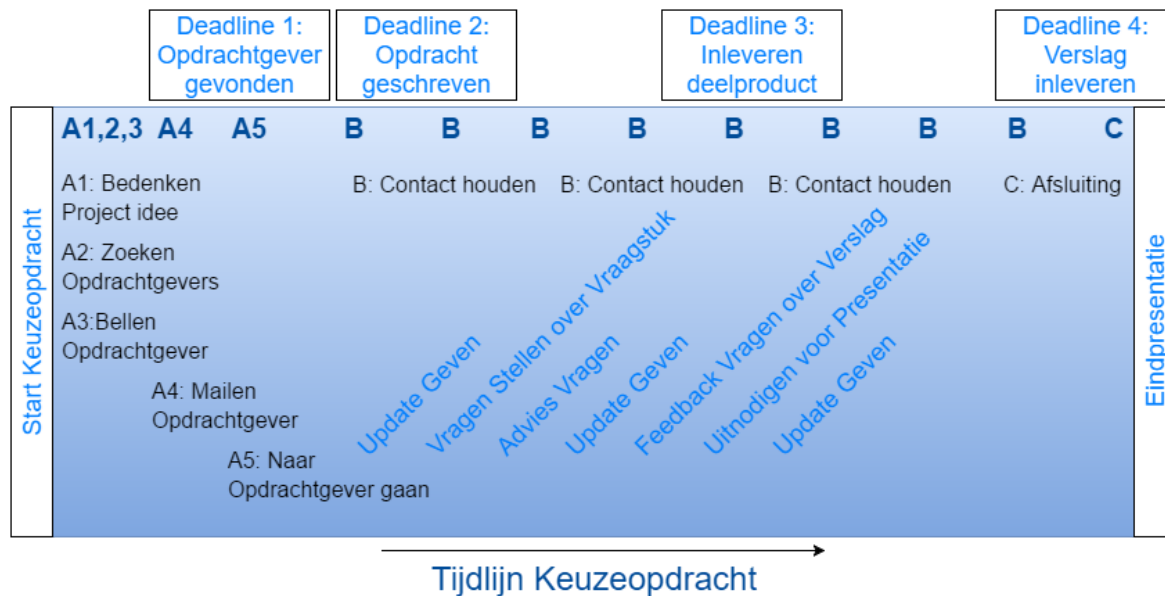


Handelingsadvies: Bedrijfscontacten

Opdrachtgevers spelen een belangrijke rol in de keuzeopdrachten. Zij stellen in samenwerking met de leerlingen een vraagstuk op, geven advies, stellen kritische vragen en beoordelen het product. Hieronder staan een aantal adviezen met betrekking tot bedrijfscontacten om succesvol een opdrachtgever te vinden en te houden, zodat het mogelijk een duurzame opdrachtgever kan worden. De handelingsadviezen zijn op te delen in een opdrachtgever vinden (A1 t/m A5), contact onderhouden (B) en afsluiting (C), zie de afbeelding hieronder.



A. Opdrachtgever vinden

Leerlingen zijn het visitekaartje van de school en het Technasium en het vinden van een opdrachtgever is hierdoor een belangrijk proces voor zowel de leerling als het Technasium. De gevonden opdrachtgevers kunnen namelijk mogelijk duurzame opdrachtgevers worden. In de bijlagen staan per fase een of meerdere werkvormen die gebruikt kunnen worden om de leerlingen voor te bereiden op het vinden van een opdrachtgever.

Bedenken project idee (A1)

Fase 1 van het vinden van een opdrachtgever is het bedenken van projectidee. Er zijn verschillende manieren om een groep te vormen. Je kunt ervoor kiezen om zelf groepjes te maken, om de groepjes in te delen op basis van vaardigheden of kwaliteiten, of door eerst te onderzoeken wat de interesses van de individuele zijn en deze te clusteren. Als er een groepje gevormd is, laat je de leerlingen problemen/mogelijkheden zoeken binnen een zoekveld.

Zoeken opdrachtgevers (A2)

Wanneer de groepjes een onderwerp hebben gekozen en weten wat voor soort opdracht ze willen gaan doen, begint fase 2. In deze fase staat het zoeken van een opdrachtgever

centraal. De eerste stap is het oriënteren welke bedrijven benaderd kunnen worden en welke persoon je binnen het bedrijf daarvoor het beste kunt benaderen.

Bellen opdrachtgevers (A3)

Zodra er van meerdere bedrijven de juiste persoon gevonden is, kunnen de leerlingen beginnen met het telefoongesprek voorbereiden, fase 3. Verschillende vormen om de leerlingen voor te bereiden zijn ook te vinden in bijlage 1 en 2 (denk ook aan het maken van een elevator pitch!). In het telefoongesprek moet in ieder geval naar voren komen dat er meer informatie per mail wordt gestuurd.

Mailen opdrachtgever (A4)

Na het bellen met de opdrachtgever, begint fase 4. Het maken en versturen van een mail. In bijlage 1 is een voorbeeld te vinden van een goede en een slechte mail. Belangrijk is dat elke mail die de groepjes maken, eerst door de docent bekeken dient te worden!

Naar opdrachtgever gaan (A5)

De laatste fase is naar de opdrachtgever toegaan. Ook hiervoor zijn oefeningen te vinden in bijlage 1 en 2. Denk bij deze fase ook aan representatief over komen.

B. Contact houden

Het is erg belangrijk dat de leerlingen contact blijven houden met de opdrachtgevers. Een vaak gehoorde opmerking van de opdrachtgevers is dat ze het heel leuk vinden om te doen, maar dat ze weinig op de hoogte worden gehouden van de voortgang, waardoor het eindresultaat mogelijk niet gelijk is aan de wensen van de opdrachtgever. Om dit te voorkomen is het goed om de leerlingen erop te wijzen om duidelijke afspraken te maken met de opdrachtgever wanneer zij contact hebben en altijd een vervolgspraak maken. Geef aan de afspraken goed te documenteren in hun logboek. Hierdoor kun je als docent ook in gaten houden hoe het met de contacten gaat en eventueel leerlingen hierop aanspreken.

Redenen om contact te leggen:

- Vragen stellen mbt bedrijf
- Inhoudelijke vragen stellen over vraagstuk
- Update geven
- Vragen of de afspraken die zijn gemaakt kloppen
- Feedback vragen op verslag
- Uitnodigen voor presentaties
- enz.

Problemen die kunnen voorkomen:

- Geen reactie van opdrachtgever
Mocht dit voorkomen wijs er dan op dat leerlingen ook op andere manieren dan email gecontacteerd kunnen worden. De opdrachtgever bellen wil al vaak helpen.
- Opdrachtgever wil stoppen

Als dit voorkomt is het van belang om zo snel mogelijk contact op te nemen met de opdrachtgever om te achterhalen wat de reden is waarom de opdrachtgever wil stoppen. Probeer eventuele zorgen weg te nemen, mocht dit niet lukken probeer dan een overgangsregeling af te spreken en de opdrachtgever betrekken in het vinden van een nieuwe opdrachtgever. De opdrachtgever zit in dat wereldje en kan wel eens aan een andere opdrachtgever komen. Er is niets vervelender voor de leerlingen die al een heel eind zijn met hun opdracht om te moeten stoppen.

Tips voor leerlingen:

- Stel duidelijke vragen
- Documenteer goed de afspraken
- Nette toon houden

C. Afsluiting

Zorg ervoor dat de opdrachtgever weet wat er van hem wordt verwacht met betrekking tot de presentaties en de beoordeling. De afsluiting is ook voor de leerlingen een gelegenheid om hun opdrachtgever te bedanken. Je kunt ervoor kiezen om dit nog even duidelijk te maken aan de leerlingen. Houd contact met de opdrachtgevers en evalueer het proces. Als ze positief zijn, zou je kunnen overleggen of ze ook een reguliere opdracht zouden willen doen.

A1 Bedenken project idee

Werkvorm 1

In 5 havo/5 vwo zoek je voor de opdracht van het zogenoemde keuzeproject een bedrijf of instelling die een vraagstuk heeft op te lossen op technisch terrein.

De opdrachten moeten worden gezocht in de volgende thema's:

- industrie;
- verkeer;
- zorg en welzijn;
- recreatie en toerisme;
- wonen;
- landbouw en landschapsinrichting;
- kunst en cultuur.

Ga met je groepjes bij elkaar zitten. Iedereen maakt een moodboard met zijn of haar interesses.

Stap 1: Interesses zoeken

Je schuift je moodboard naar rechts door en je noteert steeds 3 dingen die jou ook interesseren. Herhaal dit tot dat je alle moodboards hebt gezien.

Stap 2 : Clusteren van interesses

Bepaal welke interesses vaak voorkomen in de groep. Probeer interesses te clusteren. Welke interesses passen duidelijk bij elkaar? Probeer ook eens onverwachte combinaties te maken.

Zo'n cluster wordt een zoekveld genoemd. Binnen dit zoekveld ga je op zoek naar problemen/mogelijkheden voor een mogelijke opdracht voor jullie project.

Stap 3: clusters → zoekvelden

Zoek naar problemen/mogelijkheden binnen een zoekveld. Formuleer minimaal één mogelijke opdracht voor jullie groepje.

(alles kan en mag! Maak het leuk, dit is je kans!)

A2 Opdrachtgevers zoeken

Werkvorm 1

Klassikaal en samen met leerlingen doornemen op welke manier ze bedrijven kunnen vinden, selecteren en de juiste contactpersoon kunnen vinden.

Bedrijven selecteren:

- Via netwerk vrienden/bekenden.
- Via leerlingen
- Reclame maken/radio/krant.
- Lokaal netwerk.
- Ondernemersvereniging.
- Langs gaan.
- Door overheidsstichtingen/duurzaamheid.
- Facebook/LinkedIn.
- Kenteq → erkende leerbedrijven.
- Gouden gids/telefoongids.
- Netwerk zoals Jet Net.

Zoek de juiste persoon in een bedrijf:

- bel receptie en vraag na een korte uitleg naar de juiste persoon;
- bestudeer organogram bedrijf;
- internet;
- info@.....;
- Personeelszaken;
- langs gaan;
- via netwerk naam.

Werkvorm 2:

Er zijn twee manieren om een bedrijf te vinden waarvoor je mogelijk een (keuze)project kunt doen.

1. Zoek een bedrijf op internet, in de gouden gids of in de gids van de gemeente waar je woont.
 - a. Werkgeversbestand - overzicht van bedrijven en organisaties in de diverse branches.
 - b. www.mkb.nl en www.kvk.nl - een overzicht van brancheorganisaties. Zij hebben vaak links naar aangesloten bedrijven en zij vermelden de laatste ontwikkelingen op het vakgebied.
2. Vertel bekenden (familielid, vriend, mensen die je via-via ontmoet, enzovoort) zo duidelijk mogelijk wat je zoekt. Anders gezegd .. ga netwerken! Werken zij bij een bedrijf of organisatie waar je in bent geïnteresseerd, vraag dan wie je het beste kunt benaderen en op welke manier je dat kunt doen.

Hoe je het zoeken en vinden van een geschikt bedrijf ook aanpakt .. denk eraan dat je de aandacht op meer dan één bedrijf moet richten. Het feit dat jouw oom wel iemand bij een bepaald bedrijf weet, is nog geen garantie voor het gevolg dat je er ook aan de slag kunt!

Maak - dus óók als je via manier 2 (zie hierboven) een bedrijf weet - een lijstje van bedrijven (of instellingen) die zich bezighouden met activiteiten op het gebied van de zeven thema's die in de tekst hierboven zijn genoemd.

Heb je een lijstje van bedrijven die je aanspreken, zorg er dan voor dat je een goed idee krijgt van:

- de aard van de organisatie of het bedrijf;
- de afdelingen die er zijn;
- de projecten die er lopen/het werk dat zij doen;
- waarom je voor dit bedrijf een project wilt doen;
- wat zij jou te bieden hebben en jij hen (gelet op de gegevens van jouw kwaliteitenkaart);
- aan wie je jouw 'open sollicitatie' kunt richten.

Verzamel de gegevens van de bedrijven overzichtelijk. Daarvoor kun je een ACCES-database, een EXCEL-spreadsheet of een vel (ruitjes)papier gebruiken. Leg ook de namen en adressen (met wie je hebt gesproken?), wanneer je iemand hebt gesproken, wat dat heeft opgeleverd en de vervolgspraken vast. Doe deze gegevensbladen in een apart gedeelte van jouw persoonlijke map. Wanneer je een ACCES-database gebruikt, is het handig deze gegevens op aparte, gekoppelde, kaartjes te registreren.

Werkvorm 3:

Vorbereiding is essentieel voor het vinden van een goede opdrachtgever.

a. Bij de voorbereiding is van belang dat je in een korte pitch (30 sec) kunt aangeven wie je bent. Wat brengt je hier. Een positieve energieke uitstraling. Wel jezelf zijn/blijven.

b. Realiseer je wat de koopmotieven zijn van je klant: waarom wil hij iets met ons?

Rationeel: bedrijf heeft mogelijkheid in school te komen

naamsbekendheid: naar IIn, ouders, kranten, website (= gratis reclame)

wellicht nieuw personeel in de verdere (verre?) toekomst

maatschappelijke verantwoordelijkheid

heel misschien een goed idee van een leerling gebruiken

leefwereld van jongeren leren kennen

Emotioneel: een ouder of ander familielid werkt bij het bedrijf

maatschappelijke verantwoordelijkheid

c. Welke contactpersoon zoek je?

- beïnvloeder = chef
zijn

moet tevens HO / WO bèta-geschoolde

- beslisser

- gebruiker, uitvoerder

d. Hoe kom je aan bedrijven?

- brancheverenigingen

- kamer van koophandel (niet eenvoudig!)

- netwerken (persoonlijke of via school: bijv. schooldirectie / decaan)

- platform techniek / jetnet / beurs techniek

- ouders van leerlingen

- via HO en WO

- gemeente!

- rotary club

- oud-leerlingen

- sociale contacten: verjaardagen / pers / open huis

- website: Googlen (informatie over bedrijf is zeer nuttig bij gesprekken!)

A3 Opdrachtgevers bellen

Werkvorm 1

1. Voordelen:

- a. Beller kan zich voorbereiden: wie ga ik bellen (bedrijf, contact), wat weet ik van het bedrijf, wat wil ik vertellen (pitch), doel (afspraak of vraag beantwoorden), agenda in de buurt om afspraak te maken. Denk aan stem, intonatie en sta tijdens het bellen.
- b. Afstand is geen probleem.
- c. Gemakkelijke en snelle vorm van communicatie.
- d. Overleg is mogelijk.
- e. Andere hulpmiddelen zijn binnen handbereik.

2. Nadelen:

- a. Telefoon stoort meestal bij werk.
- b. Degene die gebeld wordt, kan zich niet voorbereiden.
- c. Stem is enige communicatiemiddel.
- d. Geen non-verbale communicatie mogelijk.
- e. Er kunnen geen visuele hulpmiddelen worden ingezet.
- f. Contact kan makkelijk worden verbroken.

3. Tips:

- a. Doe geen ander werk bij actief telefoneren.
- b. Zeg duidelijk wie je bent en van welke organisatie.
- c. Plan gespreksopening.
- d. Spreek rustiger dan normaal.
- e. Glimlach ook aan de telefoon.
- f. Maak aantekeningen.
- g. Luister goed en vat samen.

4. Voorbereiding:

- a. Selectie bedrijven.
- b. Contactpersoon.
- c. Introductie.
- d. Doel.
- e. Et cetera.

10 minuten:

In groepjes van vier uit elkaar. Ieder groepje bereidt een telefoongesprek voor. Twee spelen de beller en de andere twee bereiden de rol van een willekeurige opdrachtgever voor. Zij moeten nadenken over hoe opdrachtgevers mogelijk kunnen reageren.

2 x 10 minuten:

Toneelstukjes. Twee keer twee leerlingen tegenover elkaar met een bord ertussen. Ze spelen nu een gesprek met de opdrachtgever. De rest van de klas luistert en geeft achteraf tips en tops aangevuld door tips van de docent.

Werkvorm 2

Als je weet bij welk bedrijf je een opdracht kunt 'binnenhalen', wordt het tijd om bedrijven te gaan benaderen.

Dit doe je als volgt:

Bel het bedrijf van je interesse en

- Vraag naar een personeelsmedewerker of - als zij die niet hebben - naar de leidinggevende van de afdeling waar je interesse ligt of naar de algemeen directeur.
- Vraag of er mogelijkheden zijn om een project te doen. NEE = 'weten zij soortgelijke bedrijven waar je het zou kunnen proberen?' JA = vragen aan wie je een brief over jouw keuzeproject kunt richten en hoe zij de brief (per post, via e-mail) willen ontvangen.
- Het telefonisch benaderen van een bedrijf is vooral een snelle manier om erachter te komen of een bedrijf behoefte heeft aan het geven van een technasiumopdracht. MAAR .. je moet je wel erg goed voorbereiden op zo'n gesprek. Een goedlopend contactgesprek is al een soort voorronde op een tweede gesprek waarin de opdracht werkelijk wordt gegeven.

Aandachtspunten voor een telefoongesprek

- Bel vanaf een rustige plaats waar je niet kunt worden gestoord.
- Zorg dat je op een gunstig tijdstip van de dag belt. Bel dus niet om 8.00 uur 's morgens, omdat men dan meestal het bedrijf bereikt. Bel niet tussen de middag (middagpauze) of tegen 17.00 uur.
- Zorg dat je zo veel mogelijk weet over het bedrijf.
- Vraag naar de juiste persoon. Als je geen naam weet, vraag je naar de afdeling personeelszaken.
- Heb je de juiste persoon aan de lijn? Vraag dan of hij/zij even tijd voor je heeft. NEE = spreek een moment af waarop je kunt terugbellen. JA = vertel vervolgens wie je bent, welke opleiding je volgt en waar en wat de bedoeling van dit gesprek is. Niet alle bedrijven weten precies wat het Technasium is. Geef een korte uitleg en bied aan om met jouw 'sollicitatiebrief' documentatie over het Technasium mee te sturen of verwijst naar de website www.technasium.nl . **Bied altijd aan om een brief met documentatie te sturen.**
- Sommige bedrijven vragen wat je van zo'n project voorstelt. Denk hier van tevoren over na, zodat zij door jouw antwoord kunnen meedenken over een formulering van de opdracht.

Werkvorm 3

- a. Eerste lichting : bellen (vaak secretaresse) →

**aanmelden brief met uitleg
terugbellen: afspraak maken
directeur na aankomst brief**

1^e telefoon: doel is afspraak, houd het dus kort!

Niet laten terugbellen, altijd initiatief bij jezelf houden

Tips bij telefoneren:

- zitten
- glimlachen
- rustiger spreken dan normaal
- doe geen ander werk
- plan gespreksopening = pitch paraat hebben
- maak aantekeningen
- luidster goed en vat samen
- counzellen / korte reactie op antwoord

- b. Vastleggen van contactpersonen

Zet de naam en gegevens van het bedrijf in een database.

Ook alle gesprekken die je hebt gevoerd, inclusief de afspraken.

Bedrijf: naam, soort

Contactpersoon: naam, soort, telefoon (doorkiesnr?), mailadres

Gesprekken: datum, wie, contactpersoon, wat besproken, afspraken

A4 Opdrachtgevers mailen

Werkvorm 1

Voorlezen voorbeeld van een goede en een slechte e-mail. Leerlingen moeten aangeven waarom e-mail goed of slecht is.

Belangrijk dat je laat blijken dat je veel over het bedrijf, contactpersoon of onderzoek weet. Dat je enthousiast bent over een product, werkwijze of onderzoek van deze mogelijke opdrachtgever.

Voorbeeld slechte e-mail:

Verzonden: donderdag 15 september 2011 15:36

Aan: t.eden@tudelft.nl; e.vixseboxse@tudelft.nl; m.l.gallasteguipujana@tudelft.nl; p.m.vandersman@tudelft.nl

CC: Visser, Anton; Herman Thunnissen

Beste afdeling maritieme techniek,

Wij zijn drie technasium leerlingen van CSG Het Streek in Ede. Technasium is een VWO stroom met een Onderzoek en ontwerpen (O&O).

Voor dit vak zoeken wij een project waar we ook ons profielwerkstuk aan verbinden.

Op de site van TU Delft zagen wij voorbeelden van onderwerpen om ons project over te doen. Daar stond ook een idee [om een hovercraft te maken](#) en dit sprak ons heel erg aan.

Voorbeeld goede e-mail:

Verzonden: donderdag 1 september 2011 15:53

Aan: p.j.sterk@amc.nl

CC: [Visser, Anton](#); [Herman Thunnissen](#); [niels velthuijs \[nielsie_velthuijs@hotmail.com\]](mailto:nielsie_velthuijs@hotmail.com); [Femke Harteveld \[fm.harteveld@hotmail.co](mailto:Femke.Harteveld@hotmail.com)

Bijlagen:  [Technasium werkt! nr. 2.pdf \(3 MB\)](#) [[Als webpagina openen](#)]

Geachte meneer Sterk,

Tijdens onze zoektocht naar informatie op het gebied van biologie en scheikunde viel ons oog op het art 'Hond ruikt longkanker in vroegtijdig stadium' (Volkskrant, 24 augustus 2011). Omdat dit ons een heel interessant onderwerp lijkt hebben we besloten u te benaderen met de vraag of u onze opdrachtgever zou willen zijn voor ons komende Technasiumproject.

Het Technasium is een technische innovatieopleiding voor vwo-leerlingen die vanaf de brugklas een grote interesse hebben voor de wetenschappelijke vernieuwingen in de samenleving. Bij deze opleiding volgt men naast het standaardpakket het extra vak Onderzoek & Ontwerpen. Het is te vergelijken met het gymnasium voor alfa leerlingen, maar bij deze vrij nieuwe stroming binnen het vwo concentreren wij ons op de exacte vakken: wiskunde, natuurkunde, scheikunde en biologie. Elk jaar krijgen wij actuele problemen aangereikt die wij met beide handen aanpakken en vervolgens zo goed mogelijk uitwerken. Er wordt van ons verwacht dat we creatieve oplossingen bedenken en deze verder ontwikkelen. Voorbeelden van projecten zijn bijvoorbeeld het ontwerpen van een hulpmiddel voor iemand met een handicap, een onderzoek naar schimmelmicrobiële groei op verf en het ontwerpen van een stabiel helikopterdek op een schip.

Dit jaar zitten wij in ons examenjaar. Voor ons houdt dit in dat we tot aan april vijf uur per week bezig zijn met één groot project. Het vooronderzoek dat we bij dit project maken is tevens ook ons profielwerkstuk. Voor het project moeten we zelf een opdrachtgever zoeken en een opdracht samenstellen. Het lijkt ons ontzettend interessant om ons bezig te houden met de stoffen die honden kunnen ruiken van kankercellen. Voor u houdt het zijn van onze opdrachtgever maar een paar dingen in. Het belangrijkste is dat wij samen met u een geschikte opdracht bedenken. Daarnaast zullen wij tijdens de duur van het project af en toe u advies vragen over problemen waar we zelf echt niet uit komen en u onze tussenproducten sturen. Ten slotte vragen wij u dan om aanwezig te zijn bij onze presentatie en uiteindelijk beoordeeld u ook ons project. Het gaat dus niet om een stageplek en alle verdere begeleiding verloopt via school.

De vraag is dus of u opdrachtgever zou willen zijn voor ons project. Graag ontvangen we zo snel mogelijk uw reactie. Daarnaast zouden we het ook fijn vinden als u ons uw telefoonnummer stuurt, zodat wij

Werkvorm 2

Straal met de brief enthousiasme en zelfvertrouwen uit. **Vergeet niet dat je al ervaring hebt met het uitvoeren van opdrachten voor een bedrijf!**

- Verwijs naar het telefoongesprek dat je eerder hebt gevoerd. Zet hierin ook met wie je hebt gesproken.
- Geef aan waarom je juist voor dit bedrijf hebt gekozen.
- Geef aan wat je wilt. Dat kan met een heldere beschrijving van jezelf, wat je in het afgelopen jaar hebt gedaan, wat je kunt en wat je wilt. Meld in je brief dat je over enkele dagen 'nabelt'. Dat kan de eventuele opdrachtgever dwingen wat beter te kijken naar jouw brief.
- Zorg voor een goed verzorgde brief zonder taalfouten. Kijk dus goed naar de aanwijzingen van de spellingchecker van jouw tekstverwerker.
- Plaats niet te veel tekst op één bladzijde; de brief moet maximaal 1 pagina lang zijn.
- Heb je de brief af? Leg hem een dag weg en lees hem dan woord voor woord van achteren naar voren. Zo kom je eventueel achtergebleven schrijffouten snel op het spoor.
- Laat jouw brief ook door anderen nalezen; bijvoorbeeld een familielid of een vriend/vriendin.

Bel het bedrijf na een paar dagen en

- Vraag of jouw brief is ontvangen.
- Vraag - wanneer nog niet duidelijk is wat de mogelijkheden zijn - wanneer je daarover kunt terugbellen.

Als je wordt uitgenodigd voor een gesprek:

- Zorg dan dat je goed bent voorbereid. Bedenk wat het bedrijf van jou zou willen weten en (vooral) wat jij daarop gaat antwoorden.
- Zorg dat je er goed verzorgd uitziet, maar trek ook iets aan waarin je je prettig voelt. Kijk naar de stijl van de website van het bedrijf .. is het formeel of informeel? Blijf jezelf!

Aandachtspunten voor een 'sollicitatiebrief'

Lay-out

- Zorg voor voldoende wit aan de zijkanten en onder- en bovenkant. Word staat standaard overal op 2,54 cm witruimte ingesteld.
- Gebruik alinea's en witregels om de brief beter leesbaar te maken.
- Let op een goede indeling; vermeld de geadresseerde, plaats en datum en de naam van degene aan wie de brief is gericht.
- Vermeld je eigen naam en adres en geef (onder) aan welke en hoeveel bijlagen er zijn.

Schrijftips – algemeen

- Schrijf kort en bondig.
- Geef voorbeelden bij de eigenschappen en vaardigheden die je noemt.
- Stijl- en spellingsfouten zijn taboe. Gebruik de hulpmiddelen van de tekstverwerker!

- Laat de brief een dag liggen om daarna de tekst - voor het opsturen - nog even kritisch door te nemen.
- Laat een ander de brief voor je nalezen.

Schrijftips – grammatica -

- Vermijd het gebruik van veel werkwoorden in één zin ('ik zou hebben gedaan'). Een zin heeft in principe één werkwoord (' ik doe').
- Gebruik zoveel mogelijk een actieve vorm om vaart in de tekst te houden ('Sjors rijdt mij naar Arnhem' in plaats van 'ik word door Sjors naar Arnhem gereden').
- Laat voegwoorden als: nog, dus, ook, eens, toch, natuurlijk, weer, enzovoort weg. Deze maken de tekst minder krachtig.
- Laat bijwoorden als: heel, erg, bijzonder, uitermate, enzovoort weg. Deze zijn niet nodig en maken de tekst minder sterk.

Ten slotte

- Heb je alles over jezelf, wat je kwijt wilt, verteld?
- Is dat wat je schrijft relevant/belangrijk?
- Heeft jouw brief een logische volgorde?
- Heeft jouw brief overtuigingskracht?
- Straalt jouw brief enthousiasme en zelfvertrouwen uit?
- Denk eraan jouw handtekening onder de brief te plaatsen.
- Bewaar een kopie van de brief. Jouw brief kan in de post kwijtraken en je hebt de brief nodig voor de voorbereiding van een vervolgesprek.

A5 Naar opdrachtgever gaan

Werkvorm 1

10 minuten:

Klassikale introductie en theorie bespreken.

1. Doel bepalen (aanleiding):

- a. Kort en bondig
- b. Steekwoorden.
- c. Unique selling points.
- d. Voordeel voor bedrijven.

Koopmotieven

Emotioneel	Rationeel/bedrijfseconomisch
Maatschappelijke bijdrage/betrokkenheid	60 x 6 x 7 weken = 5200 uur
Krapte arbeidsmarkt	Pr/pers/krant
Verrassend anders/onbevangen	Geringe kosten
Olievlek binnen beroep/bedrijf	Thinking out of the box
Kinderen zijn ambassadeurs	Belasting voor bedrijf gering
Prikkelend voor werknemers	
Eigen zoon/dochter op school	

e. SMART:

- i. Specifiek
- ii. Meetbaar.
- iii. Aanrekenbaar.
- iv. Realistisch.
- v. Tijdsgebonden.

2. Voorbereiden gesprek:

- a. Informatie over bedrijf.
- b. Juiste contactpersoon.
- c. Representatief.
- d. Visitekaartje/folder.
- e. Agenda mee in verband met vervolgspraken.

3. Uitvoeren gesprek:

- a. Aanvang (socialisen).
- b. Analyse.
- c. Aanbieding.
- d. Afsluiting (meteen een vervolgspraak maken, ook na afloop project warm houden,

bijvoorbeeld kerstkaart sturen).

10 minuten: Opdracht.

In groepjes van vier leerlingen een bezoek aan een opdrachtgever voorbereiden.
Vorbereiding met behulp van de tips hierboven.

2 x 10 minuten: Toneelstukjes.

Docent is opdrachtgever en vier leerlingen komen op bezoek. Varieer in type opdrachtgever.
De rest van de klas kijkt en luistert mee. Na afloop Tips en Tops uit de klas en aanvullen met tips door docent.

Klanttypologieën:

	dominant	
	(Zwijgsma) kijkt kat uit de boom, denker, analyticus. Niet teveel doorpraten, laat stiltes vallen, geen complimenten, feiten, enthousiaste verhalen vertellen	(Dwarsligger) complimenten geven, op voetstuk plaatsen, niet teveel tegenspreken, niet onderdanig worden
introvert		extrovert
	(Twijfelaar) weet niet zo goed. Jij kunt hem helpen, samenwerking aanbieden	(Gulle man) kan altijd langskomen, alle tijd, maar er gebeurt niets, oppervlakkig. Structureren, samenvatten, to the point komen
	subdominant	

Resultaat gesprek bepalen:

- Is het doel bereikt?
- Waarom wel of niet?
- Zijn afspraken duidelijk?
- Tips voor de volgende keer?

Algemene reactie op tegenwerpingen:

- Laat een stilte vallen.
- Vat de tegenwerpingen samen.
- Stel een vraag.
- Vraag door.
- Beantwoord de achterliggende vraag.

Werkvorm 2

- a. Bezoek directeur, ingenieur
- i. doel bepalen (aanleiding):
 - houd de inleiding kort,
 - maak gebruik van steekwoorden,
 - laat zien wat de unieke waarde van het contact is,
 - laat zien wat de voordelen zijn voor beiden (win-win)
SMART (specifiek, meetbaar, ambitieus, realistisch, tijdsgebonden)
 - ii. voorbereiden:
 - zoek info over bedrijf,
 - zoek juiste contactpersoon,
 - zorg dat je er representatief uitziet,
 - neem een visitekaartje mee (van jezelf, van school),
 - neem je agenda mee (voor vervolgsafspraken)
 - iii. uitvoeren gesprek:
 - aanvang: afhankelijk van soort gesprekspartner, gebruik je sociale intelligentie
 - analyse: stel open vragen, om de echte opdracht op het spoor te komen
 - aanbieding: geef aan waar wat jou betreft de gouden kans zit
 - afsluiting: maak verdere afspraken voor het vervolg
- b. Soorten gesprekspartners
- type Gulleman: persoonlijk, zorgt graag, gunt je wel iets
neemt geen beslissingen, blijft op de aanvang zitten
- aanpak: werk met agenda / heldere afspraken
gun hem wel het verhaal (wil hij graag kwijt)
- type Zwijgstra: zakelijk, rechtlijnig, nors
wil waar voor zijn geld (time is money)
- aanpak: houd het ook zakelijk
korte lijnen en heldere afspraken
- type Praatgraag: praat te veel, groot ego, eigen verhaal
komt niet snel tot conclusies
- aanpak: op zijn ego gaan zitten,
uit laten razen, neemt de kracht weg
- type Twijfelaar: ja/nee, eerst nog eens overleggen, heeft meer informatie
nodig, perfectionist
- aanpak: maak plannen en maak voorstellen, wees precies

Voortzetting

- a. Resultaat
- is het doel bereikt?
 - waarom wel/niet?
 - zijn de afspraken duidelijk, naar beide kanten?
 - voor de volgende keer?
- b. Follow up
- Intern: - toevoegen van gesprek aan de database
- afspraken bijhouden / nakomen
- docenten informeren
- Extern: - afspraken nakomen
- verslag gesprekje terug naar de klant: klopt dit
- bedankje regelen = relatiebeheer

kaartje sturen van school, presentje oid
(bijv. uitnodigingskaartjes schoolmusical)