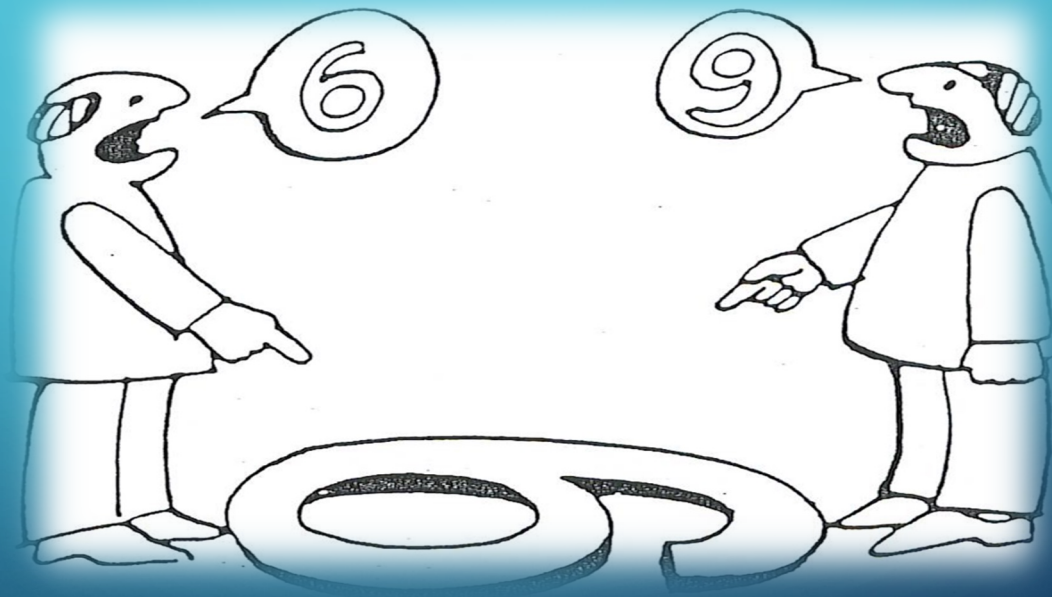


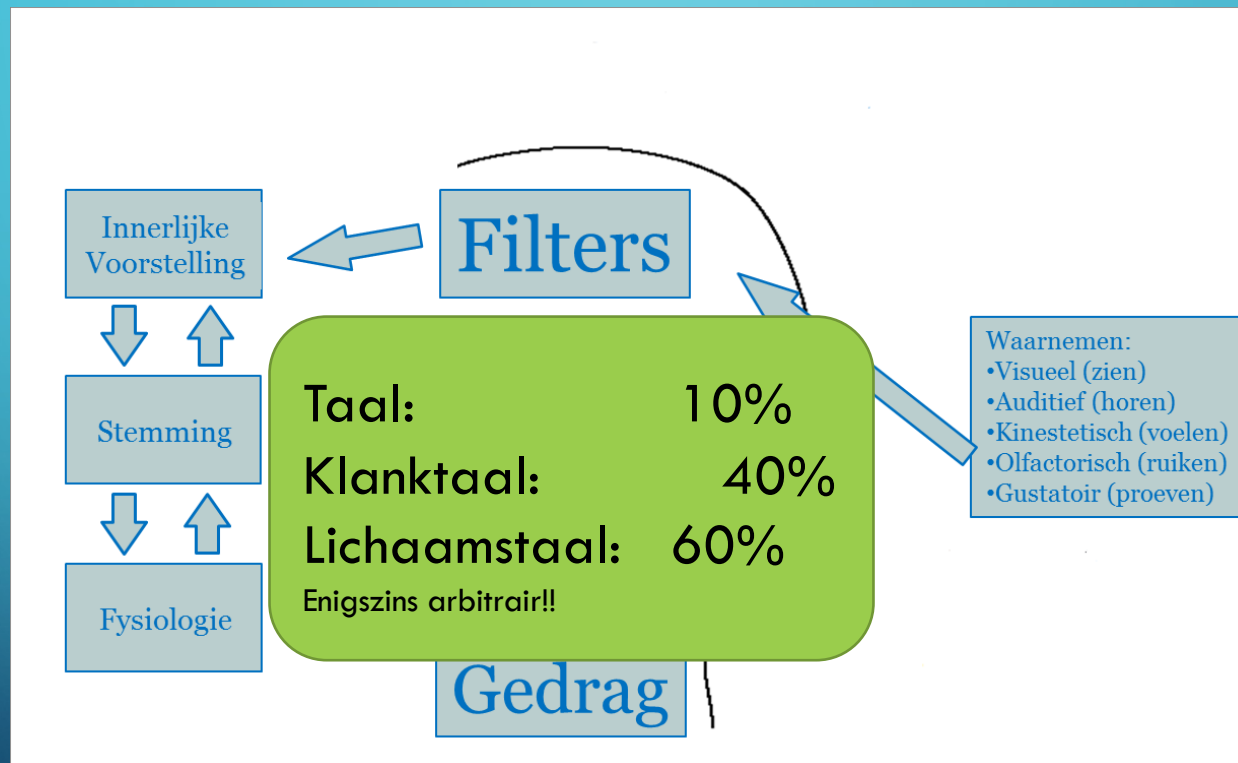
WORKSHOP: “BEGRIJPEN WIJ ELKAAR?”



COMMUNICATIE

Je kunt niet
“niet communiceren”

COMMUNICATIEMODEL



COMMUNICATIEMODEL

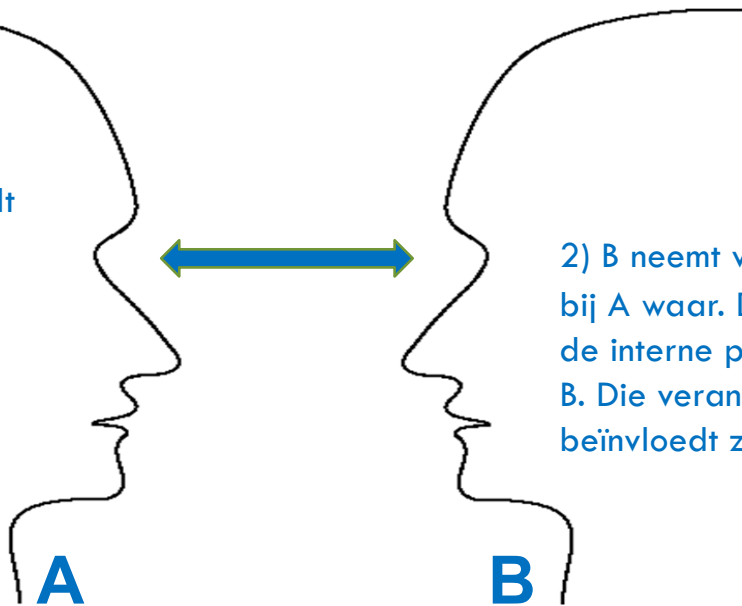
Onze interne processen

- gevoelens en gedachten -
- beïnvloeden ons gedrag

COMMUNICATIEMODEL

1) A neemt gedrag van B waar. Dit beïnvloedt de interne processen van A. Die verandering beïnvloedt zijn gedrag.

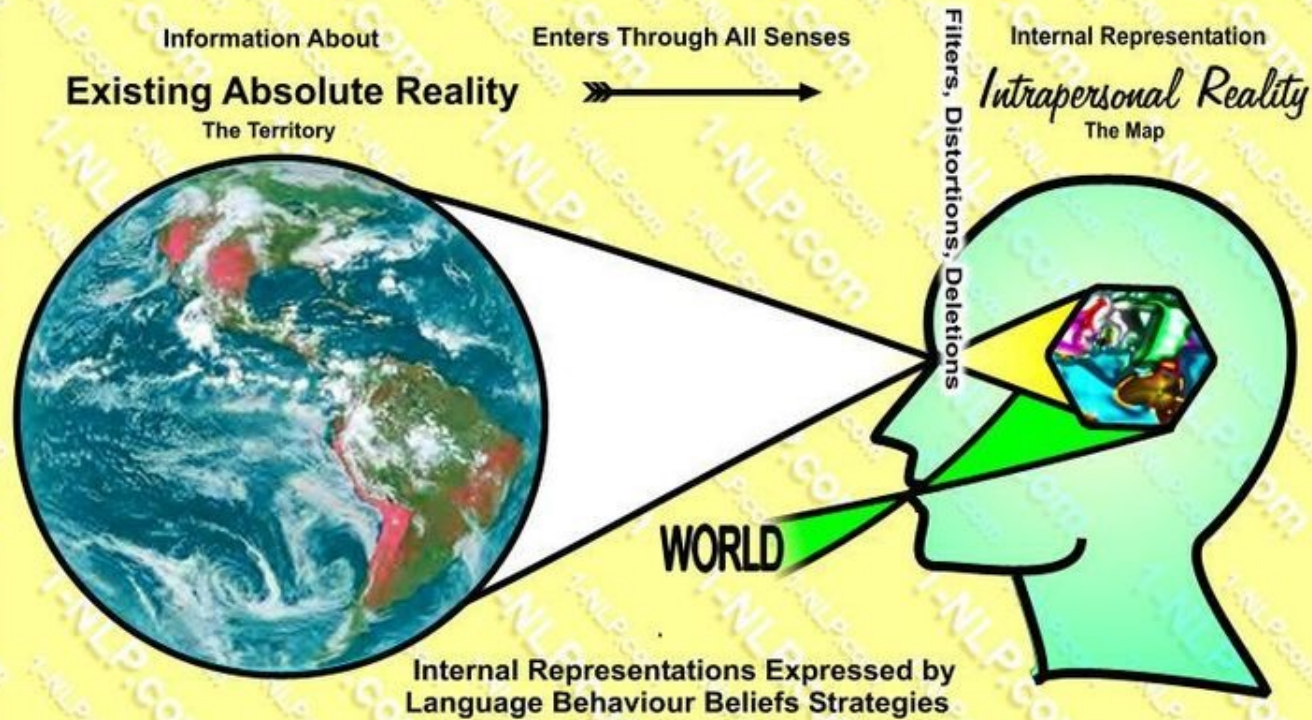
3) etc



2) B neemt verandering bij A waar. Dit beïnvloedt de interne processen van B. Die verandering beïnvloedt zijn gedrag

The Map Is Not The Territory

"But some maps are more likely to get you from A - Z than others ..."



Change The Map, You Change "The World"

COMMUNICATIEPIRAMIDE

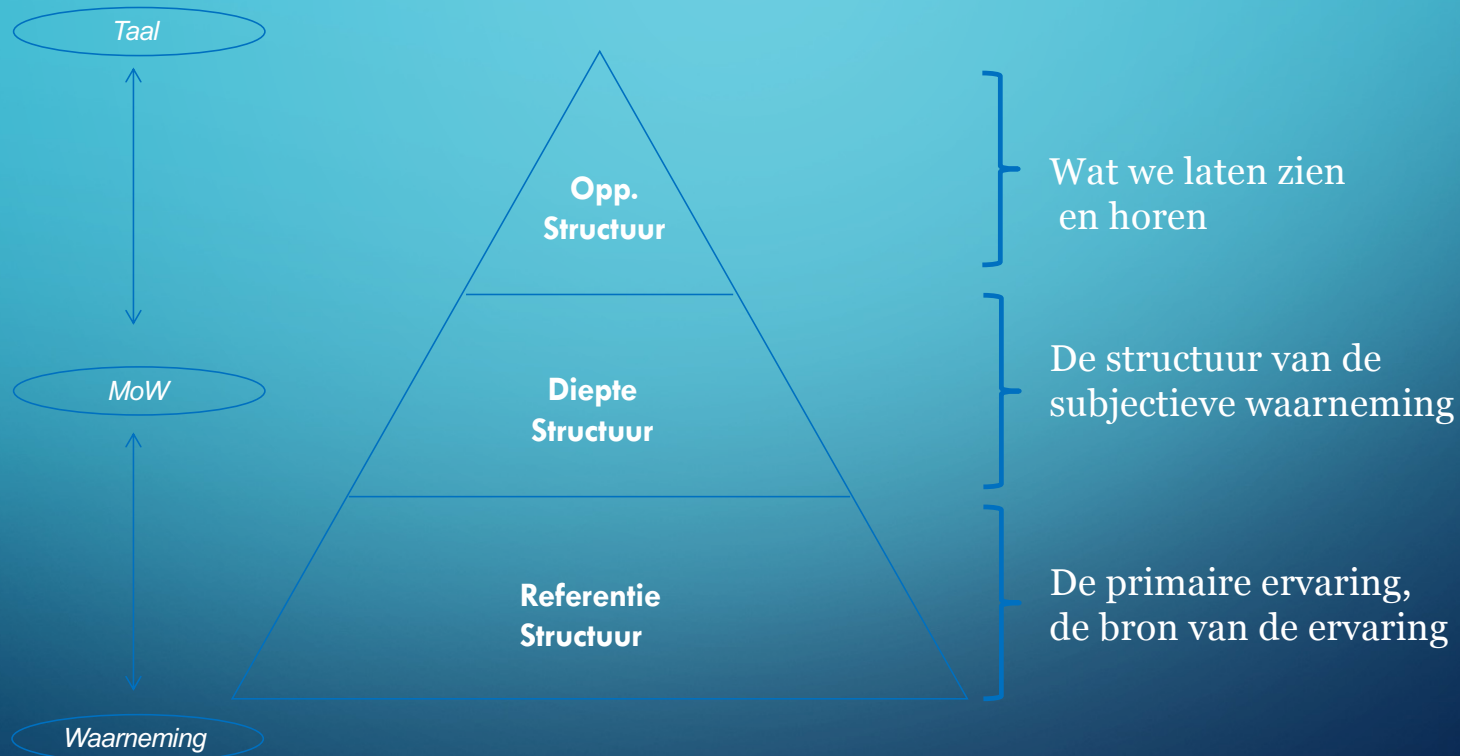
NLP metamodel

- Een verzameling taalpatronen die helpen om het Model van de Wereld (MOW) te verbinden aan de concrete ervaring
 - Raakvlak tussen taal en ervaring

Communicatiepiramide

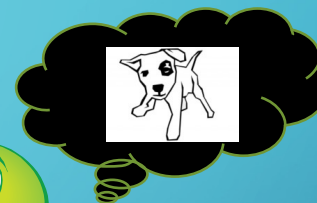
- Oppervlaktestructuur => Wat we laten zien en horen
- Dieptestructuur => Structuur van de subjectieve waarneming
- Referentiestructuur => Primaire ervaring, de bron van de ervaring

COMMUNICATIEPIRAMIDE



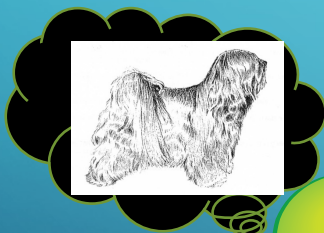
BEGRIJPEN WIJ ELKAAR?

I



'Ik heb een hond gekocht'

II



'Oh ja? Een grote hond?'



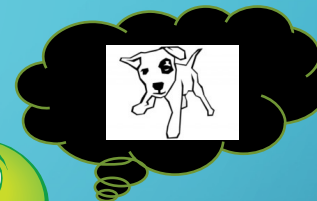
'Nee, nog niet zo groot'

BEGRIJPEN WIJ ELKAAR?

III

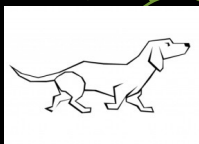


'Is het een langharige?'



'Nee, met korte haren'

IV



'En welke kleur?'



'Wit-zwart gevlekt'

BEGRIJPEN WIJ ELKAAR?



‘Wat een leuk hond, zeg!’



‘Ja, he!’

TAAL:

Twee belangrijke taal overtredingen

Generalisaties
Weglatingen

GENERALISATIES

Voorbeelden van generalisaties:

- "Alle jongeren zitten constant op hun telefoon."
- Dit impliceert dat alle jongeren dezelfde gewoonte hebben, terwijl er veel jongeren zijn die hun telefoon minder gebruiken.
- "Mannen zijn slecht in het uiten van emoties."
- Deze uitspraak suggereert dat mannen in het algemeen moeite hebben met emotionele expressie, terwijl er veel mannen zijn die juist goed met hun emoties omgaan.
- "Mensen uit de stad zijn ongeïnteresseerd in de natuur."
- Hier wordt verondersteld dat stadsbewoners minder interesse hebben in de natuur, terwijl er ook veel mensen in steden zijn die de natuur waarderen en actief opzoeken.

DELETIONS – WEGLATINGEN

Voorbeelden van weglatingen:

- "Ik ga even boodschappen doen."
- Weglating: Hier wordt niet vermeld wat de spreker precies gaat kopen. Het detail over de specifieke boodschappen wordt weggelaten omdat het als minder belangrijk wordt gezien of als vanzelfsprekend wordt aangenomen.
- "Zie ik je straks?"
- Weglating: Het specifieke tijdstip of de plaats wordt niet genoemd. De spreker gaat ervan uit dat de ander begrijpt wanneer en waar de ontmoeting zal plaatsvinden.
- "Ik ben er klaar voor."
- Weglating: Klaar voor wat precies? Het doel of de activiteit is niet expliciet benoemd. De spreker gaat ervan uit dat de luisteraar weet waar het over gaat, op basis van context.



OEFENING: GROEPJES VAN DRIE TOTALE DUUR: 15 MIN.

- A vertelt iets over zijn laatste vakantie.
- B en C letten op Generalisaties en Weglatingen en vragen die uit.
- Na 5 min wisselen van rol. Iedereen is een keer A

Plenair nabespreken.

CHUNKEN

= Indelen in klasse

=> Elke klasse heeft een overkoepelende naam en bestaat uit een verzameling onderdelen

Vb. Fruit: eetbare vruchten

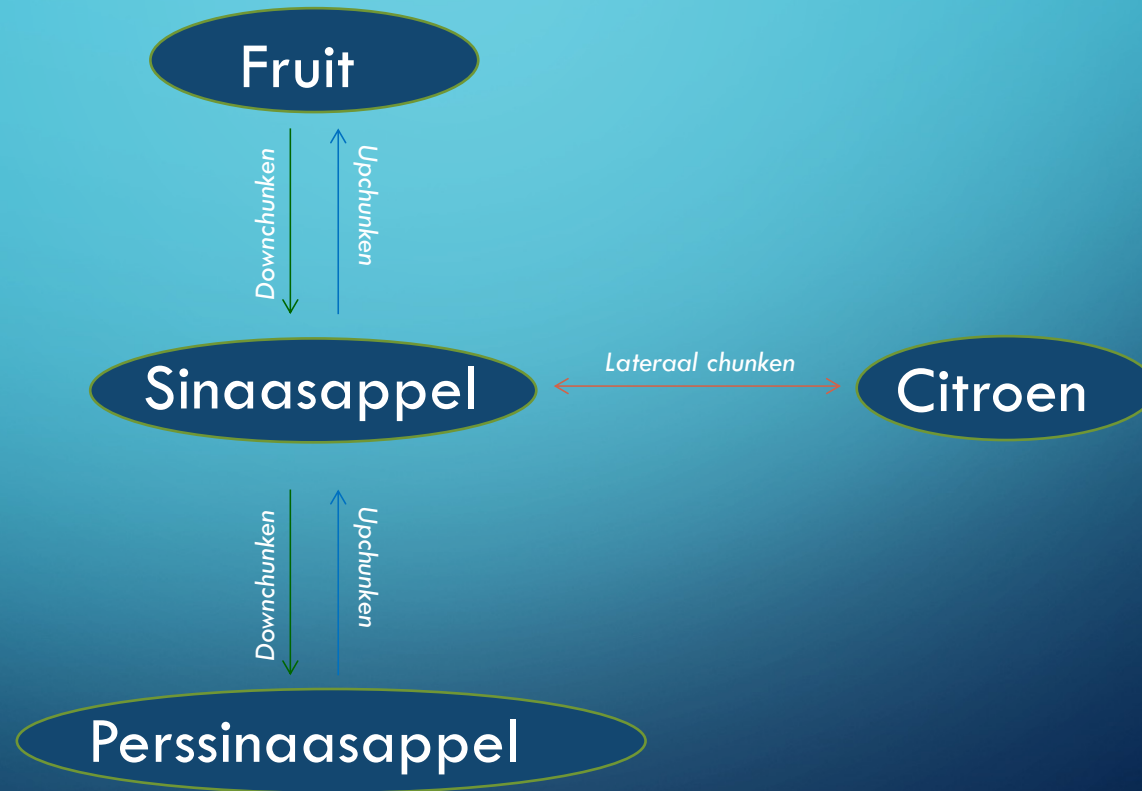
3 Vormen van chunken:

- Downchunken: Van hogere klasse -> lagere klasse
- Upchunken: Van lagere klasse -> hogere klasse
- Lateraal chunken: Alternatief binnen eenzelfde klassen

CHUNKEN VOORBEELD

Abstract

Detail



CHUNKEN

Effect:

- => Leidt tot gemeenschappelijke noemers
- => Leidt tot nieuwe inzichten
- => Elimineert eigen invullingen

CHUNKEN – OEFENING

GROEPJES MET S, A EN M (10 MIN. PER RONDE)

- A nodigt S uit te vertellen wat zijn/haar hobby's of vrije-tijd-bestedingen zijn
- A probeert er achter te komen:
 - Wat, hoe, waar, wanneer, hoe vaak, met wie?
 - Wat de werkelijke reden is van deze hobby/vrije-tijd-besteding?:
 - Wat maakt deze hobby/vrije-tijd-besteding zo belangrijk?
 - Wat levert het S op?
 - Waar staat de hobby/vrije-tijd-besteding voor?
- Evaluatie

CASUSSEN

Casus: Starten van een Tandartspraktijk

Achtergrond:

Dr. Emma van Dijk is afgestudeerd tandarts en heeft enkele jaren ervaring opgedaan in een drukke groepspraktijk. Ze heeft de ambitie om haar eigen tandartspraktijk te starten in een groeiende wijk van een middelgrote stad. De wijk heeft een diverse bevolking en een toenemende vraag naar tandheelkundige zorg.

Doelstellingen:

- Een gezonde en winstgevende praktijk opbouwen binnen de eerste drie jaar.
- Een cliëntenbestand opbouwen van minimaal 800 patiënten in het eerste jaar.
- Biedt een breed scala aan tandheelkundige diensten aan, waaronder algemene tandheelkunde, cosmetische tandheelkunde en preventieve zorg.

CASUSSEN

Casus: Verhogen van Klantvriendelijkheid in een Tandartspraktijk

Achtergrond:

Tandartspraktijk "Stralende Lach" heeft de afgelopen jaren te maken gehad met een daling in de patiënttevredenheid. Patiënten hebben geklaagd over lange wachttijden, onduidelijke communicatie en een gebrek aan persoonlijke aandacht. Het managementteam, onder leiding van tandarts Dr. Peter Jansen, besluit dat het verhogen van klantvriendelijkheid prioriteit moet krijgen om het imago van de praktijk te verbeteren en patiënten te behouden.

Doelstellingen:

- Verbeteren van de patiënttevredenheidsscores met 20% binnen zes maanden.
- Verminderen van wachttijden in de praktijk tot maximaal 15 minuten.
- Creëren van een warmere en gastvrije omgeving voor patiënten.

CASUSSEN

Achtergrond : Een online winkel wil de gebruikerservaring verbeteren door klanten sneller en gemakkelijker producten te laten vinden en bestellen. Momenteel moeten gebruikers door meerdere pagina's bladeren om producten te vinden en te bestellen, wat zorgt voor een lagere conversie en frustratie bij klanten. Het team wil een zoekfunctie implementeren die gebruikers in staat stelt om producten te filteren en direct vanuit de zoekresultaten toe te voegen aan hun winkelwagentje.

CASUSSEN

Achtergrond:

Een bank wil de zelfredzaamheid van klanten vergroten door hen meer controle te geven over hun rekeningen en gegevens. Momenteel moeten klanten voor wijzigingen, zoals het aanpassen van hun adres of het aanvragen van een nieuwe betaalpas, contact opnemen met de klantenservice. Dit leidt tot lange wachttijden en een hoge werklast voor het serviceteam. Het doel is om klanten deze wijzigingen eenvoudig zelf te laten doen via de mobiele app van de bank.

- Gegevensbeheer: Klanten kunnen hun adres, telefoonnummer en e-mailadres wijzigen via een eenvoudig formulier in de mobiele app.
- Betaalpasbeheer: Klanten kunnen hun betaalpas blokkeren, ontgrendelen of een vervangende pas aanvragen zonder extra stappen.
- Beveiliging: Voor elke wijziging moeten klanten hun identiteit verifiëren door middel van een pincode, Face ID, of een verificatiecode.
- Bevestiging: Na het voltooien van een wijziging ontvangt de klant een bevestiging via e-mail en een melding in de app.
- Gebruiksinterface: De interface is gebruiksvriendelijk en afgestemd op zowel iOS als Android, met duidelijke instructies en minimale stappen.

OEFENING: GROEPJES VAN DRIE TOTALE DUUR 20 MIN

- Pak een van de voorbeeld casussen.
- Zonder onderling overleg beschrijft een ieder 2 a 3 userstories betreffend hebbend op de casus. (5 min)
- A begint zijn userstories te bespreken.
 - B en C vragen de story uit, lettend op alle taal overtredingen en zaken die niet duidelijk zijn.
- Wisselen van rol. (5 min per ronde)
- Plenair nabespreken.