



BEROEPSHOUDING EN COMMUNICATIE



BEROEPSHOUDING EN COMMUNICATIE

25-024-0223



Auteursrecht / Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden overgeschreven, verveelvoudigd, nagedrukt, gekopieerd, op microfilm vastgelegd, geluidstechnisch opgenomen, noch worden ingebracht in opberg- of geheugenstelsels van informatieverwerkende systemen. Het geheel of gedeeltelijk overnemen van de toegepaste systematiek van deze uitgave is verboden. Elke overtreder/overtreedster stelt zich bloot aan vervolging krachtens de auteurswet.

© 2023 Ondile Media BV - Sint-Michielsgestel

Gedrukt op FSC-gecertificeerd papier.



Inhoud

1	Communicatie	5
1.1	Inleiding	5
1.2	Eigenschappen van communicatie	6
1.3	Communicatie gaat verder	6
1.4	Doel van communicatie	7
1.5	Non-verbale communicatie en verbale communicatie	8
1.6	Houding	8
1.7	Communicatiestoringen	9
1.8	Regels voor communicatie	10
2	Mondelinge en schriftelijke communicatie	13
2.1	Mondelinge of schriftelijke communicatie	13
2.2	Communicatie vormen	14
2.3	Tips voor mondelinge communicatie	16
2.4	Tips voor schriftelijke communicatie	17
3	Communicatie in openheid	19
3.1	Inleiding	19
3.2	Wat is openheid precies?	19
3.3	Wat is het doel van openheid?	20
4	Kritiek	23
4.1	Inleiding	23
4.2	Het doel van kritiek	23
4.3	Tips bij het geven van kritiek	24
4.4	Kritiek krijgen	25
5	Meningsverschillen en conflicten	27
5.1	Inleiding	27
5.2	Oorzaken van misverstanden	27
5.3	Voorkomen van misverstanden	28
5.4	Meningsverschillen	30
5.5	Conflicten	31
5.6	Voorkomen van conflicten	33
6	Omgaan met regels	35
6.1	Inleiding	35
6.2	Afspraken	35
6.3	Algemene regels	35
6.4	Speciale ongeschreven regels	35
7	Het werkoverleg	37
7.1	Inleiding	37
7.2	Doel van werkoverleg	37
7.3	Regels van een werkoverleg	38
8	Schriftelijke communicatie binnen werksituatie	41

8.1	Inleiding	41
8.2	De sollicitatiebrief	41
8.3	Telefoonnotities	44
8.4	Formulieren	45
8.5	Werkplaatsnotities	45
9	Omgaan met mensen	47
9.1	Inleiding	47
9.2	Interne communicatie	47
9.3	Omgaan met de directeur/de planner/de afdelingswerkgever	48
9.4	Omgaan met collega's	48
10	Samenwerken	51
10.1	Inleiding	51
10.2	De werkgever	51
10.3	Eerlijkheid	51
10.4	Vertrouwelijke informatie	52
10.5	Collega's	52
10.6	Respect	54
11	De houding van de chauffeur	55
11.1	Inleiding	55
11.2	Algemene regels voor een goede beroepshouding	55
11.3	Bedrijfsregels en voorschriften	57
11.4	Documenten	58
11.5	Verantwoordelijkheidsbesef en waardebesef	59
11.6	Instelling	61
12	Klanten	65
12.1	Inleiding	65
12.2	Regels voor het omgaan met klanten	65

1 Communicatie

In de eerste zes hoofdstukken zullen we algemene aspecten van communicatie bespreken. Daarna zullen we specifieke zaken bespreken die aan het werk gerelateerd zijn. Er zullen telkens voorbeelden gegeven worden.

1.1 Inleiding

Of je nu in een café zit of op het voetbalveld bent, de hele dag door wissel je boodschappen uit met andere mensen. Je communiceert. Ook op je werk communiceer je de hele dag door.

Communiseren doe je op verschillende manieren:

- Je rijdt op de A4 en je leest dat je over 200 meter moet afslaan voor Schiphol;
- Je schrijft een bestelbon;
- Je vult een verlofaanvraag in;
- Je tekent een vrachtbrief;
- Je feliciteert een collega met zijn verjaardag;
- Je steekt je hand op naar een collega;
- Je controleert samen met een expeditie medewerker een laadlijst;
- Je zoekt op de stadsplattegrond van Rotterdam de Hoofdweg op;
- Je toetert om iemand te waarschuwen;
- Je bespreekt met een aantal collega's tijdens de lunch de voetbalwedstrijd van de vorige avond na;
- Je appt naar huis dat je wat later komt;
- Je belt de wegenwacht om te zeggen dat je met pech langs de weg staat.



In al deze situaties wissel je berichten uit met andere mensen: je geeft een boodschap door of je krijgt een boodschap. Dit heet communicatie.

1.2 Eigenschappen van communicatie

We spreken van communicatie als minimaal twee mensen met elkaar een boodschap uitwisselen.

Degene die de boodschap uitzendt, noem je de zender. Die zender heeft iets mee te delen. Dat kan van alles zijn: een vraag, een opdracht, een grap, een gevoel, enzovoorts.

Degene die de boodschap krijgt, noem je de ontvanger. De boodschap is datgene wat je zegt of schrijft, de inhoud.

- Een boodschap zenden doe je door iets te vertellen of op te schrijven;
- Een boodschap ontvangen doe je door iets te lezen of naar iets of iemand te luisteren.



Als je eenmaal een boodschap uitgezonden hebt, betekent dat niet dat je de hele tijd zender blijft. Integendeel, de rollen wisselen in een gewoon gesprek. Je vraagt bijvoorbeeld aan iemand de kortste weg naar een bestemming. Jij bent dan de zender, en degene aan wie je de vraag stelt, is de ontvanger.

Zodra jij antwoord krijgt, draaien de rollen om. Jij wordt nu de ontvanger, en de ander wordt de zender.

Communicatie vindt dus plaats tussen minimaal twee mensen. Het kunnen er natuurlijk ook meer zijn. Als in de vrachtauto de radio aanstaat en je luistert naar een programma dat wordt gepresenteerd door twee mensen, dan zijn er twee zenders.

Er kunnen natuurlijk ook meerdere ontvangers zijn. Dat is het geval als bijvoorbeeld iemand een toespraak houdt voor een volle zaal. Alle luisteraars zijn ontvangers.

Zender en ontvanger hoeven zich niet in dezelfde ruimte te bevinden. De radiopresentator zit niet bij jou in de vrachtauto. In dit geval kunnen de rollen nooit wisselen.

1.3 Communicatie gaat verder

Je ziet ook allerlei nieuwe vormen van communicatie zoals e-mail, sms en WhatsApp-berichten. De computer en mobiele telefoon hebben eigenlijk een nieuwe vorm van communicatie laten ontstaan.

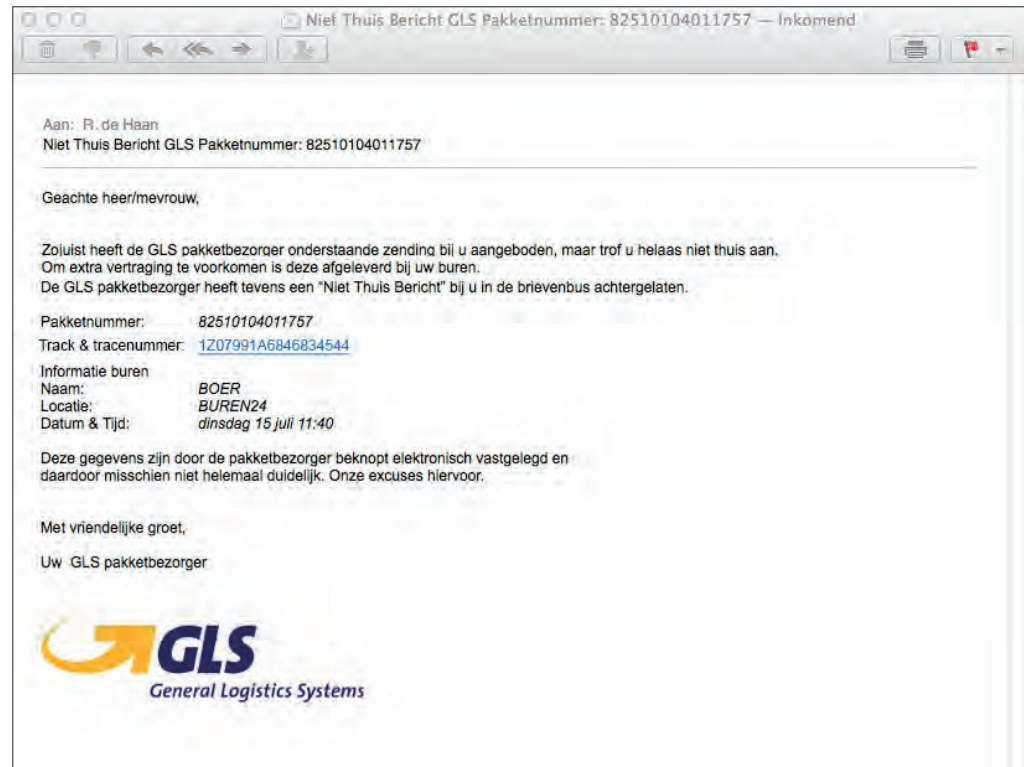
Het transport kan efficiënter worden gemaakt met deze vorm van communicatie:

- Klanten kunnen een bericht krijgen dat hun zending wordt afgeleverd (via e-mail of sms);
- Klanten kunnen een bericht krijgen dat hun zending is verlaat;
- Met chauffeurs kan ook onderweg direct gecommuniceerd worden.

Op deze manier krijgen klanten meer zicht op hun zendingen.

Je ziet ook dat vervoerders zogenaamde track en trace-nummers uitgeven. Met behulp van deze nummers kun je dan via internet je zending volgen. Deze communicatie gaat snel en is eigenlijk voor iedereen bereikbaar. Je kan tegen lage kosten direct met de gehele wereld communiceren.

Hieronder als voorbeeld een niet thuis bericht, met track en trace-nummer.



1.4 Doel van communicatie

Boodschappen wissel je meestal niet zomaar uit. Je doet dat met een bepaald doel. Je wilt iets bereiken.

Hieronder staan een aantal belangrijke doelen van communicatie:

- **Informereren**
Stel, je bent op weg naar je werk en je krijgt pech onderweg. Je belt op met de mededeling dat je door pech later op je werk komt. Je geeft informatie. In een ander geval vraag je een collega of hij weet waar een stuk gereedschap ligt. Je vraagt informatie;
- **Het uiten van gevoel of emotie**
Je hebt net gehoord dat je bent geslaagd voor je chauffeursopleiding. Eindelijk! Je springt een gat in de lucht en de hele dag loop je met een lach op je gezicht rond;
- **Een opdracht laten uitvoeren**
De planner belt en geeft aan dat rit gaat wijzigen;
- **Overtuigen**
Je wacht op de lading, maar het duurt wel wat lang. Je besluit de zaak wat te doen opschieten en vraagt aan een logistiek medewerker of hij ervoor kan zorgen dat je vrachtauto snel wordt geladen, omdat je anders te laat bij de klant komt. In dit geval probeer je iemand over te halen of te motiveren door middel van argumenten en redenen. In dit voorbeeld is het argument, dat jij te laat bij de klant komt als de logistiek medewerker niet snel genoeg in actie komt.



@ info@ondile.nl

🏠 ondile.nl

in Ondile BV

