

# communicatietrainer



**Sander Wieringa** is *directeur* en *trainer* bij Bob de Ronde Partners. Het bureau, in de jaren tachtig opgericht door oud-Journaal-redacteur Bob de Ronde, verzorgt communicatietrainingen voor grote bedrijven en de overheid

‘Wat gaat hier met mij gebeuren? Dat vragen onze trainees zich vaak af bij binnenkomst. Word ik hier eerst totaal afgefikt, gaan ze mij kneden tot iemand anders, moet ik rare standjes of stemmetjes oefenen? En dan staat er meestal ook nog een grote videocamera.

Media-, presentatie-, debat- en boodschapstrainingen vinden sommige mensen onzin.

Ze stellen dat je discussiëren en spreken niet kunt leren, dat moet je in je hebben.

Training maakt je in hun ogen alleen maar gekunsteld. Maar bestuurders en professionals – onze klanten – snappen meestal wel dat overtuigend praten een vak is dat je wel degelijk deels moet leren.

Dat een scherp interview of debat speciale vaardigheden vergt. Dat veel sprekers op bijeenkomsten niet boeien. Dus: leer me maar hoe dat moet. Met drie collega's geef ik nu zo'n 10 jaar jaarlijks tussen de twee- en driehonderd communicatietrainingen. De methode die we daarbij hanteren heeft veel te maken met onze achtergrond: we zijn alle vier lang journalist en hoofd- of eindredacteur geweest, ikzelf 25 jaar. In dat werk was elke dag de

hamvraag: wat is het verhaal? Dat gold voor een verslaggever die iets ging beschrijven, dat geldt ook voor een boodschapper die iets te melden heeft. Wat is je verhaal?

Tijdens een training gaan we daar eerst eens gewoon naar luisteren, in een “nul-interview” of een “nul-presentatie”. Altijd blijkt dan dat het beter – vaak véél beter – kan. Daarvoor hebben we een toolbox met zo'n honderd methodes, trucs en technieken. Meestal kom je met een paar inhoudelijke ingrepen een heel eind. Het verhaal zit dan beter in elkaar, wordt overtuigender en houdt beter stand bij tegenwerpingen. En – heel belangrijk – het levert ook een meer ontspannen en dus “normalere” spreker op. En dat willen Nederlanders zien: een autoriteit die normaal praat en doet.

Onze trainees kennen altijd alle ins en outs van hun onderwerp. Tijdens de training ervaren ze ineens de tucht van de ontvan-

ger van de boodschap. Die wil vaak heel andere dingen horen dan de zender wilde vertellen. En daar raken communicatietrainingen dus de essentie van het hele communicatievak: zenders laten klikken met ontvangers.

Communicatietrainingen geven is prachtig werk. Inhoudelijk: je krijgt de kans om je met belangrijke issues te bemoeien. Vakmatig: je moet weten wat je doet. Persoonlijk: elk vogeltje moet zingen zoals het gebekt is. En als het niet werkt, dan staan er reputaties op het spel. Ik vind het dus geen vak voor beginners. Je hebt er veel ervaring, veel methode-, materie- en mensenkennis voor nodig. Een mooi vak dus voor communicatiemensen die na de uitvoerende en leidinggevende fase in een derde fase van hun loopbaan stappen.'

‘Door communicatietrainingen leren wij zenders klikken met hun ontvangers.’