

Dianet

Thuis in dialysezorg

communicatiekrant



OVER COMMUNICATIE EN GEDRAG

Ron Magré aan het woord over communicatie. Wat willen we er eigenlijk mee en wat verstaan we precies onder communicatie?



VERSCHILLEN IN COMMUNICATIESTIJLEN

In drie eenvoudige stappen elkaars communicatiestijl herkennen, zowel verbaal als non-verbaal.



ONMISBAAR INTRANET

Dianet heeft een nieuw intranet. Commercieel manager Ronald van der Meer vertelt over het belang van internet en intranet.

Tot slot: de krant!

Er is de laatste weken veel aandacht besteed aan communicatie. Communiceren we wel goed? Wat kan er beter? Wat moet anders? Soms roept communicatie meer vragen op dan dat ze antwoord geeft. Maar één ding is duidelijk: we willen allemaal communiceren. En daar begint een goede communicatie mee.

We sluiten de 'thema communicatie weken' af met deze krant. Hierin kun je nog eens rustig nalezen wat er de afgelopen weken allemaal voorbij is gekomen. En waarom communicatie zo zinvol, leuk en onmisbaar is!

CORPORATE STORY VRIJHEID IN BEPERKING



Wij van Dianet geloven dat iedereen zo zelfstandig mogelijk wil leven. Door oog en oor te hebben voor onze patiënten, kunnen wij hen zo breed mogelijk ondersteunen om de nierfunctievervangende therapieën in te passen in hun levensstijl.

De vrijheidsbeperking door de behandelingen weegt zwaar voor patiënten, hun partner en omgeving. Onze drijfveer is om ons te verdiepen in dat wat de patiënt graag wil behouden om zo gezamenlijk tot een behandeling te komen die hiervoor de meeste ruimte biedt. Onze overtuiging is dat de patiënt de regie in eigen handen kan nemen, als wij helder communiceren

over de medische, sociale en technische mogelijkheden. Met Dialyse à la Carte heeft de patiënt de maximale keuzevrijheid in behandelmethoden.

De patiënten die wij thuis en in de ziekenhuizen begeleiden, vormen een belangrijke bron van inspiratie om steeds te blijven vernieuwen. Hiervoor moeten grenzen worden verlegd bij zorgverleners, zorgverzekeraars, politiek, leveranciers en natuurlijk ook bij onszelf. Wij dagen onszelf uit om open te staan voor alles dat de kwaliteit van leven voor onze patiënten verhoogt.

OVER COMMUNICATIE EN GEDRAG



'Bijna elke grote(re) organisatie beschikt over een afdeling communicatie. Zonder communicatie kun je niet werken. Daarom is het belangrijk regelmatig te toetsen of de communicatie, die je als bedrijf of als organisatie voor ogen staat, wel goed werkt. Communicatie is één van de items die regelmatig worden getoetst in het medewerkertevredenheids-onderzoek. Wat willen we eigenlijk met communicatie en wat verstaan we precies onder communicatie?'

Aan het woord is Ron Magré. Hij is als HR Manager bij Dianet onder meer medeverantwoordelijk voor het uitvoeren van het driejaarlijks medewerkertevredenheids-onderzoek. Een van de onderdelen daarvan is te bekijken hoe medewerkers tegen de communi-

catie in de organisatie aankijken. En dat was onvoldoende. Op zich merkwaardig omdat naar aanleiding van een vorig medewerkertevredenheids-onderzoek er gerichte acties waren ondernomen zoals het invoeren van intranet, nieuwsbrieven en tijdschriften. En toch is de waardering niet hoger geworden. Waar kon dat aan liggen?

Extern adviseur
Het MT nam dit onderdeel zeer serieus en er werd besloten Gonda Duivenvoorden, een extern adviseur, erbij te halen. Besloten werd een groepssessie communicatie te organiseren waar medewerkers

**VRAGEN STELLEN...
GEWOON DOEN!**

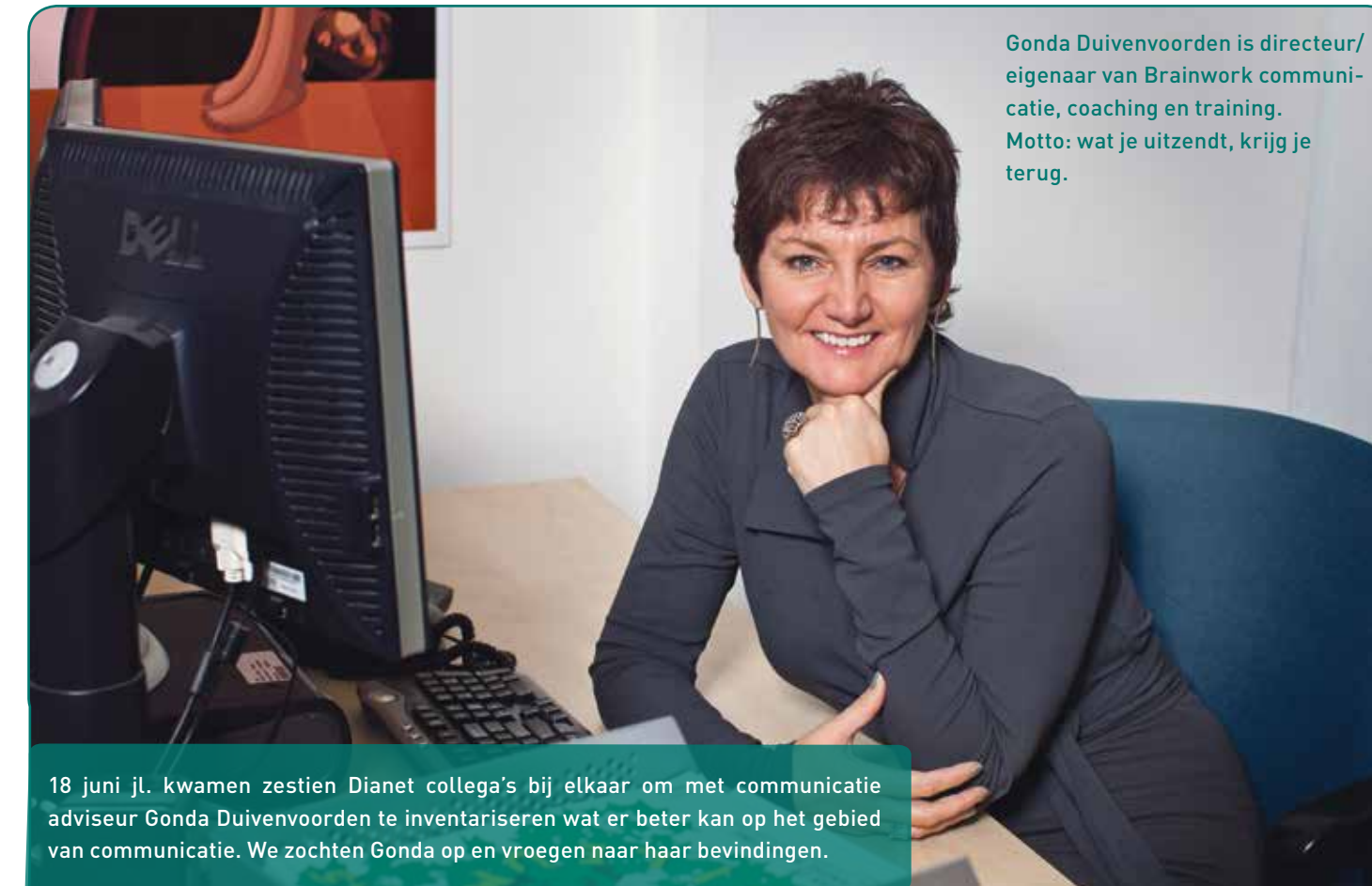
vrijwillig aan konden deelnemen (zie ook pagina 3 in deze krant). 'De bedoeling was mensen zelf te laten praten over wat ze willen, wat ze missen en waar de storingen optreden. En daar kwam iets interessants uit. Communicatie is namelijk geen eenrichtingverkeer. Communicatie komt van twee kanten. Informatie die wordt verstrekt moet ook worden geconsumeerd. Daarmee is er geen schuldvraag, want misschien zijn wij wel onduidelijk in het verstrekken van de informatie. Er ontstaat eigenlijk een heel dunne scheidslijn tussen communicatie en gedrag.'

Communicatie en gedrag
De communicatie is er dus wel, maar er moet ook iets mee worden gedaan. Je kunt wel protocollen op het intranet zetten en schrijven over de 'corporate story', maar daar hoort ook gedrag bij. 'Wat de mensen dus kennelijk vinden, is dat er geen gehoor aan de richtlijnen hoeft te worden gegeven of dat ze niet voor de lezer gelden. Dat heeft alles met gedrag te maken. In je werk heb je nu eenmaal te maken met voorschriften die voortvloeien uit regelgeving en of zijn vastgelegd in protocollen. Van iedereen mag verwacht worden dat hij zich als professional hieraan houdt. Doe je dat niet, dan zal je leidinggevende je hier op aanspreken. Gedrag en communicatie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.'

**MET ELKAAR OVERLEGGEN...
GEWOON DOEN!**



COMMUNICATIE: BEGRIJPEN EN BEGREPEN WORDEN



Gonda Duivenvoorden is directeur/eigenaar van Brainwork communicatie, coaching en training. Motto: wat je uitzendt, krijg je terug.

18 juni jl. kwamen zestien Dianet collega's bij elkaar om met communicatie adviseur Gonda Duivenvoorden te inventariseren wat er beter kan op het gebied van communicatie. We zochten Gonda op en vroegen naar haar bevindingen.

Wat was je opdracht?

Uit het laatste medewerkertevredenheids-onderzoek bleek dat interne communicatie voor verbetering vatbaar is. Uit ervaring weet ik dat het vaak onduidelijk is wat men nu onder interne communicatie moet verstaan. Veel mensen hebben het bij communicatie niet alleen over de geijkte communicatiemiddelen zoals nieuwsbrieven en intranet, maar ook over de onderlinge communicatie. Mijn opdracht was tijdens deze sessie boven tafel te krijgen wat men nu verstaat onder interne communicatie en welke ideeën er zijn voor verbetering.

Was de groep representatief voor de organisatie Dianet?

De groep was heel gemêleerd waardoor de hele organisatie vertegenwoordigd was. Mensen namens de artsen, de verpleegkundigen, VDA'ers en de stafdiensten.

Hoe verliep het programma?

Allereerst zijn we samen eens gaan inventariseren wat iedereen nu precies onder interne communicatie verstaat: telefoon, e-mail, nieuwsbrieven, brochures, vergaderingen.

Daarna heeft de groep zich opgesplitst en is gekeken wat voor soorten informatie er zijn. Het werkt verhelderend al die verschillende stromen apart te benoemen zodat je verbeteringen ook inzichtelijker kunt kaderen.

Daar kwam het volgende uit: Wat betreft patiënten informatie zou men veel meer naar de wensen van de patiënt willen vragen en daarop anticiperen. Daarnaast wenst men de informatie te krijgen die

ook naar patiënten gaat. Daar gaat het nogal eens mis. Verder zijn informatie over kennisdeling, beleid, gedrag, sfeer en algemene aanbevelingen onder de loep genomen. Wat betreft beleid bijvoorbeeld is belangrijk een goede vertaalslag te maken naar de relevantie voor het werk.

Hoe was de inbreng van de deelnemers?

Heel erg actief. Er werden leuke ideeën naar voren gebracht zoals een platform voor patiënten. Maar ook over onderlinge communicatie. De lijn tussen communicatie is dun. Je komt al snel in bespreken van gedrag terecht als je het over communicatie hebt. We hebben bijvoorbeeld gesproken over welke gedrag we graag

"opvallend is de betrokkenheid van alle dianet medewerkers"

willen, maar niet genoeg vertonen. En die lijst is lang. Denk aan complimentjes geven, aandacht, tijd nemen, enzovoort.

Wat zijn de belangrijkste resultaten?

Eén van de meest genoemde knelpunten was terugkoppeling. Het gevoel te weinig op de hoogte gehouden te worden. Dat is een lastig punt, want wie is verantwoordelijk voor de informatie naar wie. Er wordt te weinig uitgesproken, waardoor er verwachtingen ontstaan die niet worden gehaald. Een voorwaarde om dat te voorkomen is dat iedereen zich verantwoordelijk gaat voelen voor de informatie die hij/zij nodig heeft. Opvallend is de enorme betrokkenheid van alle medewerkers.



Wendy Misran over de sessie communicatie:

'Waarom ik heb meegedaan? Ik vind dat de communicatie binnen de organisatie op elk niveau beter kan. Dat geldt ook voor mezelf. En als je dat vindt, moet je ook bereid zijn te kijken naar manieren waarop dat zou kunnen.'

Er was voor alle deelnemers ruimte om te vertellen wat communicatie voor hen zelf betekent. De bevindingen varieerden van beter contact met collega's en beter luisteren tot de wens beter geïnformeerd te worden over werkwijzen op de werkvloer. Ik mis een adequate interne communicatie. Alle medewerkers bij Dianet zijn verdeeld over verschillende locaties, maar moeten wel allemaal van de juiste informatie worden voorzien. Die hiaten werden nu benoemd en ter verbetering aangedragen.

We proberen daar nu verder op te borduren, want iedereen gaat voor de verbetering van communicatie. Zo zijn we op dit moment in overleg met verschillende afdelingen om een plan van aanpak te maken. Hoe kunnen we productwijzigingen beter communiceren in de organisatie. Het vernieuwde intranet is hiervoor een effectieve bron gebleken.

Het is goed om met elkaar te praten hoe het beter kan en waar de knelpunten zitten. De verandering zal niet ineens komen, maar stapsgewijs. Dat is niet erg, als er maar verbetering te zien is. En dan denk ik aan werkschema's, checklijsten en protocollen die gehandhaafd worden, zodat iedereen weet wat er van hem verwacht wordt en waar men verantwoordelijk voor is. Dan kunnen er geen misverstanden meer ontstaan.'

Wendy Misran is medewerkster afdeling Inkoop Dianet.

5 TIPS VOOR EEN GOED GESPREK

Friedemann Schulz von Thun is psycholoog en communicatiewetenschapper. In het boek 'Hoe bedoelt u?' legt hij op heldere manier uit hoe storingen in het communicatieproces kunnen worden opgespoord en verholpen. We zetten zijn belangrijkste vijf tips voor u op een rij.

TIP 1 Aandacht voor de 4 aspecten

Iedere boodschap die wij (de ontvanger) ontvangen van degene waar we mee praten (de zender) bevat vrijwel altijd vier aspecten. We illustreren dat met een voorbeeld: Een man zegt tegen zijn vrouw: 'Zou je de was nog even kunnen doen, want ik zag dat er weer eens geen schone broek in mijn kast ligt'.

- Het zakelijke aspect (feitelijk): Er ligt geen schone broek meer in de kast.
- Het expressieve aspect: De man kan zelf de was niet doen en heeft waarschijnlijk snel een schone broek nodig. Ook is de man niet blind.
- Het relationele aspect (wat vindt de man): De man vindt dat de was doen de taak van de vrouw is en uit de manier

waarop hij het zegt kun je merken dat hij vindt dat ze dit niet goed bijhoudt.

- Het appellerende aspect (wat wil de man): ga even de was doen.

Er kan een hoop mis gaan als je niet op de vier aspecten let: De vrouw kan bijvoorbeeld boos reageren omdat ze zich niet gelijkwaardig behandeld voelt. Hierbij zal ze over het hoofd zien dat het vervelend is voor de man dat hij geen schone broek meer in de kast heeft.

TIP 2 Feedback ontvangen

Het is erg belangrijk om open te staan voor feedback. Het addertje onder het gras bij feedback ontvangen is dat men zich snel persoonlijk aangevallen voelt. Dan komt de boodschap in elk geval niet over. Probeer dus altijd in het achterhoofd te houden dat je er wat van kunt leren en dat het niet is bedoeld als een persoonlijke aanval maar als een tip!

TIP 3 Doorvragen & Luisteren

Wanneer je feedback van iemand krijgt probeer er dan

ook zoveel mogelijk uit te halen. Het is hierbij belangrijk dat je zoveel mogelijk doorvraagt. Vraag om een voorbeeld als je iets niet begrijpt en laat de ander weten dat je goed naar hem luistert. Dit kun je doen door aandacht gevend gedrag zoals oogcontact en bevestigende woordjes (oke! Of hmmm). Vat het gesprek aan het eind in je eigen woorden samen. Jullie weten dan allebei dat de boodschap goed is overgekomen.

TIP 4 Feedback geven

Feedback geven is soms best lastig. Iemand kan zich aangevallen voelen, terwijl je alleen maar een tip wilt geven. Laat OMA thuis (opvattingen, meningen en aannames). Wat hierbij erg belangrijk is, is om altijd met Ik te spreken en niet met Jij. Zeg bijvoorbeeld 'Ik zou het fijn vinden als je me wilt helpen met de afwas.' In plaats van 'Jij helpt nooit eens met de afwas',



TIP 5 Metacommunicatie

Met metacommunicatie praat je over hoe iemand communiceert. Bij het voorbeeld van de man, de vrouw en de was, zou de vrouw kunnen zeggen: 'Sorry ik zal voortaan even beter opletten, maar ik voel me er niet zo fijn bij hoe je het tegen me zegt.' Hierbij maakt ze gebruik van metacommunicatie. Ze houdt ook de 4 aspecten in gedachten, maar toch laat ze weten hoe zij zich voelt bij de manier waarop hij haar aanspreekt. En dat is eigenlijk het belangrijkste wat je moet weten om succesvol te leren communiceren.



WEETJES OVER COMMUNICATIE

1. Voorbeeldgedrag

'Als jij niet wilt wat u geschiedt, doe dat dan ook een ander niet' Wie kent niet dit gezegde uit de oude doos? Toch is de essentie nog altijd actueel. Als jij iemand zegt dat hij niet te laat op het werk mag verschijnen en je komt vervolgens zelf drie keer in de week vijf minuten over tijd binnen, dan geeft dat irritatie. Spreek regels met elkaar af en houd je ook aan de regels. En...wees helder over de gevolgen.

2. Feedback geven en feedback ontvangen

Niemand vindt het leuk om kritiek te krijgen. Dus is zorgvuldigheid geboden!

Zoals de Fransen zeggen: 'c'est le ton, qui fait la musique.' Als je mensen niet goed aanspreekt, raken ze beschadigd en sluiten ze zich af. Weg open communicatie. Goede feedback geef je met het doel de ander verder te helpen. Als je feedback geeft vanuit 'ik vind dat jij.....' voelt dat bij de ander snel alsof hij wordt afgewezen. Richt je dus in de taalgebruik op het gevoel van de ander.

Denken dat je gesprekspartner begrijpt wat je bedoelt als hij instemmend knikt. Dit is een van de meest voorkomende vormen van miscommunicatie. Toch is de

kans net zo groot dat je gesprekspartner 180 graden de andere kant op denkt als je je niet duidelijk hebt uitgesproken en als je de andere partij niet hebt gevraagd of hij heeft begrepen wat je bedoelt. Ga er dus niet vanuit dat je vanaf nu elke avond geholpen wordt bij het koken, omdat de ander heeft aangegeven dat hij begrijpt dat je het vervelend vindt dat alleen te doen.

Feedback ontvangen is ook moeilijk. Het gevaar ligt op de loer dat je je aangevallen voelt. Het moment is daarom ook belangrijk. Als je een opmerking krijgt, terwijl je net met een patiënt bezig bent,

is dat onprettig. Een besloten omgeving en een zorgvuldige benadering geeft veel meer openheid. Nog beter: spreek af hoe je feedback geeft of krijgt.

3. Menselijk media principe

Zet tien mensen in een rij. Vertel de eerste persoon een heel kort verhaal, en die moet het doorvertellen aan de persoon ernaast. Die vertelt het weer door, en de volgende ook, tot de laatste persoon. Omdat iedereen alles vertelt in zijn eigen woorden, zal het verhaal van de laatste persoon enorm verschillen van het verhaal zoals het begon.

ONMISBAAR INTRANET



Dianet heeft een nieuw intranet. Zoals elke innovatie loopt niet direct alles op rolletjes, maar achter de schermen wordt hard gewerkt om alle kinderziekten weg te werken. Commercieel manager Ronald van der Meer over het belang van internet en intranet.

Waarom willen we een intranet voor onze organisatie?

Intranet is een snelle manier om alle relevante informatie te communiceren met alle medewerkers. Waar e-mail bedoeld is voor het sturen van berichten naar specifieke personen, is intranet toegankelijk voor alle medewerkers. Bovendien biedt intranet veel meer mogelijkheden dan het delen van informatie.

Vertel eens iets over de aanloop naar dit nieuwe intranet?

Vorig jaar zijn we al gestart met een nieuwe internet website. Onze site was verouderd en sloot niet meer aan bij onze nieuwe huisstijl. Daarom hebben we een nieuwe internet website opgezet met meer mogelijkheden die we in de loop van de tijd gaan uitbouwen. Denk bijvoorbeeld aan interactieve tools zoals blogs, maar ook de mogelijkheid voor patiënten om in te loggen en hun eigen materialen te bestellen. Voor de contractziekenhuizen willen we de mogelijkheid bieden via de website patiënten voor thuisdialyse aan te melden. Daarnaast is afgelopen 1 augustus het intranet in gebruik genomen. Dat nieuwe intranet hebben we opgezet omdat op het oude intranet eerdere berichten van het scherm verdwenen bij het plaatsen van nieuwe. En dat kun je natuurlijk niet hebben. Nu kun je zelfs drie weken weg zijn en bij terugkomst toch alle berichten lezen die in die tijd geplaatst zijn.

Wat is nieuw aan het intranet?

We hebben het opgesplitst in de rubrieken 'moet ik weten' en 'wil ik weten'. Dat spreekt eigenlijk voor zich. Bij 'moet ik weten' staat alle relevante informatie gerubriceerd die nodig is om goed te kunnen werken. Dat gaat over wijzigingen in het

"Intranet opgesplitst in rubrieken moet ik weten en wil ik weten"

salaris, nieuwe regels, wetgeving, enzovoort. Door een afvinkstelsysteem kun je snel zien of je die informatie al wel of nog niet gelezen hebt. Verder biedt het nieuwe intranet de mogelijkheid afdelingsgericht informatie door te geven. Denk aan notulen van afdelingsvergaderingen. Op die manier is alle informatie die noodzakelijk is, goed te vinden.

De rubriek 'wil ik weten' is wat vrijblijvend. Hier staan onder meer het smoeleboek, de verjaardagen en de jubilea. Er is ook ruimte gemaakt voor een 'marktplaats' waar mensen spullen te koop kunnen aanbieden en een categorie 'weetjes' waar mensen leuke ideeën met elkaar kunnen uitwisselen.

Kan iedereen ook informatie op het intranet plaatsen?

Ja, natuurlijk. Medewerkers kunnen met hun berichten terecht bij de redacteurs (de managementsecretarissen van de MT-leden), de afdeling Communicatie en de HR desk. Zij zorgen voor plaatsing op het intranet.

Hoe is het nieuwe intranet ontvangen?

Het is nog maar net gelanceerd en natuurlijk zitten er dan nog kinderziekten in. Het is een heel nieuw systeem en daar moet iedereen nog mee leren werken. De berichtenteller liep niet helemaal goed en ook het smoelebord werkt nog niet optimaal. We zijn druk bezig die aanloopproblemen op te vangen. Tegelijkertijd gaan we in november over naar een andere ICT omgeving, van Lemontree naar Nova Vista. Dan hopen we veel vliegen in één

klap te slaan. Mochten er nog opmerkingen of vragen zijn, kan iedereen terecht bij de afdeling Communicatie.

Wat zijn de toekomstplannen met intranet?

Het mooie is dat je een intranet steeds kunt uitbreiden. Zodra de basis helemaal goed loopt, willen we het graag interactiever maken met blogs die medewerkers daar op kunnen bijhouden of verschillende fora waar over onderwerpen gediscussieerd kan worden. Daar zijn dan natuurlijk wel regels voor: geen kwetsende, discriminerende of beledigende berichten, want die worden verwijderd.

"zodra de basis goed loopt, willen we intranet interactiever maken"

Verder hebben we plannen voor een digitale nieuwsbrief.

Waarom is het zo belangrijk om een goed lopend intranet te hebben?

Het is een heel belangrijk onderdeel in de communicatie. Dianet is groot, met verschillende locaties en bijna 100 mensen die niet op een locatie gestationeerd zijn. Die willen we allemaal van informatie voorzien. Intranet is een goed medium om in contact te blijven met de medewerkers en de organisatie. Doordat er nu afgevinkt wordt wanneer iets is gelezen, kunnen we er ook

vanuit gaan dat alle relevante informatie gelezen wordt.

Intranet zal uiteindelijk onmisbaar worden. Daar zal wat tijd overheen gaan, maar het is dé bron waar je alle informatie vandaan gaat halen. Om een paar voorbeelden te noemen: onder 'wat moet ik weten' staat ook KID (Kwaliteitsinformatie Dianet) Hierin zijn bijvoorbeeld alle protocollen en procedures te vinden die we hebben vastgesteld. Maar ook het personeelshandboek is hier te vinden. Bij Youforce staan HR informatie over salaris, vakantiedagen, en dergelijke. Er komen steeds meer dingen op te staan die mensen voor hun werk nodig hebben.

Hoe maak je intranet onmisbaar?

Om te beginnen is het de openingspagina van je beeldscherm zodra je inlogt. Dan zie je meteen welke informatie je nog niet hebt gelezen. Vervolgens kun je er (bijna) alles vinden wat je voor je werk nodig hebt. Zodra iedereen zijn weg daarin heeft gevonden en alle technische problemen zijn verholpen, is ons doel bereikt: een goed werkend intranet dat het werken bij Dianet ondersteunt.



VERSCHILLEN IN COMMUNICATIESTIJLEN

Communiceren is meer dan taal alleen. Naast woorden gebruiken mensen ook niet-verbale wenken en signalen. Om elkaar beter te kunnen begrijpen is het handig iemands communicatiestijl te herkennen. Dat kan in drie eenvoudige stappen:

Stap 1: Bepaal of iemand direct of indirect is. Daar is dit overzichtje handig voor:

Indirect

- Bedachtzaam
- Is een luisteraar
- Wacht tot de ander initiatief neemt, reactief
- Praat en beweegt rustig
- Bescheiden handdruk
- Wat op de achtergrond

Direct

- Iemand neemt zelf het woord, prater
- Praat duidelijk, luide toon
- Trekt initiatief naar zich toe
- Beweegt onrustig
- Stevige handdruk
- Aanwezig

Stap 2: Bepaal of iemand taak- of mensgericht is. Weer een overzichtje:

Taakgericht

- Gericht op doelen, taken, processen
- Wil kennis, feiten en argumenten
- Gaat graag in discussie
- Beslist op basis van feiten
- Woorden: 'ik', analyse, oplossing, doel, kwaliteit

Mensgericht

- Gericht op mensen en relateren
- Wil contact met mensen, harmonieus
- Gaat discussie of conflict uit de weg
- Beslist op basis van emoties
- Woorden: gevoel, overleg, team, gezellig

Stap 3: Combineer de uitkomsten

Door de uitkomsten uit stap 1 en 2 met elkaar te combineren kom je tot één van de vier onderstaande DISC communicatiestijlen:



Dominante communicatiestijl

Direct + Taakgericht

Mensen met een dominante communicatiestijl zijn zelfverzekerd, resultaatgericht en houden ervan om snel te beslissen. Ze zullen het gesprek graag willen sturen en houden er niet van om tijd te verliezen. Ze willen graag nieuwe dingen proberen en zijn veranderingsgericht. Ze zijn assertief en gaan graag de discussie aan. Ben je in gesprek met iemand die de dominante communicatiestijl heeft, gebruik dan de volgende tips:

- houd gepaste afstand en geef een stevige handdruk;
- maak direct oogcontact en toon zelf vertrouwen;
- benadruk het resultaat;
- wees duidelijk, kort en bondig.

Interactief communicatiestijl

Direct + Mensgericht

Mensen met een interactieve communicatiestijl hechten grote waarde aan een persoonlijke 'klik'. Ze zijn impulsieve beslissers die oordelen op het relationele niveau. Ze willen graag bouwen aan de persoonlijke relatie. Ze zijn extravert en energiek en willen graag nieuwe dingen proberen en ervaren. Ben je in gesprek met iemand die de interactieve communicatiestijl heeft, pas dan je stijl aan:

- toon je enthousiasme en kom wat dichterbij;
- gebruik humor en aanraking;
- praat over kansen en niet over wat allemaal mis kan gaan;
- benadruk dat je in de persoon gelooft;
- geef hem ruimte om zelf te kunnen kiezen.

Stabiele communicatiestijl

Indirect + Mensgericht

Mensen met een stabiele communicatiestijl houden graag van rust en stabiliteit. Ze zijn vriendelijk, servicegericht en willen graag anderen helpen. Ze hechten veel waarde aan het opbouwen van een lange termijn relatie en hebben vertrouwen en loyaliteit hoog in het vaandel staan. Ben je in gesprek met iemand die de stabiele communicatiestijl heeft, let dan op de volgende punten:

- ga ernaast zitten;
- maak vriendelijk oogcontact;
- wees relaxed en leun b.v. achterover;
- leg dingen uit en laat ze zien;
- spring niet van de hak op de tak;
- voorkom stemverheffing.

Hand geven: gewoonte of zit er meer achter?

Iemand de hand schudden hoort bij ons vertrouwde begroetingsritueel. Toch is de handdruk meer dan een gewoontegebaar. Er is veel meer in te lezen (met een knipoog en een korreltje zout.....)



- Het geven van een stevige of slappe hand zegt niets over een sterke persoonlijkheid of een zacht eitje. Kunstenaars, musici en chirurgen hebben de neiging een slappe hand of zelfs liever helemaal geen hand te geven;
- Als iemand vertrouwen krijgt, zal hij zijn handen meer openen en aan de ander laten zien. Dit stamt nog uit de tijd van de holbewoners, waarin men de handpalmen liet zien als bewijs dat men geen wapen tegen de ander zou gebruiken;
- Als je tijdens een vergadering je arm op tafel legt en je hoofd met je hand ondersteunt, duidt dat op verveling. Leg je daarentegen de muus van je hand op je wang met de wijsvinger omhoog laat je zien dat je geïnteresseerd luistert.

Consciëntieuze communicatiestijl

Indirect + Taakgericht

Mensen met een consciëntieuze communicatiestijl zijn gevoelig voor bewijzen en valide argumenten. Op basis daarvan nemen ze beslissingen. Ze laten zich niet leiden door relationele of emotionele argumenten en geven de voorkeur aan een zakelijke en afstandelijke houding. In eerste instantie zullen ze kritisch, met een wat argwanende houding, een gesprek in gaan. Ze zullen aanvullende informatie inwinnen en toetsen of wat je zegt ook waar is. Ben je in gesprek met iemand die de consciëntieuze communicatiestijl heeft, pas dan je stijl aan:

- houd afstand en sta rechtop;
- houd oogcontact en gebruik geen of weinig gebaren;
- kom met feiten en bewijzen om dingen toe te lichten;
- geef voorbereidingstijd;
- geef nooit feedback waar anderen bij zijn.

E-MAIL ETIQUETTE DIANET



ontvangt die niet voor jou bedoeld is.

- Reageer zo snel mogelijk, in ieder geval binnen 3 dagen.
- Lees maximaal 3x per dag je e-mail.
- Gebruik de afwezigheid assistent bij vakantie.
- Voer nooit discussie per mail.



We communiceren tegenwoordig meer per e-mail dan telefonisch of face-to-face. Iedereen heeft vast wel eens een mailtje gestuurd naar een collega die een paar meter verderop zat. Maar hoe gebruik je e-mail zo effectief mogelijk? Dianet heeft een aantal richtlijnen opgesteld waarop je kunt letten bij e-mailverkeer.

Nog meer handige e-mail tips:

- Maak spaarzaam gebruik van de 'antwoord allen'.
- Let op je taalgebruik. Gebruik geen afkortingen als LOL, 4Y, FYI, enzovoort in zakelijke e-mail. Gebruik ook geen vloek- of scheldwoorden.
- Beperk het gebruik van uitroeptekens! Dat komt kinderachtig en onprofessioneel over.
- Vermijd het gebruik van CAPS LOCK. Woorden of zinnen in hoofdletters schrijven, komt heel schreeuwerig en onbeleefd over.
- Verwijder bij het beantwoorden van e-mail zoveel mogelijk oude/irrelevante tekst en bijlages.



telefoon-etiquette

Hier volgen enkele tips voor correct telefoneren:

- 1 Neem de telefoon het liefst binnen 2 of 3 keer rinkelen op, tenzij er iemand lieflijk op bezoek is, dan krijgt deze persoon voorrang op de beller.
- 2 Neem de telefoon altijd netjes op door te begroeten, de bedrijfsnaam te noemen en je eigen naam. Praat niet te snel.
- 3 Glimlach altijd wanneer je de telefoon opneemt of iemand belt, mensen merken dit echt aan de andere kant van de telefoon.
- 4 Pas je stem aan qua volume en praat niet te snel.
- 5 Richt je volledige aandacht op de beller.
- 6 Wanneer je iemand aan de telefoon hebt, kijk dan niet naar je computer, je bureau en leg je werk even opzij. Houd altijd pen en papier bij de hand, probeer meteen de naam van de beller op te schrijven.
- 7 Gebruik zo nu en dan de naam van de beller. (Bijv. Prima, meneer Jansen etc.)
- 8 Wanneer er een probleem is, laat dan je empathie en verontschuldiging blijken.
- 9 Wanneer je het gesprek beëindigt wees er dan zeker van welke informatie je moet doorgeven en geef dit ook onmiddellijk door aan de desbetreffende persoon.



Waar communicatie is, is 'ruis'

Zenden en ontvangen zijn de kernwoorden van communicatie en in de praktijk gaan daar vaak dingen mis. Je kunt zelfs zeggen dat hoe meer schijven er bij communicatie betrokken zijn, hoe meer 'ruis' er op de lijn zit.

Miscommunicatie kan vele oorzaken hebben. Iemand kan iets op een bepaalde manier zeggen, waardoor de boodschap heel anders overkomt dan bedoeld. Het beeld dat men van de ander heeft kan ook zorgen voor ruis op de lijn. Een junk geloof je minder snel dan een verpleegkundige. Soms zit men zo vast aan een beeld dat men van zichzelf en van de ander heeft, dat niet kan worden gezien dat de ander er anders in zit.

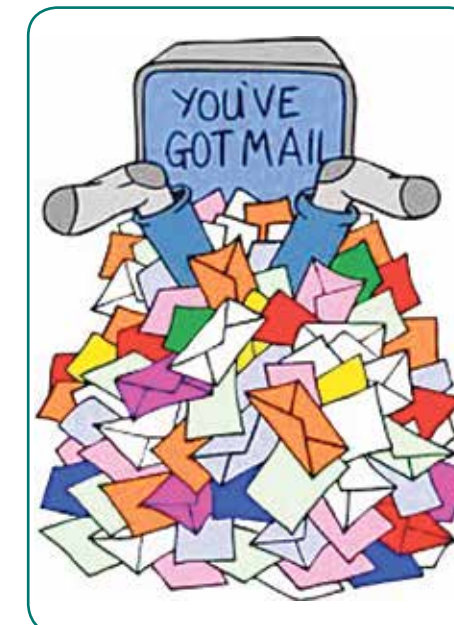
Ruis

Onze eigen gedachten en gevoelens verwoorden we niet altijd even zorgvuldig. Soms willen we gewoon kwijt wat we op ons hart hebben en realiseren ons niet hoe onze uitspraken op de anderen overkomen. We denken dat we transparant zijn, toegankelijk en eerlijk, en toch blijken er af en toe tot regelmatig misverstanden te ontstaan.

Stereotyperingen en vooroordelen kunnen veel ruis in communicatie veroorzaken. Het lastige is dat deze vaak in organisaties ongrijpbaar, onzichtbaar en onuitsproken zijn, maar wel een hele grote impact kunnen hebben. Ze komen vaak tot uiting in zogenaamde 'micro-inequities'. Deze term staat voor subtiele kleineringen of sarcastische opmerkingen die mensen, vaak onbewust, maken wanneer ze met anderen (of nog erger over anderen) communiceren die op een of andere manier anders zijn dan zichzelf. Een bekend voorbeeld van een micro-inequity is de vraag aan een collega die zich verslapen heeft en kwart over acht binnenstapt: 'Goedemiddag!'

Begrip

Communicatie is niet zo eenvoudig als we denken. Het is niet slechts een kwestie van je mond open doen en zelfs niet van je gedachten duidelijk en eenvoudig formuleren. Het is goed te beseffen dat de conclusies die je trekt, uit wat je ziet, wat je hoort, mede gebaseerd zijn op een complex van factoren tot aan je gesteldheid van het moment aan toe. En dat die andere persoon op dezelfde complexe wijze zijn/haar conclusies trekt. Als je dat weet en er rekening mee houdt kun je veel zaken in een ander licht zien en van meerdere kanten bekijken.



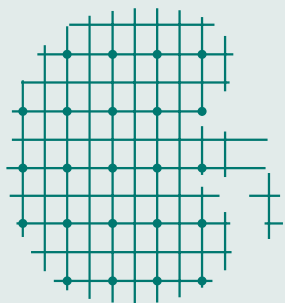
Niet alleen maar mailen

We werken aan een cultuur waarin we elkaar niet e-mailen, maar elkaar opzoeken.

We willen toe naar een bedrijf waar iedereen elkaar kent en blindelings weet te vinden. Mensen moeten voelen en weten dat zij zelf het verschil kunnen maken.

Conflicten en discussie kun je niet oplossen of uitpraten met e-mail. Dit kan leiden tot nog meer frustratie en boosheid en onbegrip. Een verschil van mening of discussie kun je eenmaal via e-mail verduidelijken. Daarna is onderling overleg (via telefoon, in het echt) veel beter, dan maar heen en weer te blijven e-mailen.





Dianet

Thuis in dialysezorg



IN ONZE OREN KNOPEN

WINNARES ANNALICE BARAZA, AFDELING A01 AMC



Op het kaartje uitgedeeld tijdens de themamaand communicatie stond de volgende vraag:

“Heb je een idee hoe we de onderlinge communicatie binnen Dianet kunnen verbeteren?”

Er zijn veel kaartjes ingeleverd met goede en bruikbare ideeën. Maar één stak met kop en schouders uit boven de rest. Op dat kaartje stonden een aantal ideeën, die we eigenlijk allemaal wel weten maar die we met z'n allen veel te weinig toepassen.

Een greep uit de opsomming:

- rustig praten;
- kies het moment dat je niet boos bent;
- kies voor een rustige omgeving;
- geef elkaar complimenten bij een goede prestatie;
- geef je fouten toe;
- heb aandacht voor elkaar tijdens het gesprek;
- adviseer elkaar;
- veroordeel elkaar niet.

Als we nu allemaal een paar punten uit dit lijstje gaan gebruiken, dan zal dat de communicatie maar ook de samenwerking om onze doelstellingen te bereiken ten goede komen. Annalice gefeliciteerd en dank voor je input. Jouw lijstje moeten we allemaal “in onze oren knopen”.