

## Hva ser vi etter i et godt foredrag?

Hvert år deltar vi som jobber i Talerlisten på flere hundre foredrag, konferanser og seminarer.

Vi har ukentlig besøk av foredragsholdere og snakker også med kundene i forkant og i etterkant av deres arrangementer. Da lytter vi til hva de ser etter og hva de setter pris på hos talere de har bukt.

Dette gir oss grunnlag til å mene noe om hva et godt foredrag inneholder. Og ikke minst hva som skal til for at en foredragsholder og hans eller hennes tema blir etterspurt og anbefalt av kundene.

*Her er en oppsummering av hva vi ser etter i et foredrag:*

### **NYTTEVERDI: GI PUBLIKUM NOE DE KAN BRUKE**

De fleste som booker en foredragsholder, har et behov de ønsker at taleren skal fylle. Det kan handle om å øke kunnskap, påvirke holdninger eller inspirere til endring.

Når du holder foredrag, vil mange i publikum tenke. «Hva kan jeg bruke dette til?». Sørg derfor å ha innhold som har verdi for dem som hører på. Din historie alene er sjelden nok.

Et godt foredrag handler som regel ikke bare om hva og hvorfor, men også om *hvordan*.

### **EKSEMPLER: VÆR PERSONLIG OG KONKRET**

Eksempler er viktig for å gjøre det klart for mottakeren hva du mener. En god måte å få publikum til å huske dine eksempler på, er å formidle dem gjennom personlige historier.

Dine historier er bare dine, og ingen kan fortelle den på samme måte som deg. Men du må fortelle dem på en måte som berører og engasjerer. Det kan du øve på, og få hjelp til.

Skal du gi råd, så vær så konkret du kan. Generelle anbefalinger er ofte klisjefylte og ubrukelige. «Sunn mat er viktig» er ikke et konkret råd. «Spis en neve nøtter hver dag» er det.

Språkbilder, huskereglene og enkle modeller er lett å huske. «Snakk til hjernens kinosal» er et språkbilde. Maslows behovspyramide en enkel modell. «5 om dagen» er en huskeregel.

### **INVOLVERING: AKTIVER PUBLIKUM UNDERVEIS**

Hjernen din er konstant på søken etter stimuli. Også når den opplever et foredrag. Det er derfor lurt å involvere dem du snakker til.

Still spørsmål, be om hender i været, gi en oppgave publikum skal diskutere med sidemannen eller be deltakerne skrive ned noe for seg selv. På den måten aktiveres de underveis. Men alt med måte. 2-3 involveringer i løpet av et foredrag på 30-40 minutter er nok.

Husk også at ulike publikum har ulike behov. Noen i salen har gledet seg til å høre på akkurat deg, og vil lytte så mye som mulig. Andre sitter bare og venter på å få si noe selv.

Forsøk derfor å «lese» salen for å forstå hva ditt publikum vil ha, og justér gjerne foredraget ditt underveis etter hva du ser virker.

### **HUMOR: FÅ SALEN TIL Å SMILE**

Foredrag er ikke møte eller forelesning. Det skal være en interessant opplevelse, og gjerne underholdene. Norges mest populære foredragsholdere har derfor det til felles at de bruker humor.

Humor er også noe kundene etterspør. Du trenger ikke være klovn eller komiker, men om du kan legge inn en morsom historie, litt selvironi eller et gøyalt ordspill – bør du forsøke det.

Mange synes det er unaturlig å være morsom, og kvier seg for å prøve. Et råd for å bli bedre er å følge med på når publikum smiler eller ler, og så gjøre mer av det som virker.

### **STRUKTUR: GJØR DET ENKELT Å FØLGE MED**

Akkurat som en bok, et teaterstykke eller en film har en viss oppbygning, er det lurt å ha en struktur på foredraget ditt. Det er mange måter å gjøre dette på, men samtidig mye å lære fra klassisk retorikk, som alle foredragsholdere bør kunne. En enkel regel kan være å dele foredraget ditt i tre:

1. **STARTEN:** Først bør du kort anerkjenne arrangøren som har invitert deg. Deretter fanger du publikums interesse med noe du mener de vil være opptatt av. I denne delen bør du også etablere din egen kompetanse og fortelle hva som er dagens tema. Unngå å ramse opp masse informasjon om deg selv. Fokusér heller på hva din bakgrunn og kompetanse betyr for de i salen, gjerne formidlet gjennom en historie.
2. **MIDTEN:** Hoveddelen av foredraget ditt inneholder dine hovedbudskap og argumenter, illustrert med gode eksempler, troverdige bevis og personlige historier. Her kan det være lurt å ha en trepunkts-struktur, en ramme eller en tydelig modell som du snakker ut fra. Du må gjerne bruke bilder og film.
3. **SLUTTEN:** Til slutt oppsummerer du hva du vil publikum skal gjøre, eller ta med seg hjem. Mange avslutter med noe som aktiverer følelsene hos publikum - som gir latter, tårer eller gåsehud. Da kan de både gå ut med en ny kunnskap, inspirasjon og en god følelse i kroppen.

Bryan Stevensons [TedTalk](#) «We need to talk about injustice» er en av de mest sette. Han gjør mye riktig når det gjelder å fange og holde på publikums oppmerksomhet og interesse.

Ønsker du å bli en bedre foredragsholder? Bli med på et av våre kurs, som du kan lese mer om her: <https://talerlisten.no/arrangement/>