



## ***Opleidingsaanbod 2015***



**Brooklyn Group**  
Balance in Business



## Inhoud

Communicatie ①	3
Communicatie ②	4
Klantgericht denken en handelen	5
Telefonische communicatie	5
Persoonlijke verkoop	6
Verkoop van visie, merk en concept	6
Acquisitie en marktwerking	7
Accountmanagement	8
Presentatievaardigheden	8
Onderhandelen ①	9
Onderhandelen ②	9
Persoonlijke effectiviteit in gedrag	10
Teameffectiviteit in gedrag	10
Personal coaching voor manager en medewerker	11
Gedragstypologie voor managers	11
Coaching en begeleiding on the job	12
Het proces van besloten training	13
Training meetbaar maken	14
Achtergrondinformatie over methodiek en werkwijze gedragstrainingen	17
Werkwijze en methodieken	25



## Communicatie ①

### Inhoud

Deze training laat het hele proces van communicatie in stappen zien: verbaal en non-verbaal, vragen, doorvragen en luisteren, samenvatten en gericht argumenteren. Daarnaast staan we stil bij waar het fout kan gaan in de communicatie, de oorzaken hiervan en hoe u dit kunt voorkomen. Verder komt aan bod hoe u in gesprek blijft als er weerstand is of bezwaren zijn. Tot slot geven we inzicht in de structuur van verschillende gesprekken en hoe u de communicatie met anderen op een prettige wijze kunt sturen.

### Onderwerpen

- Basisprincipes van communicatie
- Vragen
- Luisteren
- Samenvatten
- Argumenteren
- Structureren en sturen van een gesprek
- Verschillende gespreksmodellen
- Omgaan met weerstand in een gesprek

### Doelgroep

Iedereen die interactie heeft met collega's, teams, andere afdelingen, managers, medewerkers, klanten en leveranciers. Communiceren doet iedereen, elke dag, zowel intern als extern, waardoor deze training voor iedereen een prima basis of verdieping is in het proces van communicatie.

In interactie met anderen heeft u wel eens het gevoel dat er iets wringt: u ergert zich aan de gesprekston van uw gesprekspartner, u heeft het gevoel dat u de ander niet bereikt met uw verhaal en/of het is u niet duidelijk waar de ander zich exact mee bezig houdt. De relatie komt hiermee onder druk te staan en de spanning neemt toe. Deze training leert u hoe u deze negatieve spiraal kunt doorbreken en hoe u het gesprek weer in goede banen kunt leiden.



## Communicatie ②

### Inhoud

Een mogelijke oorzaak voor de gebrekkige communicatie kan liggen in het feit dat beide partijen op verschillend niveau met elkaar communiceren. Tijdens deze training leert u de communicatieniveaus herkennen en - door verschillende oefeningen - op de juiste wijze toe te passen in interactie met anderen.

Daarnaast gaan we in op de impact binnen communicatie; door bewustwording te creëren bij uw gesprekspartner en aan de hand van de juiste vraagstelling bent u in staat om het inzicht van de ander te beïnvloeden zodat u op basis daarvan een andere houding weet te realiseren.

### Onderwerpen

- De 4 communicatieniveaus
- Het communicatieniveau van de ander leren herkennen
- Schakelen tussen de verschillende niveaus
- Een paradigmawisseling creëren
- Het ankervragenmodel toepassen
- Impact creëren in uw communicatie

### Doelgroep

Iedereen die interactie heeft met collega's, teams, andere afdelingen, managers, medewerkers, klanten en leveranciers. Communiceren doet iedereen, elke dag, zowel intern als extern. Deze training is voor iedereen een prima verdieping in het proces van communicatie, in zowel kennis als vaardigheden.

## Klantgericht denken en handelen

### Inhoud

In deze training wordt de deelnemer zich bewust van het belang van zowel de interne als externe klant en wat dit van hem vraagt in denkwijze, houding en vaardigheden. Het begint met de stap inzicht krijgen in de perceptie van de klant; hoe beleeft de klant onze dienstverlening? Welke eisen stellen we zelf als we klant zijn? Met een tevreden klant (intern en extern) als doel leert men terug redeneren via de verschillende stappen die een organisatie, een team en een individu moet maken om de klant tevreden te stellen en tevreden te houden. Tevens wordt stilgestaan bij de hulpmiddelen en vaardigheden die nodig zijn om klantgericht handelen ook te borgen in de dagelijkse praktijk op de werkplek.

### Onderwerpen

- Doelstellingen op gebied van interne en externe klantgerichtheid
- Hoe ervaart de klant onze dienstverlening?
- Welke gedragskenmerken zijn van belang bij klantgericht denken?
- Van binnen naar buiten gericht zijn
- De stappen in het model van klanttevredenheid
- Het toepassen van relevante commerciële vaardigheden
- Op de juiste wijze opgaan met vragen en klachten
- Zorgen voor transparantie en uniformiteit in klantgerichtheid

### Doelgroep

Speciaal bestemd voor service- en ondersteunende afdelingen, front office,

helpdeskmedewerkers en andere functionarissen die in direct contact staan met de interne en externe klant.

## Telefonische communicatie

### Inhoud

Deze training behandelt alle vormen van communicatie die via de telefoon plaatsvinden, zoals het verstrekken of verzamelen van informatie, het behandelen van een klacht of het brengen van "slecht nieuws". In de training wordt aan de hand van korte logische gespreksmodellen vooral veel geoefend in diverse gesprekken, waarbij de deelnemers hun eigen praktijkvoorbeelden kunnen gebruiken om te oefen. Op deze wijze kan men direct na de training het geleerde toepassen op de eigen werkplek.

### Onderwerpen

- Basisprincipes telefoongebruik
- Inbound & outbound gesprekken
- Gespreksmodellen informatie verstrekken, klachtbehandeling, slecht nieuws
- Omgaan met weerstanden, bezwaren en agressie aan de telefoon
- Praktijksimulaties: het voeren van verschillende telefoongesprekken m.b.v. opname apparatuur
- Feedback en persoonlijk actie plan

### Doelgroep

De training telefonische communicatie is bestemd voor iedereen die in zijn functie diverse soorten telefonische gesprekken moet voeren en waarbij bewust moet worden omgegaan met de communicatie en de vorm van het gesprek.

## Persoonlijke verkoop

### Inhoud

De training reikt kennis en inzicht aan in communicatieve vaardigheden en de te nemen stappen in een verkoopgesprek. Om deze stappen tijdens het verkoopgesprek succesvol te kunnen doorlopen, wordt u door theoriemodules, maar vooral door oefening en praktijksimulaties, vaardig gemaakt om de transfer van kennen naar kunnen te maken. U kunt hierbij onder andere denken aan het toepassen van vraagstellingstechnieken, waardoor u aan de hand van een inventarisatiechecklist de juiste informatie verzamelt. Aansluitend op deze verzamelde informatie kunt u vervolgens gericht uw eigen argumentatie presenteren, waardoor bij de klant optimaal in de behoefte wordt voorzien.

Niet alleen de productkenmerken en/of voordelen moeten worden benoemd, maar vooral wat dit voor de klant betekent. Daarnaast leert u om te gaan met weerstanden van de

klant en hoe u met de klant in gesprek kunt blijven om uiteindelijk met een afsluittechniek de order te kunnen schrijven.

### Onderwerpen

- De structuur van het verkoopmodel
- Voorbereiding op een bezoek/gesprek
- De openingsfase
- De behoeftebepaling
- Presenteren en argumenteren
- Omgaan met bezwaren en weerstanden
- Afsluiten en een positief vervolg creëren

### Doelgroep

Persoonlijke verkoop Basis is een training voor wie aan het begin van zijn of haar commerciële carrière staat en dus nog over onvoldoende kennis, inzicht en vaardigheden beschikt op het gebied van commerciële gespreksvoering. Na de training bent u in staat om het verkoopgesprek dusdanig te structureren dat u het hoogst mogelijke gespreksrendement kunt behalen.

## Verkoop van visie, merk of concept

### Inhoud

In veel functies is het overbrengen van een 'boodschap' een belangrijke vaardigheid. Die 'boodschap' kan bijvoorbeeld bestaan uit het uitdragen van een visie/missie, het uitleggen van de functie en de kracht van een merk of concept of de introductie van een product of dienst. Daarbij is het van belang dat u vanuit de toegevoegde waarden hiervan een doorvertaling maakt naar de voordelen voor de ontvanger van deze 'boodschap'.

In deze training leert u een visie op de juiste wijze te formuleren en te laten aansluiten op de visie van anderen. We gaan in op branding, de kracht van een merk en hoe die vertaald moet worden naar de markt. Tijdens de training oefent u in de gesprekssimulaties vooral in het structureren en presenteren van deze boodschap, waarbij commerciële gespreksvoering een belangrijke rol speelt.

### Onderwerpen

- Een visie formuleren
- De visie-piramide
- De kracht van een merk, meer dan een product
- Conceptselling
- Commerciële gespreksvoering
- Presenteren van de boodschap
- Commitment halen

### Doelgroep

Management, sales, accountmanagement, projectmanagers, productmanagers, brandmanagers en iedereen die intern of extern aan teams, andere afdelingen, klanten, prospect of leveranciers een 'boodschap' zoals hierboven omschreven moet overbrengen.

## Acquisitie en marktwerking

### Inhoud

Tijdens deze training doorlopen we stapsgewijs het hele proces van marktwerking tot en met het sluiten van een eerste opdracht of verkoop. Vanuit marktkennis selecteert u marktpotentieel, al dan niet met behulp van een database, denkt u na over de mogelijke acquisitietools en zet u een marktwerkingsplan/accountplan op.


Het proces van analyse, doelstellingen, timetable en tussentijdse evaluatie komt hierin terug zodat u leert procesmatig uw markt/branche in kaart te brengen en te bewerken. Tijdens de training oefent u bovendien de vaardigheden die betrekking hebben op commerciële gespreksvoering bij acquisitie, een optimale intake en het opzetten, presenteren en uitonderhandelen van een offerte.

### Onderwerpen

- Een marktwerkingsplan/accountplan opzetten
- Prospectselectie
- Verschillende acquisitietools toepassen
- Telefonische afspraken maken
- Een intakegesprek voeren
- Een offerte opzetten
- Een offerte presenteren
- De offerte uitonderhandelen
- Een gestructureerde samenwerking met de nieuwe klant opzetten
- Voorwaarden

### Doelgroep

Verkopers, accountmanagers, key accountmanagers, salesmanagers en allen die binnen de commerciële functie ook de taak hebben om vanuit de te bewerken doelgroep een selectie te maken, acquisitie te plegen, prospectgesprekken te voeren en offertes te maken voor de potentiële klant of opdrachtgever.



## Accountmanagement

### Inhoud

Deze training behandelt de relevante onderdelen die binnen het vak accountmanagement centraal staan. Accountmanagement van A tot Z, waarbij gestart wordt met opzetten van een marktwerkingsplan. Met behulp van een relevante database en dit marktwerkingsplan kan de eerste stap gezet worden; een selectie maken in het totale adressenpakket van klanten en prospects. Vervolgens wordt ingegaan op de verschillende acquisitiemethoden, het maken van afspraken, E commerce en voor de reeds bestaande klanten het hanteren van een optimaal relatiebeheersysteem. De verschillende typen gesprekken die bij klanten moeten worden gevoerd, komen allemaal aan de orde en worden door middel van cases en simulaties ook geoefend. Hierbij valt te denken aan een intake/inventarisatiegesprek, een evaluatiegesprek, een jaargesprek, het bespreken van een offerte en het onderhandelingsgesprek. In de bandbreedte wordt het maken van offerten, accountplannen en presenteren voor klanten ook behandeld tijdens deze training.

### Onderwerpen

- Het proces van accountmanagement
- Opzetten van een marktwerkingsplan
- Het belang van een optimale database
- Selecties maken binnen de bewerking van de markt
- Acquisitie
- Commerciële gespreksvoering
- Onderhandelen en afsluiten
- Het maken van offerten en accountplannen
- Presentatievaardigheden

- Optimaal relatiebeheer

### **Doelgroep**

Bestemd voor accountmanagers, key accountmanagers, national accountmanagers en overige salesfunctionarissen die verantwoordelijk zijn voor het binnenhalen van nieuwe accounts en het beheren en uitbouwen van bestaande relaties.

## **Presentatievaardigheden**

### **Inhoud**

U leert de juiste presentatievorm kiezen op basis van de doelstelling en het beoogde effect van uw presentatie. Naast de juiste vorm is uw performance ook van grote invloed. Communicatieve vaardigheden, uw gedragsstijl en de interactie met uw toehoorders zijn mede bepalend voor het succes van uw presentatie. Daarom oefenen we tijdens de training veel in het presenteren voor de camera, zodat u zelf uw eigen leerpunten kunt ontdekken.

### **Onderwerpen**

- Structuren en presentatievormen
- Verbale en non-verbale communicatie
- Commerciële gespreksvoering
- Synchroniseren van presenteren en visualiseren
- Omgaan met vragen en discussie
- Inzetten van middelen
- Opnamen, simulaties en gespreks oefeningen

### **Doelgroep**

Iedereen die intern of extern een zakelijke presentatie moet geven voor een groep, team, afdeling, prospect, klant of leverancier.

## **Onderhandelen ①**

### **Inhoud**

Uitgangspunt bij deze training is dat de partijen die met elkaar onderhandelen de intentie hebben om tot een overeenkomst te komen, maar er op prijs, condities of randvoorwaarden nog niet helemaal uit zijn. Tijdens deze training krijgt u inzicht in het onderhandelingsproces, de logische stappen die u daarin moet maken, en de commerciële gespreksvoering die hierbij noodzakelijk is.

### **Onderwerpen**

- Onderhandelingsproces
- Stappen binnen de onderhandeling
- Voorbereiden op een onderhandelingsgesprek
- Tussentijds afsluiten
- Omgaan met weerstand
- Commitment halen
- Commerciële gespreksvoering zoals vraagstelling en argumenteren
- Samenvatten en afsluiten

### **Doelgroep**



Iedereen die intern of extern binnen zijn functie te maken heeft met het maken van of komen tot afspraken, waarbij enige onderhandeling noodzakelijk is.

## Onderhandelen ②

### Inhoud

In de voorbereiding zet u op basis van analyse verschillende onderhandelingsscenario's op. Stapsgewijs benoemen en oefenen we de verschillende scenario's. Onderhandelen op prijs heeft een belangrijke plaats in deze training. Verder leert u dat gedrag een belangrijke rol speelt en welke stijlen u kunt inzetten om invloed uit te oefenen op uw onderhandelingspartner.

### Onderwerpen

- Voorbereiding op de onderhandeling
- Opzetten van verschillende onderhandelingsscenario's
- Onderhandelen op prijs
- Inzetten en uitwisselen van 'wisselgeld'
- Onderbreken en weer oppakken van de onderhandeling
- Invloed van gedrag binnen de onderhandeling
- Commitment halen
- Tussentijds samenvatten en afsluiten

### Doelgroep

Iedereen die intern of extern binnen zijn functie te maken heeft met het maken van of komen tot afspraken, waarbij onderhandeling noodzakelijk is.

## Persoonlijke effectiviteit

### Inhoud

De training 'Persoonlijke effectiviteit' is een gedragstraining. Tijdens deze training behandelen we persoonlijkheidskenmerken en gedragsstijlen. Enerzijds leert u meer over uw eigen waarneembaar gedrag en wat dit met de ander doet, anderzijds leert u hoe u inzicht krijgt in het waarneembaar gedrag van anderen. Vervolgens oefent u in hoe u de verbinding kunt maken met de ander door gedragsstijlen te matchen en te anticiperen op de perceptie van de ander.

In deze training doet u onder andere een zelfscan om te bepalen wat uw kwaliteiten en ontwikkelpunten zijn en welke voorkeursstijl in gedrag u hanteert binnen de werksfeer.

### Onderwerpen

- De belangrijke rol van perceptie
- Uw eigen kwaliteiten en ontwikkelpunten
- In kaart brengen van uw eigen voorkeursstijlen in gedrag
- Leren herkennen van de gedragsstijl van de ander
- De do's & don'ts bij het maken van verbinding met de ander
- Simulaties, rollenspel, opnamen en opdracht voor de praktijk

### Doelgroep

Iedereen die naast vaardigheden ook inzicht in gedrag van zichzelf en anderen wil krijgen en deze kennis en vaardigheden wil toepassen in de dagelijkse interactie met anderen om de juiste klik te kunnen maken en een ander, beter gespreksresultaat te bereiken.

## **Teameffectiviteit**

### **Inhoud**

Deze training zien teams dat elk individu anders naar de realiteit kijkt en op basis van zijn of haar interpretatie een mening vormt. Door van elkaar te begrijpen hoe elk teamlid tot gedachten en gevoelens komt en welk gedrag hieruit voortkomt is een team veel beter in staat om onderling een betere interactie te creëren, waardoor er beter, prettiger en sneller kan worden samengewerkt.

### **Onderwerpen**

- De belangrijke rol van perceptie
- Uw eigen kwaliteiten en ontwikkelpunten
- 360 graden feedback binnen het team
- In kaart brengen van eigen voorkeursstijlen in gedrag
- Leren herkennen van de gedragsstijl van de ander
- De do's & don'ts bij het maken van verbinding met de ander
- Simulaties, rollenspel, opnamen en opdracht voor de praktijk

### **Doelgroep**

Teams, afdelingen en projectgroepen die op basis van betere communicatie effectiever willen samenwerken.



**Brooklyn Group**

Balance in Business

## **Personal coaching voor manager en medewerker**

### **Inhoud**

Tijdens deze training reiken we u kennis en vaardigheden aan die u als manager en coach in staat stellen om samen met de medewerker een ontwikkelingsplan te maken. De competenties, noodzakelijk voor de functie van de medewerker, zijn hierbij het uitgangspunt. U leert het juiste ontwikkelingsniveau te bepalen en welke stijl van coachen hierop het beste aansluit. U krijgt hierdoor ook het inzicht dat elke medewerker per taak binnen de functie verschillende stijlen van coaching nodig zou kunnen hebben. Tevens geeft deze training inzicht in uw voorkeursstijl als manager en welke stijl u nog zou kunnen verbeteren. Deze aanpak en methodiek is ook prima inzetbaar bij zelfcoaching en ontwikkeling voor zowel de manager als de medewerker.

### **Onderwerpen**

- Wat is coaching?
- Welke stijlen van coaching zijn er?
- Het ontwikkelingsniveau bepalen
- Switchen in coachingsstijlen
- Een persoonlijk ontwikkelingsplan maken
- Praktijksimulaties, oefeningen en tussenliggende opdracht



## Doelgroep

Elke manager die zijn medewerkers effectief en efficiënt wil coachen en iedereen die gestructureerd aan zelfcoaching wil doen.

## Gedragstypologie voor manager en coach

### Inhoud

Tijdens deze training gaan we uitvoerig in op de gedragscomponent en leert u meer over uw eigen gedrag en wat dit met de ander doet én leert u inzicht te krijgen in het gedrag van uw medewerkers. Het gaat hierbij specifiek om kennis van en inzicht in persoonlijkheidskenmerken, die in de dagelijkse communicatie altijd tot uitdrukking komt. Door bewustwording van uw eigen persoonlijkheidskenmerken en herkenning van die van de ander, is het mogelijk om met een bewust gekozen communicatie- en gedragsstijl invloed uit te oefenen op de interactie met de ander en een beter resultaat te behalen.

### Onderwerpen

- Wat is perceptie en wat doet dit in het dagelijkse leven?
- Welke gedragingen heb ik zelf als manager?
- Hoe kijken anderen tegen mij aan?
- Welke verschillende gedragsstijlen zijn er?
- Hoe leer ik gedragsstijlen herkennen bij mijn medewerkers?
- Op welke wijze kan ik inspelen op de verschillende gedragsstijlen van mijn medewerkers?
- Praktijksimulaties, oefeningen en tussenliggende opdracht

### Doelgroep

Iedere manager die leiding geeft en coacht waarbij hij naast kennis en vaardigheden ook inzicht wil krijgen in de invloed van gedrag en persoonlijkheidskenmerken op communicatie in het algemeen en met zijn medewerkers in het bijzonder.

## Coaching en begeleiding on the job

### Inhoud

Volgens het 8 stappen coachingsmodel leert u heel gericht de dagelijkse werkzaamheden te coachen en te begeleiden op de werkplek zelf. Elke stap uit het model wordt inhoudelijk behandeld en aan de hand van praktische voorbeelden uit uw eigen praktijk, oefeningen en simulaties omgezet in concrete vaardigheden.

### Onderwerpen

- Wat is coachen?
- In welke situaties is coaching noodzakelijk?
- Het 8 stappen coachingsmodel
- Zelftest: wat zijn mijn coachingsvaardigheden en ontwikkelpunten?
- De noodzakelijke gespreksvaardigheden
- Een compact en praktisch actieplan voor de medewerker opzetten
- Commitment verkrijgen en motiveren
- Coachingsgesprekken voeren

### Doelgroep

Iedereen die een collega/medewerker moet coachen of in lijn leiding geeft en praktische inzichten en vaardigheden nodig heeft voor formele coachingsmomenten en coaching tijdens de dagelijkse werkzaamheden op de werkplek.



# Brooklyn Group

Balance in Business

## Het proces van besloten training

Besloten training betekent dat de in de opleidingsgids genoemde onderwerpen als uitgangspunt dienen, maar dat op basis van het hierna geschetste voorbereidingsproces het uiteindelijke programma, oefeningen, cases en simulaties tot stand komen.

### Stap 1: Intake/praktijkoriëntatie

Tijdens de intake zal met de opdrachtgever en eventueel met de betrokken deelnemers de trainingsbehoeften en doelstellingen worden besproken. Voor het behalen van deze doelstellingen wordt dan ook een daadwerkelijk commitment gesloten. De praktijkoriëntatie is ter aanvulling mogelijk en dient om de deelnemers voorafgaand aan de training in hun eigen werkomgeving te observeren. Op deze wijze ontstaat er een duidelijke beeldvorming en een helder inzicht in de leerwensen zodat het definitieve programma en de cases zoveel mogelijk op maat gemaakt kunnen worden.

### Stap 2: Vaardigheidsmeter/Gedragsprofiel (nulmeting)

Door het benoemen en normeren van de te ontwikkelen vaardigheden kunnen deze meetbaar worden gemaakt. Deze stap is optioneel en een aanvulling op de intake uit stap1.

### **Stap 3: Definitieve trainingsprogramma**

Op basis van bovengenoemde stappen kunnen de juiste trainingsonderwerpen worden benoemd en het definitieve trainingsprogramma, de oefeningen en de cases geheel op maat worden gemaakt.

### **Stap 4: Training/evaluatie en feedback**

Tijdens de training wordt zeker 50% van de tijd besteed aan DOEN; het omzetten van het 'kennen' naar 'kunnen' door middel van simulaties, oefeningen, rollenspellen en het werken in subgroepen. Tevens bouwt iedere deelnemer tijdens de training een persoonlijk actieplan op. Hierin staan de voor hem/haar relevante ontwikkelpunten voor in de dagelijkse praktijk vermeld.

### **Stap 5: Begeleiding en implementatie**

Naast het feit dat de deelnemer advies ontvangt ten behoeve van de implementatie, zijn er ook diverse tools (o.a. training voor coaching op de werkplek, train the trainer of het inplannen van een vervolgmeting) voor de direct leidinggevende of coach die de implementatie kan ondersteunen.

Op deze wijze wordt er voor gezorgd dat veranderingen ook worden ingebed en zal er worden teruggekoppeld op het in aanvang afgegeven commitment.



**Brooklyn Group**  
Balance in Business

## **TRAINING MEETBAAR MAKEN; meer grip op ROI.**

### **De vaardigheidsmeter**

De doelstelling van deze tool is om op basis van meting concreet het kennis, vaardigheid en gedragsniveau van de medewerkers te kunnen afzetten ten opzichte van de gestelde norm die noodzakelijk is voor de verschillende taken binnen de functie. De output van deze meting geeft een duidelijk en betrouwbaar beeld over wat men per individu presteert, nog mist, nog moet leren of moet veranderen om de kerntaken binnen de functie goed te kunnen invullen. De uitkomst zal niet alleen per individu, maar ook op groepsniveau laten zien wat de trainingsbehoefte is, zodat hierop heel gericht actie wordt ondernomen in de vorm van training & opleiding per individu en voor de gehele groep.

### Stap 1: Het benoemen van de kerntaken

Op basis van de functieomschrijving wordt inzichtelijk welke kerntaken binnen de functie van belang zijn. Van hieruit worden de relevante competenties benoemd.

### Stap 2: Het benoemen van de benodigde vaardigheden en gedragscomponenten

Tijdens deze stap worden de competenties doorvertaald naar gewenste vaardigheden en gedrag.

### Stap 3: Het opstellen van de Vaardigheidsmeter

In de Vaardigheidsmeter worden de vaardigheden en gedragscomponenten concreet gemaakt in genormeerde deelcriteria, zodat deze meetbaar zijn.

### Stap 4: Assesment

De Vaardigheidsmeter wordt ingevuld op basis van een tailor made assesment. Deze nul-meting kan gecombineerd worden met andere vormen van toetsing zoals schriftelijke testen en /of intakegesprekken.



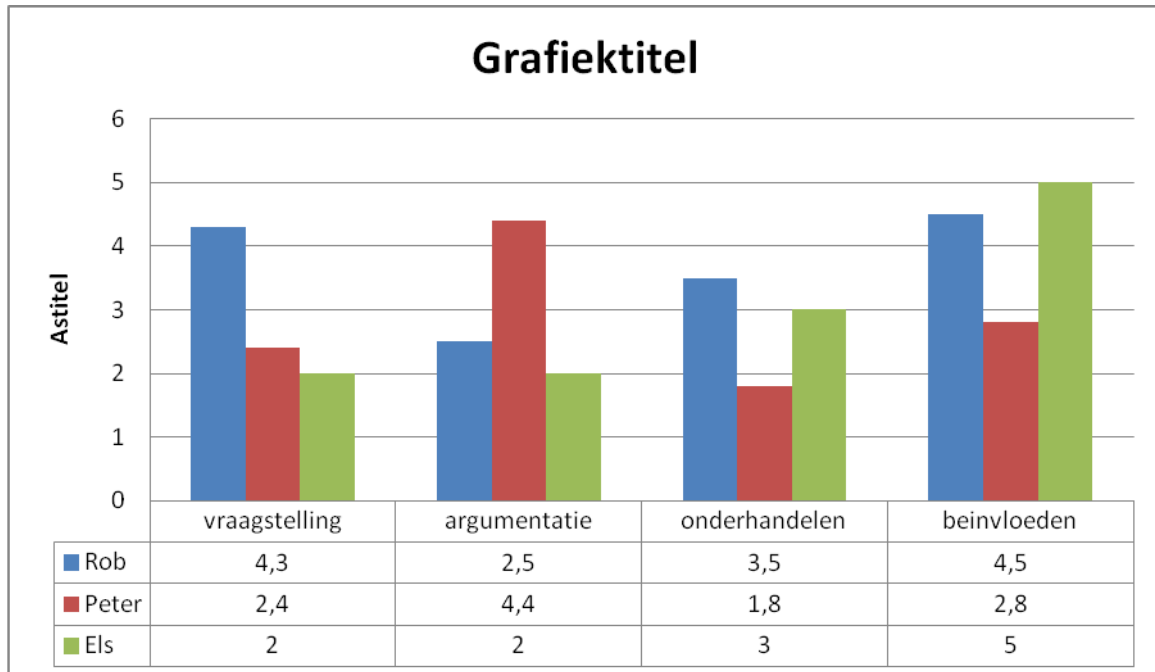
**Brooklyn Group**  
Balance in Business

#### De assessment carousel.

Deelnemers	Trainer/consultant 1			1 & 2	2
	Kennismaken & uitleg	Test schriftelijk	Vorbereiden simulatie	Uitvoeren simulatie	einde
1	09.00	09.15	09.45	10.00	10.15
2	09.15	09.30	10.00	10.15	10.30
3	09.30	09.45	10.15	10.30	10.45
4	09.45	10.00	10.30	10.45	11.00
etc					

### Stap 5: Rapportage

De nulmeting wordt samengevoegd met de bevindingen uit andere toetsen en vervolgens gerapporteerd. Individuele en groepsbehoeften worden hierdoor gericht zichtbaar.



**Stap 6: Samenstelling definitieve trainings en opleidingsprogramma.**

Het benoemde trainingsprogramma dient als uitgangspunt; op basis van de resultaten uit de nulmeting kunnen accenten worden gelegd of onderwerpen worden toegevoegd. Het is ook mogelijk om trainingsonderwerpen gedifferentieerd aan te bieden.

**Stap 7: Conclusies**

Op basis van de resultaten van de training zullen er per individu en op groepsniveau conclusies worden getrokken. Tevens volgen er aanbevelingen vanuit de trainer-consultant en zal er verslag worden gedaan in de vorm van een managementrapportage. Hierin is tevens een advies opgenomen voor de onderwerpen die bestemd zijn voor een eventuele follow up in de vorm van persoonlijk advies/coaching of vervolgopleiding.

**Stap 8: Implementatie**

Voor het borgen van een optimale implementatie in de dagelijkse praktijk zijn de volgende tools ter beschikking:

- Het persoonlijk actieplan, waarmee de deelnemer en de desbetreffende manager of coach heel gericht kan werken aan actiepunten vanuit de training. Deze leerpunten zijn op te nemen in bv. 't POP van de medewerker.
- Aan te reiken coaching tools en vaardigheden voor de manager of coach om dit kwalitatief te doen. De tools bestaan uit verschillende praktische coachingsmodellen, inzicht in gedrag van medewerkers en vaardigheidstraining op gebied van communicatie en gespreksvoering.

## Achtergrondinformatie over methodiek en werkwijze gedragstrainingen

Kemphaan Contact werkt tijdens onderstaande trainingen onder andere met het Discovery systeem:

- Persoonlijke effectiviteit
- Teameffectiviteit
- Gedragstypologie voor managers en leidinggevenden
- 360 graden feedback



### Uitgangspunten

Onze persoonlijke effectiviteit hangt nauw samen met de mate waarin wij onszelf en anderen zien. Inzicht in ons eigen gedrag en de impact ervan op anderen, in onze drijfveren en waarden, sterke punten en valkuilen, en een beter begrip voor wat de mensen om ons heen drijft, motiveert of juist belemmert, stelt ons in staat onze persoonlijke effectiviteit in de interactie en samenwerking met



anderen te vergroten. Wanneer wij verschillen leren onderkennen, herkennen en waarderen, zijn wij beter in staat ons eigen potentieel en dat van anderen om ons heen optimaal te benutten, en te blijven leren, groeien en ontwikkelen op individueel, team en organisatie niveau. Tijdens de trainingen worden mensen zich op een confronterende maar respectvolle manier bewust van hun gedrag. Het verkregen inzicht is blijvend en zorgt ervoor dat mensen meer begrijpen van zichzelf, van anderen en hoe zij de verschillen kunnen gebruiken om relaties en samenwerking te optimaliseren.

### De diversiteit en praktische toepasbaarheid

Deze instrumenten zijn inzetbaar voor vele behoeften en doelstellingen. Hierbij valt te denken aan:

- Het behouden van getalenteerd personeel door ze de mogelijkheid te bieden zich betrokken te voelen.
- Het begeleiden van mensen die met een veranderende situatie te maken krijgen.
- Het behouden van getalenteerd personeel door ze de mogelijkheid te bieden zich betrokken te voelen.

### Een aantal toepassingen

- Het verbeteren van de communicatie.
- Het versterken van een effectieve teamcultuur.
- Het versterken van management- of leiderschapsvaardigheden.
- Conflicthantering.
- Het elkaar leren aanspreken op gedrag.
- Effectief vergaderen en/of versterken van besluitvorming.
- Het verhogen van de klantgerichtheid.
- Het leren omgaan met stress.
- Time Management.
- Het effectief leren acquireren en onderhandelen.

### Het systeem

Het Discovery Systeem is een krachtig systeem dat uitgaat van psychologische voorkeuren.

Het systeem, dat is gebaseerd op het baanbrekende werk van Carl Jung, gebruikt een unieke kleurentaal om **zelfinzicht, effectieve interacties en organisatieontwikkeling** te bevorderen.

Het systeem is gebaseerd op een eenvoudig model en onderscheidt in de basis vier groepen of kleurenkwadranten, die worden aangeduid met de kleuren: **Vurig Rood, Stralend Geel, Zacht Groen en Helder Blauw.**



We gebruiken allemaal alle vier deze kleuren, in meer of mindere mate. De volgorde en intensiteit van ons kleurengebruik zijn echter uniek en bepalen onze **persoonlijke stijl**. Deze persoonlijke stijl kunnen we uitdrukken in menselijke kwaliteiten, angsten en drijfveren.

Voorvoemde elementen bepalen welke manier van denken, werken en communiceren voor ons het meest natuurlijk is. Zij vormen de basis van **waaruit** we de dingen doen, de manier **waarop** we dat doen maar ook wat we van nature sneller zullen **vermijden**.

### Het profiel

De persoonlijke stijl wordt inzichtelijk gemaakt via het **Discovery profiel**. Dit profiel is een inspirerend instrument voor persoonlijke ontwikkeling waarmee mensen meer inzicht in zichzelf en in anderen krijgen.



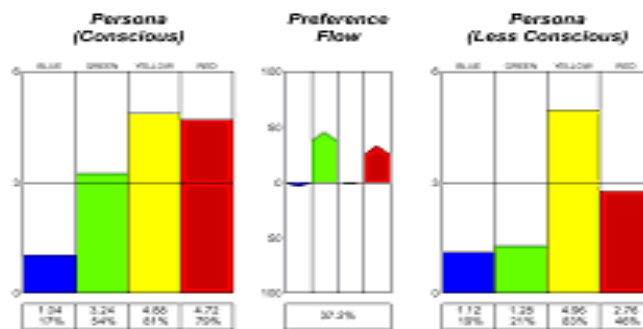
De deelnemer vult een vragenlijst in met 25 meerkeuzevragen. Aan de hand hiervan wordt een profiel opgesteld, een gedetailleerd persoonlijk verslag van ten minste 20 pagina's dat inzicht geeft in de eigen (werk)stijl en de invloed hiervan op zowel de zakelijke als persoonlijke omgeving.

Het uitgangspunt van het profiel is dat elke persoon **uniek is en unieke kwaliteiten heeft**. Het laat zien dat individuele personen, teams en organisaties aan kracht kunnen winnen door de verschillen tussen mensen te onderkennen en te waarderen.



Ieder profiel bevat een uitgebreid basishoofdstuk, waarin de volgende punten aan de orde komen: stijl en aanpak, belangrijkste sterke en zwakke punten, waarde voor het team, communicatiestijl, mogelijke blinde vlekken, tegengestelde type en suggesties voor ontwikkeling.

Elk profiel wordt persoonlijk met de werknemer door een gecertificeerde trainer doorgenomen en waar nodig verklaard. Een uitleg van het gedragsmodel van Carl Jung, het model op basis waarvan het profiel wordt opgesteld, is altijd een onderdeel van de persoonlijke toelichting.



### Mogelijke aanvullingen

De informatie uit het basishoofdstuk kan worden uitgebreid met aanvullende onderwerpen, waarin specifieke ontwikkelingsterreinen aan bod komen, zoals:

#### Management

Dit hoofdstuk stelt leiderschaps- en managementontwikkeling centraal en is daarmee een waardevolle aanvulling op bestaande programma's binnen de organisatie.

Het laat managers gericht kijken naar hun eigen managementstijl en naar de behoeften van medewerkers.

Motivatie, werkomgeving en voorkeur voor leiderschapsstijl worden uitvoerig belicht.

#### Persoonlijke ontwikkeling

Zelfinzicht is de basis voor persoonlijke groei. Dit hoofdstuk laat zien hoe iemand zich op verschillende terreinen persoonlijk kan ontwikkelen. Het bepalen van doelstellingen is daar een goed voorbeeld van. Het hoofdstuk persoonlijke ontwikkeling kan een integraal onderdeel vormen van een persoonlijk effectiviteitsprogramma of coachingstraject.

### Verkoopeffectiviteit

Dit hoofdstuk onderzoekt de individuele aanpak voor verkoop of beïnvloeding in elke verkoopfase, van voorbereiding tot en met afronding en relatiebeheer. Het programma kan naadloos worden afgestemd op het verkoopmodel van de organisatie zelf.

### Loopbaan ontwikkeling

Onze psychologische voorkeuren komen tot uitdrukking in onze persoonlijke stijl. Deze persoonlijke stijl kunnen we uitdrukken in menselijke kwaliteiten, angsten en drijfveren en zij zijn sterk bepalend voor de manier van denken, handelen, werken en communiceren die voor ons het meest natuurlijk is. Zij vormen de basis van **waaruit** we de dingen doen, de manier **waarop** we dat doen maar ook wat we van nature sneller zullen **vermijden**.

Begrip van het voorgaande, gekoppeld aan de competenties (kennis, inzicht, vaardigheden, zelfvertrouwen en motivatie) die nodig zijn binnen bepaalde functies, geven in hoge mate inzicht in de potentiële match (of mis match) tussen mens en voornoemde functies.

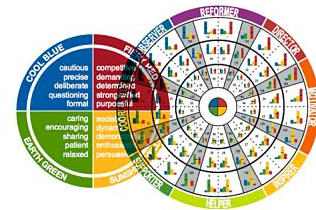
### Interviews

Het aanvullende hoofdstuk over interviews telt één pagina met daarop relevante vragen voor een werving- en selectieprocedure. De vragen raken juist die gebieden waar de kandidaat moeite mee kan hebben. Met dit hoofdstuk kan worden vastgesteld in hoeverre de kandidaten zich bewust zijn van hun eigen kwaliteiten en ontwikkelpunten.

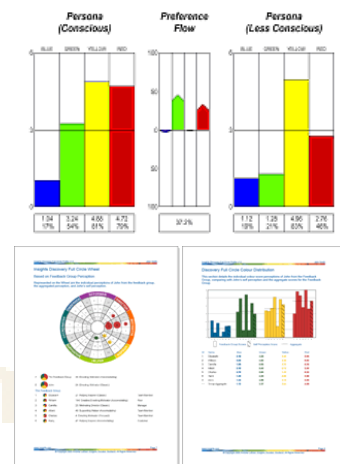
## **Toepassing van het Discovery profiel in trainingen en workshops**

In het Discovery basisprofiel wordt onder andere verslag gedaan over de volgende onderwerpen:

- Overzicht
  - Persoonlijke stijl
  - Omgang met anderen
  - Besluitvorming
- Belangrijkste sterke en zwakke punten
  - Sterke kanten
  - Mogelijke zwakke punten
- Waarde voor het team
- Communicatie
  - Effectieve communicatie
  - Barrières voor effectieve communicatie
- Mogelijke 'blinde vlekken'
- Tegengestelde type
  - Communicatie met tegengesteld type
- Suggesties voor ontwikkeling
- Management
  - De ideale omgeving creëren
  - Leiding geven aan hem/haar
  - Hoe kan men hem/haar motiveren
- Managementstijl



**Insights Colour Dynamics**



### Voorafgaand aan de workshop/training

Het is een optie om voorafgaand aan de workshop/training, online, de Discovery vragenlijst in te vullen. Het profiel en de handleiding zullen tijdens de workshop/training persoonlijk aan de deelnemers worden overhandigd en nader worden toegelicht. Indien men, zonder dat er een workshop/training wordt afgenomen, de Discovery vragenlijst online invult, ontvangt men per email en per post het Discovery profiel en de handleiding. De trainer zal in een persoonlijk gesprek het profiel nader toelichten en eventuele vragen beantwoorden.

### Workshop/training

Tijdens deze workshop krijgen de deelnemers inzicht en vaardigheden aangereikt die hen in staat stelt de interactie en communicatie tussen personen, gebaseerd op de wederzijdse gedragingen en attitudes, effectief en resultaatgericht te beïnvloeden. Tevens krijgt men door middel van het 'teamwiel' inzicht in de verhoudingen tussen de verschillende kleuren binnen de populatie van team, afdeling of organisatie. Het

gedragsprofiel kan hierbij als hulpmiddel worden ingezet, echter het is ook mogelijk om een workshop/training te volgen zonder de Discovery vragenlijst te hebben ingevuld. Tijdens de workshop krijgt men in ieder geval inzicht in de eigen voorkeursstijl (eerste kleur) en ondersteunende kleur (tweede kleur).



#### Beknopt overzicht van te behandelen onderwerpen tijdens de workshop/training

- Het belang van 'perceptie' in de omgang en communicatie met anderen
- Definiëring van de vier gedragsstijlen van Jung en de hieruit voortvloeiende gedragingen en attitudes
- Het bewust worden en benoemen van de eigen gedragsstijl
- Analyse van de wijze waarop de eigen stijl het (werk)gedrag beïnvloedt
- Het herkennen van de andere gedragsstijlen
- Het eigen gedrag en die van anderen beter leren begrijpen, waardoor het ontwikkelen van een strategie om in communicatie succesvol te zijn effectiever en efficiënter kan verlopen
- De samenstellingen van team, afdeling of de gehele organisatie wordt op basis van de primaire kleur per persoon, samengebracht in het 'teamwiel'
- 360 graden feed back: het benoemen van kwaliteiten en vervormingen in stappen:
  - Kwaliteiten en vervormingen zelf benoemt
  - Kwaliteiten en vervormingen door anderen toegedicht
  - Koppeling van kwaliteiten en vervormingen aan het Discovery profiel (optioneel) en het kleurenkwadrant van Jung.

#### Na afloop van de training is de deelnemer in staat om

- Sneller tot wederzijds begrip te komen door het gedrag van anderen te herkennen, te doorgronden en te begrijpen
- Veelzijdig te zijn in zijn gedrag naar anderen toe
- Zijn/haar persoonlijke kwaliteiten ten volle te benutten
- Zijn/haar persoonlijke valkuilen te neutraliseren
- Conflicten sneller op te lossen
- Zich in taakverdeling complementair te manifesteren

- Beter vanuit teamverband te denken en te handelen

## **Samengevat, de opties**

### **1. Het Discovery profiel kan separaat gemaakt worden in de varianten**

- Basis
- Uitgebreid (inclusief verkoopstijlen)
- Extra uitgebreid (inclusief verkoopstijlen, managementstijlen en leerstijlen)

Alle profielen worden begeleid door een handleiding; “De korte reis”. Daarnaast kan ook gekozen worden voor een mondelinge toelichting/uitleg door de trainer/consultant.

### **2. De workshop/training: “Persoonlijke en/of teameffectiviteit”, de kleurentypologie van Jung.**

Tijdens deze sessie staat centraal:

- Eigen gedragsstijlen (eigen kleur)
- Herkennen van gedragsstijlen van anderen
- Anticiperen op de stijl van de ander (matchen in contact)
- 360 graden feedback

### **3. Een combinatie van punt 1 en 2**

Een training/workshop, waarbij het Discovery profiel en de kleurentypologie van Carl Jung centraal staat.

Voorafgaand aan de workshop/training zal de deelnemer online, de Discovery vragenlijst invullen.