

# Bak met liefde, en het publiek zal bijten in wat je zegt – Freek Braeckman

Een totaal intuïtieve en voor de rest totaal ongegronde stelling: de helft van de mensen die ik in 20 jaar media en journalistiek op straat voor de microfoon uitnodigde, heeft feestelijk bedankt. 'Ik praat niet mooi genoeg,' was het vaakst gehoorde argument, met varianten met spreken, klappen, vertellen, presenteren en babbelen. Ze kijken er meestal bij als een Chinese keizer die net heeft beseft dat hij zonder kleren het plein voor zijn paleis is opgestuurd. Een linguïstiek minderwaardigheidscomplex. Dat is zonde, doodzonde.

Geen wapen is scherper dan de gesproken taal, geen muziekinstrument heeft een ruimer bereik, geen schildersdoek meer kleuren. En het mooiste is: taal, die hebben we allemaal. Elk met zijn eigen varianten, accenten, nuances en eigenaardigheden. Diversiteit die ze net zo krachtig maakt. Mocht iedereen maar de vrijheid durven voelen om ze onbelemmerd en bij elke gelegenheid in haar volle spanwijdte te gebruiken.

Een flink deel van mijn werktijd ben ik zoet met het voorbereiden van wat ik wat later op de dag aan de wereld ga vertellen. Er is uiteraard het journalistieke werk van zoeken, onderzoeken, controleren en dubbelchecken. Maar de resultaten daarvan moet een nieuwsanker op zeker ogenblik delen met wereld. Live, dus er is maar één kans. Inhoudelijk moet alles juist zijn, dat spreekt vanzelf. Maar ook de emotie moet kloppen. De taal tussen de lijnen. Die zit verscholen in woordkeuze, in zinsopbouw, in vertelstructuur en in ritme.

Soms zie ik mijn werk als dat van een bakker. Niet eentje van brood, taarten of lucht, maar van nieuwsverhalen. Zoals de bakker met bloem, gist en water in het holst van de nacht aan het werk gaat, om zijn klanten een halve dag later smakelijk te laten happen in een nog wat warme boterham, met een knapperige

korst, zo bereid ik de volgende televisieuitzending voor. Woorden en zinsstukken proef ik geregeld al even op mijn tong, vooraf.

Ik paraphraseer een held van me. Wijlen Thé Lau van de Nederlandse groep The Scene, siersmid met woord en klank. 'Ik hoor de woorden vallen, niemand wordt geraakt. En ik zoek naar het woord dat alles open maakt.' Dat zoeken, als ik het poëtisch bekijk, is mijn ambacht.

Brood bakken kan iedereen. Op een druilerige zondag het deeg kneden, met een boek wachten tot het is gerezen, de hitte van de oven haar werk laten doen, en dan popelend aftellen tot het resultaat genoeg is afgekoeld voor dat eerste sneetje. En dan die glimlach bij wie ervan mag eten. Kan je het jou voorstellen?

Met een voordracht, een toespraak, elk voorbereid gesprek van enige betekenis kan dat net zo gaan. Koester het voorbereiden, kijk uit naar het resultaat. Maak onzorgvuldig deeg en je publiek zal afhaken. Bak met liefde, en datzelfde publiek zal bijten in wat je zegt, aan je lippen hangen, en mee jouw verhaal en jouw wereld binnenzweven. Dat is de kracht die al wie spreekt, heeft.

De taal heb je, lezer. Ze is van jou. Dit boek zal je helpen om ze naar jouw hand te zetten, en naar jouw mond. Dit boek van Leen Pollefliet is een kookboek dat je zal helpen je eigen gedachten in de juiste vorm te snijden. Ze bij te kruiden met al waar de retoriek rijk aan is. En ze trots op te dienen vanop het hoogste podium. En zoals elke hobbykok zal je na verloop van tijd je voorbereiding loslaten, je instinct leren vertrouwen en het brood zichzelf tot leven laten komen.

Al wat je dan nog hoeft te doen, is te genieten van de glimlach van jouw publiek. Met het woord dat alles open maakt.

Freek Braeckman  
Gent, maart 2021

## Woord vooraf

Eerst en vooral richt ik mijn oprechte dank aan mijn tienduizenden studenten en oud-studenten vroeger van HOGENT en nu van de UGent die mij in mijn onderwijs carrière van meer dan dertig jaar hebben geïnspireerd om dit werk te schrijven: voor hen en door hen kwam dit werk tot stand. Tijdens de lessen en de vele persoonlijke gesprekken die daarop volgden, werd ik er mij van bewust waar zij de grootste spreekangsten voelden. Ze zetten mij aan om de vele tips and tricks, de do's-and-don'ts voor een vlotte en correcte mondelinge communicatie te bundelen, zodat ze helder en vol zelfvertrouwen zouden praten.

Dank aan Freek, voor mij nog steeds één van de mooiste sprekers in Vlaanderen ... en daarenboven ook een rasechte vos van het Atheneum Voskenslaan Gent. Zijn wondermooie en krachtige, inleidende woorden tot dit werk bekoorden mij ten zeerste.

Vast en zeker een warm dankwoord aan Sarah van de uitgeverij Borgerhoff & Lamberigts, die mij met haar enthousiasme heeft getriggerd om een nieuw boek te schrijven en die me van het begin tot het einde bijstond in het volledige boekenproces. Dank ook dat jij, Sarah, mij zo veel vrijheid gaf bij de invulling van de inhoud en de opmaak van dit werk. Zonder jou was dit boek ongetwijfeld niet zoals het nu is.

Oprechte dank aan mijn enthousiaste en schitterende studenten Amber, Ezra, Katrijn, Louise en Pasquinel van de UGent voor hun spontane en overtuigende pitch. Een extra dankwoord aan Louise, wiens poster opgenomen is als voorbeeldige poster.

Van harte bedankt, Sabine, Els, Teresa, Steven en Roger, omdat jullie uitspraak uit jullie geliefde thuisstreek dit boek kleurde.

Aan mijn twee heerlijke dochters wil ik mijn dank betuigen: Lou-Lou, die mij altijd weer inspireert door haar liefde voor het Nederlands en die bereid was om verschillende gelaatsuitdrukkingen vast te leggen, en Djanlissa, die weer

het beste van zichzelf gaf door originele en spitsvondige VIKTORS uit haar creatieve brein te laten geboren worden, ze subtiel en krachtig te tekenen en kleur te geven.

Last but not least verdient mijn liefste, mijn man Rudi, mijn grootste dank. Hij was de drijvende en sturende kracht tijdens het gehele boekgebeuren: hij motiveerde mij om de stap te zetten om mijn derde boek te schrijven en met hem kon ik steeds brainstormen over alle boekfacetten. Bovenal bleef hij me steunen in de moeilijke COVID-19-tijden door er altijd te zijn en begrip te tonen voor mijn bijna oneindige schrijfijver.

Leen Pollefliet  
Oostende, mei 2021

# Korte inhoudsopgave

## Deel 1 – Mondeling communiceren 27

## Deel 2 – Vaardigheden om succesvol mondeling te communiceren 43

1 **Communiceren met woorden en stem** 47

2 **Communiceren met enkel woorden** 57

3 **Communiceren met enkel de stem** 91

4 **Communiceren met het lichaam** 103

5 **Communiceren met beelden** 153

6 **Communiceren met een kritische geest** 177

## Deel 3 – Professionele mondelinge situaties 195

1 **Presenteren** 197

2 **Poster voorstellen** 319

3 **Pitchen** 341

4 **Telefoneren** 357

5 **Vergaderen** 385

6 **Solliciteren** 409

## Deel 4 – Online mondeling communiceren, vaardigheden en situaties 475

# Inhoudsopgave

Bak met liefde, en het publiek zal bijten in wat je zegt – Freek Braeckman	7
Woord vooraf	9
Korte inhoudsopgave	11
Inhoudsopgave	13
Inleiding	23

## Deel 1 – Mondeling communiceren

- 1 Onduidelijk en zwak mondeling communiceren 29
- 2 Duidelijk en krachtig mondeling communiceren met VIKTOR 33

## Deel 2 – Vaardigheden om succesvol mondeling te communiceren

### 1 Communiceren met woorden en stem 47

- 1.1 Spreken doe je zo 47
  - 1.1.1 Bewuste buikademhaling 48
  - 1.1.2 Unieke stemgeving 48
  - 1.1.3 Goede resonantie 48
  - 1.1.4 Duidelijke articulatie 48
  - 1.1.5 Krachtige expressie 49
- 1.2 Waarom juist articuleren belangrijk is 50
- 1.3 Spreek geen tussentaal 51
- 1.4 Vermijd dialectklanken 52

### 2 Communiceren met enkel woorden 57

- 2.1 Correct schrijven 58
  - 2.1.1 Afkortingen 58
    - 2.1.1.1 Echte afkortingen 58
    - 2.1.1.2 Namen van organisaties, producten ... 59
    - 2.1.1.3 Afkortingen uit een vreemde taal 60
    - 2.1.1.4 Technische symbolen zonder punt 60
    - 2.1.1.5 Niet-technische symbolen met punt 61

- 2.1.1.6 Geen zelf uitgevonden afkortingen 61
- 2.1.1.7 Afkortingen in titels 61
- 2.1.2 Samenstellingen 62
- 2.1.3 Werkwoordvorming 64
  - 2.1.3.1 Vorming Nederlandse werkwoorden 65
  - 2.1.3.2 Vorming Engelse werkwoorden 68
  - 2.1.3.3 Voltooid deelwoord als bijvoeglijk naamwoord 70
  - 2.1.3.4 Hulplijnen 70
- 2.1.4 Woorden met liggend streepje en trema 70
- 2.1.5 Woorden aaneen of niet 71
- 2.1.6 Hoofdletters 72
- 2.1.7 Bezitsvormen 74
- 2.1.8 Meervoudsvormen 76
- 2.1.9 Hulplijnen 78
- 2.2 Juiste taalvorm gebruiken 79
  - 2.2.1 Signaalwoorden 79
  - 2.2.2 Verwijswoorden 80
  - 2.2.3 Vreemdtalige woorden 82
  - 2.2.4 Opsommingen 84
  - 2.2.5 Getallen in woorden of in cijfers 86
  - 2.2.6 Hulplijnen 87
- 2.3 Aangepast register aanwenden 87
  - 2.3.1 Eenvoudige, duidelijke taal 87
  - 2.3.2 Neutrale taal 88
  - 2.3.3 Geen dialectwoorden 89
  - 2.3.4 Hulplijnen 89

### 3 Communiceren met enkel de stem 91

- 3.1 Met voldoende intonatie en dynamiek spreken 92
- 3.2 Stem verzorgen 92
- 3.3 Correcte lichaamshouding aannemen 95
- 3.4 Spreken bij achtergrondlawaai 96
- 3.5 Spreken bij stress 96
- 3.6 Spreekruimte goed benutten 97
- 3.7 Microfoon gebruiken 98
- 3.8 Stilte inbouwen 100

### 4 Communiceren met het lichaam 103

- 4.1 Belang van lichaamstaal erkennen 104
  - 4.1.1 Ontmoeting op het eerste gezicht – communicatie zonder woorden 104
  - 4.1.2 Lichaamsteken spreken 107
  - 4.1.3 Lichaamstaal is taal van het gevoel 109
  - 4.1.4 Lichaamstaal van A tot Z – van de Aboriginals tot de Zapoteken 110
    - 4.1.4.1 Universeel gelijk 110
    - 4.1.4.2 Universeel verschillend 111
  - 4.1.5 De waarheid en niets anders dan de waarheid? 113
    - 4.1.5.1 Lichaamsteken 113
    - 4.1.5.2 Toonhoogte 116
  - 4.1.6 Sterktes en zwaktes van lichaamstaal 117
  - 4.1.7 Bepaal zelf jouw stemming 120
- 4.2 Lichaamstaal laten spreken 121
  - 4.2.1 Houding 121
  - 4.2.2 Beweging 123
  - 4.2.3 Gezicht 125
  - 4.2.4 Hoofd 125
  - 4.2.5 Ogen 127
  - 4.2.6 Wenkbrauwen 129
  - 4.2.7 Glimlach 130
  - 4.2.8 Stem, stemming en ademhaling 132
  - 4.2.9 Aanraking 135
  - 4.2.10 Handen 136
  - 4.2.11 Voeten 142
  - 4.2.12 Kledij 143
  - 4.2.13 Ruimte 144
  - 4.2.14 Soften 150

### 5 Communiceren met beelden 153

- 5.1 Belang van beelden erkennen 154
- 5.2 Beelden laten spreken 154
  - 5.2.1 Figuren: grafieken, diagrammen, infografieken 155
    - 5.2.1.1 Cirkel-, schijf- of taartdiagram 156
    - 5.2.1.2 Staafdiagram 157
    - 5.2.1.3 Gantt-grafiek 158
    - 5.2.1.4 Lijngrafiek 159
    - 5.2.1.5 Infografiek 161

- 5.2.2 Tabellen 163
- 5.2.3 Weergeven van stromen en structuren 165
  - 5.2.3.1 Stroomschema 165
  - 5.2.3.2 Organigram 167
- 5.2.4 Realistische afbeeldingen 168
  - 5.2.4.1 Schema 168
  - 5.2.4.2 Ruimtelijke tekening 169
  - 5.2.4.3 Foto 170
- 5.3 Gepast beeld kiezen 171
- 5.4 Beelden beschrijven 172
  - 5.4.1 Beschrijving van figuur of tabel 172
  - 5.4.2 Stijgende trend 173
  - 5.4.3 Dalende trend 174
  - 5.4.4 Stagnerende trend 174
  - 5.4.5 Vergelijking van trends 175
  - 5.4.6 Verklaring van trends 175

## 6 Communiceren met een kritische geest 177

- 6.1 Fake en real news onderscheiden 178
- 6.2 Begrippen kennen 178
- 6.3 Belang van kritisch denken erkennen 180
- 6.4 Inductief en deductief redeneren 181
- 6.5 Succesvol argumenteren 184
- 6.6 Feiten en meningen onderscheiden 185
- 6.7 Mondeling argumenteren 186
  - 6.7.1 Vooraf 186
  - 6.7.2 Argumenten, voor en tegen 187
  - 6.7.3 Voorbereiding 188
    - 6.7.3.1 Redeneerschema 188
    - 6.7.3.2 Woorden die zorgen voor structuur en duidelijkheid 189
  - 6.7.4 Opbouw betoog 190
    - 6.7.4.1 Titel 190
    - 6.7.4.2 Inleiding 190
    - 6.7.4.3 Kerntekst 191
    - 6.7.4.4 Conclusie 192
- 6.8 Mondeling betoog geven 192
- 6.9 Checklist mondeling argumenteren 193

## Deel 3 – Professionele mondelinge situaties

### 1 Presenteren 197

- 1.1 Aanzet tot overtuigende presentaties geven 199
  - 1.1.1 Connecteer met de toehoorders 199
  - 1.1.2 Bereid je voldoende voor 202
  - 1.1.3 Verzamel materiaal en selecteer 215
  - 1.1.4 Wees bewust van de tijd 217
  - 1.1.5 Schenk aandacht aan je publiek 219
    - 1.1.5.1 Het geheugen van het publiek 219
    - 1.1.5.2 Lees je publiek 224
    - 1.1.5.3 Ondersteunend informatiemateriaal 225
  - 1.1.6 Omarm je podiumangst 226
    - 1.1.6.1 Positieve en negatieve angst 227
    - 1.1.6.2 Populaire angst 227
    - 1.1.6.3 Angst voor wat precies? 229
    - 1.1.6.4 Anti-spreekangsttips 230
  - 1.1.7 Oefen in zes stappen 235
  - 1.1.8 Uit het hoofd leren of voorlezen? 236
    - 1.1.8.1 Een tekst uit het hoofd leren 236
    - 1.1.8.2 Een tekst voorlezen 236
- 1.2 Presenteren 237
  - 1.2.1 Overtuigende inhoud 237
  - 1.2.2 Gestructureerde en geordende presentatie 238
    - 1.2.2.1 Aandachttrekkende opener 239
    - 1.2.2.2 Sprekende titel 248
    - 1.2.2.3 Overtuigende kerntekst 250
    - 1.2.2.4 Duidelijke samenvatting 257
    - 1.2.2.5 Treffende conclusie 260
    - 1.2.2.6 Verhelderende vragen 261
    - 1.2.2.7 Sterke afsluiter 267
  - 1.2.3 Duidelijke en professionele dia's 269
    - 1.2.3.1 Definitie visuele ondersteuning 269
    - 1.2.3.2 Voor- en nadelen visuele ondersteuning 272
    - 1.2.3.3 Ontwerp dia's 275
    - 1.2.3.4 Begrijpbare, duidelijke en juiste taal op dia's 294
    - 1.2.3.5 Gebruik van dia's 296
    - 1.2.3.6 Technische tips 297

- 1.2.4 Zakelijke en verzorgde taal en stem van de spreker 299
  - 1.2.4.1 Taal 299
  - 1.2.4.2 Stem 302
  - 1.2.4.3 Spreekstijl 303
  - 1.2.4.4 Connectie met de toehoorders 304
- 1.2.5 Overtuigende, professionele en open lichaamstaal 305
  - 1.2.5.1 Oprechte, rustige en zelfzekere uitstraling 306
  - 1.2.5.2 Positieve en geëngageerde uitstraling 306
  - 1.2.5.3 Deskundige uitstraling 307
  - 1.2.5.4 Respectvolle uitstraling 307
  - 1.2.5.5 Open uitstraling 308
  - 1.2.5.6 Dynamische uitstraling 310
- 1.2.6 Groepspresentatie 312
- 1.3 Checklist presenteren 315

## 2 Poster voorstellen 319

- 2.1 Poster opmaken 320
  - 2.1.1 Definitie poster 320
  - 2.1.2 Vragen vooraf 321
  - 2.1.3 Eenvoudige en duidelijke structuur 322
  - 2.1.4 Aantrekkelijke en leesbare opmaak 325
    - 2.1.4.1 Voorbereiding 325
    - 2.1.4.2 Softwareprogramma 326
    - 2.1.4.3 Formaat 326
    - 2.1.4.4 Achtergrond 327
    - 2.1.4.5 Bladspiegel 327
    - 2.1.4.6 Samenhangigheid 328
    - 2.1.4.7 Letters 328
    - 2.1.4.8 Kleuren 329
    - 2.1.4.9 Beelden 329
    - 2.1.4.10 Rust 330
  - 2.1.5 Taal 331
  - 2.1.6 Voorbeelden posters 332
- 2.2 Postersessie geven 334
  - 2.2.1 Omschrijving postersessie 334
  - 2.2.2 Doel 334
  - 2.2.3 Pitch met poster 335
  - 2.2.4 Praktische tips 337

- 2.3 Checklists 338
  - 2.3.1 Checklist poster opmaken 338
  - 2.3.2 Checklist postersessie geven 339

## 3 Pitchen 341

- 3.1 Pitch definiëren 342
  - 3.1.1 Ontstaan? 343
  - 3.1.2 Wat? 343
  - 3.1.3 Doel? 344
  - 3.1.4 Wanneer? 344
  - 3.1.5 Hoeveel? 345
  - 3.1.6 Duur? 345
- 3.2 Persoonlijke en zakelijke pitch opbouwen 345
- 3.3 Pitch neerschrijven 347
  - 3.3.1 Zelfkennis is basiskennis 347
  - 3.3.2 Voorbereiding op papier 347
  - 3.3.3 Na de voorbereiding en vóór de pitch 349
  - 3.3.4 Voorbeelden van geschreven pitches 350
- 3.4 Pitch uitspreken 351
  - 3.4.1 Spreek- en lichaamstaaltips 351
  - 3.4.2 Voorbeelden gesproken pitches 352
- 3.5 Elevator yell bedenken 353
- 3.6 Checklist pitchen 354

## 4 Telefoneren 357

- 4.1 Voor- en nadelen telefoneren 358
  - 4.1.1 Voordelen 358
  - 4.1.2 Nadelen 360
- 4.2 Telefoonvrees overwinnen 360
  - 4.2.1 Overwin vrees om zelf te bellen 360
  - 4.2.2 Overwin vrees om opgebeld te worden 363
- 4.3 Zelf telefoneren en opgebeld worden 365
  - 4.3.1 Zelf telefoneren 365
  - 4.3.2 Opgebeld worden 365
- 4.4 Telefoongesprek inhoudelijk voorbereiden 366
- 4.5 Telefoongesprek voeren 368
  - 4.5.1 Begin 368

- 4.5.2 Kerngesprek 369
- 4.5.3 Einde 370
- 4.6 Correcte taal gebruiken 371
- 4.7 Spreektechnieken toepassen 372
  - 4.7.1 Luisteren 372
  - 4.7.2 Samenvatten 372
  - 4.7.3 Vragen stellen 373
  - 4.7.4 Doorvragen 373
  - 4.7.5 Stilte inlassen 374
  - 4.7.6 Ik-boodschap uitspreken 374
- 4.8 Stem juist hanteren 375
- 4.9 Internationaal telefoonalfabet toepassen 376
- 4.10 Gepaste lichaamstaal aanwenden 377
- 4.11 Voicemail instellen en inspreken 378
  - 4.11.1 Eigen voicemailbericht inspreken 379
  - 4.11.2 Op de voicemail van een ander een bericht inspreken 380
  - 4.11.3 Nog telefoontips 381
- 4.12 Checklist telefoneren 382

## 5 Vergaderen 385

- 5.1 Soorten vergaderingen bepalen 387
- 5.2 Voor- en nadelen van vergaderen erkennen 387
- 5.3 Vergaderingen voorbereiden en plannen 388
  - 5.3.1 De agenda 390
  - 5.3.2 De uitnodiging 391
  - 5.3.3 De locatie 391
  - 5.3.4 De vorm 392
- 5.4 Deelnemen aan de vergadering 392
  - 5.4.1 De voorzitter 392
  - 5.4.2 De verslaggever en het verslag 393
  - 5.4.3 De deelnemers 394
- 5.5 Anders vergaderen 395
  - 5.5.1 Staande vergadering 396
  - 5.5.2 Bleisure-meeting 397
  - 5.5.3 Wandelvergadering 398
  - 5.5.4 Topless-vergadering 398
  - 5.5.5 Hybride vergadering 399
  - 5.5.6 Online vergadering 400

- 5.6 Betekenisvol spreken 403
- 5.7 Lichaamstaal hanteren 405
- 5.8 Checklist vergaderen 406

## 6 Solliciteren 409

- 6.1 Voorbereiden 411
  - 6.1.1 Wat wil ik? 411
  - 6.1.2 Wat kan ik? 412
  - 6.1.3 Wat is mijn personal branding? 414
- 6.2 Zoeken 415
  - 6.2.1 Recruitmentskantoren 415
  - 6.2.2 Jobbeurzen 417
  - 6.2.3 Jobboards 417
  - 6.2.4 Bedrijfswebsite 417
  - 6.2.5 Google for Jobs 418
  - 6.2.6 LinkedIn 418
  - 6.2.7 Netwerken 419
  - 6.2.8 Tips om een baan te vinden 420
  - 6.2.9 Nuttige tijdbesteding als je werkzoekende bent 420
- 6.3 Advertenties en jezelf analyseren 421
  - 6.3.1 Analyse van de advertentie 421
  - 6.3.2 Zelfanalyse: wat wil ik bereiken? 421
  - 6.3.3 Selectie werkaanbieding 422
    - 6.3.3.1 Jij past bij de job 422
    - 6.3.3.2 Jij past bij het team 422
    - 6.3.3.3 Jij past bij de organisatie 423
- 6.4 Schriftelijk solliciteren 424
  - 6.4.1 Curriculum vitae 425
    - 6.4.1.1 Inhoud 425
    - 6.4.1.2 Taal 429
    - 6.4.1.3 Opmaak 430
    - 6.4.1.4 Enkele voorbeelden 433
  - 6.4.2 LinkedIn 438
    - 6.4.2.1 Opmaak 438
    - 6.4.2.2 Inhoud 439
  - 6.4.3 Motivatiebrief en e-mail 440
    - 6.4.3.1 Voorbereiding 440
    - 6.4.3.2 Adres van de bestemming 440



- 6.4.3.3 Opbouw 441
- 6.4.3.4 Do's & don'ts 445
- 6.4.3.5 Taal en schrijfstijl 446
- 6.4.3.6 Opmaak 448
- 6.4.3.7 E-mail 449
- 6.4.3.8 Enkele voorbeelden 451
- 6.4.4 Sollicitatieformulier 453
- 6.4.5 Opvolging cv en schrijven 454
- 6.5 Sollicitatiegesprek voorbereiden en voeren 455
  - 6.5.1 Voorbereiding 455
  - 6.5.2 Begin van het gesprek 458
  - 6.5.3 Het kerngesprek 459
  - 6.5.4 Einde van het gesprek 465
  - 6.5.5 Na het gesprek 466
  - 6.5.6 Vervolginterviews 468
- 6.6 Selectietesten en assessments uitvoeren 469
- 6.7 Checklist solliciteren 471

## Deel 4 – Online mondeling communiceren, vaardigheden en situaties

### Online communiceren 475

- 1 Stemgebruik 479
- 2 Taal 480
- 3 Lichaamstaal 482
- 4 Techniek 485
- 5 Extra tips voor het online sollicitatiegesprek 489
- 6 Laatste gouden tip 490

Besluit 491

Referentielijst 493

Geraadpleegde werken 495

Trefwoordenlijst 501

# Inleiding

Waarom blijf je moeiteloos naar de ene spreker<sup>1</sup> luisteren en val je in slaap bij een ander? Waarom is de ene les beter te vatten en te onthouden dan de andere? Waarom is de ene kandidaat succesrijker in zijn zoektocht naar een boeiende, uitdagende job dan de andere? Wat zijn de geheimen voor een geslaagde mondelinge communicatie?

Mondeling communiceren doe je face to face, met andere woorden met één persoon of met meerderen, van dichtbij of vanop afstand, bijvoorbeeld offline. Je ziet de ander(en), maar jij wordt ook bekeken. Dat is best eng. Je hebt spreekangst, net zoals zovelen en dat is begrijpelijk. Je hebt dan slechts enkele minuten om ervoor te zorgen dat het publiek jou gelooft en het punt vat dat je wil maken. Als je niet goed voorbereid bent, als je niet exact weet met wie je communiceert, als je geen aandacht schenkt aan onder andere je taal, uitspraak, lichaamstaal, als je staat te bibberen ... tja, dan kunnen er heel wat communicatiestoornissen optreden.

Steeds vaker communiceer je mondeling ook online, niet fysiek dus. Het is een heuse opgave om via het scherm krachtig, persoonlijk en professioneel over te komen. Zelfs als je duidelijk en verzorgd spreekt, maar niet voldoende aandacht besteedt aan de ander en geen connectie maakt met de ander, gaat een groot deel van jouw boodschap verloren. Als je daarbij ook nog de techniek niet beheerst en je misschien een kattenfilter hebt aangeschakeld en niet weet hoe die te deactiveren ... dan wordt die belangrijke zakelijke situatie een hilarisch moment en kom je niet serieus en ook niet professioneel over. Veel kansen gaan dan verloren.

Kortom, zowel offline als online is het van belang dat je jouw boodschap krachtig verkoopt en dat je als spreker een sterke prestatie neerzet. Op die manier haal je mooie cijfers op een presentatie, een pitch of een posterpresentatie, heeft jouw telefoongesprek een positief gevolg, is jouw bijdrage in een

<sup>1</sup> De algemene woorden 'spreker', 'ondervrager', 'toehoorder', 'recruiter' ... in dit boek verwijzen naar alle mannelijke, vrouwelijke en genderneutrale sprekers, ondervragers, toehoorders, recruiters ...

vergadering opbouwend en krijg je de kans om het contract van dé job van jouw leven te ondertekenen.

Dit boek vertrekt van vele foute concrete mondelinge situaties uit het onderwijs, de rekruteringswereld en het bedrijfsleven en verzamelt op die manier ontelbare tips en tricks om krachtig, overtuigend, correct en succesvol mondeling te communiceren.

Het eerste deel van dit werk haalt enkele herkenbare situaties aan waar sprekers zware communicatiefouten maakten, waardoor hun boodschap de toehoorders niet bereikte en er negatieve – zelfs rampzalige – gevolgen waren. VIKTOR leert jou hoe zwakke en ondoeltreffende communicatie om te buigen in een degelijke en overtuigende.

Het tweede deel belicht zes mondelinge vaardigheden die je moet beheersen als je helder en krachtig wil communiceren en dat wil je, natuurlijk. Jij leert er hoe je woorden uitspreekt, zoals het hoort, en hoe je je stem goed gebruikt. Je krijgt uitleg over de juiste schrijfwijze van woorden. Vervolgens kom je te weten welke lichaamstekenen je boodschap correct overbrengen en welke beelden je boodschap het best ondersteunen. Ten slotte krijg je tips om overtuigend te argumenteren.

Het derde deel gaat grondig in op zes professionele situaties waar je alle bovenstaande vaardigheden kan toepassen: presenteren, postersessie geven, pitchen, telefoneren, vergaderen en solliciteren. Studenten, lesgevers, medewerkers en directieleden in bedrijven, beleidsmakers ... bevinden zich dagelijks in een van die zes situaties en krijgen in dit boek handvatten aangereikt om van elke situatie een succesvol communicatief moment te maken.

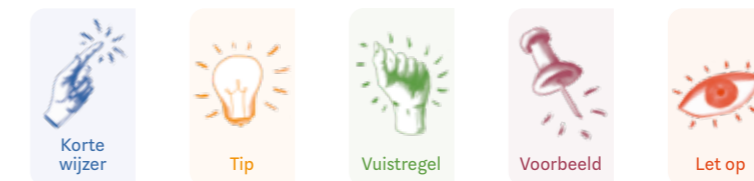
Het vierde – laatste – deel van dit boek beschrijft hoe je ook online correct, doeltreffend en met overgave kan communiceren. De focus ligt op de juiste spraak, taal, lichaamstaal en techniek bij dit online gebeuren, want ook online wil je een verpletterend positieve indruk nalaten, waardoor de toehoorder jou en jouw boodschap zal onthouden.

Je zal als lezer van dit boek merken dat informatie nu en dan wordt herhaald, niet alleen omdat herhaling het begrip bevordert, maar ook omdat bepaalde vaardigheden moeten opgenomen worden bij de bespreking van bepaalde professionele situaties.

Elk hoofdstuk start met een korte wijzer, een soort samenvatting van wat volgt om jou beter te leiden. De delen over argumenteren, presenteren, poster presenteren, pitchen, vergaderen, telefoneren en solliciteren eindigen met een overzichtelijke checklist die de kerngedachten samenvat. Die lijst is een kapstok voor jou, nu en later.

Audio- en pitchvideofragmenten maken het boek levendig; vuistregels, let ops en tips benadrukken wat cruciaal is om te onthouden. Een uitgebreide trefwoordenlijst op het einde vergemakkelijkt het zoeken naar een bepaald thema of woord.

De vaste rubrieken worden in het boek als volgt vormgegeven:



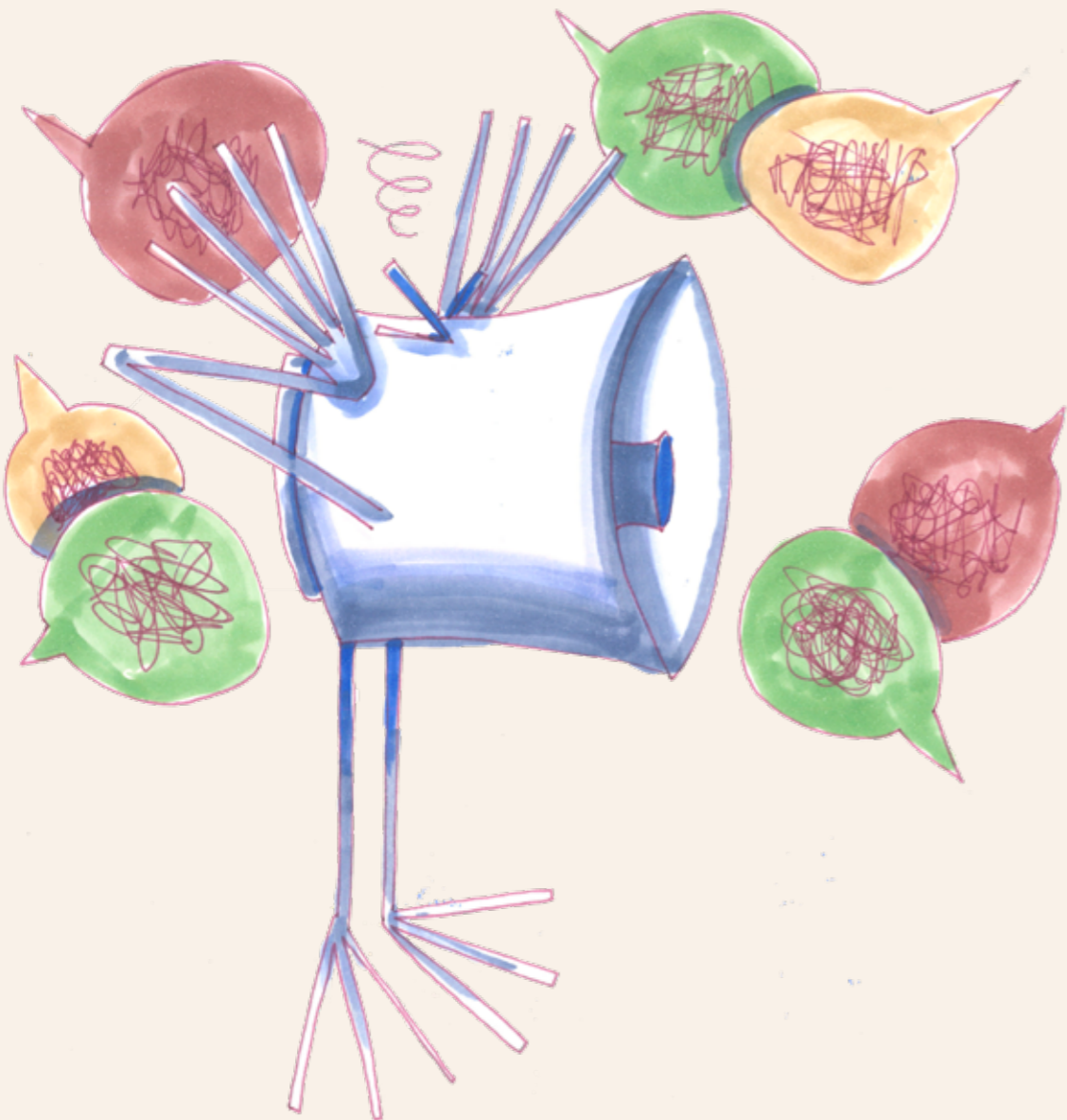
*Bij wijze van spreken* is een praktisch naslagwerk dat je kan blijven gebruiken als je een mondelinge bijdrage moet leveren in diverse situaties, tijdens de beginjaren van je studies, tussenin en op het einde, maar vast en zeker ook na je studies, tijdens jouw professionele carrière.

Communiceren doe je altijd, je leven lang. Als je regelmatig dit boek zal gebruiken, word jij gegarandeerd de spreker naar wie iedereen graag kijkt en luistert ... Jij zal onthouden worden ...

**Deel  
1**

**Mondeling  
communiceren**

# 1 Onduidelijk en zwak mondeling communiceren



## Zwakke communicatieve situatie 1

Er heerst een pandemie met al honderdduizenden doden en miljoenen besmettingen onder de bevolking. Een premier probeert de bevolking aan te manen om veiligheidsregels te volgen (1,5 meter afstand te houden, sociale contacten drastisch in te perken, mondklappers te dragen, zeer regelmatig handen te wassen) tijdens een persconferentie, die op vrijdagavond pas start om 22.30 uur en die meer dan één uur duurt. De conferentie was gepland om 20.00 uur, maar de bevolking heeft tweeënhalf uur moeten wachten voor de toespraak kon beginnen. De premier spreekt een gebrekkig Nederlands dat niet te verstaan – en dus te begrijpen – is, spreekt vlak, zonder enige emotie of empathie, met een oersaai statische PowerPointpresentatie met ellenlange zinnen op overladen dia's.

**Gevolg:** De uiterst belangrijke boodschap wordt niet begrepen, een groot deel van de bevolking lacht de regels en de ernst van de situatie weg en is niet bereid om de veiligheidsmaatregelen te volgen en ... het aantal besmettingen blijft stijgen.



## Zwakke communicatieve situatie 2

Enkele maanden later. De pandemie is nog steeds niet onder controle. Er is een digitale persconferentie over vaccins, die helemaal misloopt door technische blunders. Op de achtergrond horen de toehoorders veel storende geluiden, zoals brandalarmen, en ... deelnemers die tijdens de persconferentie niet aan het woord waren, maar die vergaten dat hun micro aanstond: ze roddelen en praten over koetjes en kalfjes.

**Gevolg:** De mondelinge berichten zijn op bepaalde momenten niet hoorbaar en dus onbestaand. De beleidsvoerders worden niet ernstig genomen en daardoor gelooft de bevolking ook niet dat de vaccins efficiënt zijn.



### Zwakke communicatieve situatie 3

Een student moet als afsluiting van zijn eindwerk/bachelorproef een poster voorstellen. Hij heeft de uitleg bij de poster niet op voorhand hardop geoefend en is zo zenuwachtig dat hij de juiste woorden niet vindt, schuchter naar de grond kijkt en zijn ingestudeerde tekst opzegt zonder de personen die rond zijn poster staan, aan te kijken. Hij is in de war omdat een toehoorder met gefronste wenkbrauwen de poster bekijkt en met de vinger wijst naar een grote dt-fout. Aan de reactie van de andere toehoorders merkt hij ook dat figuren en tabellen veel te klein en niet leesbaar zijn. De student is nog meer in de war, begint zeer stil te spreken, zegt om de haverklap ‘euh’ en beëindigt op een flauwe manier de voorstelling.

**Gevolg:** De student komt niet geloofwaardig over en de boodschap is niet duidelijk. De toehoorders hebben de indruk dat de student niet echt een verhaal heeft gebracht en voelen geen connectie met hem op verschillende vlakken (geen oogcontact, geen woorden en geen uitleg gericht naar de toehoorders). De toehoorders merken ook dat er onvoldoende aandacht is besteed aan de lay-out van de poster, want die is niet op een leesbare, aantrekkelijke manier opgemaakt. Zelfs al is de inhoud van zijn eindwerk/bachelorproef van een goed niveau, hij krijgt een onvoldoende voor de voorstelling, wat het totaalcijfer voor zijn eindwerk/bachelorproef sterk naar beneden haalt.



### Zwakke communicatieve situatie 4

Een studente moet ten laatste tegen morgen een stageplaats vinden. Zij heeft in de afgelopen weken al vier keer het bedrijf gemaïld, maar kreeg geen antwoord. Ze weet dat ze het bedrijf moet opbellen om de juiste mailgegevens te ontvangen van de persoon in kwestie, maar ze haat het om te telefoneren en stelt dat telefoongesprek steeds maar uit. Ze wordt steeds zenuwachtiger en met klamme handen belt ze uiteindelijk de receptioniste van het bedrijf op. Zodra ze een stem aan de andere kant hoort, gooit ze de telefoon dicht.

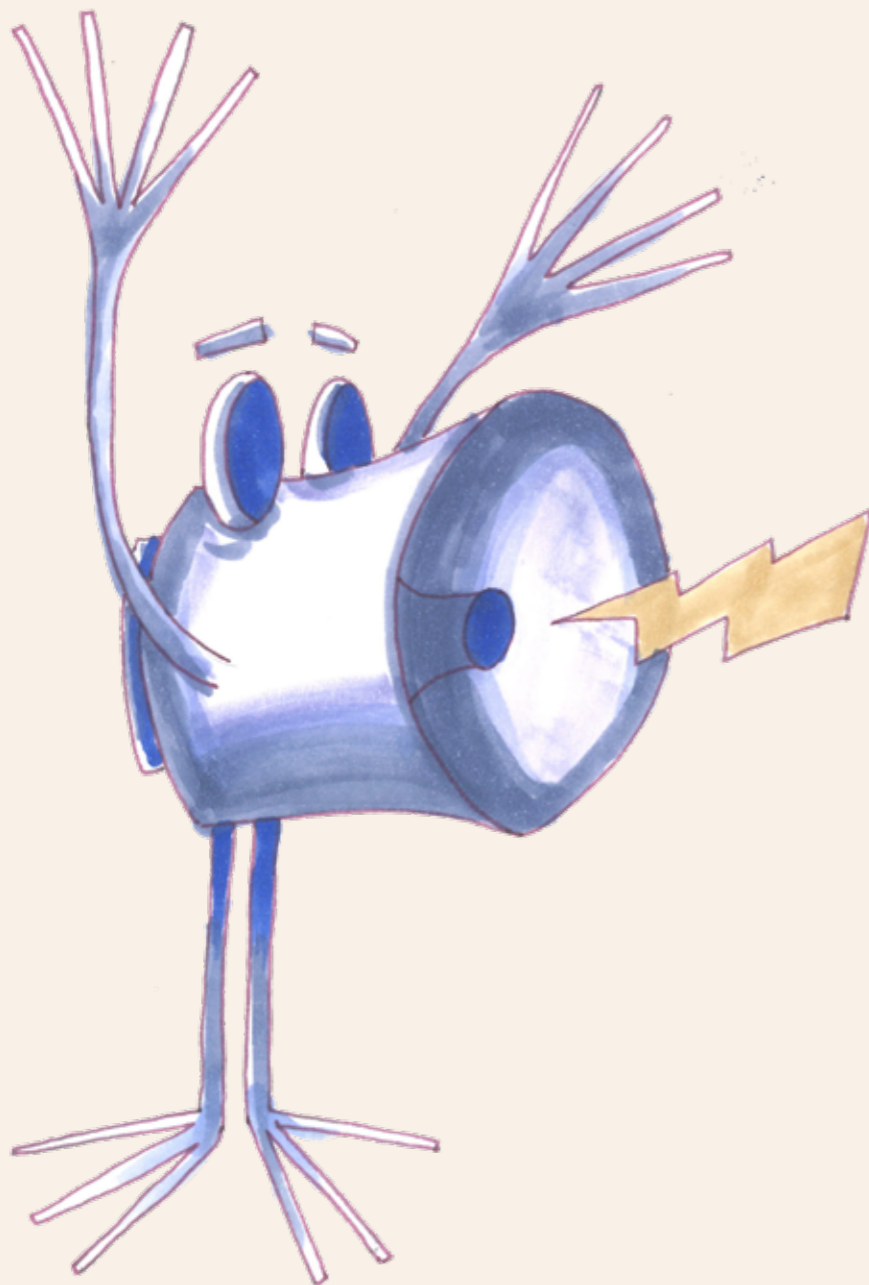
**Gevolg:** De studente heeft zich in de nesten gewerkt, want ze heeft niet tijdig een stageplaats.



### Zwakke communicatieve situatie 5

Een afgestudeerde student reageert op een vacature voor een boeiende job: hij stuurt een mail naar de recruiter met zijn cv. De recruiter heeft al vanaf het eerste gezicht bedenkingen bij de kandidaat: de begeleidende mail start met het onpersoonlijke ‘Geachte’ en bevat twee slordige tikfouten. Daarenboven is het cv niet overzichtelijk en niet aantrekkelijk opgemaakt. Normaal zou de recruiter de kandidatuur dadelijk verticaal klasseren en de kandidaat niet meer contacteren. Toch wil de recruiter de student een laatste kans geven en nodigt hij hem uit voor een gesprek. Het is duidelijk dat de student niet goed is voorbereid, want op de vraag wat zijn goede en slechte eigenschappen zijn en wat hij graag in deze job zou willen bereiken, begint hij zenuwachtig te schuifelen op zijn stoel. Hij staart met gekruiste armen naar de grond en trekt een zielig gezicht. Op een weinig overtuigende manier geeft hij enkele zeer algemene antwoorden. De recruiter voelt geen connectie met de kandidaat en het gesprek is snel afgelopen.

**Gevolg:** De student wordt niet meer uitgenodigd voor een volgende sollicitatieronde.



## 2

# Duidelijk en krachtig mondeling communiceren met VIKTOR

In de voorbeelden van deel 1 schoten de sprekers zwaar tekort. Hun boodschap heeft de toehoorders niet bereikt, met negatieve – zelfs desastreuze – gevolgen. Ongetwijfeld waren in alle gevallen de boodschappen belangrijk, interessant en met voldoende inhoud, maar ... de sprekers hebben het mondelinge gebeuren (persconferentie, presentatie, telefoongesprek, sollicitatiegesprek) niet goed voorbereid. Ze hebben niet op voorhand nagedacht wie de boodschap zal ontvangen en hebben zich niet gerealiseerd dat de kans bestaat dat hun boodschap niet goed overkomt als ze niet letten op onder andere een correcte taal, een duidelijke uitspraak, een persoonlijke aanspreking en een verzorgde poster. Ze beseften niet dat er communicatiestoringen kunnen optreden.

VIKTOR zal je ondersteunen in alle communicatieve situaties waarin je nu en later zal terechtkomen. VIKTOR herinnert je aan de belangrijkste onderdelen in het communicatieschema. Als alle onderdelen goed beheerst worden, zal de communicatie degelijk, overtuigend en effectief zijn.

**V**erzender, zender, jij, die de boodschap uitzendt, uitspreekt ...;

**I**nhoud, boodschap, bericht;

**K**anaal, communicatiekanaal, manier van communiceren: met woorden, met de stem, met het lichaam; zonder woorden, zonder stem, met beelden;

**T**roep, rommel, rotzooi, storing, ruis, hindernissen die belemmeren dat de boodschap helder overkomt of die ervoor zorgen dat een verkeerd effect bereikt wordt;

**O**ntvanger, wie de boodschap ontvangt, naar wie de boodschap wordt verzonden of voor wie die wordt uitgesproken, de toehoorder(s), het publiek;

**R**actie, feedback.



Figuur 1: VIKTOR (Illustratie: Djanlissa Pringels)

Meer uitleg bij VIKTOR:

#### V

Jij bent de verzender van de boodschap. Denk na over jouw sterktes en zwaktes. Misschien werd jou tijdens vorige opdrachten verteld dat je trager moet spreken of dat je er altijd op moet letten om de eindklanken uit te spreken. Hou daarom de werkpunten uit vorige opdrachten voor ogen, als je oefent en als je uiteindelijk begint te spreken.

#### I

Vooraleer je de boodschap verzendt – uitspreekt – denk je na over wat je wil zeggen. Verzamel voldoende informatie. Informeer je grondig over de randvoorwaarden, de eisen van de opdracht (bijvoorbeeld: hoelang mag je spreken, waar zal je spreken ...).

#### K

Daarna bedenk je welk kanaal het meest geschikt is om jouw boodschap, bericht aan de ander(en) over te brengen. Let er daarbij op dat de kanalen op een juiste manier worden ingevuld. Zo is het bijvoorbeeld essentieel dat de woorden op dia's en posters juist zijn geschreven, dat je geschikte beelden gebruikt, dat je woorden correct uitspreekt, dat je let op een open lichaamstaal ...

#### T

Je probeert ervoor te zorgen dat er zo weinig mogelijk troep, rommel op je weg komt die ervoor kan zorgen dat je boodschap de ander niet goed bereikt. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat de anderen moe zijn en niet goed opletten als jij spreekt. Probeer dan extra op het publiek in te spelen. Het kan ook zijn dat er een technische storing is waardoor jouw micro en webcam niet goed functioneren en de anderen jou niet horen of zien tijdens een online vergadering. Bereid je technisch goed voor en hou op voorhand een online testgesprek.

#### O

Wie zal jouw presentatie horen, wie komt kijken naar een postervoorstelling, voor wie moet je pitchen, wie zal je telefoneren, tegen wie spreek je tijdens een vergadering? Wat is de voorkennis, de leeftijd en wat zijn de verwachtingen van de ontvangers? Zij zijn vanzelfsprekend essentieel. Je wil namelijk aan de anderen jouw bericht duidelijk maken. We streven ernaar om zo veel mogelijk te connecteren, te verbinden met de ontvangers. Pas dan is er echt communicatie.

#### R

Pas als je van de ontvangers reactie of feedback krijgt, weet je hoe jouw boodschap is overgekomen. Let op de signalen die ze uitzenden naar jou. De reactie kan verbaal, met woorden zijn: 'Ja, nu begrijp ik waarom je deze gele bamboofiets gekozen hebt als transportmiddel tijdens je fietstocht in Noord-Spanje.' Heel vaak is de feedback of reactie non-verbaal, dus niet via woorden, maar via bewuste of onbewuste lichaamsgebaren. Tijdens een presentatie is het bijvoorbeeld van groot belang om naar de reactie van het publiek te kijken: liggen de luisteraars in te dommelen of hangen ze met wijd opengesperde ogen aan jouw lippen? Als je solliciteert, kijk je ook naar de lichaamstaal van de recruiter.

Zelfs als de ontvanger niet reageert, is dat toch een reactie. Misschien is hij wel totaal onverschillig en wil hij niet in communicatie treden. Als jij aan jouw geliefde vraagt: 'Zie je mij eigenlijk nog graag?' en als reactie staart hij naar de tafel en vraagt 'Kan je mij de suiker eens doorgeven?', tja ... Dan is dat wel een duidelijk antwoord, waaruit jij jouw conclusies moet trekken. Zelfs wie niets zegt, zegt toch iets, communiceert iets.



We communiceren altijd. Het is niet mogelijk om niet te communiceren!

We passen VIKTOR nu toe op de voorbeelden uit deel 1 en vormen die communicatief zwakke situaties om tot sterke, krachtige mondelinge situaties.

**Zwakke communicatieve situatie 1**

- V** = premier;
- I** = veiligheidsmaatregelen voor bevolking tijdens pandemie;
- K** = PowerPointpresentatie en mondelinge toelichting via televisie;
- T** = gebrekkig gesproken Nederlands is niet goed te begrijpen – te drukke en niet duidelijk opgemaakte PowerPointpresentatie;
- O** = elf miljoen Belgen, waaronder bij benadering zes miljoen Nederlandssprekenden;
- R** = slecht onthaal, negatieve reacties, inhoud niet duidelijk.

**Sterke communicatieve situatie 1**

Enkele weken later houdt de nieuwe premier een gelijkaardige persconferentie waarin de huidige pandemietoestand wordt uitgelegd en ook de maatregelen die de regering heeft verkondigd om de pandemiecijfers te proberen in te perken. De premier en de minister van Volksgezondheid spreken het Belgische volk stipt om 19.00 uur aan in een zeer vloeiend Nederlands én Frans. Ze praten traag, duidelijk en met veel gevoel. Hun medevoelen tonen ze door voorbeelden uit hun eigen leefwereld aan te halen. Aan de hand van eenvoudige, heldere infografieken (informatieve illustraties) maken ze de veiligheidsmaatregelen duidelijk. Beide ministers letten op goed oogcontact met de kijkers en gebruiken voldoende handgebaren om hun woorden te ondersteunen.

**Gevolg:** De zeer belangrijke boodschap wordt wel begrepen en een groot deel van de bevolking is gemotiveerd om de veiligheidsmaatregelen op te volgen en ... het aantal besmettingen stijgt niet meer en begint zelfs te zakken.

- V** = premier en minister van Volksgezondheid;
- I** = veiligheidsmaatregelen voor bevolking tijdens pandemie;
- K** = presentatie met enkele infografieken via televisie;
- T** = geen;
- O** = elf miljoen Belgen, waaronder zo'n zes miljoen Nederlandssprekenden;
- R** = zeer goed onthaal, positieve reacties, inhoud zeer duidelijk.

**Zwakke communicatieve situatie 2**

- V** = enkele ministers;
- I** = uitleg vaccinbeleid in België voor Vlaamse gemeenschap;
- K** = online presentatie;
- T** = veel storende geluiden op de achtergrond, zoals brandalarmen en deelnemers die door elkaar praten;
- O** = ongeveer zes miljoen Vlaamse kijkers;
- R** = negatief onthaal, boodschap niet duidelijk en niet geloofwaardig.

**Sterke communicatieve situatie 2**

Een nieuwe online presentatie over het vaccinbeleid in Vlaanderen vindt plaats, maar voorafgaand is er een degelijke technische controle van alle webcams en micro's die de deelnemers zullen gebruiken. Zo is iedereen zeker dat de geluid- en beeldkwaliteit goed zal zijn en dat de geluiden en de beelden duidelijk zullen zijn. Vóór de live online presentatie test iedereen de technische hulpmiddelen en wordt afgesproken dat wie niet aan het woord is, de webcam en de micro uitschakelt. Voor alle zekerheid schakelt de beheerder van de groep alle webcams en micro's zelf uit in het geval een niet-sprekende deelnemer toch zou vergeten de hulpmiddelen uit te schakelen.

**Gevolg:** De boodschap komt duidelijk en overtuigend over.

- V** = alle deelnemers van de online presentatie;
- I** = vaccinbeleid in Vlaanderen;
- K** = online presentatie met micro en webcam;
- T** = geen;
- O** = ongeveer zes miljoen Vlaamse kijkers;
- R** = positief onthaal, boodschap duidelijk.



**Zwakke communicatieve situatie 3**

- V** = afstuderende student;
- I** = voorstelling eindwerk/bachelorproef;
- K** = academische poster + mondelinge voorstelling;
- T** = niet goed leesbare figuren en tabellen op poster, taalfouten op poster, storende 'euhs,' geen connectie met toehoorders;
- O** = lesgevers en juryleden;
- R** = gefronste wenkbrauwen die afkeuring uitdrukken, aanduiden van taalfout op poster, negatieve reactie, laag waarderingcijfer.

**Sterke communicatieve situatie 3**

De student besteedt veel tijd en zorg aan een aantrekkelijke en goed opgebouwde poster. Aangezien hij de poster tijdig afwerkt, is er voldoende tijd om de poster en de taal op de poster kritisch na te kijken en te laten nalezen. Minstens drie keer oefent hij luidop de mondelinge uitleg, waarbij hij de poster als steun gebruikt, maar geen tekst vanbuiten leert. Tijdens de postersessie heeft de student veel zelfvertrouwen en straalt dat ook uit. Hij spreekt luid genoeg, maar schreeuwt niet. De positieve lichaamstaal die de lesgevers en de juryleden uiten (door enthousiast te knikken, door te hummen ('hm-hm') en door te glimlachen) geeft hem een nog beter gevoel, waardoor hij steeds beter gaat spreken.

**Gevolg:** Positieve reactie en een mooi cijfer.

- V** = afstuderende student;
- I** = voorstelling eindwerk/bachelorproef;
- K** = poster + mondelinge voorstelling;
- T** = geen;
- O** = lesgevers en juryleden;
- R** = positief knikken, glimlachen, hoog waarderingcijfer.

**Zwakke communicatieve situatie 4**

- V** = studente;
- I** = contact voor stageplaats;
- K** = e-mail en telefoon;
- T** = telefoonangst leidt tot geen enkel contact;
- O** = onthaalbediende van mogelijk stagebedrijf;
- R** = geen, dus ook geen stageplaats.

**Sterke communicatieve situatie 4**

Een studente is verplicht om te telefoneren naar een mogelijk stagebedrijf omdat ze geen antwoord kreeg op eerdere mails. Ze vindt het nooit aangenaam om rechtstreeks te telefoneren, maar ze beseft dat ze beter niet langer wacht als ze toch tijdig een goede stageplaats wil. Ze bereidt zich voor en schrijft de zinnen die ze zal uitspreken op papier uit en ze zondert zich af zodat ze alleen is in de ruimte om te bellen. Ze belt dadelijk op, heeft spoedig de juiste mailgegevens en mailt de persoon in kwestie voor een stageplaats.

**Gevolg:** Een uur later ontvangt ze al antwoord en heeft ze een stageplaats.

- V** = studente;
- I** = contact voor stageplaats;
- K** = e-mail en telefoon;
- T** = geen;
- O** = onthaalbediende van mogelijk stagebedrijf;
- R** = positieve respons: antwoord en stageplaats.



### Zwakke communicatieve situatie 5

- V** = afstuderende student;
- I** = sollicitatie voor job;
- K** = cv, begeleidende mail, interview;
- T** = slordige omgang met taal, geen goede voorbereiding, geen juiste, open lichaamstaal;
- O** = recruiter;
- R** = negatieve respons, geen mogelijkheid tot job.



### Sterke communicatieve situatie 5

Een afgestudeerde student wil in een cv en een begeleidende mail de recruiter ervan overtuigen dat hij een geschikt kandidaat is voor de vacature die een bedrijf nu uitschrijft. Hij neemt niet het eerste het beste sjabloon voor cv's dat hij op het internet vindt, maar informeert zich op voorhand over welke cv's de meest aantrekkelijke en duidelijke zijn en tracht zijn cv te laten aansluiten bij de bedrijfscultuur van het bedrijf. Hij structureert de belangrijke gegevens duidelijk, zodat de recruiter in één oogopslag zicht heeft op de kwaliteiten van de kandidaat. Hij besteedt zorg aan de begeleidende mail, zowel op het vlak van inhoud als taal en opmaak. Vanaf het begin richt hij zich persoonlijk tot de recruiter en begint de brief met 'Geachte heer Pieters'. De recruiter is vanaf de eerste blik aangenaam verrast en vormt zich een positief beeld van de kandidaat.

Voordat de kandidaat zich naar het interview begeeft, doet hij research over het bedrijf op het internet en denkt na over de belangrijkste vragen die hoogstwaarschijnlijk tijdens het interview zullen worden gesteld. Vooral de vraag om zijn sterkste en zwakste karaktereigenschappen op te sommen, vindt hij niet zo eenvoudig. Nadat hij op voorhand bij vrienden daarover polste, kan hij zich wel een beeld vormen. Hij stapt glimlachend met veel zelfvertrouwen het kantoor van de recruiter binnen, met de overtuiging dat hij een goede kandidaat is. Het gesprek verloopt aangenaam en de kandidaat toont zijn enthousiasme. Het positieve gevoel dat de recruiter al had toen hij het cv en de begeleidende mail doornam, wordt tijdens het persoonlijke gesprek bevestigd.

**Gevolg:** De student wordt uitgenodigd voor een volgende sollicitatieronde ... en de volgende. Hij heeft de job.

- V** = afgestudeerde student;
- I** = sollicitatie voor job;
- K** = cv, begeleidende mail, interview;
- T** = geen;
- O** = recruiter;
- R** = positieve respons, aanwerving voor een job.

**Deel  
2**

**Vaardigheden om  
succesvol mondeling  
te communiceren**

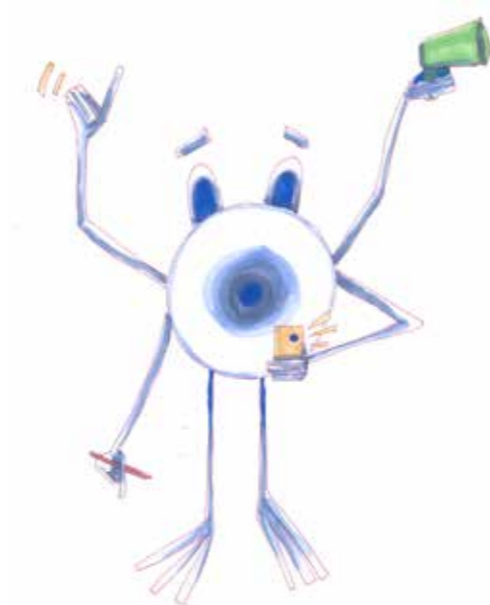
# Deel 2

## Vaardigheden

Communicatie<sup>1</sup> bestudeert het contact en de interactie tussen mensen, dieren en planten. Het Engelse *community* (gemeenschap) wijst ook op het belang van 'samen met anderen iets op te bouwen'.

Communiceren is dus connecteren, verbinden met de ander. Net zoals de schrijver van een tekst op papier (verslag, brief ...) wil connecteren met de lezer van zijn tekst, zal de spreker van een mondeling bericht (een presentatie, een pitch, een voorstelling van een poster, een telefoongesprek, een sollicitatiegesprek) zich ook willen verbinden met de toehoorder.

Op verschillende manieren, via verscheidene kanalen, zoeken we contact met anderen en willen we onze boodschap, ons bericht overbrengen.



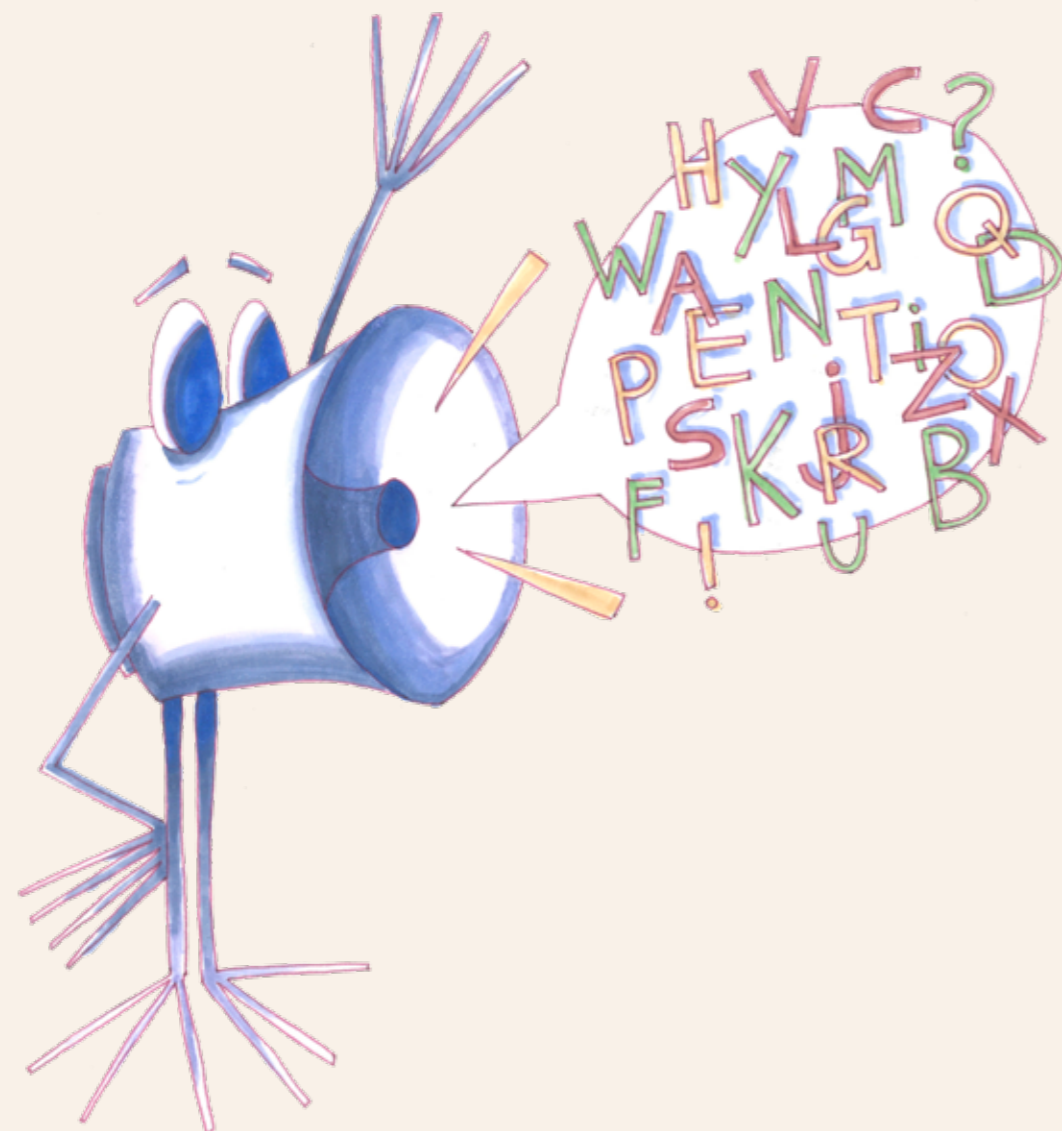
<sup>1</sup> Het woord 'communicatie' komt van het Latijnse *communicare* (communiceren) en bestaat uit *com* (samen met) en *munire* (bouwen).

We communiceren ...

- **met woorden én met stem**  
verbaal, vocaal  
communicatie via de gesproken taal  
voorbeelden: presentatie, postervoorstelling, sollicitatiegesprek, telefoongesprek, bijdrage in vergadering, verkoopgesprek ...
- **met enkel woorden**  
verbaal, non-vocaal  
communicatie via de geschreven taal  
voorbeelden: tekst, taal op dia, op poster, in cv, in sollicitatiebrief, in e-mail ...
- **met enkel de stem**  
non-verbaal, vocaal  
communicatie via de stem  
voorbeelden: intonatie, emoties in de stem, gelach ...
- **met het lichaam**  
non-verbaal, non-vocaal  
communicatie via lichaamsdelen  
voorbeelden: handgebaren, oogcontact, gezichtsmimiek, afstand tussen personen, plaats aan tafel ...
- **met beelden<sup>2</sup>**  
communicatie via beelden  
voorbeelden: figuren, tabellen, grafieken, infografieken, foto's, schema's, diagrammen ...
- **met een kritische geest<sup>2</sup>**  
communicatie met een kritische geest  
voorbeelden: argumenteren, mondeling betoog voeren

<sup>2</sup> De klassieke communicatiekanalen zijn 'geschreven woorden', 'stem' en 'lichaam'. In dit boek kiezen we ervoor om die kanalen uit te breiden en ook communiceren 'met beelden' en 'met een kritische geest' op te nemen als belangrijke algemene vaardigheden. Die zijn namelijk ook nodig voor een sterke, effectieve mondelinge communicatie.

# 1 Communiceren met woorden en stem



- Adem via de buik als je spreekt.
- Laat de lucht in neus, mond, strottenhoofd, keel en borstkas goed resoneren.
- Articuleer pittig en juist.
- Spreek geen tussentaal en ook geen dialect.
- Zorg voor een krachtige expressie via een open lichaamstaal en een levendig stemgebruik.

We communiceren met woorden die we uitspreken. De bespreking van de eerste algemene communicatieve vaardigheid gaat dieper in op de manier waarop we woorden vormen en uitspreken. Vervolgens belichten we het deel 'articulatie' diepgaander: welke articulatiefouten komen in welke dialecten het meeste voor en wat zijn de kenmerken van tussentaal? Hoe we het beste spreken om duidelijk over te komen, wordt helder in dit eerste deel.



*'Spreken leert men door te spreken.'*  
M.T. Cicero (106-43 v.Chr.)

## 1.1 Spreken doe je zo

Als we praten, denken we er op voorhand niet over na welke lichaamsdelen we daarbij gebruiken. Hiernaast (figuur 2) vind je een korte samenvatting van verschillende lichaamsfuncties die harmonisch samenwerken als iemand spreekt. Het schema hieronder vat samen hoe klanken worden gevormd.



Figuur 2: Van rustige adem tot expressieve spraak