



Herman
en
Ernie Beuker

**Communicatiecursus
voor de hulpverlening**

Communicatiecursus

voor de hulpverlening

© Herman en Ernie Beuker

Uitgever: School voor praktische menskunde

ISBN: 9789082384109

Alle rechten voorbehouden.

Inhoud

Voorwoord	8
Inleiding	8
1.0 Hoe communiceert de cliënt?	12
1.2 Drie groepen	13
2.0 De zes tegengestelde behoeften	17
2.1 Wat zijn mijn behoeften?	20
3.0 Productgericht of mensgericht of beide?	23
4.0 Productgericht	25
De kwaliteit van productgericht	33
5.0 Mensgericht	34
De kwaliteit van mensgericht	41
6.0 Solist of teamspeler of beide?	42
7.0 Teamspeler	43
8.0 Solist	49
10.0 Voorbeelden van teamspeler en solist	53
Heerlijk op een onbewoond eiland	55
11.0 Risiconemend of risicomijdend of beide?	56
12.0 Risicomijdend	58
13.0 Risiconemend	65
14.0 Voorbeelden risicomijdend en risiconemend	71
15.0 Overzichtzoeker of verschilzoeker of beide.	74
16.0 Overzichtzoeker	76
17.0 Verschilzoeker	85
18.0 Voorbeelden overzicht- en verschilzoeker	92

19.0 Resultaatgericht of sfeergericht of beide	96
20.0 Sfeergericht	98
21.0 Resultaatgericht	106
22.0 Voorbeelden van sfeer- en resultaatgericht	113
23.0 Moeter of willer of beide in gelijke mate?	120
24.0 Moeter	122
25.0 Willer	130
26.0 Voorbeelden van moeter en willer	137
27.0 Geen goed contact cliënt en deskundige	139
Begrippenlijst	143
Bronvermelding	146

Ga niet alleen uit van je eigen behoeften

Als je een doel wilt halen

Als je contact wilt krijgen met iemand

Als je iemand iets uit wilt leggen

Als je iemand wilt helpen

Als je aardig wilt zijn

Als je iemand wilt bereiken

Als je samen werkt

Als je samen leeft

Als je het beste wilt geven

Voorwoord

De invalshoek van de behoeften heeft de invalshoek van overeenkomsten en verschillen tussen mensen en hun omgeving. Deze invalshoek onderscheidt zich door het kunnen herkennen van het gedrag wat uit een behoefte voortkomt, de manier van reageren en de wijze van communiceren. Het onderzoek wat hiervoor is gehouden begon in 1995 en werd gecombineerd met coachingen en trainingen waarin de onderzoeksresultaten uitgebreid in de praktijk werden getest.

Hierbij is er naar gestreefd de herkenning van de overeenkomsten en de verschillen in behoeften zo eenvoudig mogelijk en daarmee zo toegankelijk mogelijk te maken. Aanduidingen als mensgericht en productgericht geven al aan waar de individuele behoefte om mee om te gaan naar uit gaat.

Herkenning is dan ook het belangrijkste onderdeel. Met de herkenning van een behoefte is afstemming dan ook een meer logische stap.

De invalshoek om, zowel in privé- als in werksituaties de herkenning te zoeken, heeft het effect dat de kennis eerder gaat 'leven' en daardoor meer beklijft.

Het gaat om zes paar verschillende behoeften. Ieder mens heeft per paar beide behoeften in zich. Het is de mate waarin een behoefte aanwezig is die het verschil maakt tussen mensen.

Productgericht



mensgericht

Zoals product- en mensgericht.

Ieder mens heeft beide behoeften.

Welke behoefte sterker aanwezig is, heeft de sterkste invloed op het gedrag, de manier van reageren en de wijze van communiceren.

In dit voorbeeld meer mensgericht.

Het verschil van positie

De verschillen in behoeften kunnen voor ruis in de communicatie zorgen, want ook al doet iemand nog zo z'n best, het is de ontvanger die bepaalt. Heeft de ontvanger, een collega, cliënt, een tegengestelde behoefte, dan bereik je deze moeilijk of niet.

Wanneer je via deze weg contact krijgt met iemand, ook al is het maar even, dan kun je wat vragen, zeggen, uitleggen, vertellen, met meer kans dat het ook overkomt.

Daarmee heb je een extra vaardigheid als deskundige. Die momenten kun je zelf creëren, door bij de ander de behoefte te herkennen die voor hem of haar belangrijk is en daar op in te gaan.

De achterliggende gedachte is om met deze kennis opnieuw naar mensen te luisteren en te kijken. Naar je

partner, buren, vrienden, kennissen en in de werksituatie naar collega's, de leidinggevenden en cliënten. Met jouw behoeften herken je de overeenkomsten met jouw behoeften en daarmee de zelfde invalshoeken en je herkent de verschillen. Dan weet je wat je kunt verwachten. Je ziet het bij iemand aan het gedrag, de reacties en je hoort het in de wijze van communiceren.

Je ziet uitingen van de behoeften op de televisie. Overal op de wereld kun je het zien, want deze behoeften zijn wereldwijd. Ieder mens heeft ze. Je kunt ze ook herkennen in wat de mens heeft bedacht. Een machinefabriek is productgericht. Ook dat is herkenbaar en je weet wat je kunt verwachten. Zoals folders met veel technische gegevens. Vaak onleesbaar voor mensen die meer mensgericht zijn. Dan ga je ze herkennen, bijvoorbeeld de mensen die meer productgericht zijn. Misschien ben jij dat zelf ook. Dan herken je de behoefte van jezelf. Misschien ben jij meer mensgericht, een mensenmens en heb je daarmee een andere invalshoek.

Kennis van die verschillen en weten hoe je ermee om kunt gaan is als een brug tussen de verschillen.

Niet begrijpen waarom een ander zo anders doet, reageert en praat, geeft invullingen en meestal zijn die niet zo positief. De kennis van de verschillen is een brug om met een ander om te gaan.

Elk onderdeel begint eerst met het vaststellen van de eigen behoefte en daarmee de eigen positie. Dat bepaalt de positie die je hebt ten opzichte van de

'buitenwereld'. De bijbehorende teksten geven de uitleg. Vanuit die positie luistert en kijkt iemand naar anderen en naar cliënten. Hoe ben ik? Niet wat of wie. Het gaat over jou. De mens achter de functionaris. De mens achter de deskundige. De mens achter de communicatie.

1.0 Hoe communiceert de cliënt?

Begrijpen hoe een cliënt communiceert, zet uitspraken en de manier waarop deze worden geuit, in een context. Duidelijk zijn de invloeden op de communicatie van buitenaf. Deze invloeden zijn herkenbaar aan een accent of dialect. Minder duidelijk zijn de invloeden van binnenuit, zoals de zes behoeften. Ze hebben wel invloed op de communicatie.

Degene die op overzicht is gericht, kun je horen zeggen: 'Jongens, houden jullie het doel nog in de gaten?' De verschilzoeker zegt regelmatig: 'Dat is toch niet goed?'

Risiconemende cliënten praten meer over mogelijkheden, kansen: 'We doen het gewoon, wat schieten we ermee op en als je het niet probeert, dan weet je het nooit.' De risicomijdende cliënt hoor je vaak zeggen: 'Hoe moet het dan met..., wat is het risico, zouden we dat nou wel doen?'

Teamspelers hoor je vaak zeggen: 'Wij van de afdeling vinden..., het is onze verantwoordelijkheid.' Van solisten kun je uitspraken verwachten als: 'Zullen we

nu even de taakverdeling doen? Ik vind het niet erg om alleen op een kamer te zitten.'

Mensgerichte cliënten kun je horen zeggen: 'Hoe is het nou met je moeder, is ze al uit het ziekenhuis? Hoe gaat het met jou?' Uitspraken van productgerichte cliënten zijn: 'Wat doe je nou precies voor werk' en 'Ik heb gisteren een apparaat gezien en die is je van het.'

Resultaatgerichte cliënten hebben uitspraken als: 'gisteren heb ik weer veel omgezet'. Of, 'bij die vorige werkgever heb ik grote prestaties geleverd.'

Sfeergerichte cliënten kun je horen zeggen: 'En, heb ik het goed gedaan?' of 'Wat aardig van je.'

Van moeters kun je het volgende verwachten: 'Het moet eind van de week klaar zijn' en 'Formulieren moeten goed worden ingevuld.'

Willers kun je horen zeggen: 'Moet dat echt?' en 'Ik weet niet of ik daar wel zin in heb.' De behoefte die iemand meer heeft, bepaalt dus voor een deel de communicatie.

1.2 Drie groepen

Drie groepen mensen. Iemand is meer het één, het ander, of beide in gelijke mate. Een beeld kan dit meer inzichtelijk maken. Elke persoon staat voor een deel van alle mensen.