. Dat is de maat der dingen. De rest is maar bijzaak.

In dit boek ga je terug naar de basis. En de basis van communicatie is dit:

IK zeg IETS tegen JOU.

Communicatie is niets anders dan spelen met de drie dimensies IK, IETS en JOU. En daarbij is het de kunst om het zo simpel mogelijk te houden, net als bij koken.

Dit boek laat je zien hoe je kunt spelen met persoonlijke ervaringen die je meeneemt in je verhaal en die de verbinding met je publiek vergroten (IK). Ook leer je hoe je beter de klik maakt met je publiek, door hun drijfveren en overwegingen aan te spreken en door hen echt te durven inspireren (JOU). En je leert wat je allemaal tot je beschikking hebt om jouw inhoud krachtiger, spannender en veelzeggender te maken (IETS). Als je vanuit deze kern begint, heb je een veel grotere kans op een bijzonder communicatiemoment, op jouw geheel eigen wijze.

Nu heb ik het hier over spelen met IK, IETS en JOU. Net zoals koks spelen met hun dimensies kwaliteit van het product, bereidingswijze en combinaties. Toch zie ik hier wel een patroon in bij onze cursisten.

Stel dat dit een boek zou zijn over hoe je gezonder kunt eten. Dan zou het boek je waarschijnlijk oproepen om meer groente, meer fruit en meer volkoren producten te eten. Omdat de meeste mensen te weinig gezonde dingen eten. En zo is het ook met de dimensies IK, IETS en JOU.

De meeste mensen hebben de neiging te weinig van zichzelf te laten zien, vooral in een zakelijke omgeving. In mijn woorden betekent dit dat er te weinig IK in het verhaal zit. En met het IETS is het eigenlijk hetzelfde probleem. De meeste mensen die ik train, zeggen te weinig, inhoudelijk, door de boodschap te verhullen. Of door zo veel informatie te geven dat niets meer belangrijk is. Die helpen we dus om meer IETS, meer inspirerende inhoud, in het verhaal te brengen. En ook op de JOU-dimensie hebben de meeste mensen de neiging om het te weinig tegen de ander te hebben. Dan zit er dus te weinig JOU, te weinig publiek, in het verhaal.

Als jij lijkt op de meeste mensen waar wij mee werken, betekent dit boek dus dat je gaat leren om je verhaal persoonlijker te maken, meer IK. Het gaat je helpen inhoudelijk meer te zeggen, meer IETS. En het gaat je helpen je publiek meer mee te nemen, meer JOU. Maar het is wel aan jou om daar je eigen balans in te zoeken. Net zoals alleen maar groente en fruit eten ook weer niet goed voor je is. Zo is het ook met IK, IETS en JOU. Pas het toe op een manier die voor jou goed voelt. Luister naar je eigen lichaam, zou ik bijna zeggen.

Om je te inspireren 'IK zeg IETS tegen JOU' toe te passen in jouw eigen communicatie, laat ik je voorbeelden zien van hoe deze principes voor anderen gewerkt hebben op belangrijke momenten in hun leven. Ik gebruik daarbij veel voorbeelden van speeches en grote sprekers op hun doorbraakmomenten. Ik gebruik deze voorbeelden om twee redenen: de eerste is: ik ben een beetje een speechfreak. Ik ben heel goed thuis in die voorbeelden. Geloof het of niet: ik was een jongetje dat op de middelbare school al speeches van Churchill en Reagan uit zijn hoofd ging leren. Ja, ik weet het: mijn klasgenootjes vonden het ook raar.

De tweede reden is dat je de basisprincipes van communicatie heel goed kunt herkennen in een grote speech. Anders dan bij een radio-interview bijvoorbeeld heeft de spreker echt de tijd om ononderbroken zijn verhaal te vertellen. Hierbij kan de spreker dus alle communicatieprincipes uit de kast halen om iets bijzonders te creëren. Dat maakt het goed studiemateriaal.

Ik kan mij voorstellen dat je denkt: maar ik ben toch geen Obama? Ik hoef toch niet op een podium een speech te houden? Waarom is dit voor mij relevant? Ik ben geen wereldleider. Ik ben niet gevraagd om een TED Talk te houden.

Mijn antwoord aan jou is simpel.

Je hoeft geen duizenden mensen tegenover je te hebben om iets te leren van de bevlogenheid waarmee Martin Luther King zijn verhaal vertelde. Dat betekent echt niet dat je opeens de hele tijd 'I have a dream ...' moet gaan roepen. Maar hoe mooi zou het zijn als je verbinding kon maken met jouw eigen kernovertuiging om jouw communicatie tot leven te laten komen, net zoals Martin Luther King in staat was verbinding te maken met zijn dieperliggende waarden? Je kunt het onderliggende principe van bevlogenheid leren van Martin Luther King, zonder dat je hem hoeft te imiteren.

Zo is het ook met Bill Clinton. De meeste mensen die dit boek lezen, zullen nooit president van de Verenigde Staten worden. En toch kun je iets van Clinton leren. Zoals hij in staat is volledig aanwezig te zijn in een ruimte, helemaal op te gaan in zijn gesprekspartner, is heel interessant voor jou. Dat zou jou weleens kunnen helpen om jouw belangrijke pitch te winnen of om jouw medewerkers mee te krijgen. Of als ik je een voorbeeld laat zien van Steve Jobs. Waarschijnlijk zullen jij en ik nooit zo rijk en zo vernieuwend zijn als Steve Jobs. Maar je hoeft geen miljardair te zijn om te leren van Steve Jobs op momenten die voor hem heel belangrijk waren. Op de momenten dat hij het verschil maakte.

Ik adviseer je niet om de recepten van de *top communicators* te gaan gebruiken. Maar wel om gebruik te maken van dezelfde magiewetten die zij gebruiken. Ik beoog je te inspireren om je manier van denken over communicatie te veranderen, door je voorbeelden te geven hoe deze grote wetten voor anderen gewerkt hebben. En ik stel jou als lezer vragen, om je aan het denken te zetten hoe ze ook voor jou zouden kunnen werken.

Zodat de klant ‘ja’ zegt. Zodat de donateurs toestromen, zodat je buurman de radio zachter zet, jij promotie maakt of je die droombaan krijgt. Dan ben je niet iemand die alleen maar recepten volgt, maar dan ben je een *magic communicator* die speelt met de magiewetten. Dat is wat je gaat leren in dit boek. En nu ik duizenden mensen getraind heb, kan ik met zekerheid zeggen: iedereen kan het, dus jij ook.

Het is vervolgens aan jou je eigen communicatiegerechten te bereiden. Als je echt aan de slag gaat met dit boek, ben je in staat op heel veel verschillende manieren een inspirerend verhaal te creëren, voor welk publiek dan ook. Of dat nou één persoon is of heel veel mensen tegelijkertijd.

Ben je bereid op een hele andere manier te kijken naar communicatie? Heb je zin om te gaan experimenteren? Durf jij het aan veel vaker het verschil te maken?

Als jouw antwoord op deze vragen ‘ja’ is, dan wens ik je veel plezier met het lezen van dit boek. Ik hoop dat je het boek leest en herleest wanneer je daar behoefte aan hebt. En dat je bij elk belangrijk communicatiemoment even terugdenkt aan:

IK zeg IETS tegen JOU.