

Klikken in communicatie. Zo doe je dat

Veranderen is aan de orde van de dag. Ict-bedrijven schreeuwen om flexibele mensen. Een klantgerichte houding en goede communicatie zijn cruciaal omdat mensen een bedrijf maken. Dat is in de digitale wereld niet anders. Automatisering is niet meer weg te denken uit welk bedrijfs onderdeel dan ook. Als ict-er heb je niet langer genoeg aan technische vaardigheden. Goede communicatieve vaardigheden zijn onmisbaar. Steeds belangrijker wordt het je in een klant in te leven. Begrijpen wat hij wil en waarom. Om vervolgens zijn wensen zo goed mogelijk uit te voeren. Dit geldt voor zowel in- als externe klanten. Je collega op een andere afdeling is net zo goed een klant.

door: Heidi Peperkamp

Zorg dat je bij blijft. Werkgevers hebben grote behoefte aan ict-professionals die effectief kunnen communiceren. Je hebt een streepje voor als je communicatief sterk in je schoenen staat. Je hoeft jezelf niet te verliezen om met de tijd mee te gaan. Veranderen is mogelijk als je maar wilt. Je weet niet hoe? Alles is te leren! Het begint met inzicht in menselijk gedrag. Dit artikel helpt je daar bij.

Begrijp je klant. Ieder mens is anders en heeft een eigen natuurlijk gedrag. Zo ook je klant. Als je inzicht hebt in hoe dat werkt dan is dat makkelijk. Je herkent gedrag en schat snel in met wat voor type klant je te maken hebt. Je hoeft hiervoor geen kameleon te zijn. Slechts een kleine aanpassing bij jezelf leidt tot een groots effect in jullie samenwerking.

Wat is gedrag? Gedrag is de waarneembare interactie tussen een persoon en zijn omgeving. Dus je manier van doen, de wijze waarop je praat, handelt en acteert, in reactie op je omgeving.

Natuurlijk gedrag. Iedereen heeft zijn sterke kanten en zijn aandachtspunten. Je bent het meest effectief in een (werk)omgeving waar je je sterke kanten kunt inzetten. Denk aan een financieel expert met goed analytisch inzicht. Die functioneert in een cijfermatige omgeving beter dan in een sfeer waarin hij publiek enthousiast moet maken of inspireren. Gebruik maken van je sterke kanten levert plezier, energie en voldoening op. Met als gevolg betere resultaten. Je voelt je het meest comfortabel als je iets doet dat bij je natuurlijke gedrag past.

Ga mee en leer je natuurlijke gedragsstijl kennen! Hoe maak je gedrag inzichtelijk? Gedrag komt niet zomaar uit de lucht vallen, maar wordt al eeuwenlang onderzocht. De omgeving waarin we ons bevinden en onze basisbehoeften spelen daarbij een grote rol.

Basisbehoeften. Ieder mens heeft vier basisbehoeften: erkenning (bewonderd worden), sociale acceptatie (aardig gevonden worden), controle (iets bereiken), zekerheid en veiligheid (houvast)

Al deze behoeften zijn in ieder mens aanwezig. We verschillen alleen in de mate waarin we één van de behoeften meer of minder nastreven. Gedrag wordt gevoed door de dominantie van één van de bovenstaande basisbehoeften. Grondlegger voor de analytische psychologie is Carl Jung. Hij heeft de basis gelegd voor een duidelijke indeling van gedrag. Een indeling die te observeren valt en daarom makkelijk is toe te passen (*zie figuur 1*).



Hij beschreef gedrag aan de hand van twee hoofdassen:

- De as die aangeeft waar je je energie vandaan haalt: introvert versus extravert gedrag.
- De andere as die aanduidt hoe je beslissingen neemt, op basis van je ratio, meer taakgericht of vanuit je gevoel, meer betrokken met de relatie.

Psycholoog Marston ontwikkelde dit kwadrant verder tot de DISC (zie figuur 2). In dit kwadrant zijn vier verschillende gedragstypen onderscheiden. Binnen iedere combinatie van het kwadrant zijn weer nuances aan te brengen.

Nu zijn mensen uiteraard niet in vakjes in te delen. Niemand vertoont alleen maar één soort gedrag. Het gaat vaak om een combinatie van stijlen. DISC is een handig middel om je gedragsstijl te ontdekken. En die van anderen natuurlijk! Waar staat DISC voor?

Dominantie: Hoe reageer je op problemen en uitdagingen?

Invloed: Hoe oefen je invloed op anderen uit?

Stabiliteit: Hoe ga je om met veranderingen in je omgeving?

Consciëntieus: Hoe ga je om met regels en procedures?

Figuur 2 geeft aan waaraan je bepaald type gedrag kunt herkennen. Wanneer je inzicht hebt in je eigen gedragsstijl, begrijp je wat die stijl oplevert. Maar ook waarom je soms tegen onbegrip



<p>C In gesprek met een 'consciëntieus persoon', type glashelder blauw:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereid u zeer goed voor • Blijf zakelijk • Wees accuraat en realistisch • Draag bewijzen en feiten aan voor de dingen die je vertelt. <p>Spanningsfactoren zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nonchalant, informeel en luidruchtig zijn • Te veel aandringen of niet realistisch zijn met deadlines • Ongeorganiseerd en rommelig zijn 	<p>D In gesprek met een 'dominant persoon', type vurig rood.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wees duidelijk, kort en bondig • Zeg WAT gedaan moet worden, niet WAAROM • Benadruk het resultaat en de logica van de ideeën • Bied keuzemogelijkheden/alternatieven aan <p>Spanningsfactoren zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praten over dingen die niet relevant zijn in het kader van het gespreksonderwerp • Vaag zijn en zaken onbesproken laten • Generaliseren, te veel praten • Presentatie met te veel details
<p>S In gesprek met een 'stabiel persoon', type aards groen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenteer uw argumenten vriendelijk, niet bedreigend (soft) • Toon geduld wanneer je het doel van de klant uit wil vinden • Benadruk zekerheid en stel gerust door duidelijke bewijzen en referenties • Stel 'hoe' vragen om een mening te verkrijgen <p>Spanningsfactoren zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dominant en veeleisend zijn • Aandringen op snelle reacties i.v.m. je doelen • Hals over kop met de deur in huis vallen en over de business/zaak beginnen 	<p>I In gesprek met een 'beïnvloedend persoon', type zonnig geel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wees open, vriendelijk en hartelijk • Straal enthousiasme uit en neem de tijd voor het leggen van een relatie • Benadruk het nieuwe, het bijzondere • Stel vragen die op gevoel ingaan, luister aandachtig <p>Spanningsfactoren zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kortaf, koel en gesloten zijn • Het gesprek domineren of voorstellen van de hand wijzen • Uitgaan van feiten, cijfers, alternatieven en abstracties • Uit de hoogte spreken

Figuur 2: do's en dont's voor een effectieve afstemming

of weerstand oploopt. Inzicht in je eigen gedragsstijl laat je het gedrag van anderen begrijpen. Misschien heb je inmiddels bedacht welke klanten of collega's je in het model kunt 'plaatsen'?

Van herkenning naar afstemming. Nu je gedrag herkent, kunt je dit inzicht gebruiken om de communicatie met je klant te verbeteren. Overigens niet alleen zakelijk maar ook privé

handig om toe te passen. Denk aan een moeilijke schoonmoeder of kinderen die niet luisteren. Door ze op een andere manier te benaderen, reageren ze anders op je.

Effectief inspelen op een gedragsstijl. Welk gedrag werkt bij welke gedragsstijl? Kijk naar de do's en dont's in figuur 3 voor het afstemmen op de vier gedragsstijlen. Als je dit gedrag inzet, is de kans groot dat je een 'klik' bereikt die zowel voor jou als voor je klant positief doorwerkt. Trek deze lijn vooral niet te ver en rechtlijnig door. Schakelen met gedrag houdt in dat je bewust omspringt met je gedrag.

Aan de slag met DISC! Je weet nu dat je veel invloed hebt op een goede samenwerking met je klant. Luisteren en kijken naar de ander. Hou in je achterhoofd het DISC-model. Ontdek de behoeften van je klant. Stem af op zijn gedrag door je eigen communicatie aan te passen aan de hand van de do's en dont's. In het begin is het even wennen, maar DISC wordt al snel een goede gewoonte. De snelle resultaten moedigen je aan om DISC te gebruiken. Je communicatie gaat met sprongen vooruit terwijl je gewoon jezelf blijft.

Over de auteur: Heidy Peperkamp is eigenaar van trainings- en coachingscentrum dignA human development: www.dignadevelopment.nl. Ze is senior trainer op diverse terreinen: Communicatie, Begeleiding MT's, Leiderschapsontwikkeling, Persoonlijk bewustzijn. Ze confronteert mensen op uitdagende en inspirerende wijze om zo het beste uit zichzelf en anderen te halen. Op het niveau van: denken, doen en voelen.

Bronvermelding:

Het abc van de persoonlijkheid, Lothar J. Seiwert en Friedbert Gay, Persolog GmbH, Duitsland.

Handboek MDI profielen, H. Kalkman, MDI/Improved Learning B.V.

Boekentip:

Wie ben je? Chris Carey, 2003 Belfra Publishers for succes BV, The Netherlands

Klantgerichte gespreksvoering voor it-servicemanagers

Meestal hoor je als it-servicemanager aan leverancierszijde dat je iets goed doet op het moment dat de klant dat tijdens het afrondingsgesprek van een project zegt. Of omdat jij er dán pas om vraagt. Liever wil je natuurlijk gedurende het hele project duidelijk hebben of je de juiste koers volgt. Hoe laat je blijken dat je de belangen van de klant centraal stelt? Welk gedrag past daarbij en wat is ongepast? In deze bijdrage leggen we aan de hand van gespreksituaties uit welke inzichten in je eigen gedrag en competenties je nodig hebt om tevreden klanten te houden.

door: Bernard Philipsen&Barbara Philipsen

Stel dat je de rollen omdraait: kom je jezelf graag tegen als it-servicemanager? Zou je met jezelf graag het gesprek aangaan? Ten slotte geldt voor ieder nieuw klantcontact dat je nooit een tweede kans krijgt om een eerste indruk te maken. Je wilt graag tijdens alle contactmomenten ervaren dat je een professional bent 'die je om een boodschap kan sturen'. Je persoonlijke eigenschappen, hoe je die het best kan inzetten en hoe je daarmee een verschil kunt maken, daarvoor kun je allerlei cursussen volgen. Maar zonder jouw unieke vakkennis gebeurt er niet veel in een klant-leverancier-relatie. De klant verwacht van jou dat je hem uitlegt waarom jouw aanpak de beste is. Maar kun je als professional je vakkennis niet overdragen aan anderen, dan heeft die kennis over de beste aanpak geen waarde. Je hebt niks aan kennis die je niet kunt delen. Wat je nodig hebt zijn passende vaardigheden en bijbehorend gedrag die leiden tot tevreden klanten. Dat doe je door naar boven te halen wat je al in je hebt.

Gesprekstechnieken

Het wiel (zie figuur 1) van de it-servicemanager (vrij naar de Deming-cirkel) blijft eeuwig doorrollen zonder exact te weten waar naartoe. Zonder te weten welke hobbels in de weg er in dikke mist plotseling kunnen opduiken. Dat betekent dat je steeds weer voor onzekere situaties komt te staan. Geen enkel project is gelijk, geen enkel projectteam functioneert in het ene project hetzelfde als in het volgende. Centraal staat dus de zekerheid dat verandering je enige constante is. Hoe ga je met die onzekerheden om? Ict'ers vertonen in de samenwerking met klanten vooral een blauwdrukachtige aanpak: kennis wordt geobjectiveerd en losgekoppeld van mensen en de invloed die mensen op elkaar hebben. Sterk daaraan is dat er een betere toegang tot kennis ontstaat, men denkt na over slim zoeken en vinden. Zwak echter is dat men onvoldoende aandacht heeft voor de vraag hoe mensen dagelijks omgaan met kennis of hoe praktijkervaringen daarin een rol spelen. Dit blauwdrukdenken is effectief wanneer complete rapporten of oplossingen moeten worden geschreven of geanalyseerd. Blauwdrukdenken is echter ook duur door investering in systemen en software. In plaats van de klant te benaderen vanuit je eigen wens om bepaalde (technische) resultaten te behalen, kun je het gesprek ook op een andere manier benaderen.