

marie claire

NÚ MAAR

2⁹⁵,

**HANNA
VERBOOM'S
DAGBOEK
UIT AFRIKA**

**IK, IK, IK,
POSITIEVE TIPS
VOOR JE
PERSOONLIJKE
PR**

**HET NIEUWE LEVEN VAN NICOLE KIDMAN
MODE MET 'N MISSIE: DE IDEALEN VAN
GIORGIO ARMANI EN STELLA MCCARTNEY
LUNCHEN MET CHRIS ZEGERS
8 MYTHES OVER DEPRESSIE**



HIER TIPS VOOR PERSOONLIJKE PR BEN IK!

IEDEREEN MET EEN BEETJE AMBITIE DOET TEGENWOORDIG AAN *SELF BRANDING* – LEES: WERKEN AAN JE EIGEN MERK. HELAAS WORDT JOURNALIST TAMARA KLOPPER ALLEEN MAAR ONHANDIG ERVAN DIETRUCJES. HERKENBAAR? GELUKKIG IS JEZELF BLIJVEN NOG ALTIJD DE BESTE PERSOONLIJKE PR.

Weleens gehoord van de *elevator pitch*? Dit is een wervend praatje over jezelf. Het moet kort zijn, een paar zinnen. Of, zoals de term al zegt: zolang als een gemiddeld liftritje duurt. Het eruit knallen van zo'n pr-paatje tegen de juiste personen, kan je carrière vooruit stuwten. Althans, dat wordt beweerd in boeken over *personal branding*, geschreven door mensen uit de reclamewereld. Zelf word ik altijd een beetje zenuwachtig van zo'n doordachte truc. Hetzelfde geldt voor lichaamstaaltips. 'Spiegel je gesprekspartner.' 'Raak je gezicht niet aan!' Door me hiermee bezig te houden word ik me zo bewust

van mezelf, dat ik me juist onhandig ga gedragen. Natuurlijk weet ik dat het de communicatie ten goede komt als ik mijn nieuwe chef recht aankijk. Maar het probleem is dat ik daarbij allerlei gedachten krijg. Ah, zo'n neus heeft ze, denk ik dan. En vervolgens: oh jee, straks denkt ze dat ik haar neus raar vind, terwijl dat helemaal niet zo is. En is mijn blik zo wel ontspannen, of zit ik nu overdreven te priemen... Resultaat: het lukt me niet meer om me te concentreren op wat ik zeg, laat staan om mijn zinnen helder te formuleren. Maar er is meer. Op netwerkborrowrels blijf ik vaak plakken bij de mensen die ik al ken.

Moet ik per telefoon een verzoek doen voor een interview, dan hoop ik tijdens het intoetsen van het nummer stiekem dat diegene niet opneemt. Kan ik lekker inspreken! Of een mailtje sturen, nog minder eng. Nu ik erover nadenk, ben ik eigenlijk een behoorlijke *geek* als het gaat om alledaagse communicatie. Ik kan me uiteindelijk heus wel redden, maar ik laat kansen liggen. Want door een beetje slimme zelfpromotie kan ik me zelfverzekerder voelen. En zo kan ik mezelf in de kijker spelen bij belangrijke mensen. Wat weer goed kan zijn voor mijn loopbaan. Het is duidelijk: werk aan de winkel. ▸

A full-page photograph of a woman in a dramatic pose. She is wearing a vibrant purple jumpsuit with a deep V-neckline and wide-leg trousers. On her head is a large, elaborate headpiece made of many pink and white feathers. She is standing on a dark surface, possibly a stage, with her left arm raised high and her right hand near her face. The background is dark, featuring several ornate, glowing chandeliers and strings of warm-toned lights, creating a theatrical and elegant atmosphere.

Casting director
Janusz Gosschalk:
«Eigenheid is
aantrekkelijk,
perfectie is niet
leuk»

▷ En toch voel ik weerstand. Het komt voort uit een soort eigenwijsheid. Ik blijf liever mijn onhandige zelf, dan dat ik me een soort imago moet aanmeten met behulp van zelfmarketingtrucs. Dat vind ik iets voor boybands. De mensen die ik bewonder zijn juist géén wandelende pr-machines. Ellen ten Damme of Javier Guzman lijken me bijvoorbeeld interessante mensen, omdat hun voorkomen zo naturel is. Of is het iets anders wat hen zo fascinerend maakt? Janusz Gosschalk is directeur en mede-eigenaar van Kemna Casting. Hij selecteert acteurs en presentatoren voor films en televisie- en theaterproducties. Natuurlijk houdt hij bij een casting rekening met het type project en de wensen van de regisseur, maar ook zijn eigen voorkeur speelt mee. Wat hem persoonlijk aantrekt in mensen, is eigenheid. «Veel mensen hebben dat, maar sommige steken erbovenuit. Paul de Leeuw en Carice van Houten bijvoorbeeld. Maar ook Midas Dekkers, Wim T. Schippers en Theo Maassen.» Zij hebben dus eigenheid. Aantrekkingskracht. 'Het'. Maar wat 'het' nu precies is, is volgens Gosschalk niet duidelijk te definiëren. Nee, je kunt het niet aanleren. Wel meent hij dat 'het' is gekoppeld aan talent. En talent begint bij het ontwikkelen van vaardigheden. Gosschalk: «Ik houd niet van mensen die bekend zijn, maar eigenlijk niets kunnen. Dan kijk ik naar ze, maar gebeurt er niks met me. Wat voor mij ook niet werkt: presentatoren die zo zijn 'overcoacht' dat er niets meer over is van hun oorspronkelijkheid. Het heeft er ook mee te maken dat perfectie niet leuk is.» En daarmee heeft Gosschalk een punt. Aantrekkelijkheid is gekoppeld aan eigenheid en oorspronkelijkheid. Dus door jezelf te veel pr-trucs aan te leren, raak je juist verder van je doel vandaan. Ergens wisten we het al: een short cut naar succes door jezelf te bedienen van gladde maniertjes is kansloos. Maar aan de andere kant is het natuurlijk wel handig om wat handvatten te krijgen van communicatiedeskundigen, zodat je je zekerder voelt bij een spannende flirt, een sollicitatiegesprek, netwerkfeestje of verjaardagsborrel. De vraag is dus: hoe presenteert je jezelf slim, zonder aan eigenheid te verliezen?

LES 1: GEBRUIK LICHAAMSTAAL MET MATE

«Te veel je best doen heeft vaak een averechts effect. Het kan irritatie opwekken», zegt presentatietrainer en communicatiecoach Pauline van Aken. Ze is auteur van *Durf, leer en presenteer* en begeleidt acteurs, tv-presentatoren, advocaten en politici. Hierbij pakt ze alle communicatieve vaardigheden aan, van houding en mimiek tot spraak en adem. Maar de kern blijft: stel je op zoals je je werkelijk voelt. «Je komt sterk over als je je niet hoeft te bewijzen, en er niet opuit bent om mensen voor je te winnen.»

Wat betreft *body language* moeten we ook niet te hard ons best doen. Er is niks mis mee als je laat zien dat je een beetje ongemakkelijk voelt. Iedereen is wel eens onzeker. Dit niet proberen te verbergen, maakt je toegankelijk. En als je met behulp van lichaamstaalverklarende boekjes probeert mensen te 'lezen', kun je soms ook heel verkeerde conclusies trekken. «Iemand die haar armen gesloten voor zich houdt, heeft misschien best zin in een praatje. Je kunt geen oordeel vellen op basis van één aspect.»

Ook communicatie-expert Ed Nissink vindt dat je de ideale houding niet kunt aanmeten. «Het belangrijkste is dat je ontspant. Concentreer je op je belangstelling voor je gesprekspartner. Dan volgt je lichaamstaal vanzelf je gevoel. Wanneer je ontspannen en geïnteresseerd bent, zakken je schouders een beetje, en is je blik gericht op degene met wie je praat. Automatisch zijn ook je schouders, neus, heupen, knieën, tenen en handen gericht naar de persoon van wie je aandacht wilt. Zo ademt het geheel een ontspannen, belangstellende en open houding.» *Durf, leer en presenteer* door Pauline van Aken, € 27,90, uitgeverij SWP, www.paulinevanaken.nl

LES 2: DURF KWETSBAAR TE ZIJN

«Je kunt gerust uitkomen voor je kwetsbaarheid, dat wordt juist gewaardeerd», adviseert Ed Nissink, auteur van boeken over communicatie zoals *Authenticiteit, het pad naar jezelf* en *Je bent sprekend je eigen lichaam*. «Gewoon durven toegeven dat je ergens geen verstand van hebt, getuigt van lef en kracht. Ik zag het laatst weer toen iemand zich staande hield in een gezelschap waar werd 'geschermd' met kennis. Iemand doorbrak de bewijsdrang door gewoon te zeggen: 'Ik weet het niet, ik heb niet gestudeerd.' De sfeer veranderde gelijk en de mensen trokken juist naar diegene toe. Deels heeft dat misschien te maken met de gedachte dat zo iemand ongevaarlijk is, omdat-ie minder kennis heeft. Maar het werkt ook ontwapenend als iemand van zichzelf geen imago hoeft hoog te houden.» Pauline van Aken: «We vinden het vaak moeilijk om toe te geven dat we iets (nog) niet beheersen, maar waarom eigenlijk? Wanneer je tegen je baas zegt dat je niet toe bent aan die presentatie voor duizend man, geef je aan dat je een betrouwbare werknemer bent. Zeg geen 'ja' alleen maar omdat je vindt dat je het zou moeten kunnen, omdat het bij je functie hoort. En als je te snel hebt toegestemd en merkt dat de zenuwen je de baas worden, kom er dan alsnog op terug. Wil je baas dat je die presentatie toch doet, dan heb je door eerlijk te zijn in elk geval bereikt dat hij of zij niet vreemd zal opkijken als het geen daverend succes wordt. Alleen daardoor lijdt je al minder onder prestatiedruk. Eerlijk zijn over wat je wel en niet aankunt, levert altijd het meeste op. Van daaruit kun je gaan nadenken over cursussen om de verschillende facetten van je werk onder de knie te krijgen.»

Authenticiteit, het pad naar jezelf door Ed Nissink, € 14,50, uitgeverij Ankh-Hermes, www.ednissink.nl

LES 3: BLIJF BIJ JE EIGEN SMAAK

Toen Jeroen Pauw in '89 begon met het presenteren van het RTL 4-journaal zei iedereen: 'Dat lange, ongekamde haar is geen gezicht. Het is alsof hij net bij Loretta uit bed is gestapt'. Maar Pauw had daar lak aan. Pauline van Aken: «Op den duur zeiden mensen dat het goed bij zijn eigenzinnige geest paste. Het begon in zijn voordeel te werken. Het versterkte zijn voorkomen.» Het 'afwijkende' zit hem overigens vaak in kapsels. Jan Wayne kreeg ook altijd kritiek op zijn haar. Maar het zou toch wel heel jammer zijn als Jan geen overweldigende haardos had, weten we sinds de Unox-reclame. En bij Karl Lagerfeld hoort een zwaar montuur, bij Jules Deelder een kostuum. Maar ook make-up kan een handelsmerk zijn, zoals de rode lippen en de zwart omlijnde ogen van Ans Markus. Van Aken: «Misschien is het je smaak niet, maar door haar signatuur blijft Ans bij veel mensen 'hangen'.»

LES 4: DE BESTE OPENINGSZIN

Stel, je wilt op een feestje met iemand in contact komen, maar je vindt het eng om diegene aan te spreken. Hoe pak je het aan? Pauline van Aken: «Houd je openingszin simpel en oprecht: 'Ik vind het zo leuk dat ik u nu hier zie', of: 'Ik heb je altijd al een keer willen ontmoeten'. Dat vindt iedereen toch leuk om te horen?» In de praktijk maken we het vaak onnodig ingewikkeld door eromheen te draaien, wat alleen maar leidt tot miscommunicatie. «En als het gaat om het maken van complimenten: maak ze alleen als je het meent. De ander voelt het echt wel als je iets alleen maar zegt om te pleasen.» Ed Nissink: «Interessante mensen om advies vragen, is ook een goeie. Vrijwel iedereen is daar gevoelig voor en zal op een prettige manier gevlend zijn.»

LES 5: WEES OOK ONLINE JEZELF

Huub van Zwieten is zelfbenoemd droombaangoeroe en oprichter van TalentFirst, een bedrijf voor loopbaancoaching. Voor zijn nieuwe boek *Personal brand.nl* portretteerde hij ondernemers die hun succes niet te danken hebben aan hun zakelijkheid, maar aan hun persoonlijke aanpak. Een eigenaresse van een wijnwinkel, bijvoorbeeld, die actief een weblog bijhoudt over wijn. 'Meisje van de slijterij' noemt ze zichzelf en haar enthousiasme voor wijn werkt zo aanstekelijk dat klanten van heinde en verre naar haar winkel in Brabant komen. Van Zwieten: «Juist omdat zij zich niet zakelijk presenteert, maar zich gewoon laat zien zoals ze is, heeft ze versneld een klantenkring opgebouwd.» Van Zwietens meest relevante boodschap is dan ook: draag uit wat voor jou belangrijk is. Je hebt met je passies en talenten een eigen profiel. Als je daar zo dicht mogelijk bij blijft, is je boodschap het krachtigst. «Veel mensen zijn bang voor vooroordelen en denken dat een persoonlijke site geen goed idee is. Maar ik denk juist dat je een veel groter risico loopt als je een soort rol speelt op het net. Dan trek je namelijk niet het type klanten en het soort opdrachten aan, dat precies bij jou past. Ontzettend jammer, want dat is wat je werk leuk maakt.» Wat vindt Van Zwieten van uitbundige partyfoto's op je Hyves? «Dit hoeft niet altijd dom te zijn. Zelfs niet als je midden in een sollicitatieprocedure bij ABN AMRO zit. Ook daar werken gewoon mensen met interesses. Misschien is zo'n bedrijf juist op zoek naar sprankelende werknemers. Ik denk dat we het allemaal leuk vinden om met kleurrijke persoonlijkheden te werken. Dus waarom zou je het verzwijgen als je naast fiscaal jurist ook dj bent? Natuurlijk moet iedereen voor zichzelf bepalen in hoeverre het verstandig is om je privéleven te laten zien. Maar ik heb gezien dat een 'afwijkend' profiel soms net de doorslag kan geven.»*

Personal brand.nl door Huub van Zwieten, uitgeverij Spectrum, serie Volkskrant Banen, € 15,95, www.huubvanzwieten.nl



praktische pr-tips

- Laat iedereen in je bedrijf via een mail of memo weten wanneer je een succes hebt behaald
- Onthoud details over contacten, schrijf ze achterop visitekaartjes
- Word autoriteit op jouw interessegebied en spreek hierover op discussieavonden
- Werk mee aan tijdschriftenpublicaties en bedrijfsjournaals en vraag om naamsvermelding
- Bied aan om zelf een kort artikel te schrijven voor een vakblad, of stuur een brief aan een krant voor de brievenrubriek
- Houd een blog bij die je bij een sollicitatie als cv-aanvulling gebruikt
- Specialiseer je zodat je duidelijk ergens voor staat
- Profileer je met een bijnaam die stereotypen doorbreekt ('De professor in de Porsche')
- Laat je gezicht zien op netwerkbordjes, in de kantine en bij – de nieuwste netwerkmogelijkheid – 'business ontbijtjes' in jouw regio
- Gebruik een handtekening onderin je e-mail - voor een mooie quote of om te attenderen op een nieuw item op je site
- Wijzig je voicemailbegroeting regelmatig; verrassend!