

Communicatieleidraad

Reconditionering en restylen



Effectiever communiceren

Deze communicatieleidraad helpt jou als HR-professional, communicatieprofessional, leidinggevende of praktijk-opleider om duidelijker en effectiever te communiceren - zowel met vakmensen binnen je bedrijf als je doelgroepen voor werving.

De leidraad biedt praktische algemene én verdiepende richtlijnen voor de twee belangrijkste profielen binnen jouw vakgebied.

OOO heeft ook leidraden ontwikkeld voor:

- › Carrosserie-, trailer- en busbouw
- › Camper- en caravanherstel
- › Autoruitschadeherstel
- › Autosputten
- › Autoschadeherstel

Deze leidraden vind je op oocinfo.nl/kennisbank onder het "Onderzoek naar medewerkers in de carrosseriebranche". Hier vind je ook meer informatie over de profielen.

Algemene richtlijnen taalgebruik

Met helder en doelgericht taalgebruik zorg je dat je boodschap beter wordt begrepen en sneller aansluit bij de mensen in het reconditionering en restylen.

✓ Wel doen

- **Schrijf op B1-niveau.** Spreek klare taal, zodat de boodschap voor iedereen steeds (glas)helder is.
- **Actief taalgebruik.** Schrijf 'wij repareren de auto' in plaats van 'de auto wordt gerepareerd'.
- **Gebruik korte zinnen.** Gemiddeld 10–15 woorden, dat houdt de teksten leesbaar. Maximaal 18 woorden per zin.
- **Schrijf 'smart'.** Benoem wat er gebeurt, wie het doet, hoe en wanneer. Wees dus steeds zo concreet mogelijk.
- **Schrijf herkenbaar.** Houd intro's kort en eindig steeds met een beschouwing/conclusie. Gaat het om een technisch probleem, kies dan voor een stapsgewijze opbouw (probleem, aanpak, resultaat). Vaste structuren zorgen voor herkenbaarheid.

✗ Niet doen

- **Geen jargon zonder uitleg.** Ook al schrijf je voor een doelgroep met kennis van zaken, houd de teksten toegankelijk voor een breder publiek. Leg vaktermen uit.
- **Geen samengevoegde zinnen (tangconstructies).** Wees alert op samengestelde zinnen die ten koste gaan van de leesbaarheid.
- **Geen overbodige bijvoeglijke naamwoorden.** Wees terughoudend met termen als 'kwalitatieve', 'betrouwbare' en 'hoogwaardige'. Gebruik ze als ze nuttig en nodig zijn, anders verliezen ze aan geloofwaardigheid. Hetzelfde is van toepassing op marketingkreten als 'perfect' en 'uniek'. Overdrijf niet. Leg liever uit waarom iets bijvoorbeeld 'kwalitatief' of 'betrouwbaar' is.
- **Vermijd ouderwets taalgebruik.** Gebruik geen termen als 'echter', 'thans', 'bijgevolg' et cetera. Kies voor modern taalgebruik.

Algemene richtlijnen beeldgebruik

Beeld versterkt je verhaal. Met herkenbare en realistische foto's laat je zien waar het vak voor staat en spreek je de juiste doelgroep aan.

✓ Wel doen

- **Toon professionals in een professionele setting.** Gebruik foto's met echte situaties die tijdens werkmomenten zijn gemaakt.
- **Geen kiekjes.** Kies voor foto's gemaakt door een fotograaf. Gebruik enkel stockfoto's wanneer echt geen alternatief voorhanden is, en kies in dat geval voor een beeld dat een situatie toont zoals die in Nederland zou kunnen voorkomen.
- **Herkenbaar onderwerp.** Zorg ervoor dat duidelijk is wat er op een foto gebeurt, met een herkenbaar werkstuk en/of activiteit.
- **Breed scala aan personen.** Gebruik foto's van mensen met wisselend geslacht en afkomst, om een eenzijdig beeld van het vakgebied te voorkomen.

✗ Niet doen

- **Duidelijk poseren.** Vermijd foto's waarbij personen duidelijk poseren en/of in de camera kijken, terwijl ze pretenderen aan het werk te zijn.
- **Rommelige omgeving.** De getoonde werkplek dient opgeruimd te zijn. Er mogen gereedschappen en materialen in beeld liggen zolang die verband houden met de uitgevoerde werkzaamheden.
- **Lage resolutie.** Zorg ervoor dat de gebruikte foto's altijd scherp zijn op de gebruikte afmeting. Is een afbeelding niet in hoge resolutie beschikbaar, gebruik dan een andere foto.
- **Werken zonder passende veiligheidsmaatregelen.** Uiteraard maken de personen op de foto's gebruik van passende veiligheidsmaatregelen, zoals een stofmasker of veiligheidsbril wanneer dit nodig is.
- **Sterk nabewerkte foto's.** Gebruik geen filters om foto's te bewerken, maar blijf zo dicht mogelijk bij de originele bestanden. Een foto bijsnijden is mogelijk als de toepassing daarom vraagt.

Profiel de Perfectionist



64%

van de Reconditionering en restylers is Perfectionist.

De perfectionist houdt van taal die klopt. Helder en zorgvuldig geformuleerd. Benoem kwaliteitseisen en verbeterpunten concreet en onderbouwd. Vermijd vaagheid, overdrijving of slordige formuleringen. De toon is rustig en professioneel, in exacte omschrijvingen met aandacht voor details.

Kenmerken

- Gaat voor foutloos werk
- Werkt precies en systematisch
- Is scherp op details
- Is kritisch op eigen werk
- Streeft continu naar verbetering
- Houdt vast aan hoge standaarden
- Is betrouwbaar en toegewijd

Taalgebruik voor de Perfectionist

- **Kernwoorden:** nauwkeurig, verbeteren, kwaliteit, controle, structuur, toewijding, precies.
- **Stijl:** professioneel en secuur.
- **Zinsopbouw:** helder, gestructureerd, zonder overdrijven.

Beeldgebruik voor de Perfectionist

- Toon de perfectionist gefocust in een technische context, toegewijd aan het werkstuk. Vermijd daarbij het tonen van een drukke (stressvolle) omgeving.
- Kies beelden waarop de technische handeling te zien is of de kwaliteitscontrole daarvan. Denk bijvoorbeeld aan het nameten van eerder verricht werk met meetapparatuur.
- Toon de perfectionist aan het werk met nette, visueel aantrekkelijke werkstukken, die de kijker vertrouwen geven in het eindresultaat.

Profiel de Teamspeler



36%

van de Reconditionering en restylers is Teamspeler.

De teamspeler spreekt vanuit het collectief. Gebruik motiverende, toegankelijke taal die saamhorigheid en samenwerking benadrukt. Laat zien dat iedereen telt en het team samen sterker is. Vermijd een te individuele toon: het gaat om het geheel, niet om het ego.

Kenmerken

- Werkt graag samen
- Helpt collega's en deelt kennis
- Denkt in 'wij' in plaats van 'ik'
- Voelt zich verantwoordelijk voor het team
- Past zich flexibel aan
- Stimuleert een goede werksfeer
- Vult anderen aan en denkt mee

Taalgebruik voor de Teamspeler

- **Kernwoorden:** samenwerken, team, loyaliteit, helpen, betrokkenheid, wij-gevoel, meedenken.
- **Stijl:** collegiaal, energiek en verbindend.
- **Zinsopbouw:** kort, positief, actief.

Beeldgebruik voor de Teamspeler

- De teamspeler is altijd in beeld in samenwerking met collega's. Zorg dat hierbij de interactie tussen personen duidelijk zichtbaar is.
- De exacte aard van de getoonde werkzaamheden is ondergeschikt aan de sociale context waarbinnen de interactie plaatsvindt.
- Leg, wanneer technische werkzaamheden getoond worden, de focus op de helpende hand die de teamspeler biedt in deze situatie.