



Van stip naar stap naar stip

Voor startende trainers

Inhoud

1. Toelichting	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
2. Teamvorming	2-3
3. Omgeving	3-3
4. Weet wat je wil: hoe ziet de stip eruit?	4-3
5. Van stip naar stap	5-4
5.1. Draagvlak	5-4
5.2. Doelgroep en deelnemers	5-4
5.3. Logistiek	5-5
5.4. PR, marketing, communicatie	5-5
5.5. Geven van de cursus: van stap naar stip	5-5
5.6. Afronding van de cursus	5-5
6. Bijlagen	6-5
6.1. Kenmerken van Everest doelen	7-6
6.2. Mindmap	7-6

1. De start

Je bent trainer, of zit in de train de trainer cursus of wilt die gaan volgen. Hoe dan ook: je wilt de cursus Oefenen in Levenskunst gaan geven: hoe pak je dat aan? Dit document helpt je op weg. Het is een creatieve, stapsgewijze benadering.

2. Teamvorming

Als eerste stap: zoek 1 of meerdere mensen met wie je de cursus wilt gaan geven. Je hoeft je nog niet druk te maken over wie wat doet: dat komt later wel. Als er niemand is, kijk dan of je een paar mensen zover kunt krijgen dat ze een [proeverij](#) willen doen. Kies mensen waar je energie van krijgt. Kijk ook of er andere kerken, instanties zijn waar je mee kunt samenwerken. Als het niet lukt, kun je natuurlijk bellen met de stichting.

Als je een team hebt kan het een idee zijn om te klankborden met trainers die elders alles al een keer gedaan hebben. En vaak is het handig om iets af te spreken over de manier waarop je vergadert: hoe vaak, waar, welke instrumenten etc.

Het team is het belangrijkste onderdeel van de cursus.

3. Omgeving

In welke omgeving wil je de cursus geven? Welke visie heeft de kerk (of kerken) op de manier waarop ze present willen zijn in de wijk? Wat vindt de predikant/kerkenraad van deze cursus? Hoe druk is iedereen? Zijn er kerken waar je mee kunt samenwerken? Wie hebben belang bij deze cursus? Voor wie is de cursus mogelijk een bedreiging? Wat weet je over de wijk/buurt waar je de cursus wilt geven? ([Zie bijv](#) CBS). Heb je een idee hoe je aan deelnemers komt? Is er sprake van een meer specifieke doelgroep die je wilt bereiken? Wat voor taal spreekt de doelgroep? Wat zijn evt. allergieën?

Een rij vragen die het waard is om tijd in te steken voordat je begint. Een leuke en snelle manier om dit in beeld te brengen is samen op een A3 een mindmap /associatie diagram te maken. Een voorbeeld zie je in 7.2. Met anderen de mindmap natekenen is een goede werkvorm.

Het prettige van deze stap is dat je niets hoeft op te lossen: het enige wat je doet is dat je je gezamenlijk bewust wordt van je omgeving.

4. Weet wat je wil: hoe ziet de stip eruit?

In deze stap geef je samen je fantasie alle ruimte: er zijn geen beperkingen. Er is genoeg tijd, geld, iedereen ziet alles zitten: hoe zit de stip er over vijf jaar uit? Deze stap is: oefenen in optimisme. Leuk om later nog eens terug te lezen.

5. Van stip naar stap

Als die stip contouren heeft gekregen, probeer dan na te gaan wat je over drie jaar, 1 jaar, een half jaar, een maand, een week, morgen wil doen. Dit is niet bedoeld als planning: het doel is dat het team een schets heeft hoe het zou kunnen gaan. Neurologisch heeft dit 'bewezen kwaliteiten'. Een stap om zo nu en dan te herhalen.

Je hoeft geen 'lange termijnplan' te hebben. Het is ook prima om 'eerst maar eens de cursus te geven en dan verder te kijken'.

Wat kan helpen: kijk eens naar de elementen van Everest doelen: die zijn in de eerste plaats inspirerend, maar ook praktisch. Zie 7.1.

Tip

Doe niet te veel op een computer achter een scherm: samen schetsen, het liefst staande, is een werkvorm die de aandacht beter vasthoudt en creativiteit bevordert.

Als afstand en drukte een rol spelen: skype, hangouts, trello, google drive: veel hulpmiddelen willen je graag gratis faciliteren.

Natuurlijk zal het in praktijk anders lopen: dat is niet erg. Waar het om gaat: deel met elkaar enthousiasme over wat je wilt gaan doen. Het enthousiasme is de brandstof voor de motor. (Wilskracht, doorzettingsvermogen ook).

Langzamerhand kom je in de buurt van een actieschets. De hoofdpunten zijn:

Team, draagvlak, doelgroep, deelnemers vinden, geven van de cursus, afronding, PR/marketing/communicatie. Nu is het handig om te kijken wie waar goed in is.

5.1. Draagvlak

Zorg voor draagvlak in je omgeving (gezagsdragers in de kerk). Beter is: zorg er ervoor dat ze je enthousiasme gaan delen: nodig ze uit voor een [proeverij](#). Met wie moet je in gesprek?

5.2. Doelgroep en deelnemers

Bedenk hoe je aan deelnemers komt, wie je doelgroep is. Soms moet je eerst binnen de kerk de cursus geven voordat je naar buiten treedt. Maak een schets hoe je aan deelnemers komt. En: hoe zorg je ervoor dat die deelnemers voor nieuwe deelnemers gaan zorgen? Welke deelnemers zijn potentiële trainers?

5.3. Logistiek

Waar geef je de cursus, hoe laat, hoe frequent, wanneer? Met of zonder eten, aankleding van de zaal. Wie regelt wat?

5.4. PR, marketing, communicatie

De meest effectieve en efficiënte manier: praat met mensen waarvan je denkt dat de cursus iets voor ze is. Daarnaast kun je kiezen om in het kerkblad, folders, website, via mail, twitter, facebook, whatsapp en linkedin aan de slag te gaan. Dit hangt af van de doelgroep. Het beschikbare basismateriaal zul je willen aanpassen aan de doelgroep. Deelnemers zijn na de cursus je beste ambassadeurs: hoe kun je hen in die rol versterken?

5.5. Geven van de cursus: van stap naar stip

Hoe je cursus geeft leer je in de Train de Trainer cursus.

5.6. Afronding van de cursus

Wat biedt je de deelnemers aan als de cursus is afgelopen, gaat er nog iets verder? De cursus wordt weleens vergeleken met de loopplank naar een boot. Wat is de boot, wat is de vaste wal? Zijn er terugkom dagen?

6. Tot slot

Bij alles wat je doet: neem de tijd om te luisteren naar wat er in je leeft. Vanaf de start tot het eind. Bid voor en met het team, de deelnemers en jezelf.

7. Bijlagen

7.1. Kenmerken van Everest doelen

Kijk eens naar je plannen en doelen: veel vinkjes maken dat het plan een goede kans van slagen heeft.

- Specifiek
- Meetbaar
- Aanvaardbaar
- Resonerend (het raakt een snaar in je)
- Tijdgebonden
- Positief onderscheidend
- Representeren doelen die in zichzelf goed zijn (dat heeft Socrates bedacht. Bijv. vriendschap)
- Hebben een bevestigende oriëntatie (het gaat lukken i.p.v. waarom het fout gaat)
- Representeren een bijdrage (ipv 'waarom het niet kan')
- Creëren en verzorgen positieve energie

7.2. Mindmap

