

Antwoordenboek

Kantoorpraktijk

Versie juli 2020

Inhoudsopgave

Vragen hoofdstuk 1	2
Opdrachten hoofdstuk 1	2
Vragen hoofdstuk 2	3
Opdrachten hoofdstuk 2	3
Vragen hoofdstuk 3	4
Opdrachten hoofdstuk 3	5
Vragen hoofdstuk 4	6
Opdrachten hoofdstuk 4	7
Opdrachten hoofdstuk 5	8
Vragen hoofdstuk 6	11
Opdrachten hoofdstuk 6	12
Opdrachten hoofdstuk 7	13
Opdrachten hoofdstuk 8	13

Vragen hoofdstuk 1

1.
 - agenda beheren
 - bezoekers ontvangen
 - correspondentie voeren en administratieve zaken uitvoeren
 - de Nederlandse taal
 - gebruik van kantoorapparatuur als fax, kopieermachine
 - indien het bedrijf contacten heeft met het buitenland: minimaal de basis van de Engelse taal en eventueel een extra vreemde taal
 - internetten en e-mailen
 - notuleren
 - omgaan met getallen
 - gebruik en toepassingen van social media
 - organiseren van vergaderingen en reizen
 - postverwerken en archiveren
 - spreadsheettoepassingen
 - presentaties maken
 - tekstverwerken en typen
 - telefoneren

2.
 - representatief
 - accuraat
 - initiatief
 - prioriteiten stellen
 - stressbestendig en flexibel
 - diplomatiek
 - incasseringsvermogen
 - klantvriendelijk
 - kan goed samenwerken
 - assertief
 - LOYAAL (in hoofdletters!)

Opdrachten hoofdstuk 1

1. Geen commentaar nodig. De bedoeling van deze opdracht is dat de cursist nadenkt over zijn/haar beroep en zich bewust is van de vaardigheden, die hij/zij moet beheersen.
2. Geen commentaar nodig. Ook hier gaat het vooral om bewustwording: waar moet ik aan voldoen om geschikt te zijn voor het beroep van secretaresse?
3. De exacte inhoud is uiteraard niet van belang. Wel gaat het om het gebruik van goede argumenten en logische standpunten, en om correct taalgebruik. Tijdens de lessen kunnen opdrachten als deze aan de orde komen.

Vragen hoofdstuk 2

1. - Er representatief uitzien (kleding en verzorging aangepast op de functie en de bedrijfsrichtlijnen en/of -gewoonten).
- Je representatief gedragen: beleefd, goede omgangsvormen, correct Nederlands, hartelijk zijn.
2. Bijvoorbeeld: 'Goedemorgen meneer/mevrouw, kan ik u ergens mee van dienst zijn?'
3. - Heeft u een goede reis gehad?
- Kon u het gemakkelijk vinden?
- Had u geen parkeerproblemen?
- Vertellen dat de gesprekspartner al zit te wachten, of waar je met je gast naar toe loopt.
4. - Probeer te beoordelen of er een dringende reden is voor het bezoek.
- Zo ja, overleg of een gesprek nu mogelijk is. Maak anders een afspraak op zo kortmogelijke termijn.
- Zo nee, maak een afspraak voor een later tijdstip, of vraag de bezoeker later telefonisch een afspraak te maken.
5. Blijf kalm. Laat de bezoeker uitrazen, en toon begrip voor zijn emoties. Toon empathie en stuur zo naar een normaal gesprek.
6. Accepteer nooit handtastelijkheden of persoonlijke beledigingen.

Opgaven hoofdstuk 2

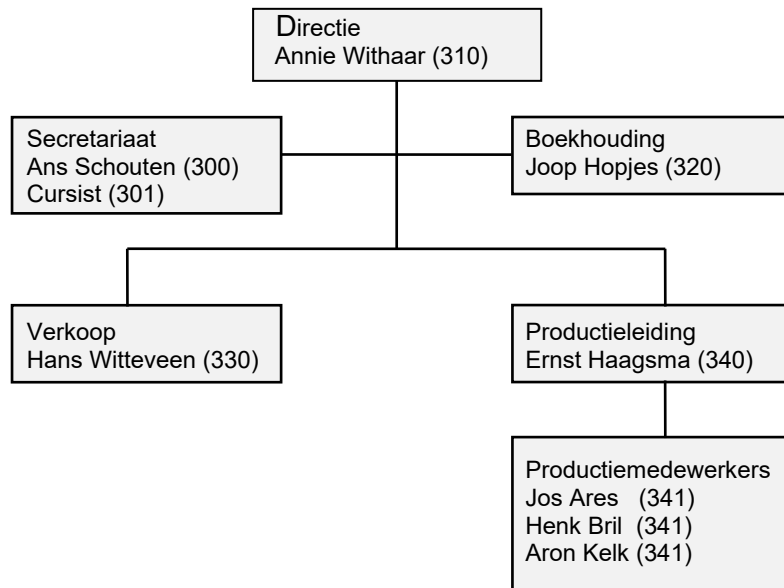
1. - klantenbalie moet duidelijk zichtbaar bij de ingang zijn.
- receptioniste is met collega's in gesprek, klant moet wachten.
- receptioniste reageert niet naar de klant, maar gaat door met haar type-werk.
- receptioniste rookt onder haar werk.
- wa-blijft wordt wel vriendelijk gezegd, maar is geen correct Nederlands.
- receptioniste noemt collega bij de voornaam.
- receptioniste geeft vertrouwelijke informatie over collega (zal zich wel weer verslapen hebben).
- folderrek is leeg.
- blijkbaar staan er geen stoelen voor de klant, en is er geen duidelijke wachtruimte.
- receptioniste roept naar collega.
2. Deze oefening spreekt voor zichzelf. Jezelf leren inleven in een bepaalde situatie. Tijdens de lessen kan er aandacht zijn voor meer oefeningen, die zich richten op de ontvangst van bezoekers.

Vragen hoofdstuk 3

1. - infrastructuur
- organisatie
- de telefoniste als randvoorwaarde
2. De apparatuur om te communiceren.
3. - rustige ruimte
- taakomschrijvingen/organigram
- afspraken over telefoongedrag
- aan- en afwezigheidsregistratie
- pen en papier (telefoonmemo)
- verdere gegevens als brochures, interne telefoonnummers, telefoon-alfabet, e.d.
4. - Concentreer je op de beller en op het gesprek; hoewel de beller jou natuurlijk niet ziet zal hij toch merken dat je met andere zaken bezig bent. Je stem klinkt dan automatisch minder geïnteresseerd. Bovendien kan allerlei informatie je ontgaan.
- Wees altijd vriendelijk, opgewekt en beleefd.
- Rook en/of eet niet tijdens een gesprek.
- Zit rechtop en ontspannen, en glimlach zo nu en dan (je stem klinkt dan vriendelijker).
- Spreek rustig en duidelijk, niet te snel en niet te langzaam, niet te hard of te zacht.
- Gebruik correct Nederlands en gebruik geen dialect.
- Toon betrokkenheid door zo nu en dan luistergeluiden te maken ('hmm', 'ja', 'o ja?')
- Tutoyeer niet.
- Druk de beller even weg als je ruggespraak moet houden, doe dat niet met de hand op de hoorn!
- En het belangrijkste: wees jezelf, je stem moet natuurlijk klinken.
5. - openingsfase
- informatiefase
- actiefase
- afsluitfase
6. - openingsfase
- informatiefase
- afsluitfase
7. De eerste paar woorden worden vaak slecht verstaan; de gesprekspartner kan zo aan je stem wennen.
8. Niet je naam noemen: als je uitsluitend telefoontjes doorverbindt.
Wel je naam noemen: als je telefoongesprekken ook zelfstandig afhandelt.
9. - van informatie voorzien of adviseren
- iets toezenden
- terug (laten) bellen
- doorverbinden
10. Je weet bij het uitgaande gesprek waar het gesprek over zal gaan. Je kunt dat goed voorbereiden (wat wil ik vragen, zeggen, bereiken).

Opdrachten hoofdstuk 3

1.



2. Zie het voorbeeld in het lesboek. Uiteraard mag de cursist aanpassingen aanbrenge, zolang deze functioneel zijn en hij/zij weet te verwoorden waarom.
3. a. Geen commentaar.
b. Dirk, Anna, Gerard, Dirk, Izaäk, Eduard, Ferdinand.
4. Geen commentaar nodig. Tijdens de lessen kan deze opdracht behandeld worden.
5. Voor deze opdracht is een groepsgewijze nabespreking aan te bevelen.

Vragen hoofdstuk 4

1. Social media is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers de inhoud verzorgen, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie. Het gaat daarbij om communicatie over en weer en om dialoog tussen de gebruikers.
2.
 - online netwerken
 - microblogs
 - online audio
 - online delen van foto's
 - online video
 - combinatie van de verschillende categorieën
3. Bijvoorbeeld: Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Instagram, Google+.
4. Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube.
5. Waarschijnlijk niet. De ontwikkelingen bij de social media gaan snel, en de gebruikers bewegen snel van het ene naar het andere social medium.
6.  Facebook
 Twitter (hoewel het logo een vogeltje is, wordt de letter ook nog vaak gebruikt)
 Twitter
 LinkedIn
 Pinterest
 Google+
7.
 - Wat wil het bedrijf bereiken via de social media?
 - Formuleer een duidelijk doel.
 - Ken je doelgroep.
 - Formuleer een duidelijke boodschap.
 - Waar zit je doelgroep?
 - Actiefase.
8.
 - a. Mensen die de 'content' voor de social media bewaken. Zij filteren de informatie vanuit het bedrijf en bepalen welke informatie via de social media gecommuniceerd wordt en in welke vorm.
 - b. Poortwachter.
9. Medewerkers nemen ook privé deel aan social media. Met hun uitingen daarop kunnen zij het bedrijfsbelang schaden.
10. Social media worden niet door de gebruikers betaald, maar door de adverteerders.
11. Het taalgebruik op de social media is informeler. Bovendien spreken bedrijven op de social media steeds vaker niet als bedrijf, maar als persoon (de persoon die namens het bedrijf op de social media actief is). Bedrijven komen zo menselijker over.
12. Een bedrijf moet in ieder geval niet nalaten te reageren.

Opdrachten hoofdstuk 4

1. a. Geen commentaar.
b. Vind ik leuk wil zeggen dat iemand het bericht (update) waardeert.
Reageren is een reactie geven op een update (bericht). Deze reactie is te lezen door degene op wie je reageert en diens 'vrienden' en op jouw facebookpagina (dus ook te lezen door jouw vrienden).
Delen is het doorsturen van een update aan jouw facebookvrienden.
c. Like.
2. a. Geen commentaar.
b. Afhankelijk van wanneer je kijkt. Je vindt het aantal tweets boven de berichten.
c. Afhankelijk van wanneer je kijkt. Je vindt het aantal volgers boven de berichten.
d. Volgend: hoeveel personen/bedrijven volg je?
Volgers: hoeveel personen/bedrijven volgen jou?
e. Een tweet (bericht) van iemand doorsturen naar jouw volgers.
3. a. Geen commentaar. De bedoeling is dat de cursist zich verdiept in een aantal zaken die gerelateerd zijn aan de social media.
b. Door te googelen, vind je ongetwijfeld informatie over dit onderwerp.
4. a. Door te googelen, vind je ongetwijfeld voorbeelden van negatieve imagoschade.
Gebruik als zoekterm bijvoorbeeld 'social media negatieve imagoschade'.
b. Door te googelen, vind je ongetwijfeld voorbeelden van goede reacties.
Gebruik als zoekterm bijvoorbeeld 'social media negatieve berichten' of 'social media voorkomen imagoschade'.
5. a. Geen commentaar.
b. Pieter, Rudolf, Otto, Nico, Karel, Eduard, Nico.
Hendrik, Anna, Rudolf, Pieter, Otto, Eduard, Nico.

Opdrachten hoofdstuk 5

Hoofdstuk 5, opdracht 1

- a. Eerst toonde Facebook advertenties op basis van de activiteiten van de gebruiker op Facebook zelf. Vanaf nu wordt het tonen van advertenties ook bepaald door andere privégegevens, die bijvoorbeeld worden verzameld via Facebook-apps en op andere websites.
- b. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- c. Een tool, die de gebruiker laat zien welk advertentieprofiel van hem is opgesteld, met de mogelijkheid dat profiel aan te passen en delen ervan te verwijderen.
- d. Zie b.

Hoofdstuk 5, opdracht 2

- a. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- b. Zie a.
- c. Op internet zijn talloze voorbeelden te vinden. Googel een op een zoekterm als bijvoorbeeld 'social media invloed privéleven'.

Hoofdstuk 5, opdracht 3

- a. Googel bijvoorbeeld op zoekterm 'social media ontslag'. Je zult waarschijnlijk schrikken van het aantal hits.
- b. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.

Hoofdstuk 5, opdracht 4

- a. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- b. Zie a.
- c. Let bijvoorbeeld op zaken als: welke berichten verspreid jij via de social media. Zijn die berichten genuanceerd of niet? Gebruik je correct Nederlands? Je kunt jezelf eens googelen om te zien welk beeld naar voren komt.

Hoofdstuk 5, opdracht 5

- a. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- b. Denk aan zaken als: positieve berichtgeving over bijvoorbeeld vrijwilligerswerk of hobby, tweets over een cursus/opleiding die zij volgt, tips voor vakgenoten over bepaalde aspecten van het werk. Waarschijnlijk heb jij ook nog heel andere en misschien wel veel betere manieren bedacht om positief in de picture te komen.
- c. Een elevator pitch is een korte en krachtige presentatie van jezelf.

Hoofdstuk 5, opdracht 6

- a. Onder traffic verstaat de schrijver het versturen of ontvangen van berichten, likes, e.d. Er is dan sprake van eenrichtingsverkeer. Leuk dat je veel berichten verstuurt, maar als niemand er op reageert, heb je er niet zoveel aan. Beter is het als er een echte interactie (contact) tot stand komt met je volgers, vrienden en connecties. Bijvoorbeeld door reacties, waarbij er sprake is van betrokken en geïnteresseerde volgers.
- b. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- c. Zorg er dus voor dat het bericht een raakvlak heeft met de producten, diensten of activiteiten van het bedrijf. Werk je bij een aannemersbedrijf, dan kun je een bericht maken over het aantal huizen wat jaarlijks wordt gebouwd (feitelijke informatie), maar ook een bericht wat zijdelings inhaakt op de bedrijfsactiviteiten.

Stel: jullie aannemersbedrijf bouwt een viaduct bij de plaatselijke rondweg en neemt deel aan het plaatselijke initiatief om buurtactiviteiten te bevorderen. Jouw bericht zou dan kunnen gaan over het bouwen van bruggen tussen mensen of het overbruggen van afstanden tussen wijkbewoners.

- d. Smaken verschillen. Maar het is leuk (en nuttig) om te speuren naar originele berichten. Als je die vindt, hoeft een ander die niet origineel te vinden. Het gaat om jouw smaak en jouw vermogen om te omschrijven waarom het bericht je opviel.
- e. Het gaat er niet om welke mening je hebt, maar of je jouw mening goed kunt beargumenteren en onderbouwen. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- f. Dat mag elke 'do' zijn, mits je het goed onderbouwd. In ieder geval mogen in jouw rijtje niet ontbreken: relevantie (de hemaworst is een begrip) en humor (het woord worst in een andere, Engelse betekenis 'slechtste' in combinatie met vrijdag de 13^e).
- g. Een copycat is een naäper. Iemand die niet zelf iets origineels verzint, maar ideeën pikt van anderen. In berichtgeving en reclame op social media kom je ongetwijfeld voorbeelden van na-aapgedrag tegen.
- h. Het gaat er niet om welke don't je het meest irriteert, maar of je goed kunt uitleggen waarom. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.

- i. Het gaat er niet om welke do je het belangrijkste vindt, maar of je goed kunt uitleggen waarom. Dat moet dan ook nog in correct Nederlands gebeuren.
- j. Ook hier gaat het uiteraard weer niet om welke do's en don'ts je noemt en om welke cijfers je toekent. Het gaat erom dat je serieus nadenkt over jouw mening m.b.t. berichten op de social media.

Hoofdstuk 5, opdracht 7

- a. Geen commentaar.
- b. Rudolf, IJmuiden, Simon, Willem, IJmuiden, Karel.
(Eventueel: Rudolf, Izaäk, Jan, Simon, Willem, Izaäk, Jan, Karel.)

Vragen hoofdstuk 6

1.
 - Je kunt agenda's combineren.
 - Je kunt agenda's vergelijken.
 - De computer bewaakt de agenda, en geeft herinneringssignalen.
 - Je kunt overzichten printen (dagagenda, weekagenda, maandagenda, enz.).
 - De digitale agenda blijft netjes.
2.
 - Voordat je de agenda kunt inzien moet je de computer opstarten.
 - Je kunt niet in de agenda kijken als je niet bij de computer bent.
 - Als de computer crasht, kun je agendagegevens kwijtraken.
3.
 - Wie
 - Waar
 - Wanneer
 - Waarover
4.
 - Wie
 - Waar
 - Wanneer
 - Waarover (trefwoord)
 - Telefoonnummer/e-mailadres gesprekspartner(s)
5. Bijvoorbeeld: 'Er is iets dringends tussengekomen'. In ieder geval neem je je manager in bescherming en vertel je niet dat hij vanwege een rotbui vertrokken is.
6.
 - Je kunt het bedrijf waar je manager heen moet bellen, en vragen of ze een routebeschrijving willen opsturen of faxen.
 - Je kunt een routebeschrijving uitdraaien via een routeplanner op het internet.
7. Het moment waarop iets uiterlijk klaar moet zijn.
8.
 - Zoveel mogelijk korte termijn zaken voor hem/haar opvangen en zelf afhandelen.
 - Zijn/haar werkzaamheden zoveel mogelijk structureren.
9.
 - Een dringende taak moet snel gebeuren, anders heeft het geen zin meer (maar het hoeft niet belangrijk te zijn).
 - De afhandeling van een belangrijke taak is voor het bedrijf van groot belang (maar misschien is het nu nog niet dringend).
10. Oorzaken waardoor je je geplande taken niet af krijgt.

Opdrachten hoofdstuk 6

1. Geachte mevrouw Caspers

Hierbij bevestig ik de afspraak die wij telefonisch maakten voor een gesprek tussen u en de heer J. Bozema op woensdag 8 mei a.s. om 14.30 uur. Het gesprek zal plaatsvinden ten kantore van de heer Bozema. Onderwerp van bespreking is het samenwerkingsproject 'Visie op audio'.

Een routebeschrijving is bijgevoegd.

Met vriendelijke groeten,

2. Het gesprek kan plaatsvinden op woensdagmiddag of vrijdagmorgen.

Te ondernemen acties:

- Afspraak in de agenda zetten
- Hoogsma en Vierling informeren.
- Afspraak bevestigen naar Van Lepelaer (schriftelijk/e-mail).
- Eventueel routebeschrijving uitdraaien of zorgen dat kantoor of vergaderruimte op tijd in orde is voor de vergadering.

3. De bedoeling is dat de cursist vertrouwd raakt met het uitdraaien van een routebeschrijving via het internet.

4. De bedoeling is dat de cursist vertrouwd raakt met het opvragen van reisinformatie (bus- en treindiensten, via dienstregelingsboekje, via de telefoon of via het internet). Ook moeten zij leren de vergaarde informatie overzichtelijk en logisch te rangschikken.

5. Niet: door de ene of de andere klus te doen, en dan naar huis te gaan.

Wel: door met het hoofd Verkoop en de accountmanager in overleg te gaan en afspraken te maken. Kan iemand een deel van de klus overnemen? Kan één van de klussen uitstel verdragen? Dient er overgewerkt te worden, door wie, en is dat mogelijk? Uiteindelijk zal jouw leidinggevende moeten beslissen wat er gaat gebeuren; doe dat dus niet zelf door zonder overleg een deel van het werk te laten liggen.

6. Bedoeling is de cursist er van bewust te laten worden dat door allerlei kleine activiteiten tussendoor veel tijd gemoeid is. De cursist zal hierdoor beter leren plannen en door tijdverspillers te herkennen efficiënter met de tijd leren omgaan.

7. a. Geen commentaar

- b. Dirk, Eduard, Nico, Hendrik, Anna, Anna, Gerard.
Eduard, Nico, Gerard, Eduard, Lodewijk, Anna, Nico, Dirk.

Opdrachten hoofdstuk 7

Verspreid door hoofdstuk 7 staan verschillende opdrachten en aan het eind verschillende oefenopdrachten. Uitwerking van de opdrachten 1 t/m 9 wijst zich vanzelf, omdat in het boek steeds wordt aangegeven hoe de werkwijze is om een opdracht uit te voeren.

Hoofdstuk 7, oefenopdracht 10

- a. Geen commentaar.
- b. Rudolf, Otto, Otto, Karel, Willem, Otto, Rudolf, Simon, Theo.
Simon, Pieter, Otto, Utrecht, Willem, Marie, Utrecht, Utrecht, Rudolf.

Opdrachten hoofdstuk 8

Verspreid door hoofdstuk 8 staan verschillende opdrachten en aan het eind verschillende oefenopdrachten. Uitwerking van deze opdrachten wijst zich vanzelf, omdat in het boek steeds wordt aangegeven hoe de werkwijze is om een opdracht uit te voeren.