

Wat doe ik tijdens deze presentatie?

- aanspreken, aan het denken zetten
- verhouding boodschap/humor: 50/50
- duur: 60 minuten
- voor elk publiek
- van elke omvang

Onderdelen:

- interactieve brainstorm
- de beste anekdotes van Guido Thys
- beschrijving Doosjesconcept

Contact:

Michelle Cortie

michelle@guidothys.nl

Hobrede 9

1477 EH Hobrede

06-81629401

www.guidothys.nl

Deze presentatie is onderdeel van de meest succesvolle "suite" van Guido Thys. Ze betekent gegarandeerd een uur entertainment van het hoogste gehalte. Maar tegelijk realiseren de deelnemers zich dat ze eigenlijk om zichzelf en hun niet altijd even klantvriendelijke gedrag lachen.

Na een korte inleiding wordt gezamenlijk geconcludeerd dat collega's eigenlijk etters zijn die je eigenlijk alleen maar van je echte werk afhouden en dus het best zo ver mogelijk weggejaagd kunnen worden. Vervolgens wordt rond een aantal vooraf bepaalde aandachtsgebieden gebrainstormd om de beste technieken daarvoor te definiëren. De deelnemers zijn daarmee verzekerd van hun statuut van Actief Lid van de Klanten Wegjaag-Club.

Vervolgens wordt het verhaal omgedraaid en komt een stukje "theorie" aan bod: interne klanten willen waarde van elkaar. Het gaat daarbij om drie evenwaardige soorten waarde, zie pagina 14. Mensen zijn tevreden wanneer ze precies krijgen wat ze willen en gelukkig wanneer ze (net iets) meer krijgen

Het unieke van deze presentatie is de onconventionele benadering. Deze is voor alle deelnemers een complete verrassing en zorgt ervoor dat er – letterlijk – nog maanden over nagepraat wordt. Door het feit dat de aandachtspunten aan de organisatie worden aangepast en de zaal zeer actief meewerkt, is het verhaal gegarandeerd maatwerk. Er is geen bovengrens aan het aantal deelnemers (nou ja, vanaf 1.500 moeten we speciale maatregelen nemen)

Na deze presentatie heeft het publiek:

- een onderhoudende sessie achter de rug, waarvan zij een aantal trefwoorden nog lang zullen gebruiken;
- een globaal idee gekregen van de verschillende soorten verwachtingen die collega's van elkaar hebben;
- een aangescherpt bewustzijn dat collega's tijdrovers zijn en zo snel mogelijk de deur uit moeten - of omgekeerd.....;
- het besef gekregen dat vele aspecten van klantwaarde uit kleine details bestaan en dat zij daar een cruciale rol bij spelen.