



Mitt Beste Presentasjonstips Catherine Lemaréchal

Catherine Lemaréchal eier og driver selskapet Ticato AS, og er rådgiver innen kommunikasjon, merkevarebygging og tidsmestring. Hun er brennende opptatt av muntlig kommunikasjon og kan hjelpe deg med å formidle ditt budskap, slik at du fremstår tydelig og får gjennomslag.

Catherine har tidligere arbeidet i kommunikasjonsbyråene Geelmuyden. Kiese og Burson-Marsteller. Hun er utdannet innen markedsføring og grafisk design, har deltatt i og senere vært med på å lede Dale Carnegies kurs i Kommunikasjon og ledelse. Hun er NLP-Certified Coach, og sertifisert i FranklinCoveys programmer «De 7 gode vanene» og «5 Valg». På fritiden jobber hun som coach for stiftelsen MOT, som driver med holdningsskapende arbeid blant ungdom.

Du finner mer om Catherine på <http://ticato.no/>

Treff hjertet i tillegg til hodet

Taleskriveren til Bill Clinton, Vinca LaFleur, var i Norge for mange år siden og holdt et inspirerende foredrag om hva som gjør at budskap sitter hos tilhørerne. Jeg hadde stor glede av hennes innlegg, og har i ettertid jevnlig brukt flere av hennes tips. Ett av budskapene hennes var: «Facts tell, stories sell.»

Historier og metaforer er «snarveier» i kommunikasjonen, og bygger bro til en raskere og dypere forståelse. Ordet «metafor» kommer fra gresk – metafora – og betyr ord eller uttrykk som brukes i overført eller billedlig betydning. Når vi klarer å skape bilder eller filmer i lytternes hoder, treffer vi senteret i hjernen (det limbiske systemet) som styrer følelser, motivasjon, langtidsminnen, og det er der beslutninger tas og adferd dannes.

En metafor, eller sammenligning, kan være et sitat eller en fortelling som har likhetstrekk med noe annet. En av mine favoritter er det kinesiske ord-taket: «Når forandringens vind blåser, kryper noen i skjul mens andre går ut for å bygge vindmøller.»

Server metaforen, og la den gjøre sin virkning. Det siste vi skal gjøre er å forklare den, da har vi ødelagt magien. Metaforer treffer ofte på et dypt ubevisst nivå, og tillater at andre trekker sine egne slutninger. En metafor er en elegant kommunikasjonsform, som har en umiddelbar effekt, treffer med emosjonell intensitet og møter mindre motstand enn for eksempel en påstand.

Vi liker å bli underholdt med en god historie, vi blir revet med og husker budskapet lettere. Vi ønsker at det vi formidler skal være minneverdig. En historie holder seg i tilhørernes bevissthet lenge etter at alt annet er glemt. Er historien eller sammenligningen riktig god, vil den også bli formidlet videre, og kan spre seg som ild i tørt gress (en metafor som umiddelbart skaper et bilde i hodene våre). Å fortelle og lytte til historier er et ritual som etablerer fellesskap. Det er slik informasjon har blitt formidlet til nye generasjoner helt fra tidenes morgen, da vi satt rundt leirbålet. Tenk bare på din egen reaksjon, når noen begynner å fortelle ... Du blir fokusert, forventningsfull og oppmerksom.

Abraham Lincoln (1809–1865) praktiserte som advokat før han ble amerikansk president. Han var legendarisk for sine åpnings- og sluttprosedyrer. Han hadde juryen i sin hule hånd, og det var ingen tilfeldighet. Han trente historiefortelling på den lokale kneipen sammen med vennene sine hver uke. Han tilegnet seg kunsten å spille på følelser, fengsle sitt publikum, og fikk folk med seg.

La meg avslutte med historien om Henry V og hans berømte tale for å samle troppene mentalt, før slaget ved Agincourt mot franskmennene. Vi er på 1400-tallet, og stedet er en gjørmete slagmark. Teksten her er hentet fra boken *Lessons on leadership and management*, av John Whitney og Tina Packer.

Først la oss se på hva han ikke gjorde. Han unngår å snakke om den tøffe realiteten (sult, utmattelse og frykt), og det faktum at de er undertallige (6.000 slitne engelske fotsoldater mot 25.000 franskmenn, inklusive kavaleri).

Det han gjør, er at han kler seg ut og går rundt for å fange opp signalene, det som rører seg rundt leirbålene. Hva snakker de om, hva er de opptatt av? Han «føler på kroppen smerten deres». Så plukker han ut to temaer som han nå vet at soldatene er opptatt av: Ære og brorskap, og han bygger talen rundt disse temaene. Han bruker bilder for å inspirere soldatene. Han visualiserer livet hjemme etter Agincourt. Han tegner et bilde som trekker oppmerksomheten vekk fra den gjørmete slagmarken og over på hvordan det vil være å returnere til England som helter.

Selv det faktum at de er undertallige snur han til en fordel. Han avslutter talen med å si: «The fewer the men, the greater the share of glory».

Engelskmennene vant slaget ved Agincourt.

Historier og metaforer har det til felles at de treffer hjertet, de inspirerer og motiverer. Ved å innlemme dem i din kommunikasjon, og trene på formidling, vil du oppleve å bli lyttet til på en helt annen måte enn før.