

**GUIDO
THYS**



Deel 2: van denken naar doen



Track Record:

Jaren op het podium: 26

Presentaties: 2600+

In de zaal: 302.000+

Klanttevredenheid: 9+

NPS: + 101 (incl. mezelf)

Schoenmaat: 43



Project Management:

Guido Thys

hemzelf@guidothy.nl

Hobrede 9

1477 EH Hobrede

06-81629401

www.guidothy.nl



Het was een plezante sessie!

Weet u wat voor mij het meeste voldoening geeft?

Het applaus? Dat is natuurlijk mooi meegenomen en valt erg goed in de categorie "ego-management".

Maar het gaat niet om het applaus. Waar het wel om gaat is dat ik het publiek van begin tot eind weet te boeien met úw boodschap. De bedoeling is immers dat de aanwezigen meegaan in een simpele redenering en zich vervolgens zich enthousiast achter uw doelen scharen.

En hoe weet ik of dat al dan niet gelukt is? Als de deelnemers geachen hebben wanneer ze moesten lachen en muisstil waren wanneer dat aan de orde was. Want op dat moment kwamen de grote schepen met de boodschappen binnenvaren....:-)

Inspireren en motiveren staan dus voorop bij zo'n live sessie. Ze is dus de eerste aanzet op weg naar anders denken en anders doen.

Net zoals Rome ook niet op één dag gebouwd is, kunt u echter niet verwachten dat de aanwezigen na afloop de locatie jubelend gaan verlaten en zich plots geheel anders gaan gedragen (nou ja, u kunt het wel hopen maar we kunnen u, samen met vele tienduizenden andere gedragsexperts, verzekeren: gaat niet gebeuren!).

De aanwezigen uit de bekende comfort zone halen en hen aanzetten om de zaken ook eens vanuit een ander oogpunt te bekijken, dat is op zich al een hele ambitieuze doelstelling voor een sessie van een uur.

In de periode na uw evenement gaan de deelnemers nadenken over wat ik verteld heb en het afmeten aan hun eigen doelen, voorkeuren, inzichten en vooroordelen. Wat gaan we doen om hen bij dit hele proces te voorzien van duwtjes in de goede richting? Wat kunnen wij doen om nog meer waarde voor u te creëren?

Op basis van onze uitgebreide ervaring kunnen wij u een hele reeks mogelijkheden adviseren. Als u zelf nog andere ideeën hebt, dan zijn die uiteraard ook heel erg welkom!



Deel 2: van denken naar doen

Hieronder treft u een schets aan van de mogelijkheden. Kijkt u er even naar en laten we samen uitzoeken welke de meest effectieve instrumenten zijn om het traject van denken naar doen optimaal te ondersteunen!

Strategisch

Deelname aan meetings van uw projectteam

Wanneer het evenement een kick-off was voor een langdurig project of een (interne)campagne, dan is het uiteraard noodzakelijk om bijkomende ondersteuning perfect in dit project of deze campagne in te passen. Ik schuif daarom graag een of meerdere keren aan bij een bijeenkomst van het projectteam. Op die manier kunnen we een optimale mix samenstellen.

Audiovisueel

Eenmalig filmpje

Waarom niet de inhoud van de presentatie en de kern van úw boodschap kort samenvatten in een kort "uit de losse pols" filmpje. Ik lever u een volledig afgewerkt, uploadbaar filmpje aan, of de ruwe opnames. Of ik ga uw studio in. Het eindresultaat kan op uw privé-kanaal op YouTube of Vimeo geplaatst worden, op uw intranet of in een andere afgeschermd omgeving met bijvoorbeeld toegang via een qr-code.

Serie korte filmpjes

De inhoud van de presentatie kunnen we ook verdelen over een aantal filmpjes die met enige tussentijd "gepubliceerd" worden om een herhaaleffect te bereiken.

We kunnen deze inhoud aanvullen met uw eigen materiaal of met interviews met projectteamleden, management, klanten, etc.

Daarbij streef ik naar een "Centraal Beheer" -effect: de afleveringen zijn zo gemaakt dat de ontvangers ernaar uitkijken.



Podcast of vodcastserie

Indien uw elektronische omgeving zich daartoe leent, kunnen we de filmpjes ook de vorm geven van vodcasts. Deze kunnen dan per e-mail verzonden of in uw eigen structuur geplaatst worden.

Indien u er de voorkeur aan geeft enkel geluid en geen beeld te gebruiken, maken we podcasts.

Electronisch

2MinuteAcademy

De [2Minute Academy](#) levert periodiek dwarsgedachte tips op het gebied van ondernemerschap, innovatie, duurzaamheid, (8erlijk) management, leiderschap, klanten en trends. Toegang tot de volledige bibliotheek op de website en de tweewekelijkse nieuwsbrief zijn op dit moment nog gratis. U kunt alle deelnemers dus gratis aanmelden. Desgewenst sturen we hen de eerste nieuwsbrief met úw welkomboodschap.

Hebt u zelf een nieuwsbrief of een intranetonderdeel die we kunnen aanvullen met deze content? Dit kan via API of handmatig. Laten we de mogelijkheden bespreken!

Bijdrage voor nieuwsbrief, internet of intranet

Interviews, columns, een serie tips, opdrachten in het kader van de verschillende soorten klantwaarde: een vraag-en-antwoordrubriek: u vraagt, ik schrijf!

Print

Boek van Guido Thys

Wellicht sluit een van mijn boeken aan bij het thema van de bijeenkomst en bij het doel dat u wil realiseren. Laten we kijken of we dit met een speciale boodschap kunnen nasturen!



Maatwerkboekje

Na afloop van de presentatie gaf ik de deelnemers de mogelijkheid om het boekje "Plezier beleven aan drie soorten klantwaarde" gratis te downloaden.

Wil u de inhoud van dit pdf-boekje aanpassen aan uw specifieke doelen en/of projectfasen? Dat kan! We maken samen een maatwerkeditie. In pdf-formaat of gedrukt.

Vervolgssessies

Workshop Memo Aan Mezelf

Ik kan u de template en instructies aanleveren voor een sessie die de leidinggevenden zelf met hun mensen kunnen opzetten.

De teamleden die aanwezig zijn schrijven in een memo aan zichzelf welke actiepunten zij uit de sessie meenemen. Dit vormt de ideale opstap naar de praktijk: het memo kan namelijk -bijvoorbeeld als voortgangsmonitor- gebruikt worden tijdens opeenvolgende overlegsessies.

Terugkomsessie(s)

Een of meer onderdelen van de presentatie kunnen we weer oppakken tijdens korte bijeenkomsten met kleine groepjes. Dit kan op strategisch gebied, met managementteam of projectgroep, rond bijvoorbeeld het formuleren van core essence of het bepalen van waardeproposities. Het kan ook met de medewerkers, waarbij bijvoorbeeld het opstellen van de klantreis een heel effectief instrument is bij het vormgeven van 3 of 27 soorten klantwaarden.

Uw ideeën

????