COMMUNICATIEVE EN SOCIALE VAARDIGHEDEN

COMMUNICATIEVE EN SOCIALE VAARDIGHEDEN

80-018-0618

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 to gepaste systematiek van deze uitgave is verboden. Elke overtreder/overtreedster stelt zich bloot aan vervolging krachtens de auteurswet.

© 2020 Ondile BV - Capelle a/d IJssel

Gedrukt op FSC-gecertificeerd papier.

Inhoud

1 Communicatie als middel 5
1.1 De tevreden klant 5
1.2 Gebruik van communicatie 6
1.3 Communicatiedoelen 6
1.4 Non-verbale communicatie 6

2 Communicatieve vaardigheden 7
2.1 Communicatiekanalen 7
2.2 Effect van communicatie 7
2.3 Communicatiestoornissen 7
2.4 Interne en externe ruis 8
2.5 Vooroordelen en stereotypen 9
2.6 Mondelinge en schriftelijke communicatie 11
2.7 Vaardig communiceren 12
2.8 Luisteren 12

3 Beroepshouding 15
3.1 Houding en gedrag 15
3.2 Normen en waarden 17
3.3 Verband tussen normen en waarden 18
3.4 Respect 18
3.5 Cultuur 19

4 Klanten 21
4.1 Soorten klanten 21
4.2 Waarde van klanten 21
4.3 Koopgedrag 21
4.4 Luisteren naar de klant 22
4.5 Wees SMART 22

5 Klantgericht communiceren 25
5.1 Klantgericht werken 25
5.2 Kwaliteit en klanttevredenheid 25

6 Lastige situaties 29
6.1 Omgaan met lastige mensen 29
6.2 Omgaan met agressie en geweld 31
6.3 Stress 32
6.4 Conflicten uitpraten 34

7 Omgaan met klachten 39
7.1 Klacht als signaal 39
7.2 Klachtenprotocol 39
7.3 Excuses maken 40

1 Communicatie als middel

1.1 De tevreden klant

Vraag jij je weleens af waarom klanten juist bij jóúw bedrijf bestellen of vervoers-opdrachten plaatsen? Ondanks het feit dat concurrenten zeggen:

- Wij leveren goedkoper!
- Wij zijn sneller!
- Wij bieden de beste kwaliteit!

Toch koopt de klant bij het bedrijf waar jij werkt. Waarom?

- De klant voelt zich bij jouw bedrijf welkom;
- De klant is tevreden over het product.

Waar gaat het om? Het gaat om zorgen voor tevreden klanten. Alle medewerkers van het bedrijf moeten daar samen voor zorgen:

- De chauffeur
- De verkoper;
- De telefoniste;
- De planner;
- De mensen van de administratie;
- Het magazijn.

De rol van de chauffeur

Jij als chauffeur bent degene met wie de klant het meeste te maken heeft. De chauffeur is voor klanten het gezicht van het bedrijf. Ook binnen het bedrijf heeft een chauffeur contact met leidinggevenden, collega's en de planning. Een chauffeur communiceert dus dagelijks met klanten en collega's.

Iedereen communiceert op een eigen manier. Ook jij communiceert op een manier die je in de loop van de jaren hebt aangeleerd. Communicatieve vaardigheden zijn net als gereedschap. Ze moeten goed worden onderhouden, zodat je ze kan gebruiken wanneer je ze nodig hebt.

1.2 Gebruik van communicatie

Communicatie is een overdracht van informatie tussen mensen of tussen groepen mensen. Communicatie is een proces waarbij een persoon (de zender) met een bepaalde bedoeling informatie geeft aan een ander (de ontvanger), die deze informatie verwerkt.

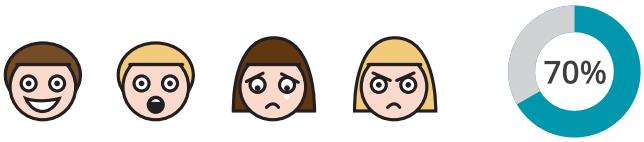
1.3 Communicatiedoelen

Het doel van communicatie kan zijn:
- Gegevens verstrekken of ontvangen;
- Instructies geven of ontvangen;
- Ontwikkelen van samenwerking;
- Advies vragen of geven.

Voorbeeld
Een medisch specialist zegt tegen zijn assistente dat hij bij een patiënt een tonsillectomie moet uitvoeren. De assistente begrijpt wat de specialist zegt. Tegen de patiënt zegt de specialist dat hij de keelamandelen gaat verwijderen, omdat die het woord tonsillectomie waarschijnlijk niet kent.

1.4 Non-verbale communicatie

Ogen, handen, voeten, mond en stem: wist je dat er alleen al meer dan 23 verschillende manieren zijn om je wenkbrauwen te gebruiken? Bij lichaamstaal gaat het om houding, gebaren, uitdrukkingen en oogbeweging. Lichaamstaal drukt gevoelens, verbinding en relaties uit in combinatie met stemvolume, toonhoogte en spreeksnelheid. Dat zijn de non-verbale signalen tijdens de communicatie. 70% van communicatie verloopt non-verbaal.



Bij een eerste contact (bijvoorbeeld met een klant) zijn belangrijke non-verbale signalen:
- Een glimlach en oogcontact;
- Lichaamshouding en gebaren:
  - Een rechte rug en een stevige handdruk.

Het is onmogelijk om niet te communiceren. Ook al zeg je niets, je communiceert. Je zendt altijd berichten uit, of je nu wil of niet. Dat gaat verbaal, maar ook non-verbaal. Als je bijvoorbeeld in de kantine tegenover een collega zit die geen behoefte heeft om te praten, dan straalt die persoon dat ook uit. Diegene kijkt naar buiten, leest een krant, appt, of heeft een koptelefoon op.

Non-verbale communicatie:
- Oogcontact;
- Houding;
- Manier van zitten;
- Gebaren;
- Gezichtsuitdrukking;
- Intonatie;
- Ademhaling.

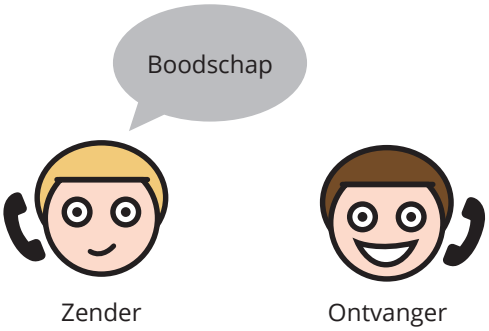
2 Communicatieve vaardigheden

2.1 Communicatiekanalen

Het medium is het communicatiekanaal waardoor de boodschap wordt overgebracht van zender naar ontvanger. De ontvanger is degene die de informatie krijgt aangeboden. De ontvanger krijgt de boodschap door te lezen, te luisteren of te kijken.

Aandachtspunten

1. Luistert of kijkt de ontvanger?
2. Begrijpt hij het bericht?
3. Zo nee, waaraan ligt dat?
   - De zender;
   - Het bericht;
   - Het medium;
   - De ontvanger;
   - Aan iets anders?



2.2 Effect van communicatie

Het effect is het gevolg (positief of negatief) van het bericht.

Aandachtspunten

1. Reageert de ontvanger op het bericht?
2. Blijkt uit het effect dat de boodschap is ontvangen?
3. Blijkt uit het effect dat het bericht niet zo is overgekomen als de zender had bedoeld?
4. Zo ja, wat is daarvan de oorzaak?

2.3 Communicatiestoornissen

Communicatiepatroon

- De ene persoon (zender) geeft een boodschap aan een ander (ontvanger);
- Die boodschap is meestal mondeling, schriftelijk of met gebaren;
- De ontvanger begrijpt (interpreteert) de boodschap;
- De ontvanger reageert op het bericht van de zender, waarmee de rollen worden omgedraaid;
- De eerste ontvanger wordt nu zender;
- De zender wordt daarmee ontvanger.

Dit patroon kan steeds weer worden herhaald. Elke keer voegt de ontvanger zijn eigen interpretaties toe aan de boodschap van de zender. Hoe de ontvanger de boodschap opvat, gaat deel uitmaken van de boodschap.

Admiraal Helfrichweg 2P
2901 AB Capelle aan den IJssel

info@ondile.nl
ondile.nl
Ondile BV