

# Bryd rammen

*Livet er for kort til kedelige præsentationer*

En interaktiv bog  
af Claus Handberg

Visus Publishing

**GRATIS  
PRØVE**



www.brydrammen.dk

*Bryd rammen – livet er for kort til kedelige præsentationer!*

© Claus Handberg & Visus Publishing 2012

1. udgave, 1. oplag

Omslag og illustrationer: Visus Publishing

Omslagsfoto: crsan – christianholmer.com

Bogen er sat med Palatino Linotype

Trykt hos Scandinavian Book A/S, Aarhus

Printet in Denmark 2012

ISBN 978-87-995085-0-1 (trykt udgave)

ISBN 978-87-995085-1-8 (e-bog)

www.brydrammen.dk

Alle rettigheder forbeholdes. Mekanisk, fotografisk eller anden gengivelse af eller kopiering fra denne bog er kun tilladt i overensstemmelse med overenskomst mellem Undervisningsministeriet og Copydan.

Enhver anden udnyttelse er uden forlagets skriftlige samtykke forbudt ifølge dansk lov om ophavsret.

Undtaget herfra er korte uddrag til brug ved anmeldelser.

**Visus Publishing**

Hybenvænget 5

7480 Vildbjerg

e-mail: [ch@visuspublishing.dk](mailto:ch@visuspublishing.dk)

Hold dig orienteret om nye titler fra Visus Publishing.

Tilmeld dig forlagets nyhedsbrev på

[www.visuspublishing.dk](http://www.visuspublishing.dk).

Du sidder her med en smagsprøve på bogen  
"Bryd rammen" af Claus Handberg.

Kender du til én eller flere der kunne have glæde  
af at læse denne smagsprøve, er du velkommen til  
at dele den – digitalt eller som print.

## Indhold

Indhold .....	
Forord .....	
0 Indledning.....	
<b>FORBEREDELSE .....</b>	
1 Livet er for kort til kedelige præsentationer.....	
2 Hvorfor er præsentationsteknik relevant?.....	
3 Kan det betale sig? .....	
4 Hvorfor sker det ikke allerede? .....	
5 Formidlingens grundlæggende elementer .....	
6 Synliggør værdien i dit budskab.....	
7 PowerPoint eller Keynote – skal, skal ikke? .....	
8 Bliv inspireret af de bedste .....	
9 Research – det handler om din viden.....	
10 Du skal være relevant for din målgruppe! .....	
11 Din målsætning og dit hovedbudskab.....	
13 "Der var engang ..." .....	
14 Mist ikke dit publikum undervejs .....	
16 Pas på passionsgenet .....	
<b>FREMSTILLING .....</b>	
17 Slides, manuskript og handouts.....	
18 Brug billeder ... fordi det virker! .....	

19 Bryd rammerne – skrot dine templates .....	
20 Byg dine egne temaer ... sådan!.....	
21 Farver – en vigtig del af designet.....	
22 Valg af fonte.....	
23 Brug billeder .....	
24 Sådan finder og bruger du billeder .....	
25 Grafer, diagrammer, modeller og effekter .....	
27 Rekvizitter gør din præsentation levende .....	
<b>FREMLÆGGELSE</b> .....	
28 Dit publikum VIL reagere.....	
29 Når dit materiale er klar, skal du ØVE .....	
31 Hvad gør du, når det alligevel går galt?.....	
32 Bliver du også nervøs? .....	
33 Du er på ... NYD det! .....	
34 Brug hele kroppen .....	
35 Husk altid at fejre din succes.....	
36 Visuel præsentationsteknik – trin for trin .....	
Epilog.....	
Litteratur .....	

## Forord

Formidling og præsentationsteknik er et fascinerende område. Det er en spændende cocktail, der indeholder en blanding af verdens ældste videnskab og moderne teknologi.

Verdens ældste videnskab er retorikken, der for ca. 2500 år siden blev formuleret i datidens Grækenland i et ønske om at kunne fremføre taler på en overbevisende måde.

Retorikken kombineres med moderne teknologi, der i de seneste årtier har udviklet sig fra lysbilleder til overheadprojektorer til computere med PowerPoint-programmer. Netop nu hvor denne bog skrives, går iPad'en sin sejrsgang og åbner for nye måder at præsentere på. Samtidig giver de sociale medier dig mulighed for at bruge dit præsentationsmateriale i nye og spændende sammenhænge, og de giver dig mulighed for, at du kan få dit budskab spredt ud til endnu flere.

Med PowerPoint er det blevet nemt at komme i gang med at lave en præsentation – lidt for nemt. For PowerPoint er et værktøj, på samme måde som en hammer og søm er det. Værktøjet kan bruges af alle, men resultatet, der kommer ud af det, er ofte meget forskelligt.

Når det kommer til præsentationer, har du stadig brug for viden om, hvordan du skaber (og fastholder) interessen fra dit publikum. Denne bog handler bl.a. om, hvordan du

arbejder med strukturen og arkitekturen i dine præsentationer.

Du skal vide, hvordan du trænger igennem til dit publikum. Når du har styr på det, bliver PowerPoint (eller en anden præsentationsplatform) et ekstremt effektivt værktøj for dig i din stræben efter at nå dine mål.

For enhver ildsjæl, der ønsker at få "solgt" sin idé til nogen, er præsentationsteknik mere relevant end nogensinde. Behersker du de rette teknikker til formidling af din idé, og kan du præsentere på en fængende og klæbende måde, kan du virkelig gøre en forskel og lægge afstand til dine konkurrenter.

Denne bog indeholder en perlerække af tips og inspirationskilder, der vil hjælpe dig til at bryde ud af de traditionelle rammer og starte din rejse mod bedre og mere inspirerende formidling.

God fornøjelse!

Claus Handberg – [facebook.com/SlideMarketing](https://www.facebook.com/SlideMarketing)

## 0 Indledning

Det siges med et glimt i øjet, at hvis tre danskere mødes på et gadehjørne, vil de straks indkalde til en stiftende generalforsamling for at danne en forening. Nok en overdrivelse, men Danmark er kendt som et foreningsland fyldt med aktive ildsjæle, der brænder for noget.

Organisationer, virksomheder og det danske samfund har brug for ildsjæle. De går med deres smittende engagement forrest, tænker nyt, betræder nye stier og tager ansvar. Men hvad er det, der gør, at denne type af mennesker formår at smitte andre med deres begejstring? Svaret er, at de passioneret er i stand til at formidle deres idéer og tanker til andre. De formår at sælge deres produkt!

"Jamen jeg sælger jo ikke noget!" Jo, du gør. Som ildsjæl og formidler er du sælger! Måske har du ikke et fysisk produkt, men grunden til at du vil præsentere noget er, at du ønsker at "sælge" en idé, et koncept, en holdning eller et budskab. Dem, der sidder foran dig og lytter, er dine "købere", og din opgave er derfor at overbevise dem om, at de skal "købe" det, du vil "sælge".

Få fornøjelser i verden kan overgå at stå foran 100 mennesker, der sidder eller står i et lokale og ser på dig. Det skulle da lige være, når de slår hænderne sammen og klapper af dig, efter at du har formidlet dit budskab. Har du først prøvet dette sus én gang, vil du gerne prøve igen. Og



så betyder det mindre, om det sker i en sportshal i Kibæk eller på et femstjernet hotel i Cannes.

Denne bog henvender sig til dig, der har brug for at kunne formidle dine budskaber effektivt og overbevisende.

### **Hvorfor endnu en bog?**

Nye analyser viser, at antallet af præsentationer og personer der giver præsentationer bare stiger og stiger. Der stilles derfor stadig større krav til dig, hvis du vil have din præsentation til at brænde igennem, blive set, hørt og husket. De fleste af os oplever at skulle stå foran en forsamling af mennesker og skulle sige noget. Det er formidling – og din evne til at formidle – som afgør, om dit publikum modtager, forstår og husker det, du fortæller dem.

Du (eller jeg) er ikke født ind i denne verden med et genetisk givet talent for at levere fremragende præsentationer. Vi er nødt til at lære det gennem livet. Kun en meget lille del af det, der gør dig til en virkelig god formidler, er talent – langt størstedelen er behårdt arbejde.

At blive en fremragende formidler er med andre ord noget, der kan læres og trænes. Denne bog er skrevet som et værktøj til dig, der gerne løbende vil udvikle dine evner som formidler.

Mit mål med at skrive denne bog er at få flere af dagligdagens formidlere (som dig) til at løfte niveauet på deres præsentationer. Til gavn for din egen udvikling, dit publikum, din virksomhed, forening og/eller organisation.

Bogen skal – gennem eksempler og guider – inspirere sådan en som dig til at træde op på ”scenen” og levere formidling af høj standard.

Gennem bogens kapitler vil du blive introduceret til, hvordan du laver den gode præsentation. Bogen fungerer som en inspirationskilde, en drejebog og en værktøjskasse til alle, der gerne vil beherske kunsten at formidle.

Du vil ikke altid have tid til at forberede og fremstille den perfekte præsentation. Af og til vil du blive bedt om her og nu at præsentere noget, du ikke vil kunne forberede dig på. *Bryd rammen - livet er for kort til kedelige præsentationer!* tager udgangspunkt i møder, præsentationer og anden formidling, hvor du har mulighed for at afsætte tid til at planlægge og forberede dig. I takt med at du bruger værktøjerne i denne bog, vil du opleve, at de også vil komme dig til gode i de situationer, hvor du ikke har mulighed for at planlægge og forberede dig.

Der findes rigtig meget litteratur, der guider dig til bedre brug af PowerPoint, om hvordan du kan lære at beherske din nervøsitet, hvordan du arbejder med grafisk design, eller hvordan du vælger de rigtige ord. Denne bog er skrevet med henblik på at give dig et bredt helhedsbillede. Som et holistisk overblik af, hvad der kræves af dig for at bryde ud af den ordinære ramme og lave fremragende præsentationer.

Undervejs vil du blive henvist til kilder, som du kan dykke ned i, hvis du ønsker yderlig inspiration om det pågældende emne. Derudover er der til hvert kapitel et website med links fra bogen og relevant materiale, som løbende vil blive opdateret. Dette website er kun tilgængeligt for dig, der læser denne bog.

Bogens kapitler er struktureret i tre afsnit, der er inspireret af den klassiske lære om retoriske appelformer. De tre afsnit er:

Forberedelse:

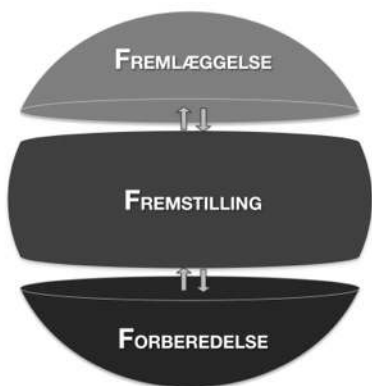
Her udvælger du gennem målgruppeanalyse og storyboards de rette argumenter, der vil gøre din præsentation relevant, inspirerende og overbevisende

Fremstilling:

Introducerer dig til arbejdet med slidedesign og brug af visuelle effekter, der vækker dit publikums sanser og følelser

Fremlæggelse:

Fokuserer på, hvordan du som formidler fremstiller dig selv og dit materiale, når du står på scenen foran publikum, hvordan du indleder, afrunder, afslutter og samler op på din præsentation



Figur 0.1. Bogens opbygning.

Du kan bruge bogen til generel inspiration ved at læse den fra ende til anden (og det håber jeg, du vil gøre første gang), men bogen fungerer også som et brugbart opslagsværktøj, som du løbende vil kunne vende tilbage til, når du sidder med en specifik præsentationsudfordring.

Bøger og guides omkring præsentationsteknik indeholder ofte regler og anvisninger – det finder du også i denne bog. MEN jeg har én regel, der overskygger alle andre, og det er: Du skal have mod til at bryde reglerne. Bogen her er en drejebog og ikke en facitliste. Det er i sidste ende din evne til at tilpasse dig mine råd og min vejledning, der kan gøre dig til en fremragende formidler.

Med det i baghovedet er du klar til at gå videre, blive klogere og bryde rammen for ordinære præsentationer.

**Har du allerede lyst til at købe bogen? Så klik in på:**

<http://www.brydrammen.dk/koslashb-bogen.html>

**Vil du gerne se lidt mere? Så kommer her smagsprøver på tre af kapitlerne fra bogen....**

## 13 "Der var engang ..."

*Du finder links og relevant materiale til dette kapitel på:*

*(Du skal købe bogen for at få adgang til online materialet).*

Alle gode fortællinger har en begyndelse og en slutning – og det skal din præsentation også have. Så lad os starte med indledningen.

Et af de spørgsmål jeg ofte møder er: "Hvor meget skal en indledning fylde?" Jeg arbejder oftest med en tommelfingerregel, der siger 10 % til indledning, 5 % til afslutning og de resterende 85 % til selve indholdsdelen, sådan som det er beskrevet i det forrige kapitel.

10 % kan jo lyde af lidt, men indledningens 10 % er ekstremt vigtige for udfaldet af, hvor godt dit budskab bliver modtaget af publikum. Det er i indledningens 10 %, at du skal skabe nysgerrighed og lyst til at lytte til dit budskab. For at gøre dette må du sikre dig, at du i indledningen kommer ind under huden på dit publikum og fanger deres opmærksomhed lige fra starten af din præsentation.

Alt for ofte bliver indledningen – fejlagtigt – opfattet som det punkt i præsentationen, hvor du skal præsentere dig selv. Det kan naturligvis indgå som en del af din indledning, men med mindre at du som person er det vigtigste i dit budskab, bør denne del ikke fylde ret meget og ALDRIG være det første, du siger.

Du skal selvfølgelig præsentere dig på et tidspunkt, og når du kommer hertil så pas på, at du ikke fortaber dig i personlige detaljer. Før du ser dig om, har du pludselig brugt 10 minutter på at tale om dig selv. Tid, som du i sidste ende vil mangle på dit egentlige budskab. Øv dig selv i at levere en kort og præcis præsentation af dig selv. Træn denne del igennem igen og igen, så du har den på rygraden. På den måde er du i stand til at lave små tilpasninger afhængigt af rammerne og dit publikum. Men lad være med at tro, at det er det vigtigste i din indledning.

### **Hvor skal jeg starte?**

Hvordan du vælger at indlede din præsentation, afhænger helt af dit emne, dit publikum, situationen og den tone, som du selv ønsker at skabe i lokalet. En god indledning vil give dig det perfekte udgangspunkt for at blive set, hørt og husket – selvom det selvfølgelig ikke er en garanti for succes. Omvendt er det helt klart, at en rigtig dårlig indledning nærmest er en garanti for en dårlig præsentation.

Generelt kan det siges, at indledningen skal være relevant for det budskab, der følger efter. Det gør ikke noget at starte lidt ude af en tangent, men sørg hurtigt for at få lavet en kobling mellem din indledning og dit overordnede budskab for præsentationen. Det er altså helt ok at gribe situationen og starte ud med en kort bemærkning om vejret, bygningen i befinder jer i, eller noget du har hørt i nyhederne om morgenen, blot du hurtigt får skabt en kobling til det sted, hvor du gerne vil tage dit publikum hen.

Her kommer en række bud på typer af indledninger, som du kan vælge imellem – eller måske kombinere til din helt personlige formel.

Spørgende indledning:

Et spørgsmål (det kan være retorisk), der vækker interesse og får dit publikum i gang med at tænke. Et tænkende publikum er lig med et engageret publikum. Når du selv besvarer dit spørgsmål, er du allerede godt på vej til at præsentere dine pointer og dit budskab. Du kan også bruge denne type indledning til at foregribe indvendinger eller modstand imod dit budskab ved at besvare de kritiske spørgsmål og gribe fat om nældens rod allerede i indledningen.

Spørgsmål kan bruges til at udfordre publikums traditionelle opfattelse af rigtigt og forkert – hvilket vil aktivere deres fantasi. "Hvad vil du sige til at køre imellem Aarhus og København på en halv time? Umuligt? Tja, vel ikke, hvis vi kunne ..."

Mange formidlere og undervisere fejler i et forsøg på at transformere information fra formidler til publikum, som om publikum er en passiv gruppe mennesker. Men publikum er mest opmærksom, når du aktivt beder dem om at bruge deres hjerne for at gøre noget, der ligger uden for den almene opfattelse. Det gør du gennem spørgsmål.



Skab en fortælling:

Start med en fortælling/historie for at vække nysgerrighed. Det kan være en anekdote eller måske blot et rammende citat fra en kendt person, der kan give din pointe yderligere troværdighed. En kort historie, der kan få dit publikum til at smile (eller grine). Humor er generelt et effektivt redskab til at "bryde isen" og sætte tonen for måden, du ønsker at formidle dit budskab på.

Intet er så befriende som et fælles grin. Det er godt for meget, og det smitter. Et publikum, der griner ad eller med dig, føler et langt større fællesskab med hinanden og med dig. Det skaber en god energi i lokalet, som kan mærkes helt ned på de bagerste pladser. Latter udløser endorfiner i hjernen, der får hele kroppen til at slappe af (også din, hvis der skulle være lidt nervøsitet). Garr Reynolds skriver: "Hvis de griner, så lytter de." Og det kan han jo have helt ret i.

Hvis du bruger humor i din indledning, skal du følge det op gennem din præsentation – uden at du bliver sjov på bekostning af dit indhold. Hold din humor relevant og målrettet i forhold til budskabet.

Kolde fakta:

Find en chokerende statistik eller analyse. At starte med et interessant faktuel indspark er også en virkelig god teknik. Det signalerer, at du bringer ny viden med dig, men kun hvis dine fakta er unikke og gerne lidt chokerende eller provokerende, så det vækker publikums opmærksomhed.

I forlængelse af at sige noget uventet og overraskende, kan du også få dit publikums opmærksomhed ved at vise dem noget nyt, de aldrig har set før. Det kan være et billede, et produkt eller et resultat fra en spritny analyse. Der er nemlig stor sandsynlighed for, at dit publikum er født med en naturlig nysgerrighed for det nye. Husk dog, at "det nye" kan være skræmmende for nogen, så hvis ikke du har dit publikum i – for dem – nogle trygge rammer, skal du lige overveje, hvor stor kraft du vil tillægge "det nye".

Skab et drama:

Du kan skabe en effektfuld og dramatisk åbning på din præsentation ved at bruge lys, musik, billeder eller filmklip i sammenhæng med din egen stemme. Ved at bruge denne form for action-effekter, vil du helt automatisk vække flere af dit publikums sanser.

Fremstilling af en video lyder måske i første omgang afskrækkende på dig. Det er der råd for. PowerPoint giver dig mulighed for at vise en samling af billeder i en sekvens, så det – kombineret med din tale – vil fremstå som et filmklip. Tilføj en langsom zoom-effekt på dine slides, og billederne vil opleves som levende billeder. Se eksempler og en guide til, hvordan det gøres på

*(Du skal købe bogen for at få adgang til online materialet).*

**Køb "Bryd rammen" for at læse resten af kapitlet:**

<http://www.brydrammen.dk/koslashb-bogen.html>

## 19 Bryd rammerne – skrot dine templates

*Du finder links og relevant materiale til dette kapitel på:*

*(Du skal købe bogen for at få adgang til online materialet).*

I PowerPoint findes en række standarddesigns, der giver din præsentation lidt farve og udtryk – disse kaldes templates eller skabeloner. Søger du på internettet, vil du se, at der er rigtig mange firmaer, der udbyder templates, som er lige til at fylde ud. Et sådant eksempel er powerpointing.com (der er hverken bedre eller ringere, end de andre udbydere på markedet).

Fakta er, at færdige skabeloner er:

- Nemme at gå til – få klik så er du i gang
- De er nemme at anvende – alle kan bruge dem
- De er nemme at støtte sig til – de giver tryghed
- De bliver nemt SÅÅÅ kedelige – bullets og farvelade er set så mange gange før!

For problemet med denne type færdiglavede skabeloner er:

- De giver dig ikke fleksibilitet til at arbejde med det visuelle indtryk
- Dit design vil minde folk om de slides, der blev lavet tilbage i 90'erne (det er ikke en god ting i denne sammenhæng)
- De leder dig direkte i fælden med at bruge bullets og punktopstillinger
- Dine slides bliver meget ens og stereotype

- Dine slides vil ligne noget, dit publikum har set fra andre præsentationer
- Du mister hurtigt interessen fra dit publikum, der tænker: "Åh nej, ikke endnu en PowerPoint!"

Jeg vil klart anbefale, at du laver dit eget design (mere om dette lidt senere ...).

### **Hav mod til at bryde ud af "coporate templates"**

Du oplever måske at være ansat i en virksomhed eller organisation, der "påtvinger" dig at bruge en bestemt template, hver gang du skal lave en præsentation. Det er IKKE optimalt, men nogle gange umuligt at undgå. For virksomhedernes vedkommende er rigtig mange af disse templates opstået som et mindre tillægsprodukt fra deres marketingbureau (i det hellige navn Coporate Identity), eller måske som en startopgave for en nyansat grafiker – jeg har selv prøvet begge versioner.

Jeg er helt med på, at en præsentation, der er lavet på vegne af en virksomhed eller en organisation, skal have et afsenderelement fra organisationen. Men det må ikke gå ud over evnen til klart at formidle budskabet. For ingen organisation kan vel ønske sig at blive kædet sammen med et uklart – og måske ligefrem kedeligt – budskab? Problemet med alle disse typer af templates er, at de ikke er designet til at understøtte præcis det budskab, du står med. De kommer derfor til at virke som en spændetrøje for dig, når du sidder og forsøger at få dit indhold mast ned i en fast defineret ramme.



Figur 19.1. Når layout-templates bliver til en spændetrøje for dit budskab.

Figur 19.1. illustrerer et helt klassisk eksempel på problemet med templates. Siderne er allerede fast designet med "bjælker", dvs. farvede kasser i enten top, bund eller sider. Organisationens logo og pay-off eller slogan står fast på alle sider. Når du som publikum ser logo m.m. på side 1, 2, 3, 4, 5 ... osv., så bliver det simpelthen bare til støj, der stjæler båndbredde fra publikums opmærksomhed.

**Køb "Bryd rammen" for at læse resten af kapitlet:**

<http://www.brydrammen.dk/koslashb-bogen.html>

## 20 Byg dine egne temaer ... sådan!

*Du finder links og relevant materiale til dette kapitel på:*

*(Du skal købe bogen for at få adgang til online materialet).*

Når du ikke må bruge de færdiglavede skabeloner, hvad gør du så? Du laver naturligvis dit eget tema, som du kan bygge din præsentation op i.

For at kunne gøre det, har du brug for at kende lidt til elementerne, der indgår i et godt design. Du har brug for at vide, hvordan du udvælger og finder de rigtige farver, billeder og fonte – og hvordan du får dem blandet rigtigt, så de hænger sammen i et godt layout.

### **Copyright = you have the right to copy!**

Jeg vil på ingen måde opfordre dig til at bryde med andre folks ophavsret. Når det så er sagt, så kan jeg ikke opfordre dig nok til at søge inspiration til, hvor godt det kan gøres.

I Danmark har vi et ordsprog der siger: "Du må ikke abe efter ..." Vi har nærmest gjort det til en del af vores kultur, at vi alle skal udvikle selvstændige løsninger. I det her tilfælde bør du gå imod strømmen. Gør i stedet som børn, når de lærer af hinanden. Se, hvad de andre gør, prøv selv at gøre noget lignende, gør dig nogle erfaringer og tilpas så måden, du gør det på, så den passer helt præcist til dig.

Så du skal væk fra dit eget materiale og se på, hvad andre gør. Inspirationen er kun ganske få klik væk. Start med at gå på [www.slideshare.com](http://www.slideshare.com). Som tidligere nævnt er SlideShare

præsentationernes svar på YouTube. En komplet platform fyldt med inspirerende præsentationer. Præsentationerne kan svinge i kvalitet, så du skal naturligvis være kritisk i forhold til, hvordan du lader dig inspirere.

Leder du efter én præsentation, der kan give dig en bred palet af inspiration, kan jeg varmt anbefale, at du tager et kig på:

<http://portal.sliderocket.com/sliderocket/Best-Presentations-of-the-Decade>.

På [www.brydrammen.dk](http://www.brydrammen.dk) samler jeg løbende mine egne inspirationsfavoritter, så du hurtigt kan få et overblik over min opdaterede top 3-liste.

### **Typer af temaer**

For at skabe klarhed og sammenhæng gennem din præsentation, anbefaler jeg, at du udvikler en håndfuld tema-layouts, som du kan bruge til dine slides. Temaerne er ikke faste skabeloner, men en "layout-retning", hvor du for den specifikke præsentation træffer nogle valg, der sikrer, at dine slides ikke bliver én stor blanding af alt godt fra hyldeerne.

Du kan muligvis slippe af sted med kun at bruge et enkelt layout-tema gennem hele din præsentation, men ofte oplever jeg, at der er brug for følgende layouts:

- Afsnit-layout
- Layout kun med billeder
- Layout kun med tekst

- Blandet layout
- Forsiden

Herunder er der en kort beskrivelse og et eksempel på hver type af layout, og på [www.brydrammen.dk](http://www.brydrammen.dk) finder du yderligere materiale og inspiration til de forskellige typer af layouts.

### Afsnit-layout:

En slide, der bruges til at adskille dine afsnit i præsentationen, så publikum er klar over, at du nu skifter til et nyt afsnit. Her har du mulighed for at vise din dispositionsmodel, der grafisk viser, hvor du er i præsentationen.



Figur 20.1. Afsnit-layout.

### Layout kun med billeder:

Slides, der udelukkende anvender billeder som budskab. Denne type findes også i en variant, hvor korte tekster



integreres i billedet for at underbygge budskabet og gøre sammenhængen tydeligere for publikum.



Figur 20.2. Layout kun med billeder – foto: Haa-Wee.

**Køb "Bryd rammen" for at læse resten af kapitlet:**

<http://www.brydrammen.dk/koslashb-bogen.html>

## Håber du har fået lyst til mere...

**Køb "Bryd rammen" her:**

<http://www.brydrammen.dk/koslashb-bogen.html>

Har du fået lyst til mere inspiration, eller vil du bare være sikker på hele tiden at have den nyeste viden omkring visuel præsentationsteknik – så klik dig ind på [www.claushandberg.dk/gratis](http://www.claushandberg.dk/gratis), og tilmeld dig mit nyhedsbrev. Er du mere til Facebook, så følg med på [www.facebook.com/SlideMarketing](http://www.facebook.com/SlideMarketing). Her finder du også andre spændende tilbud, der kan gøre dig til en fremragende formidler.

Tilbage er der kun at sige TAK.

TAK, fordi du læste smagsprøven på min bog.

TAK, fordi du brugte din tid på at læse den.

TAK, fordi du tager din præsentationsteknik alvorligt.

... og held og lykke med præsentationerne!

**Claus Handberg**