

Smart Communication

Communicatie

Communicatiedoelen

Communicatie heeft altijd een bepaald doel. Je doet iets namelijk niet zonder reden. Deze doelen worden opgedeeld in vijf onderdelen. Dit zijn:

- Awareness bouwen
Op deze manier maak je jezelf bekend.
- Verstrekken van informatie
Hiermee laat je zien wie of wat je bent.
- Interesse creëren
Zo krijg je het voor elkaar dat de ander je kent of wilt leren kennen.
- Band versterken
Hierdoor krijg je een diepere connectie met anderen.
- Vraag stimuleren
Op deze manier stimuleer je anderen om met jou in contact te komen.

Effectiviteit van communicatie

Door middel van communicatie kan je bepaalde doelen realiseren. Communicatie bestaat er in heel veel verschillende vormen. Zo kan je verbale communicatie hebben maar ook non-verbaal. Je kan met iemand online een gesprek hebben dat gaat over informatieuitwisseling. Maar ook het overleggen met een mogelijke investeerder is een vorm van communicatie. De vorm die communicatie aanneemt staat als het goed is gelijk aan het doel ervan. Als je iets voor elkaar wilt krijgen kan je dat op verschillende manieren realiseren en bij iedere doelgroep is dit anders te realiseren. Als persoon moet je hier je communicatie op aanpassen. Hierbij hoort vooral het herkennen van je doelgroep en het leren toepassen van de juiste vorm.

Succesfactoren effectieve communicatie

Communicatie wordt pas effectief als het de doelgroep aanspreekt en het doel bereikt is dat je wilde bereiken. Dit is eigenlijk de enige succesfactor van communicatie in mijn ogen. Elk gesprek, elke interactie ga je aan met een bekend of soms onbekend doel. Maar alles komt erop neer dat je iets uiteindelijk wel of niet bereikt. Dit is waar de factor succes komt kijken bij het gebruiken van verschillende soorten communicatie.

Doelgroepen

Bij dit onderwerp gebruik ik ter voorbeeld mijn project.

Verschillende doelgroepen

Zoals al besproken is het nodig om doelgroepen van elkaar te onderscheiden. Alleen op die manier kan je effectief communicatie toepassen. Eerlijk gezegd is het onderscheiden van doelgroepen niet zo heel lastig in de meeste gevallen. Een collega spreek je anders aan dan een klant. En een docent spreek je ook anders aan dan een projectgenoot. De meeste mensen hebben hiervoor wat ze noemen een sociale voelspriet. Je weet hoe je praat met verschillende doelgroepen maar is dit altijd even effectief. Zo moet je soms in je vormen van communicatie verschillen per doelgroep om te kijken wat het beste werkt. In dit project onderscheid ik de volgende doelgroepen: projectgenoten, docenten, projectbegeleiders, collega's en externe partijen

Projectgenoten zijn Mark en Job. Zij doen samen met mij dit project hierbij let ik erop hoe ik ze aanspreek en de aard van de relatie is zowel sociaal als zakelijk. Met deze personen doorloop ik eigenlijk alle vormen van communicatie naar elkaar toe en samen naar anderen.

Docenten zijn de docenten van de HAN. Hiermee heb ik vooral een zakelijke relatie met een lichte sociale ondertoon. Ik let hierbij op dat ik luister naar wat zij vertellen en dat ik zorg voor feedback zodat ik deze minor kan halen. Daarnaast verwachten zij van mij dat ik mij hier assertief in opstel. Hierbij gebruik ik verschillende vormen van communicatie door het verloop van de relatie heen. In het begin is het wat voorzichter en leer je elkaar kennen, later kan er wat directer gecommuniceerd worden omdat je weet wat je aan elkaar hebt.

Projectbegeleiders zijn de personen binnen WeFabricate die ons project direct overzien. Hierbij moeten ik en mijn projectgenoten er dus voor zorgen dat we hun op de hoogte houden over het project. De vormen van communicatie die hierbij gebruikt worden verschillen door de aard van de relatie. Naast een zakelijke relatie bouw je namelijk ook een sociale band op. Dit komt doordat er niet alleen gesproken wordt over het project maar ook over het leven naast het werk.

Collega's zijn de mensen die bij WeFabricate werken maar niet direct verband hebben met ons project. Deze mensen hoef ik niet per se op de hoogte te houden maar hiermee communiceer ik wel tijdens het project. Om deze reden zorg ik ervoor dat ik een sociale band opbouw waar ik op een zakelijke manier gebruik van kan maken als dat nodig is. Hierbij zal ik vooral gebruik maken van het verstrekken van informatie en het creëren van een band.

Externe partijen zijn de mensen die wij nodig gaan hebben dit project buiten school en WeFabricate om. Dus mensen van een ander bedrijf of experts op een bepaald gebied. Met deze mensen is de band volkomen zakelijk. Dit zorgt ervoor dat ik ervoor moet zorgen dat ze mij gaan helpen. Dit doe ik door gebruik te maken van het creëren van awareness, het

verstrekken van informatie en het creëren van interesse. Op deze manier hoop ik dat ze ook iets van mij kunnen krijgen of dat ze het willen doen uit de goedheid van hun hart.

Reflectie

Achteraf denk ik dat we de juiste communicatiemethoden hebben gebruikt bij verschillende doelgroepen. Mijn groepsgenoten en ik hebben een fijn project doorstaan met elkaar waar de communicatie onderling goed was. De communicatie met onze projectbegeleiders van WeFabricate is ook top verlopen. Ik heb het gevoel dat ik daadwerkelijk een band heb opgebouwd. Daarnaast hebben wij ze goed op de hoogte gehouden en ziet het ernaar uit dat zij tevreden zijn met onze oplevering. Dit komt mede door de manier van communiceren. Met de docenten heb ik denk ik ook de juiste vorm van communiceren gebruikt. Echter was voor mij niet alles altijd even duidelijk en merk ik dat ik hier misschien beter vaker had kunnen communiceren. Maar ik moest ook opletten dat ik niet te veel opdrong. Ik vind het moeilijk hier een oordeel over te geven want dit zijn deels gevoelens van andere personen en die vind ik moeilijk te peilen. Met de collega's binnen WeFabricate heb ik inmiddels een prima band opgebouwd. Het is een aantal keer voorgekomen dat we iets nodig hadden en dit kregen we dus ook voor elkaar. Mede doordat we een sociale band samen hadden opgebouwd denk ik. Wat betreft externe partijen is het ook super gegaan. We hebben veel externe partijen benaderd en deze hebben ons allemaal geholpen. Ik denk wel dat dit deels kwam omdat we ons profileerden als studenten of juist soms potentiële klanten. Wat voor hen de schijn opdeed alsof ze er iets uit konden halen terwijl dat niet altijd het geval was.

Al met al ben ik erg tevreden over de gekozen communicatiemethoden.