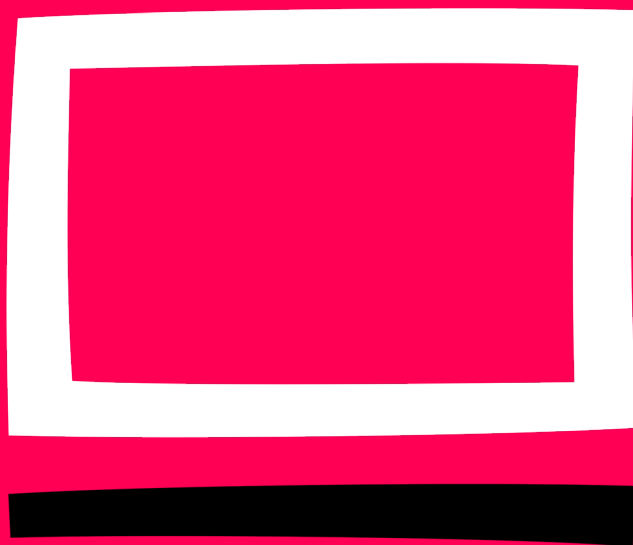


# Presenteren aan senior stakeholders

Een senior publiek  
overtuigen tijdens je  
presentatie



## Dit herken je vast:

- Je hebt je tot in de puntjes voorbereid. Tijdens je presentatie wordt al gauw duidelijk dat je senior stakeholders niet alle details willen, maar iets geheel anders van je verwachten? Wat nu?
- De cijfers zijn helder, je analyse houdt steek. Alleen komen je belangrijkste stakeholders niet tot een beslissing. Hoe breng je de boodschap zodat dit proces efficiënter verloopt?
- Iedereen in de organisatie snapt het belang van je project. Niet verder gaan in deze richting zou een stap achteruit zijn. Toch komt je voorstel niet op de prioriteitenlijst van de belangrijkste beslissingsnemers. Hoe bouw je dat in je presentatie in?

Je ideeën laten accepteren door senior management gebeurt heel vaak via presentaties. Bij het begin van je loopbaan presenteer je vrijwel uitsluitend aan collega's of aan je functioneel management. Je zal hiervoor een succesvolle manier van doen ontwikkeld hebben.

Presenteren aan senior management vraagt een andere vorm omdat je publiek minder dieptekennis heeft van je onderwerp en rekening houdt met meer parameters dan enkel de vakinhoudelijke.

## Wat is 'Presenteren aan senior Stakeholders'?

Om inzicht te krijgen op de specifieke wensen van senior management, **interviewden we verschillende CEO's van BEL20 bedrijven**. Deze informatie, uit eerste hand, gaf ons een unieke kijk op hoe zij presentaties van medewerkers ervaren en wat ze zelf verlangen. Hun input leidde tot heel wat tips & tricks die je tijdens de training meekrijgt.

Je wordt begeleid door trainers die zelf heel wat ervaring hebben met het overtuigen van senior stakeholders. Zij helpen je om de leerinzichten **onmiddellijk te implementeren** in je eigen presentatie, zodat je binnenkort wel een 'ja' krijgt op die levensbelangrijke beslissing voor je project.



## Wat leer je in deze training?

Het thema 'buy-in creëren' staat in deze training centraal. Je krijgt **tips van CEO's uit BEL20 bedrijven** en een antwoord op volgende vragen:

- Wat zijn **verwachtingen** van senior management en hoe verschillen die met andere presentatie contexten?
- Welke **structuur** is noodzakelijk om dit publiek van je voorstellen te **overtuigen**?
- Hoe vertaal je dit in zowel je verhaal als je presentatiemateriaal?
- Hoe je boodschap **afstemmen** op de beslissingsstijl van de sleutelfiguren zodat je tot een snellere conclusie komt?

## Het belang van 'buy-in' voor elke organisatie

Vroeger kreeg je in je organisatie heel wat voor elkaar vanuit je hiërarchische positie. Misschien is dat wat te zwart-wit geschetst, maar het was wel een ondertoon die toen heel sterk aanwezig was. We gaan naar links! Waarom? Omdat ik dat beslist heb! Je had impact als je maar hard genoeg op tafel sloeg.

In onze huidige organisatiestructuren zijn we geëvolueerd naar een ander model. Eén waarbij veel meer gewerkt wordt in matrix omgevingen en project contexten. Daarin moeten we dingen voor elkaar krijgen zonder te kunnen terugvallen op onze hiërarchische positie ten opzichte van de ander.

In professionele organisaties waar expertise van zeer groot belang is, gaat men er nog vaak vanuit dat de kwaliteit van een idee of voorstel garant staat voor buy-in. Rationele argumenten staan daarin centraal. Een goed idee verkoopt zichzelf wel omwille van zijn kwaliteit. Dit is helaas wishful thinking.

De volgende formule kan je hierin nog wat extra inzicht geven:

$$\text{Impact} = \text{Kwaliteit} \times \text{Acceptatie}$$

Vrij vertaald, de impact van onze ideeën is niet enkel afhankelijk van de inhoudelijke kwaliteit van ons idee. Je voorstel heeft impact in de mate dat mensen dit ook accepteren.

Wil dat zeggen dat informatie niet belangrijk zou zijn? Helemaal niet. Meer zelfs, het is absoluut noodzakelijk. Warme lucht die goed verkocht wordt, blijft niet meer dan warme lucht en leidt tot weinig blijvende impact.

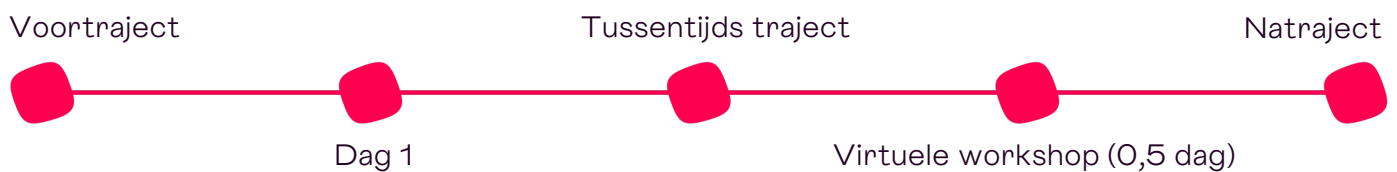
Maar hoe zorg je er voor dat anderen bereid zijn hun schouders vol vertrouwen onder je project te zetten? Dat is waar wij op focussen tijdens onze trainingen over 'buy-in'.

**Presenteren aan senior stakeholders** focust zich op de vraag: Hoe creëer ik 'buy-in' binnen een presentatiecontext? Hoe breng ik een senior publiek tot de beslissingen die ik graag wil bekomen?



# We spark your growth

## Een leertraject met veel aandacht voor transfer:



- **Voortraject:** We prikkelen je leerproces ruim vóór de start van de training via video, reflectievragen en stukjes inhoud. Ook de leidinggevende wordt betrokken in het leerproces.
- **Training:** Doorheen de training werken we op je eigen presentatie. Elke kapstok wordt daardoor getoetst aan en toegepast op je eigen real-life situaties. Geleerde inzichten worden zo direct vertaald naar een praktische meerwaarde.
- **Tussentijds traject:** Na de eerste trainingsmodule ga je aan de slag met de geleerde inzichten. Deze ervaringen dienen als basis voor de start van de virtuele workshop.
- **Natraject:** Je gaat naar huis met een uitgewerkt actieplan. Om de geleerde inzichten op het radarscherm te houden, word je door Kenaz tot 3 maanden na de training in je leerproces gestimuleerd.



Een uitmuntende training die je toelaat om je boodschap  
aan top management te brengen met kracht en efficiëntie.  
**TOP!**

A.V.L - Bank Degroof Petercam



## Inhoudelijke elementen tijdens deze training:

- Hoe verschillen de verwachtingen van een senior publiek met anderen?
- Hoe overtuig je dit doelpubliek?
- Hoe vertaal je deze verwachtingen naar een boodschap met impact?
- Welke structuur leidt tot beslissingen?
- Tips van CEO's uit BEL20 bedrijven
- Toepassen van de geleerde inzichten op je eigen presentatie met feedback van de trainer
- Hoe pas je dit toe in een virtuele context?

## Open aanbod

- Kies zelf het moment waarop je het liefst aansluit
- Verrijk je leertraject met ervaringsuitwisselingen met collega's uit andere sectoren
- Startdatum voorjaar: 25/04/2024
- Startdatum najaar: 21/11/2024

## Op maat

- Aangepast aan de noden van jouw organisatie of team
- Mogelijkheid tot organisatiebreed uitrollen van succesformules
- Speciale aandacht voor transfer van geleerde inzichten naar jouw praktijk

## Individuele coaching

- Een persoonlijk traject wordt uitgestippeld voor jouw individuele noden
- Terugkoppeling naar jouw organisatie voor optimale inbedding van de resultaten

## Bij hen sloeg de vonk al over:

**A.C.A.**  
Group

 **bpost**

 **Belfius**

 **COLRUYT**  
GROUP

**Deloitte.**

**fluxys** 

**Janssen** 

**Johnson & Johnson**

 **NationalBank**  
OF BELGIUM

**proximus**

 **telenet**

 **UNILIN**



## Samen een traject uitwerken?



**Pieter Vandendriessche**  
Zaakvoerder

[pieter.vandendriessche@kenaz.org](mailto:pieter.vandendriessche@kenaz.org)

Bakelaarstraat 14  
2800 Mechelen

+3215645325

[www.kenaz.be](http://www.kenaz.be)

## Heb je praktische vragen?



**Sophie Kempeneers**  
Training coördinator

[info@kenaz.org](mailto:info@kenaz.org)



**kenaz**

## Meer weten over onze trainingen?

Schrijf je in voor onze wekelijkse nieuwsbrief: <https://www.kenaz.be/blijf-op-de-hoogte>

Of volg ons op onze socials

