



Speciaal geschikt voor MKB

Interactieve presentaties



Niveaus:

Strategisch niveau

Voor beslissers, HBO+ werk- en denkniveau. Op dit niveau draagt de presentatie bij aan kennis (weten), vergelijkende verbanden leggen met de eigen praktijk (inzicht) en vooruitdenken (toepassingsmogelijkheden zien voor het eigen bedrijf).

Tactisch niveau

Voor managers verkoop, marketing, Business Development en HRM. Op dit niveau draagt de presentatie bij aan kennis (weten), praktijkervaring (toepassing) en meningsvorming (attitude).

Doelgroep:

- In-company (middelmanagement en hoger)
- Business clubs van ondernemers uit middelgroot tot groot MKB
- Relatiebijeenvakomen
- Zowel Nederlands als Engelstalig

Plaats:

Wij werken graag in de futuristische en flexibele zalen van Media Plaza, maar u kunt ons overal laten presenteren zolang deze zaken geregeld zijn:

- Presentatielaptop, beamer en scherm
- Live Internetverbinding (vast)
- Geluidsversterking voor laptop en spreker

Per presentatie (1 uur):

- € 1.500,- excl. BTW, voor het ontwikkelen en geven van een (voor uw doelgroep relevant gemaakte) presentatie
- Reserveer meteen op 030-291 41 11

Enkele onderwerpen

Toekomst, innovatie, social media, businessmodellen 2.0

Toekomst:

Wat betekent het voor je bedrijf als je overmorgen data via je contactlenzen verwerkt, je hersengolven het toetsenbord zijn en je altijd en overal onmiddellijk en direct op reageert? Technologische ontwikkelingen gaan steeds sneller en hebben grote gevolgen voor de manieren waarop we werken, leren en leven. Tussen Jules Verne en de Apollo zat 100 jaar, maar tussen Minority Report en de Kinect minder dan 10.

Leerpunten:

De sessie leert de deelnemers om metatrends te identificeren en daar strategische actie op te ondernemen: om te zetten in nieuwe producten en diensten, nieuwe doelgroepen en marketinguitingen. De sessie inspireert en laat deelnemers met een gevoel voor urgentie achter.

Innovatie:

Een studie van Harvard Business School naar innovatie in 8 academische disciplines, leidde tot de conclusie dat in 75% gevallen (34 van de 48) imitatie de primaire bron van vooruitgang blijkt te zijn. Bijna 98% van de groei uit innovaties komt van imitaties. Maar goed imiteren is moeilijk.

Leerpunten:

De sessie leert de deelnemers begrijpen welke mogelijkheden er zijn om innovatie in te zetten voor omzetgroei, hoe innovatie door medewerkers in de organisatie zowel

formeel als informeel geborgd en gestimuleerd kan worden en wat innovatie binnen de bedrijfskolom kan opleveren. De deelnemers leren innoveren in het algemeen (van ideeontwikkeling tot onderscheid maken in quick wins en (on)haalbare ideeën), in het bijzonder (innoveren van bestaande producten en concepten) en het aannemen van een innovatieve houding met bijpassend gedrag.

Social Media en marketing 2.0

Uit recent Amerikaans onderzoek onder de top 100 merken in social media komt naar voren dat bedrijven met de meeste activiteit in social media in 2010 een gemiddelde omzetgroei van 18% kenden. De omzet van achterblijvers kromp met gemiddeld 6%. Over social media is de afgelopen jaren behoorlijk veel geschreven, maar geen enkele auteur is in staat gebleken om de 'wetten' van social media te ontdekken. Hoe kom je er achter wat je moet doen om de 18% omzetstijging voor je organisatie te creëren?

Leerpunten:

De sessie leert de deelnemers begrijpen wat social media zijn, hoe social media verschillen met normale marketing en sales en welke mogelijkheden er zijn om te profiteren van web 2.0 instrumenten. De discussie sturen we soms ook naar normen: wat vinden de deelnemers een acceptabel gebruik van social media?



Meer weten van Leaders Against Routine?

Volg ons: @JessicavanRijn (innovatie & vastgoed) of @BarsTweets (toekomst)