

Wat is deze workshop?

- aansprekend, eerste stappen voor concrete actie zetten
- verhouding boodschap/ humor : 66/33
- duurt 1 tot 3 uur
- voor elk publiek
- tot 50 deelnemers

Onderdelen:

- brainstorm storende factoren
 - brainstorm 3 succesfactoren
 - brainstorm actiepunten + plan (*)
- (*) 15, 60 of 120 minuten

Contact:

Michelle Cortie

michelle@guidothy.nl

Hobrede 9

1477 EH Hobrede

06-81629401

www.guidothy.nl

Tijdens deze indringende, workshop stel ik u de resultaten voor van mijn wetenschappelijk onderzoek: over enkele jaren zullen uw organisatie en/of uw branche er niet meer zijn. Voorspelling of scenario? Dat hangt af van de wijze waarop iedereen in uw organisatie omgaat met de omgevingsfactoren die het creëren van waarde dagelijks bemoeilijken.

Op basis van meer dan 1.000 diepgaande gesprekken met managers heb ik de essentiële eigenschappen geformuleerd die alle succesvolle bedrijven en mensen blijken te bezitten.

Ik stel ze aan uw publiek voor in de vorm van “wat als?”-vragen. Wat als succes synoniem zou zijn van één doel, samenwerking, waarde creëren op minstens 3 niveaus? Van paarse koeien in blauwe oceanen? Van concurreren, innoveren en denken op 3 niveaus? Het blijft niet bij het stellen van vragen, na een korte inventarisatie gaan we in de vorm van een brainstorm verder invulling geven aan de situatie binnen uw organisatie en hoe deze te verbeteren.

Er zijn 2 versies van deze workshop:

- ☒ voor de hele onderneming: op een voor iedereen begrijpelijke manier bespreken we een aantal factoren die een zeer grote invloed zullen hebben op de toekomst van de organisatie.
- ☒ voor het management: op geselecteerde onderdelen gaan we dieper in, via een brainstorm zetten we ook aan tot het invullen van deze onderdelen.

Iedere deelnemer ontvangt bovendien een gratis exemplaar van het *Handboek Klanten Wegjagen* (winkelprijs € 19,95).

Na deze workshop hebben uw deelnemers:

- ☒ inzicht in factoren die de organisatie dermate beïnvloeden dat het eigen functioneren er door zal veranderen;
- ☒ een aantal mogelijkheden bedacht waarop zij zelf in de organisatie op deze factoren kunnen reageren;
- ☒ handreikingen om zelf creatief met deze veranderingen om te gaan; actiepunten waarmee zij direct aan de slag kunnen om het leveren van alle soorten waarde die de klanten verwachten te verhogen/ te verbeteren.