

**COMMERCIEEL  
BEDREVEN  
IN VASTGOED**



# COMMERCIEEL BEDREVEN

*SUCCESVOL BEMIDDELEN  
TUSSEN KOPER EN VERKOPER*

# IN VASTGOED

| OWL PRESS |

FILIP WEYERS & BARBARA VAN CAMP

<b>WOORD VOORAF</b>	<b>7</b>
<b>DEEL 1: COMMERCIEËLE ATTITUDE</b>	<b>8</b>
<b>1. Persoonlijke verkoop</b>	11
1.1. De vastgoedmakelaar als verkoopinstrument	11
1.2. Commerciële vaardigheden	12
1.3. Kennis, vaardigheden en competenties	14
1.4. Verbaal vs non-verbaal gedrag	15
1.5. Ontwikkelingsstadia van leren	16
1.6. Het sollicitatieproces in een notendop	19
<b>2. Communicatieve vaardigheden</b>	22
2.1. Het communicatieproces	22
2.2. Miscommunicatie en communicatiestijlen	25
2.3. Non-verbale communicatie	27
<b>3. Het verkooptraject</b>	36
3.1. De verkooppiramide of -trechter	36
3.2. De fasen van het verkooptraject	39
<b>4. Verkoop als bedrijfsactiviteit</b>	67
4.1. Verkoop als afdeling binnen een bedrijf	68
4.2. Customer Relationship Management (CRM)	70
<b>DEEL 2: INKOOP EN ACQUISITIE</b>	<b>72</b>
<b>1. Algemene inleiding</b>	75
<b>2. Persoonlijk commercieel profiel</b>	79
2.1. Insights Discovery/DISC	80
2.2. De kernkwaliteiten van D. Ofman	93
<b>3. Personal why</b>	98
<b>4. Emotionele intelligentie in een commerciële omgeving</b>	101
4.1. De vijf dimensies van EQ	102
4.2. Je emotionele intelligentie aanscherpen	104
<b>5. Acquisitie en personal branding van een inkoper</b>	106
5.1. Klantacquisitie	106
5.2. Persoonsgebonden factoren bij acquisitie	107

<b>6. De makelaar als professional</b>	118
6.1. Uitdagingen voor de vastgoedmakelaar: opboksen tegen de vooroordelen	118
6.2. Profilering van deskundigheid	120
6.3. De mondige consument	124
<b>7. Nieuwe trends binnen de vastgoedmarkt</b>	125
<b>8. Doelgroep en marktanalyse</b>	132
<b>9. De taken van de vastgoedmakelaar-bemiddelaar</b>	134
<b>10. De werkzaamheden van een inkoper</b>	136
<b>DEEL 3: VERKOPEN</b>	<b>170</b>
<b>1. Onderhandelen</b>	173
1.1. Soorten onderhandelingen	173
1.2. De drie belangrijkste elementen in een onderhandeling	175
1.3. De delen van een onderhandeling	180
1.4. Communicatie en keuzes maken	186
1.5. Onderhandelingstechnieken: tips en tricks	190
<b>2. Verkopen particulier vastgoed</b>	194
2.1. De dagelijkse taken van een verkoper	194
2.2. De verkoopovereenkomst echt leren kennen	195
<b>3. Sales</b>	198
3.1. Het marketingplan	198
3.2. Teamwork en het inzetten van je netwerk	202
3.3. Koperanalyse	204
<b>4. Het verkoopgesprek</b>	206
4.1. Do's en don'ts in een verkoopgesprek	207
<b>5. Van bezichtiging tot compromis</b>	210
5.1. Bezichtiging	210
5.2. Het verkoopgesprek	214
5.3. De kandidaat-koper brengt een bod uit	220
5.4. Compromis = voorlopige verkoopovereenkomst	223
<b>6. Omgaan met conflicten</b>	224
<b>BRONNEN</b>	<b>229</b>



# WOORD VOORAF

Een belangrijk deelaspect van de job van de vastgoedmakelaar-bemiddelaar is het verhandelen van woningen. Hiervoor is commerciële ingesteldheid van cruciaal belang. In deel 1 van dit boek komt die attitude uitgebreid aan bod, voor eender welke job waarbij commerciële ingesteldheid doorslaggevend is voor professioneel succes. Er zal daarbij geregeld verwezen worden naar de leefwereld van de vastgoedmakelaar.

In deel 2 en 3 komen we in de professionele omgeving van de vastgoedmakelaar-bemiddelaar terecht. Het unieke (en uitdagende) aan die job is dat je twee klantengroepen hebt met tegenstrijdige (financiële) belangen: de verkoper (of verhuurder) verwacht een zo hoog mogelijke prijs voor zijn woning, terwijl de koper (huurder) zo min mogelijk wil betalen. De vastgoedmakelaar moet de belangen van beide partijen behartigen – geen eenvoudige klus. Vereisten daarvoor zijn (het creëren van) een vertrouwensband en heel wat commerciële expertise. Hoe je dat het beste aanpakt in je rol van inkoper en verkoper, wordt beschreven in deel 2 en 3.

In deel 2 leer je de commerciële uitdagingen van het inkopen van panden kennen: hoe je de klant-verkoper overtuigt om zijn woning via een vastgoedmakelaar te verkopen of te verhuren, en welke deskundigheden nodig zijn tot het compromis. In deel 3 komt het verkopen van panden aan bod. Hier kruip je in de rol van verkoper die de klant-koper tracht te overtuigen om voor een bepaalde woning te kiezen.

Elk hoofdstuk sluit af met een aantal oefeningen, vaak in de vorm van rollenspellen. Praktijk loont!

**DEEL 1:**  
**COMMERCIELE**  
**ATTITUDE**



Het eerste hoofdstuk bespreekt het belang en nut van de vastgoedmakelaar als persoonlijk verkoopinstrument. De verkoopvaardigheden van de verkoper komen hierin aan bod. Hoofdstuk 2 staat stil bij de communicatieve vaardigheden van de verkoper. In hoofdstuk 3 worden alle fasen van een verkooptraject toegelicht, van het eerste contact met een potentiële klant tot en met het omgaan met bezwaren en de follow-up. In hoofdstuk 4 ten slotte bespreken we een aantal andere aspecten van verkoop als bedrijfsactiviteit, zoals de plaats van verkoop binnen een organisatie en 'Customer Relationship Management' of 'Klantenrelatiebeheer'.



# 1. PERSOONLIJKE VERKOOP

In dit hoofdstuk komen diverse onderwerpen aan bod die op het eerste zicht losstaan van elkaar, maar die zullen bijdragen tot een beter begrip van wat volgt in dit boek. We staan stil bij het belang van de vastgoedmakelaar als persoonlijk verkoopinstrument en bij de belangrijkste verkoopvaardigheden.

Als jonge professional is het belangrijk om op een gerichte en succesvolle manier te kunnen solliciteren voor een commerciële job. Een vacature juist kunnen ‘lezen’ is daarvoor noodzakelijk. We hebben het in dit hoofdstuk over het verschil tussen kennis, vaardigheden en competenties, het verschil tussen verbaal en non-verbaal gedrag, over de verschillende stadia van het leerproces en over het standaard sollicitatieproces.

Het hoofdstuk sluit af met het (leren) analyseren van een vacature, een presentatie-oefening en een sollicitatiegesprek.

## 1.1. DE VASTGOEDMAKELAAR ALS VERKOOPINSTRUMENT

Binnen eender welk bedrijf staat de verkoop van producten en/of diensten centraal. Of het nu gaat om een autodealer, een supermarkt, een bank- of verzekeringsmaatschappij of een vastgoedmakelaar, de organisatie heeft maar kans op overleven wanneer ze producten of diensten verkoopt. Belangrijk hierbij is dat dat gebeurt op een zo efficiënt mogelijke manier. Bij de verkoop kunnen diverse marketing- en verkoopinstrumenten worden ingezet. Welke rol marketing daarbij speelt, wordt behandeld in het marketingluik van dit boek.

Een potentiële klant over de streep trekken (of ‘verkopen’) is vaak het resultaat van het gebruik van een aantal verkoopkanalen (of verkoopinstrumenten). Denk daarbij aan de inzet van een fysieke winkel, een webshop, sociale media, de telefoon, catalogi, en zo meer.

De digitalisering heeft ervoor gezorgd dat verkoopmedewerkers als verkoopinstrument in sommige sectoren aan belang hebben verloren. Verkoop via een eigen verkoopteam is namelijk een duur instrument, zeker in vergelijking met de verkoop van producten en diensten via internet. Bij het inrichten van de verkoopkanalen mag je echter niet enkel kijken naar de kostprijs ervan, maar moet er ook aandacht uitgaan naar de effectiviteit

## DEEL 1: COMMERCIELE ATTITUDE

van de ingezette kanalen. Een paar schoenen bijvoorbeeld is makkelijker verhandelbaar via een webshop dan een huis of een verzekeringscontract. Eigenlijk kan je stellen dat het belang van het inzetten van verkoopmedewerkers (persoonlijke verkoop) groeit naarmate de complexiteit en de prijs van het product of de dienst toenemen en/of wanneer er maatwerk verwacht wordt.

Binnen een business-to-businessomgeving, waar de verkoopcyclus vaak langer duurt omwille van de omvang en/of complexiteit van de deal, is het inzetten van verkopers doorgaans belangrijker dan in een business-to-consumeromgeving. Ook in die consumentenmarkten vindt echter persoonlijke verkoop plaats. Denk maar aan de verkoop van wagens en woningen waarbij persoonlijke begeleiding en vertrouwen vaak doorslaggevend zijn voor de verkoop. Het succes van een vastgoedkantoor zal dus in belangrijke mate afhangen van de beslagenheid van zijn commerciële medewerkers, met name de vastgoedmakelaar.

## 1.2. COMMERCIELE VAARDIGHEDEN

Persoonlijke verkoop is een vak en dat kan je leren! Het succes van een commercieel medewerker is echter niet slechts de optelsom van diens opgedane kennis en ervaringen. In de hedendaagse wereld spelen vaardigheden een steeds belangrijkere rol en dat merk je ook in personeelsadvertenties en uiteraard in het onderwijs, waar meer aandacht geschonken wordt aan het 'doen'.

Om een persoonlijk verkoopgesprek goed te kunnen voeren zijn vier specifieke vaardigheden nodig: **sociale intelligentie, overtuigingskacht, resultaatgerichtheid** en **communicatief vermogen**.

### 1.2.1. SOCIALE INTELLIGENTIE

Iemand met een hoge sociale intelligentie heeft inzicht in de behoeften en interesses van anderen. Dit ontkracht de bewering dat goeie babbelaars goeie verkopers zijn. Een verkoper die goed kan luisteren, begrip kan tonen, zich kan inleven in de situatie van de klant, zal beter kunnen inspelen op de behoeften van de klant.

Thorndike (1920) omschrijft sociale intelligentie als 'verstandig handelen binnen menselijke relaties'. Hij benadrukt met deze definitie het belang van interpersoonlijke kwaliteiten en vaardigheden, namelijk de mate waarin je in staat bent om interactie aan te gaan en te communiceren met anderen. Interpersoonlijke vaardigheden worden in de volksmond sociale vaardigheden genoemd.

### 1.2.2. OVERTUIGINGSKRACHT

Deze vaardigheid staat voor de mate waarin je met goed onderbouwde argumenten de klant weet te overtuigen van jouw mening, van het product of de dienst. Een verkoper heeft daar in de eerste plaats productkennis voor nodig, maar de manier waarop je communiceert en je je gedraagt (non-verbaal gedrag) zijn ook belangrijk.

Een aantal persoonlijke eigenschappen gerelateerd aan overtuigingskracht zijn ambitie, creatief, inspirerend, makkelijke prater, zelfverzekerd, communicatief en zelfvertrouwen. Zo zal een makelaar die 100% achter zijn kantoor en dienstverlening staat en zelfvertrouwen uitstraalt, overtuigender overkomen naar klanten.

### 1.2.3. RESULTAATGERICHTHEID

‘Resultaatgericht’ betekent actief aan de slag gaan met de taak en beslissingen nemen om het gewenste doel te bereiken. Binnen de commerciële context van een vastgoedmakelaar is die taak onder andere het inkopen en verkopen van een woning. Belangrijk daarbij is om de belangen van de klant niet uit het oog te verliezen. Iemand die vindingrijk en besluitvaardig is en lef heeft, zal doorgaans resultaatgerichter zijn en dus vaker doelstellingen behalen.

### 1.2.4. COMMUNICATIEF VERMOGEN

Dit is het vermogen om op een correcte en volledige manier een boodschap te kunnen overbrengen, zowel mondeling als schriftelijk. Ook feedback vragen en het meest geschikte communicatiemedium gebruiken maakt deel uit van het communicatief vermogen. Communiceren doe je bovendien niet alleen verbaal, maar ook non-verbaal. Die vaardigheid is dermate belangrijk op professioneel vlak dat we er het tweede hoofdstuk aan wijden.

Het vergt heel wat oefening om bovenstaande vaardigheden zodanig goed in de vingers te krijgen dat je ze onbewust kan toepassen in een klantencontact. Dit boek bevat een aantal oefeningen waarbij je via rollenspellen werkt aan het verwerven van die vaardigheden. Bij elke oefening wordt de context geschetst, de rolverdeling van de deelnemers bepaald en de doelstelling vooropgesteld. Bedoeling is dat elke deelnemer meerdere keren de commerciële rol opneemt om zich onbewust te bekwamen in de diverse vaardigheden, opdat verkoopgesprekken op een effectieve manier verlopen. Het verbeteren van de vaardigheden zal grotendeels afhangen van wat geleerd wordt uit positieve en negatieve ervaringen. Wederzijds respect, onderling vertrouwen en openheid onder de deelnemers zijn daarbij onmisbaar.

## 1.3. KENNIS, VAARDIGHEDEN EN COMPETENTIES

Bedrijven gaan op zoek naar medewerkers met specifieke kennis en bepaalde vaardigheden en competenties. Om een vacature goed te begrijpen en te kunnen oordelen of jouw profiel matcht met wat gevraagd wordt, is een goed begrip van de termen 'kennis', 'vaardigheid' en 'competentie' nodig.

**Kennis** staat voor de informatie die iemand heeft over een bepaald onderwerp of vakgebied. Je hebt kennis nodig om in een bepaalde functie te werken. Denk daarbij aan een softwarepakket en een taal. Kennis verwerf je vaak op de schoolbanken of door zelfstudie. Een diploma, certificaat of attest is een bewijs dat je over specifieke kennis beschikt. Op een cv staat dit dan ook vaak vermeld onder de rubriek 'kennis'. Een opleiding kan naast kennis ook heel wat vaardigheden verschaffen, waar je aan werkt tijdens practica, oefensessies, rollenspellen, en zo meer. Kennis is vaak nodig om een vaardigheid op een goeie manier te begrijpen en uit te voeren.

**Vaardigheden** verwijst naar de bekwaamheid waarover iemand beschikt door het herhaaldelijk uitvoeren van bepaalde handelingen. Denk aan het afnemen van bloed als verpleegster, aan verkoopvaardigheden, maar bijvoorbeeld ook organisatievermogen, stressbestendigheid, klantgerichtheid en besluitvaardigheid.

Veelgevraagde kennis en vaardigheden in vacatures:

KENNIS	VAARDIGHEDEN
Talen	Commerciële ingesteldheid
(Vereist) diploma	Communicatievaardig
Computerkennis	Zelfstandig werken
Specifieke product/systeem/sectorkennis	Teamplayer
Rijbewijs	Leidinggevend
	Pro-actief
	Sociaal
	Organisator/organisatievermogen
	Nauwkeurig werken
	Collegiaal
	Stressbestendig
	Resultaatgericht
	Zelfstandig werken
	Contactvaardig

Een **competentie** is een ruimer begrip dan een vaardigheid. Een competentie wijst op het hebben van de juiste kennis, vaardigheden en attitudes om adequaat te kunnen handelen in concrete situaties.

De begrippen 'competenties' en 'vaardigheden' worden vaak door elkaar gebruikt, ook door professionele rekruteringsbureaus. Weet dat bedrijven op zoek zijn naar medewerkers die succesvol gedrag vertonen en dat doe je door kennis en kunde te combineren met de juiste houding/attitude.

Attitude is de manier waarop je in het leven staat en aankijkt tegen een situatie. Het is het minst tastbare begrip, maar wellicht het belangrijkste. Als organisatie wil je graag medewerkers die gemotiveerd zijn en positief ingesteld zijn, maar ook stiptheid, flexibiliteit en initiatief nemen vallen onder attitude. Wees je ervan bewust dat jouw toekomstige werkgever daar zeker zal naar polsen tijdens het sollicitatieproces.

### 1.4. VERBAAL VS NON-VERBAAL GEDRAG

Tijdens de oefeningen van het commerciële luik zal de aandacht uitgaan naar zowel de verbale als de non-verbale prestaties van de deelnemers. Hieronder wordt het verschil duidelijk gemaakt aan de hand van een sollicitatiegesprek.

#### **Verbaal = inhoud van het gesprek:**

- Heeft de sollicitant zich duidelijk, kernachtig en commercieel voorgesteld, m.a.w. werd gepast taalgebruik gehanteerd, to-the-point, in commercieel krachtige taal (*ik heb ervaring in, mijn sterktes zijn, mijn expertise is...*).
- Heeft de sollicitant zijn sterke punten goed laten aansluiten bij het gevraagde profiel?
- Heeft de sollicitant goed geantwoord op de gestelde vragen?
- Heeft de sollicitant interessante en duidelijke vragen gesteld?

#### **Non-verbaal = stem, intonatie, articulatie, expressie, handdruk, oogcontact, lichaamshouding:**

- Was het spreektempo goed?
- Was alles verstaanbaar: goed gearticuleerd en geen dialect?
- Was de handdruk stevig en was er oogcontact tijdens de handdruk?
- Heeft de student voldoende non-verbale aandacht gegeven (oogcontact, mimiek, lichaam toegekeerd naar de gesprekspartners...)?
- Zat de sollicitant rechtop (rechte rug, onderarmen op tafel)?
- Heeft de sollicitant gebruikgemaakt van armen en hoofd om zijn boodschap kracht bij te zetten?

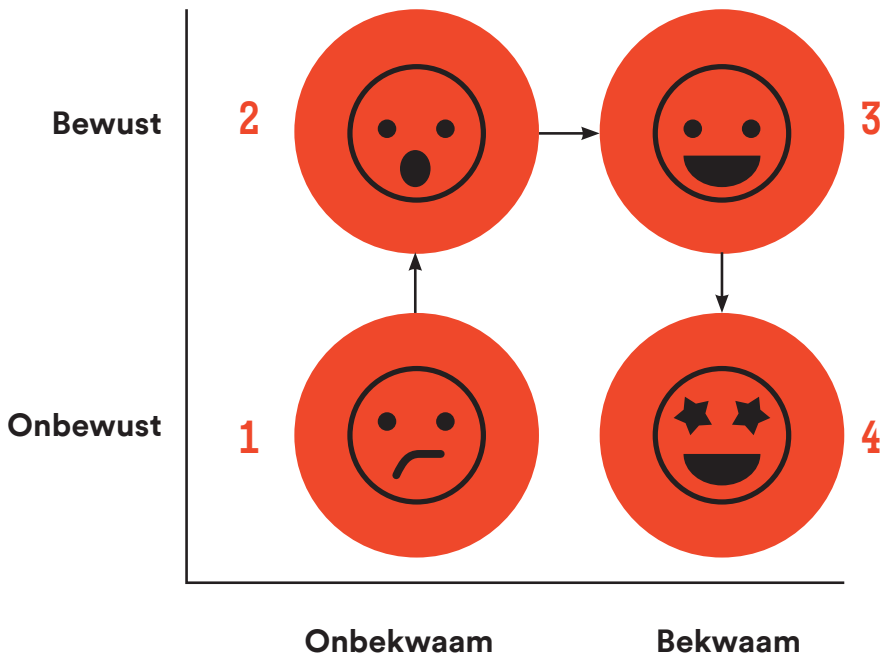
In hoofdstuk 2 (Communicatieve vaardigheden) maak je verder kennis met de wonderlijke wereld van non-verbaal gedrag.

## 1.5. ONTWIKKELINGSSTADIA VAN LEREN

Dit eerste deel van het boek heeft als hoofddoel om je commerciële competenties te versterken. Er zijn verschillende wetenschappelijke benaderingen van de manier waarop mensen vaardigheden leren. Een daarvan is het 4-staps leerproces of de leercurve van Maslow. Als commercieel medewerker is het belangrijk om je te blijven ontwikkelen en te excelleren in de vier reeds besproken vaardigheden (sociale intelligentie, overtuigingskracht, resultaatgerichtheid en communicatief vermogen).

De leercurve van Maslow heeft betrekking op het verwerven van kennis en het aanleren van nieuwe vaardigheden. De snelheid waarin dat verloopt zal mede bepaald worden door je attitude (waaronder positieve ingesteldheid). Er zijn twee parameters die bepalen in welke fase van het leerproces je je bevindt, namelijk **bewustzijn** en **bekwaamheid**. Kennis van de leercurve doet je bewust stilstaan bij in hoeverre je momenteel over bepaalde vaardigheden beschikt, wat een stimulans kan zijn om beter te worden. Tijdens de oefeningen gaan we aan de slag om je commerciële vaardigheden te verbeteren.

Er zijn vier kwadranten of fasen:



FIGUUR 1: DE 4 FASES VAN DE LEERCURVE VAN MASLOW



Volgens Maslow doorloop je bij alles wat je leert de vier fasen. Dat geldt dus niet alleen voor vaardigheden binnen een professionele context, maar ook voor het aanleren van wat je persoonlijk belangrijk vindt, zoals autorijden, een nieuwe sport, een muziekinstrument, pottenbakken, en zo meer. Het doel bij het aanleren van een vaardigheid is om er onbewust bekwaam in te worden: dan beheers je de vaardigheid op een natuurlijke, effectieve manier.

Hieronder lichten we elke fase van het leerproces toe, met telkens de voorbeelden 'autorijden' en 'contact leggen'. De mate waarin je in staat bent om contact te leggen zal je helpen om commerciële doelen te behalen.

In deze fase ben je er niet bewust van dat je bepaalde zaken nog niet weet of kan: je beseft niet dat de kennis en de kunde ontbreekt. Het is belangrijk om in deze fase open te staan voor feedback en op zoek te gaan naar hulp of steun. Eenmaal je die stap gezet hebt, zit je in fase 2.

1



**Onbewust  
Onbekwaam**

**VOORBEELD 'AUTORIJDEN':** je hebt nog nooit met de auto gereden en wil leren autorijden. Je stapt in de auto, na een paar pogingen slaag je erin om de motor gestart te krijgen maar je krijgt de auto niet in de eerste versnelling.

**VOORBEELD 'CONTACT LEGGEN':** je beseft niet dat je te veel op jezelf gericht bent en je staat niet open voor advies.

Je bent je bewust van je onbekwaamheid en je bent bereid om er iets aan te doen. Nu kan het leren echt starten. Je zoekt informatie op, experimenteert, zoekt hulp en vraagt feedback.

2



**Bewust  
Onbekwaam**

**VOORBEELD 'AUTORIJDEN':** na minutenlang proberen kom je tot het besef dat het zonder kennis en hulp niet zal lukken. Je informeert je over de vaardigheid 'autorijden' via diverse kanalen, waaronder YouTube, en start met oefenen onder begeleiding. Je staat open voor verbetering en wil het autorijden zo goed en zo snel mogelijk onder de knie krijgen. Je blijft verder oefenen.

**VOORBEELD 'CONTACT LEGGEN':** je ervaart dat contact leggen (connectie maken met je gesprekspartner) nog stroef loopt en staat open voor kritiek en advies. Het leerproces kan starten door uit te proberen, hulp te zoeken en te experimenteren.

## DEEL 1: COMMERCIELE ATTITUDE

Door een vaardigheid te oefenen word je alsmaar beter en kom je terecht in de bewust bekwame fase van het leerproces. Je hebt de vaardigheid onder de knie, maar er is nog ruimte voor verbetering. Wil je verder groeien in deze vaardigheid, dan moet je blijven oefenen en feedback vragen.

3



**Bewust  
Bekwaam**

**VOORBEELD 'AUTORIJDEN':** het autorijden lukt aardig en je slaagt voor het praktisch rijexamen. Je ervaart wel dat je nog steeds goed moet opletten om geen fouten te maken.

**VOORBEELD 'CONTACT LEGGEN':** je legt vlot contact met anderen, maar voelt dat er nog ruimte is voor verbetering, want niet elke gesprekspartner ligt jou even goed. Je blijft actief oefenen en vraagt feedback ter verbetering.

In deze fase sta je niet meer stil bij de manier waarop je de vaardigheid uitvoert. Je doet het uit automatisme: je beheerst de vaardigheid op een onbewuste manier.

4



**Onbewust  
Bekwaam**

**VOORBEELD 'AUTORIJDEN':** je hebt dermate veel ervaring in autorijden dat je tijdens het rijden makkelijk een gesprek kan voeren. De handelingen gaan vanzelf en worden goed uitgevoerd.

**VOORBEELD 'CONTACT LEGGEN':** door oefening en zelfsturing zit je snel op de golflengte van een gesprekspartner die je vooraf niet kende. Je bent in staat om onbewust vlot contact te leggen. Je blijft je echter perfectioneren in het gepast volgen en leiden van een gesprekspartner.

## 1.6. HET SOLLICITATIEPROCES IN EEN NOTENDOP

- Stap 1: analyse van een vacature (zie oefening 1.1):
  - \* Begrijp de inhoud en stel vragen aan het bedrijf indien nodig.
  - \* Wat is het bedrijf? Bezoek website, sociale media, missie en visie, producten en diensten...
  - \* Evalueer de gevraagde kennis en vaardigheden.
  - \* Zoek raakvlakken met jezelf. Wat zijn je sterktes en troeven?
  - \* Evalueer de 'match': go of no-go?
- Stap 2: opmaak van je cv en de motivatiebrief schrijven. Daarvoor bestaan tal van (online) tools, o.a. via [www.jobat.be](http://www.jobat.be) of [www.wetalent.nl](http://www.wetalent.nl).
- Stap 3: het sollicitatiegesprek voeren. Dit komt uitgebreid aan bod in de oefeningen (rollenspellen). Er zijn ook heel wat tips te vinden op o.a. [www.jobat.be](http://www.jobat.be) of [www.wetalent.nl](http://www.wetalent.nl).
- Stap 4: vraag naar feedback (volgend op het gesprek) en doe aan zelfreflectie.

## OEFENING 1.1

### VACATURE ZOEKEN, ANALYSEREN EN VOORSTELLEN

In deze oefening leer je:

- de inhoud en onderdelen van een vacature kennen;
- onderscheid te maken tussen 'kennis' en 'vaardigheden/attitudes' binnen een vacature. Het merendeel van de vacatures maakt geen onderscheid tussen 'vaardigheden' (zaken die je goed moet kunnen, zoals een bepaalde handeling) en 'attitudes' (verwachte professionele eigenschappen zoals stiptheid, discipline, creativiteit) terwijl er in theorie wel een verschil is;
- het verwachte profiel voor de vacature kritisch te analyseren;
- een eenvoudige, voorbereide boodschap te presenteren;
- de stappen van het sollicitatieproces te kennen.

#### CONTEXT:

Voor deze oefening ga je elk individueel op zoek naar een commerciële vacature binnen eender welke sector, uit eender welke bron.

Er worden teams gevormd, bestaande uit drie tot vijf deelnemers. Elk van de deelnemers heeft vooraf een commerciële vacature gekozen.

#### OPDRACHT:

- Kies uit de verzamelde vacatures één commerciële vacature die jullie aanspreekt en duidelijk is opgesteld.
- Breng de volgende zaken uit de vacature in kaart:
  - o Bedrijfsnaam
  - o Producten en/of diensten die het bedrijf levert
  - o Sector of industrietak waarin het bedrijf actief is
  - o Functietitel van de gezochte medewerker
  - o Gevraagde kennis voor de job
  - o Verwachte vaardigheden voor de job
  - o Takenpakket (beknopt)
  - o Verloning (wat het bedrijf te bieden heeft)
- Presenteer in teamverband en voor de klas de vacature vanuit de naam van het bedrijf. Zorg dat elke deelnemer evenredig aan bod komt.
- 'Wij zijn op zoek naar...'

## OEFENING 1.2

### SOLLICITATIEGESPREK VOEREN

In deze oefening leer je:

- je voor te bereiden op een sollicitatiegesprek;
- een sollicitatiegesprek te voeren voor een vooraf bepaalde vacature;
- jezelf en anderen te evalueren op sterke en minder sterke punten van een gesprek.

#### CONTEXT:

Voor deze oefening bereid je je op basis van een vacature individueel voor op het sollicitatiegesprek voor een commerciële functie in de sector van het vastgoed. Bereid je voor op basis van onderstaande vragen:

- Wie ben je?
- Waarom wil je voor het bedrijf/kantoor werken?
- Waarom ben je een goeie kandidaat? Wat zijn jouw sterktes?
- Wat zijn jouw zwakke punten?

(Tip: vermeld jouw zwakke punten niet spontaan, maar wees wel voorbereid op de vraag ernaar. Hoe anticipeer je op jouw zwakke punten en hoe pak je ze aan?)

- Wat wil je nog weten over het bedrijf en/of de job?

Er worden teams gevormd van circa drie deelnemers. Elke deelnemer heeft zich voorbereid om te solliciteren op de vacature. In elk gesprek is één deelnemer de sollicitant en de twee anderen spelen de werkgever. De werkgever laat de sollicitant zichzelf voorstellen en stelt daarna een aantal vragen (Waarom interesse? Wat zijn jouw zwakke punten? Toekomstplannen? Wat wil je verdienen? ...)

#### OPDRACHT:

- Voer minimaal drie sollicitatiegesprekken per sollicitant.
- Evalueer binnen het team elk gesprek op verbaal- en non-verbaal gedrag.