

BUSINESS SCHOOL NEDERLAND MAATWERK

Begin 2007 kwam Content Uitzendbureau met een opleidingsvraag naar Business School Nederland. Zij zochten een partner die de districtsmanagers een breder blikveld kon geven op hun werk en kon bijdragen aan een succesvolle implementatie van een nieuwe strategie en HRM. Daarbij was het belangrijk dat de verschillende deelnemers bedrijfskundige kennis opdeden en die tegen het licht van de organisatie ook met elkaar zouden delen.

Content met Incompany

Business School Nederland bood antwoord op deze vraag met een op maat gemaakt management programma. Delen uit het Hoger Management Programma zoals Marketing Management, Financieel Management, HRM, Cultuur en Strategie zijn speciaal voor Content aangepast. De docenten hebben vooraf contact gehad met Content om de inhoud van hun les zo optimaal mogelijk af te stemmen op de organisatie. De twee opdrachten die de deelnemers hebben gemaakt zijn voor Content ontwikkeld.

In april 2007 ging een groep van 13 districtsmanagers met het programma van start. De deelnemers kwamen vier blokken van twee dagen naar Buren om lessen te volgen. Ruud op den Brouw, één van de deelnemers in het programma, vertelt over zijn ervaringen.

“In mijn functie als districtsmanager is het belangrijk dat ik invulling geef aan de landelijke strategie, maar ook goed luister naar de lokale (regionale) behoeften in de markt en hierop mijn eigen strategie aanpas. Het programma heeft mij geleerd dat goede integratie van marketing, HRM, cultuur en organisatie cruciaal zijn voor een succesvolle uitvoering van de strategie. Ik heb geleerd om verbanden te leggen tussen de verschillende gebieden. Ik kijk nu met een bredere scope naar mijn dagelijkse werkzaamheden en denk anders na over een beslissing. Het heeft mij meer bewust gemaakt.

Gelijktijdig met de opleiding bij BSN werkte de directie van Content aan de bepaling van een strategie voor de komende jaren. Doordat het traject mij ‘dwong’ hier over na te denken en kritisch te kijken naar de organisatie, ben ik zeer betrokken geraakt bij dit proces. Ik merkte dat ik veel meer achterliggende zaken wilde weten. Bijvoorbeeld waarom bepaalde keuzes gemaakt zijn. Ook merkte ik dat ik aannames had over mijn eigen organisatie. Zo sprak ik met verschillende collega-districtsmanagers over bijvoorbeeld ‘kwaliteit’. Een begrip uit



onze missie. Het bleek dat iedereen hier een eigen invulling aan geeft. Juist als dit één van de onderscheidende punten is van de organisatie, is het belangrijk dat je hier eenzelfde beeld bij hebt. Het was leerzaam om aan containerbegrippen zoals ‘kwaliteit’ met elkaar een concrete invulling te geven.

Het was enorm inspirerend om met collega’s samen te leren, ideeën uit te wisselen en te discussiëren. Het was een feest van herkenning. Veel collega’s worstelen met dezelfde thema’s. We zijn als districtsmanagers redelijk vrij in het uitvoeren van onze functie en zoeken elkaar nog onvoldoende op om met elkaar van gedachten te wisselen. Het blijkt dat een ieder de issues op zijn of haar manier aanpakt. We hebben ervaren dat we met elkaar een ‘probleem’ vaak snel konden definiëren en oplossen.

We hebben bij Content een ‘doe-cultuur’. Ons enthousiasme voor een idee maakt vaak dat we er meteen mee aan de slag gaan, zonder eerst goed na te denken over het doel en de aanpak. Ik heb geleerd om niet onderweg pas te bepalen waar ik naartoe ga, maar om dit vooraf helder te maken. Een ander leerpunt is dat ik weet hoe ik kort en krachtig kan formuleren. Content krijgt van mij geen ellenlange rapporten meer, maar een bondig advies en implementatieplan. Grote kracht van het programma was dat de docenten konden putten uit een enorme praktijkervaring en gepassioneerd over hun vakgebied spraken. Zij maakten de theorie levend door deze te koppelen aan vele praktijkvoorbeelden én onze organisatie.”

In navolging op dit programma is in november 2007 een groep Accountmanagers van Content gestart met een Incompany-traject. Accountmanagers voeren steeds vaker gesprekken op directieniveau en missen daarbij vaak bedrijfskundige kennis. Naast een brede basis op het gebied van management, ligt in dit programma een zwaarder accent op financiën.