



Dit document hoort bij de training voor mentoren blok 4, coachingsinstrumenten, communicatiestijlen

Actie-tactiek-mensen-ideeën: Communicatiestijlen

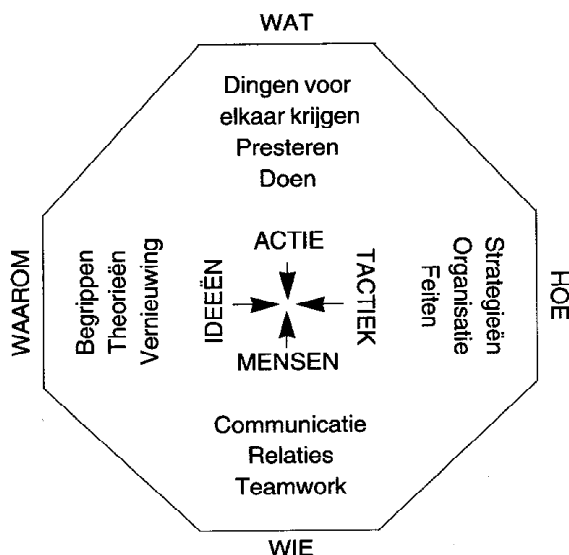
Voor deze oefening zijn vier waardeoriëntaties gebruikt, waarvan aangenomen wordt dat ze een grote invloed hebben op de manier waarop mensen communiceren.

Actie: Stijl 1 is de waardeoriëntatie *Actie*. Wie hierop hoog scoort houdt van bezig zijn, actie, presteren, dingen voor elkaar krijgen, verbetering in situaties brengen en problemen oplossen. Deze mensen hebben een voorkeur voor de technische sectoren in productieorganisaties. De geslaagden krijgen veel voor elkaar.

Tactiek: Stijl 2 is de waardeoriëntatie *Tactiek*. Wie hierop hoog scoort is gesteld op feiten, organiseren, structureren, strategieën uitstippelen en tactieken verzinnen. Deze mensen hebben een voorkeur voor beleidsvorming, politiek en hoger management. De geslaagden schoppen het ver en laten anderen veel voor elkaar krijgen.

Mensen: Stijl 3 is de waardeoriëntatie *Mensen*. Wie hierop hoog scoort is gericht op sociale processen, communicatie, teamwork en alles wat mensen motiveert. De geslaagden zijn uitstekende managers, aanvoerders, adviseurs en therapeuten.

Ideeën: Stijl 4 is de waardeoriëntatie *Ideeën*. Wie hierop hoog scoort werkt graag met begrippen en theorieën, houdt van ideeënitwisseling, vernieuwing en creativiteit. De geslaagden zijn vooraanstaande wetenschappers, uitvinders en kunstenaars.



Het is mogelijk op alle waardeoriëntaties te scoren, maar mensen hebben doorgaans één dominante oriëntatie, een stijl van denken, voelen en optreden waarbij ze zich het meest op hun gemak voelen. Vaak is er een tweede hoog scorende oriëntatie, die de eerste ondersteunt.

Het relatieve belang van de waardeoriëntaties verandert met de situaties waarin mensen zich bevinden. De middle manager die hoog scoort op *Mensen* en een matige op *Tactiek* zal voortreffelijk voldoen, maar moet zijn scores verwisselen wil hij slagen in de top van het bedrijf.

Waardeoriëntaties worden beïnvloed door persoonlijkheid, achtergrond, ervaring en huidige omstandigheden.

<i>Actie (A)</i>	<i>Ze praten over:</i>	<i>Ze zijn:</i>
	resultaten	verantwoording
	doelen	feedback
	prestatie	ervaring
	produktiviteit	uitdagingen
	efficiëntie	verandering
	voortgang	beslissingen
		prestaties
		pragmatisch
		snel
		beslist
		rechtstreeks
		ongeduldig
		energiek
<i>Tactiek (T)</i>	<i>Ze praten over:</i>	<i>Ze zijn:</i>
	uitproberen	analyse
	feiten	observaties
	procedures	bewijs
	planning	details
	organiseren	
	controleren	
	uittesten	
		systematisch
		logisch
		feitelijk
		welbespraakt
		niet emotioneel
		voorzichting
		geduldig
<i>Mensen (M)</i>	<i>Ze praten over:</i>	<i>Ze zijn:</i>
	mensen	zelfontplooiing
	behoeften	gevoeligheid
	motivatie	bewustzijn
	teamwork	samenwerking
	communicatie	aannames
	gevoelens	waarden
	teamgeest	verwachtingen
	begrip	relaties
		spontaan
		invoelend
		warm
		subjectief
		emotioneel
		opmerzaam
		gevoelig
<i>Ideeën (I)</i>	<i>Ze praten over:</i>	<i>Ze zijn:</i>
	begrippen	interne samenhang
	vernieuwing	nieuwe methoden
	creativiteit	uitdaging
	kansen	potentieel
	mogelijkheden	alternatieven
	meesterplannen	verklaringen
	kernproblemen	inductie en deductie
	'hot items'	
		charismatisch
		moelijk te volgen
		egocentrisch
		onrealistisch
		creatief
		vol ideeën
		uitdagens
		enthousiast

**Actie-tactiek-mensen-ideeën –
Aanpassing aan andere communicatiestijlen**

1. Communiceren met een *actie-georiënteerd* mens (A)

- Richt de aandacht eerst op de resultaten; trek de conclusie aan het begin.
- Geef de beste aanbeveling (in plaats van een reeks mogelijkheden).
- Wees zo kort mogelijk.
- Benadruk het praktische nut van je denkbeelden.
- Gebruik hulpmiddelen om je ideeën aanschouwelijk te maken.

2. Communiceren met een *tactisch georiënteerd* mens (T)

- Wees precies, geef de feiten.
- Bouw je verhaal logisch op, bijv. achtergrond – huidige situatie – toekomst.
- Geef je aanbevelingen puntsgewijs.
- Geef alternatieve oplossingen met de voors en tegens.
- Zet een tactisch georiënteerd mens niet onder druk.
- Doe een duidelijk voorstel (1, 2, 3,).

3. Communiceren met een *mensgericht* mens (M)

- Praat in het begin over koetjes en kalfjes; kom niet gelijk terzake.
- Benadruk de relaties tussen het voorstel en de mensen die erbij betrokken zijn.
- Laat zien hoe goed het idee in het verleden gewerkt heeft.
- Laat blijken dat gerespecteerde personen het idee ondersteunen.
- Gebruik een persoonlijke, informele benadering (geen schrijfstijl).

4. Communiceren met een *ideeëngericht* mens (I)

- Trek veel tijd voor het gesprek uit.
- Wordt niet ongeduldig als de ander een zijspoor inslaat.
- Probeer aan het begin het gespreksonderwerp te verbinden aan een breder begrip of idee.
- Benadruk de uniciteit van het idee of onderwerp.
- Beklemtoon de toekomstwaarde van het idee.
- Bij schriftelijke communicatie: benadruk vanaf het begin de sleutelbegrippen die aan de basis liggen van uw voorstel of aanbeveling. Begin met algemene uitspraken en werk toe naar het meer individuele.