





# Opleidingscatalogus

## Conflicten op de werkvloer

🕒 1 dag 📅 31 maart & 16 november 📍 Gent & Mechelen

## Corporate hacking

🕒 1 dag 📅 18 mei & 1 oktober 📍 Mechelen

## Bedrijfsculturen M&A

🕒 1 dag 📅 11 juni & 1 december 📍 Gent & Mechelen

## Business storytelling

🕒 1 dag 📅 19 juni & 16 november 📍 Gent & Mechelen

## Concentratie & focus verhogen

🕒 1 dag 📅 23 november & 8 juni 📍 Gent & Mechelen

## Optimaliseren aanwervings- en selectieprocedure

🕒 1 dag 📅 3 april & 12 oktober 📍 Gent & Mechelen

## Non-verbale communicatie tijdens onderhandelingen

🕒 1 dag 📅 12 mei & 21 september 📍 Gent & Mechelen

## Employer branding

🕒 1 dag 📅 20 oktober & 30 april 📍 Gent & Mechelen

## Gamification

🕒 1 dag 📅 8 december & 7 mei 📍 Gent & Mechelen

## Neuromarketing

🕒 1 dag 📅 27 april & 28 september 📍 Gent & Mechelen

# Conflicten op de werkvloer

🕒 1 dag

📅 31 maart & 16 november

📍 Gent & Mechelen

Spanningen en conflicten maken deel uit van ons dagelijks leven. Waar mensen samenwerken, kan het al eens botsen. Omdat we het niet eens zijn, niet weten hoe het aan te brengen... Omwille van andere culturele achtergronden, andere competentieniveaus, verschillende werk- of communicatiestijlen...

In deze opleiding vertrekken we vanuit een breder kader zodat de systemische samenhang duidelijk is van hoe bepaalde mechanismen negatief of saboterend werken én hoe jij daar als leidinggevende op een constructieve manier kan op inspelen.

We hebben daarbij oog voor hoe je conflicten kan voorkomen en hoe je op een positieve manier met spanningen omgaat, want die zijn niet te vermijden. Als je medewerkers er zelf niet uit geraken, hoe intervenueer je dan op een gepaste wijze? En aan welke nazorg of opvolging moet je verder aandacht besteden?

## Voor wie?

Iedereen die een leidinggevende functie bekleedt en mensen aanstuurt of in het eigen team van leidinggevendens spanningen ervaart: zaakvoerders, directieleden, leden Raad van Bestuur, projectmanagers, ploegbazen, teamcoördinatoren...  
HR- managers of -directeurs die een open communicatie- en dialoogcultuur willen stimuleren .

## Waarom deelnemen?

Elf (of met je team) de nodige stappen te zetten om op een andere manier naar spanningen en conflicten te kijken én ze te leren herkennen

- Je eigen werk- en communicatiestijl kennen
- Hoe spanningen bespreekbaar maken en in dialoog te gaan
- Welke stappen te zetten om conflicten aan te pakken
- Hefbomen kennen om een gezonde communicatie- en dialoogcultuur mogelijk te maken in je team en/of je organisatie
- Meer inzicht verwerven in wat er in jouw organisatie speelt
- Een plan van aanpak over conflicten op de werkvloer opmaken

## Programma

### → Voormiddag

- Algemeen kader
- Organisaties zijn levende systemen
- Spanningen en conflicten leren herkennen, types van conflicten. Emoties, gevoelens, behoeften. De niveaus van escalatie.
- Scan van jouw organisatie: 5A's van psycho-sociaal welzijn. Inzicht in communicatie- en werkstijlen
- Welke communicatie- en werkstijlen zijn er? Hoe elkaar tegemoet komen?
- Scan van jouw communicatie- en leiderschapstijl

### → Namiddag

- Spanningen bespreekbaar maken. Drivers (waarom reageren op een situatie) en motieven zichtbaar maken. Hoe verbindend hierover in dialoog gaan? Bouwen aan vertrouwen. Constructief feedback geven en ontvangen.
- Werken met ontwikkeldoelstellingen.
- Een plan van aanpak. Collectief (processen, structuren, beleid) – vanuit organisatiescan en individueel (opleiding en verdere ontwikkeling) – POP.

## Prijs

350 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille. Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Ingrid Larik** werkte gedurende 25 jaar als consultant in kleine en grote bedrijven. Ze volgde opleidingen tot coach, sociaal bemiddelaar en organisatieadviseur. Vanuit deze achtergrond ontwikkelde ze een unieke kennis inzake het creëren van verbinding in organisaties zowel binnen teams als tussen teams en leidinggevendens. In 2013 schreef ze het boek "Conflictbemiddeling op het werk. Een praktische gids voor HR- en leidinggevendens" dat werd uitgegeven bij Die Keure.

# Corporate hacking

🕒 1 dag

📅 18 mei & 1 oktober

📍 Mechelen

In één dag de mindset en skillset van een hacker krijgen. Dat is wat de opleiding Corporate Hacking u leert. De cursist krijgt naast een hogere bewustwording omtrent cybersecurity ook inzicht in welke zes stappen een hacker neemt om data te verkrijgen. We doen dit aan de hand van voorbeelden uit de praktijk en we leggen uit welke tools door hackers worden gebruikt. Er wordt toegelicht waarom de menselijke factor van informatiebeveiliging zo belangrijk is en hoe u zich als bedrijf kunt organiseren om cyberaanvallen tegen te gaan.

## Voor wie?

Voor iedereen die met (persoonlijke) data en systemen omgaat, Systeem- en netwerkbeheerders, Developers, Managers die beslissingen moeten maken over informatiebeveiliging (CISO's).

Omdat je zelf aan de slag gaat met de gereedschappen en de stappen die de hacker neemt, merk je hoe eenvoudig het is een systeem te hacken wanneer het niet juist beveiligd is

## Waarom deelnemen?

- De cursist krijgt inzicht in de werkwijze van de hacker. Omdat de cursist de werkwijze kent, kan de cursist maatregelen treffen om zijn kostbare data te beter te beschermen.
- Omdat de cursist zelf heeft leren werken met de gereedschappen die ook door kwaadwillende hackers gebruikt worden is het mogelijk de eigen organisatie, het netwerk of software te testen op kwetsbaarheden.
- De cursist is gesprekspartner geworden van informatiebeveiligingsspecialisten en ethisch hackers. Na afloop kent de cursist de terminologie die gebruikt wordt binnen het landschap van informatiebeveiliging en begrijpt de cursist wat er gedaan moet worden om data te laten beveiligen door specialisten. Zo kan de cursist beter een beslissing maken.
- De cursist kent de vele kwetsbaarheden die gegeven zijn in de praktijkvoorbeelden tijdens de training en kan daarom zijn collega's meer en beter bewust maken van de on- en offline gevaren die er schuilen.

## Programma

### → Deel 1

#### Bewustwording

Cybersecurity in een kilobyte:

- Hackers: wie zijn het en wat beweegt hen?
- Welke hackers onderscheiden we?
- Ethisch en onethisch hacken. Het verschil.
- Waar haalt de hacker zijn informatie over het doelwit vandaan?
- Sociale Media, Tor en het darkweb
- De stappen van de hacker
- Social Engineering: de zwakste schakel gehackt
- Workshop deel 1: Social Engineering: wat kom je te weten?

### → Deel 2

#### Tools, tools en nog eens tools

- Er wordt gewerkt met zowel Windows, Mac als Linux systemen
- Software die zeker aan bod komt: NMap, SEToolkit, OpenVAS, Nessus, Aircrack, Wifite, Maltego, Zap, Nikto, Burp Suite
- Hardware die zeker aan bod komt: Wifi Pineapple, Raspberry Pi, Bash Bunny, USB Rubber Ducky, NFC/RFID Scanner
- Workshop deel 2: Doel bepalen, de zwakke plek vinden en uitbuiten
- In dit tweede deel maken de cursisten kennis met de eerste kwetsbare omgeving. Ze gaan op zoek naar kwetsbaarheden in deze omgeving.

### → Deel 3

#### Technieken, frameworks en ISO

- Webhacking en cloud
- Ons hele leven bestaat tegenwoordig online. Waar liggen de kwetsbaarheden?
- Deze technieken zijn met elkaar verbonden
- Leer verbanden zien. Hoe kom je achter informatie over bijvoorbeeld een systeem? Welke informatie is nuttig en welke niet?
- Wat bepaalt een aanvalstechniek?
- Leer werken met web servers, webapps en sites



## Docent

**Jochen den Ouden** gelooft als IT Security Specialist dat informatiebeveiliging alleen mogelijk is in een samenspel tussen mensen, techniek en organisatie. Deze drie schakels zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. In het dagelijks leven geeft hij advies op IT Security trajecten voor profit en non-profit organisaties. Dit doet hij aan de hand van ethische hacks (security testen) om te zien waar mogelijke lekken zijn in zowel software, hardware als mens. Daarnaast maakt hij medewerkers van een organisatie bewust van de echte gevaren op het web en leidt hij IT'ers op tot Certified Ethical Hackers.

- De technieken uit deel 1 en 2 komen samen in dit deel
- Workshop deel 3: Happy Hacking:
- De cursisten krijgen een andere kwetsbare webserver en webomgeving
- De docent geeft aan wat de cursisten moeten gaan vinden op deze omgeving
- Er wordt gevraagd een (kort) plan te maken: wat denken ze te vinden en hoe gaan zij te werk? (Wat is het doel?)
- Welke stappen worden er genomen?
- Korte discussie: waarom worden er verschillende oplossingen gekozen?
- Alle aanvalstechnieken, stappen en gereedschappen mogen gebruikt worden om de omgeving aan te vallen
- Discussie: wat is er gevonden? Hoe werd het gedaan?

### → Deel 4

- Wat hebben we geleerd? De tien lessen uit de opleiding Corporate Hacking.
- Stellingen: Er worden stellingen getoond die eerder deze dag aan bod zijn gekomen. Zijn we van mening veranderd? Waarom wel of niet?, Er worden een aantal nieuwe stellingen geïntroduceerd. Waar zijn de cursisten het mee eens?

## Prijs

795 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille. Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.

# Bedrijfsculturen M&A

🕒 1 dag

📅 11 juni & 1 december

📍 Gent & Mechelen

Bij fusies en overnames wordt het aspect “bedrijfscultuur” vaak onderschat. Men hecht in het voortraject van een fusie en/of overname terecht veel aandacht aan alle financiële en juridische aspecten en eens dat beklonken is, wordt de deal gesloten en begint het echte werk op het terrein en daar wordt men geconfronteerd met de bestaande bedrijfsculturen. Verschillen in bedrijfscultuur tussen groepen werknemers kunnen een belangrijke bron van onrust (zeg inefficiënties en kosten) zijn. Nadat twee of meerdere organisaties zijn samengegaan, moet er op organisatorisch vlak nog worden begonnen met het creëren van één bedrijfscultuur. Denk maar aan verschillen in vergadercultuur, verschillende verloningssystemen, lunchgewoonten, vernieuwingsgezindheid, leeftijd, vaardigheden, kennis, omgangsvormen en communicatiestijl. Hoe ga je daar als leidinggevende mee om? En hoe kan je de nadelige effecten voorkomen?

## Voor wie?

Bedrijfsleiders  
Hr-managers  
Alle leden van het managementteam  
Afdelingsmanagers

## Waarom deelnemen?

Doelstelling van de opleiding is om het belang van het kennen van de verschillende organisatie- en bedrijfsculturen voor en tijdens het fusie- en overnameproces in de schijnwerpers te plaatsen. Meer dan ooit is de bedrijfscultuur één van de belangrijkste factoren die het succes van de organisatie bepalen. Normen en waarden vormen een baken in de organisatie en een fusie of overname kan deze uit evenwicht brengen met alle gevolgen van dien. Met de inzichten die de cursist zal verwerven, zal het mogelijk zijn om de cultuur van een bedrijf in kaart te brengen en zullen de verschillen geanalyseerd kunnen worden. Zo kunnen voor het cruciale transitieproces de juiste strategieën worden ingezet door vanaf het begin heel gericht aandacht te geven aan het aspect “bedrijfscultuur”. Zo kan heel veel “organisatieschade”, zoals onrust, verloop en conflicten vermeden worden.

## Programma

- Definitie van bedrijfscultuur, cultuurtypering en subculturen
- Hoe de bedrijfsculturen van de bedrijven die bij een fusie of overname betrokken zijn in kaart brengen en het belang daarvan
- De cultuurverschillen detecteren, zowel tussen organisaties als binnen organisaties
- Het belang van percepties en overtuigingen
- De analyse van de diverse bedrijfsculturen en subculturen
- Vanuit de gedetecteerde verschillen de juiste strategie inzetten bij het transitieproces, welke en hoe?
- Hoe de cultuurverschillen hanteren, wij/zij gevoel en escalaties vermijden
- Hoe in de volledige organisatie het belang om dit proces blijvend te bewaken te laten doordringen

## Prijs

795 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille.  
Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Siegfried De Cuyper** (°1956) heeft een succesvolle loopbaan uitgebouwd in supply chain, inkoop- en algemeen management bij Balta en Ter Beke Fresh Food Group. Daarna was hij een aantal jaren actief als interim manager en sinds 2008 als “executive coach”. In die hoedanigheid begeleidt hij managers, teams en bedrijven en verzorgt hij trainingen rond o.a. coachend leidinggeven, communicatie, onderhandelingsvaardigheden, teambuilding en omgaan met cultuurverschillen. Hij is verbonden aan Insights benelux als associated coach en senior learning consultant en begeleidt hiervoor tevens de accreditatietrainingen.

# Business storytelling

🕒 1 dag

📅 19 juni & 16 november

📍 Gent & Mechelen

Wat is de kracht van een verhaal. Wat zijn de criteria van een verhaal. En hoe kan ik een verhaal binnen mijn business op een effectieve manier toepassen. Bij een fusie of reorganisatie. Voor branding, een corporate story of klantenverhalen. Je leert het in de opleiding Business Storytelling. En natuurlijk gaan we ook met jouw verhaal aan de slag.

## Voor wie?

(web)redacteurs  
(content)marketeers  
Communicatiemedewerkers/voorlichters

## Waarom deelnemen?

Bedrijven en organisaties leren hoe ze verhalen op een efficiënte en nuttige manier kunnen inzetten voor hun business. En hoe ze met storytelling kunnen bouwen aan hun merk.

## Programma

- De kracht van storytelling
- De eigenschappen van een goed verhaal
- Verhaal of anekdote?
- Wat je kunt leren van Professor Barabas
- Met verhalen het brein bespelen
- Steel van de scriptwriters uit Hollywood
- Werken met de narrative arc
- South Park en business storytelling
- Leer van Dora en Rocky
- Misverstanden over business storytelling
- Waarom Notting Hill over jouw bedrijf gaat
- Do's & dont's, tips en tricks

## Prijs

395 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille.  
Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Cor Hospes** is creatief directeur/oprichter van Merkjournalisten, een bureau dat merken en mensen helpt met het vertellen van opmerkelijke verhalen. Merkjournalisten werkt voor kleine en vooraanstaande bedrijven. Hospes is een internationaal vermaard spreker en trainer. Hij schreef verschillende bestsellers over contentmarketing, storytelling en sociale media. Eerder werkte Hospes twintig jaar in de journalistiek en was hij copywriter en mediatrainer.

# Concentratie & focus verhogen

🕒 1 dag

📅 23 november & 8 juni

📍 Gent & Mechelen

Advertenties, appjes, banners, mails en pushberichten: de strijd om onze aandacht wordt steeds heftiger en het is tegenwoordig moeilijker dan ooit om je langer dan een paar minuten onafgebroken te concentreren. Is dat een probleem? Ja, want soms is aandacht bij wat je doet een zaak van leven of dood. Daarbij is concentratie onmisbaar om creatief en productief te kunnen werken. In deze opleiding laten we zien hoe het concentratievermogen op de werkvloer kan worden verhoogd. Er wordt aangeleerd hoe we informatie verwerken, waarom we zoveel meer zien dan we denken en welke gevolgen dat heeft voor ons dagelijks leven. Er wordt aangetoond hoe we ons werkgeheugen soms verkeerd gebruiken en waarom sommige dingen wel opvallen en andere totaal niet. Er worden vervolgens verschillende technieken uitgelegd waarmee je aandacht kunt sturen en er wordt uitgelegd hoe aandachtarchitecten (zoals reclamemakers en websitebouwers) die inzetten in ons voor- en nadeel. Tenslotte worden de nieuwste inzichten over aandacht en concentratie gedeeld en worden technieken aangereikt waarmee je je concentratie langer kunt vasthouden.

## Voor wie?

Deze opleiding is geschikt voor alle professionals die meer willen weten over aandacht en concentratie of iedereen die op de werkvloer het concentratievermogen van zijn of haar medewerkers wilt verhogen.

## Waarom deelnemen?

Na deze opleiding weet jij:

- Hoe aandacht werkt en hoe het kan worden gestuurd
- Hoe je informatie het best kunt absorberen
- Hoe je je dag het best kunt indelen om je te concentreren op het werk
- Welke rituelen kunnen helpen om je te concentreren

## Programma

### → Voormiddag

- Hoe werkt aandacht en hoe kun je informatieoverdracht het beste vormgeven
- Hoe grijp je de aandacht op de beste manier
- Praktijkopdracht waarin we onderzoeken welke boodschappen het beste helpen om de aandacht te grijpen
- Hoe ga je om met afleidingen en waarom zijn sommige prikkels zo verstorend
- Theoretische uitleg over hoe concentratie werkt en waarom het zo moeilijk is

### → Namiddag

- Hoe deel je je dag zo in dat je je optimaal kunt concentreren
- We bespreken de voorbereidende opdracht over afleidingen op de werkvloer
- Oefeningen over hoe je een pauze het best kunt vormgeven
- Oefening over aandachtrituelen
- We bespreken afleidingen, bereikbaarheid en communicatievormen binnen het bedrijfsleven
- We eindigen de dag met de beste concentratietips en delen ervaringen over concentratie



## Docent

**Stefan van der Stigchel** is veelgevraagd spreker, hoogleraar cognitieve psychologie aan de Universiteit Utrecht en hoofd van het AttentionLab, dat onderzoekt hoe aandacht en visueel bewustzijn onze perceptie van de wereld beïnvloeden. Hij is daarnaast lid van De Jonge Akademie, een platform van jonge topwetenschappers. Zijn boek "Zo werkt aandacht" verscheen in 2016 bij Maven Publishing en is in januari 2019 wereldwijd verschenen bij MIT Press. Zijn boek "Concentratie" verscheen in november 2018 en zijn boek "Grip op aandacht" verschijnt in 2020 eveneens bij Maven Publishing.

## Prijs

595 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille. Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



# Optimaliseren aanwervings- en selectieprocedure

🕒 1 dag

📅 3 april & 12 oktober

📍 Gent & Mechelen

Zie je de “war for talent” steeds dichterbij komen? Of zit er je al middenin? Durf je de rol van recruiter eens vanuit een ondernemersbril bekijken en nieuwe technieken uitproberen? In deze opleiding duiken we eerst in de wereld van de huidige sollicitant. We zoomen eerst uit en zoeken naar kapstokken in de strategie van het bedrijf om effectiever mensen naar je toe te trekken. Aan de hand van een praktijkcase leren we denken als een echte (online) marketeer en maken we kennis met verschillende nieuwe rekruterings technieken. Verwacht je echter niet aan een opleiding “how to use LinkedIn”, maar aan een dag waarna je een strategisch rekruteringsplan kunt uitwerken om je profielen gericht te targetten.

## Voor wie?

- HR managers die willen weten hoe ze hun rekruterings specialisten beter kunnen laten scoren
- Rekruterings specialisten die hun rekruteringsplannen makkelijker intern willen verkopen
- Lijnmanagers die beter in sync willen werken met hun HR dienst, die duidelijker zicht willen krijgen op het volledige rekruterings en selectieproces en hun eigen rol hierin willen kunnen optimaliseren

## Waarom deelnemen?

Inzien wat andere bedrijven tegenkomen wanneer ze nieuwe medewerkers proberen te vinden en hoe ze zoeken naar oplossingen  
Begrijpen hoe de huidige werknemer kijkt naar werken, zijn werkgever, een nieuwe werkgever,...  
Zicht krijgen op de link tussen het aantrekken van medewerkers en de strategie van het bedrijf  
Zelf leren toepassen hoe je medewerkers:

- kan rekruteren als een marketeer
- selecteren als een verkoper
- en behouden als een intrapreneur

De basis leggen voor een strategisch rekruteringsplan

## Programma

- Hoe voel je de war for talent? Wat kom je tegen als recruiter/HR specialist? Wat heb je al uitgeprobeerd?
- Hoe gaat iemand tegenwoordig op zoek naar een job? Waarom kiest iemand voor een job? Waarom kiezen ze niet voor een andere job? Waarom blijft iemand in een job? Waarom vertrekt iemand?
- Welke zaken binnen het bedrijf spelen dus een heel belangrijke rol binnen jouw job? We zoomen uit en brengen de big picture in kaart.
- Een casus met heel veel praktische voorbeelden geeft kapstokken waar je zelf mee aan de slag kan. Je geeft een eerste aanzet voor je rekruteringsplan.
- Aan de hand van de employee life cycle leren we hoe je kan rekruteren als een (online) marketeer, selecteren als een verkoper en duurzame werknemersrelaties bouwen als een echte entrepreneur.

## Prijs

395 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille.  
Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Ilse Jansoone** is psychologe met 10 jaar ervaring in rekruterings en HR en 15-tal jaar als ondernemer in een innovatieve, digitale business. Ontwerper van businessmodellen waar creatieve mensen kunnen samenwerken en groeien naar succes. Ondersteuner van leiders op hun weg naar een stimulerende stijl voor creatieve topteam. Coach van creatieve experts. En zelf continu creatief bezig als mixed-media kunstenaar en met het ontwikkelen van HR tools en processen als HR manager bij Duke&Grace.

# Non-verbale communicatie tijdens onderhandelingen

🕒 1 dag

📅 12 mei & 21 septmeber

📍 Gent & Mechelen

Het gedrag dat iemand laat zien, wordt ondersteund door zijn non-verbale communicatie. Vaak kondigt non-verbale communicatie ook gedrag aan. Het bewust letten op lichaamstaal en gedrag in onderhandelingen is essentieel. Als u het als onderhandelaar belangrijk vindt om te kunnen signaleren wanneer of bij welk onderwerp uw gesprekspartner (onbewust) spanning ervaart of wat de andere microbewegingen in het gezicht van uw gesprekspartner kunnen betekenen, dan geeft deze opleiding u nieuwe en unieke inzichten, waarmee u aan de slag kunt gaan. Deze innovatieve en op actueel wetenschappelijk onderzoek gebaseerde opleiding biedt u een instrumentarium dat uw onderhandelingskwaliteiten verder zal versterken. U zult nog meer in staat zijn om in tal van situaties uit het oordeel te gaan, het overzicht te behouden, uw observatievermogen aan te scherpen en gerichte interventies te doen. Bovendien laten we u zelf eens in de spiegel kijken tijdens één van onze praktijkgerichte oefeningen.

## Voor wie?

Deze opleiding is geschikt voor professionals met mensenkennis en een goed observatievermogen die vanuit hun functie met regelmaat moeten onderhandelen en dit naar een hoger, strategisch en professioneel niveau willen brengen. Ook CEO's, HR-managers, teamleiders, projectmanagers hebben baat bij deze opleiding

## Waarom deelnemen?

- U ontdekt het belang van mentale focus/rust in de voorbereiding en uitvoering van een onderhandeling en hoe dit met non-verbale communicatie kan worden versterkt
- U ontdekt het belang en de invloed van non-verbale communicatie op het onderhandelingsproces
- U maakt kennis met de vier dimensies van de non-verbale communicatie
- U maakt kennis met de theorie van de micro bewegingen in het gezicht en bent in staat ze na de opleiding te koppelen aan onderliggende emoties en/of communicatiebehoefte
- U krijgt feedback van uw medecursisten op uw non-verbale communicatie tijdens een praktische oefening waarmee uw inzicht over persoonlijke invloed wordt versterkt
- U krijgt meer inzicht in congruentie/ incongruentie van lichaamstaal en bewuste/onbewuste lichaamstaal waardoor u eerder door krijgt wanneer uw tegenpartij spelletjes zou kunnen spelen
- U ontdekt welke microbewegingen op het gezicht het voor u moeilijker kunnen maken om tot een gezamenlijk doel te komen

## Programma

- Introductie over het belang van non-verbale communicatie tijdens het onderhandelen
- De vier dimensies van de non-verbale communicatie
- De 6 spelregels voor interpretatie
- Mindset, focus en lichaamstaal
- Interactieve oefeningen met de deelnemers: wat zegt jouw lichaamstaal?
- Oefeningen met analyseren van beeldmateriaal – Wat zie je al? Wat niet en wat heeft het te betekenen.
- Nulmeting microbewegingen
- Introductie in de onbewuste microbewegingen/emoties op het gezicht en hun betekenis geduid met video's en een catalogus van gezichtsuitdrukkingen
- Tweede oefening in het observeren en plaatsen van de microbewegingen
- Inzicht in communicatiestrategieën, de valkuilen en kwaliteiten en communiceren onder spanning
- Tips voor toepassing in de praktijk en aansluiten van jouw communicatie op hetgeen je ziet

## Prijs

395 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille.  
Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Dana** is een van de meest gerenommeerde experts op het gebied van non-verbale communicatie van België. Ze adviseerde reeds talrijke professionals op het vlak van lichaamstaal, observatievermogen en het versterken van communicatievaardigheden. Ze is een veel gevraagde gast in de media waar ze de lichaamstaal van politici, beroemdheden en andere mensen doorgrondt. Ze maakt ook deel uit van het internationaal netwerk van gecertificeerde micro-expressie trainers en behaalde in Rotterdam een Master in de Non-Verbale Strategie Analyse.

# Employer Branding

🕒 1 dag

📅 20 oktober & 30 april

📍 Gent & Mechelen

In de “war for talent” heeft elk bedrijf er baat bij om als een ‘employer of choice’ te worden aanzien. Maar hoe word je zo’n voorkeurswerkgever? Door in kaart te brengen wie je bent (en niet bent) als werkgever. Door je sterktes meer dan ooit bekend te maken binnen en buiten je organisatie en zo ambassadeurschap op te wekken. Door je pijnpunten aan te pakken en stap voor stap een betere ervaring aan te bieden aan kandidaten (Candidate Experience) en medewerkers (Employee Experience).

## Voor wie?

Deze opleiding is het meest impactvol voor je organisatie indien ze gevolgd wordt door de HR manager, marketing manager of zelfs de CEO van het bedrijf. Iemand die vanuit zijn/haar rol het mandaat heeft om de nieuw aangeleerde processen meteen in de praktijk om te zetten.

## Waarom deelnemen?

Na deze opleiding ben jij in staat om binnen jouw organisatie een employer marketing strategie op te zetten en uit te rollen. Je wordt begeleid door een stappenplan waar pragmatisme centraal staat. Geen grote complexe theorieën, maar zeer actiegericht inspiratie, op maat van kleine en grote bedrijven.

## Programma

Tijdens deze opleiding leer je:

- Hoe je jouw identiteit als werkgever in kaart brengt
- Hoe je de sterktes vertaalt naar krachtige communicatiecampagnes om kandidaten aan te trekken
- Hoe je je employer brand doortrekt in het selectie- en onboarding proces
- Hoe je ook intern zorgt voor een sterkere employee experience
- Hoe je de juiste kandidaten naar je organisatie zuigt
- Hoe je je medewerkers in een staat van maximale betrokkenheid brengt
- Kortom, hoe je op relatief korte tijd kan uitgroeien tot een echte ‘employer of choice’

## Prijs

495 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille.  
Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Tom De Wachter** is al meer dan 15 jaar actief in employer branding. Hij is zelf zaakvoerder van een 25-koppig team bij Insilencio, naar eigen zeggen zijn proeftuin voor al zijn ideeën rond employer branding. Hij heeft al meer dan honderd bedrijven geholpen om van hen een voorkeurswerkgever te maken. Are you next?

# Gamification

🕒 1 dag

📅 8 december & 7 mei

📍 Gent & Mechelen

Gamification is een redelijk nieuwe marketingstrategie. Het gaat niet uit van de geijkte manieren van doelgroeponderzoek en -activatie, maar benadert marketingvraagstukken vanuit modellen uit de gamesindustrie. Gamedesigners zijn namelijk zeer succesvol in het motiveren van mensen. Dat komt omdat mechanieken in games de juiste drijfveren in ons oerbrein prikkelen. Hierdoor maken onze hersenen neurotransmitters aan die ervoor zorgen dat we plezier hebben in wat we doen, sneller leren, meer bereid zijn tot samenwerken, minder snel opgeven en eerder overgaan tot actie. Tijdens de opleiding gamification leer je hoe je deze succesvolle mechanieken uit games kunt inzetten binnen een niet-gameomgeving, zoals in marketingcampagnes en communicatie.

## Voor wie?

- marketingstrategen
- marketingmanagers
- marketeers
- communicatiespecialisten
- trainers en consultants

## Waarom deelnemen?

De opleiding gamification heeft als doel om jou inzicht te geven in wat gamification is, welke mechanieken er zijn en hoe je hier zelf mee aan de slag kunt. Kortom: je leert om marketingvraagstukken te benaderen als een gamedesigner. Dat betekent dat je eerst op zoek gaat naar de oerdrijfveren van je doelgroep. Wat motiveert jouw doelgroep om iets wel, of juist niet te doen? En welke gamemechanieken kun je vervolgens inzetten om deze drijfveren te prikkelen? Ook leer je om een canvas te maken waarin je die gamemechanieken verdeelt over de verschillende (marketing)middelen die je hebt, zoals online, social, (D)OOH, radio en tv. Of binnen een loyalty programma of interne communicatie.

## Programma

### → Voormiddag

Theorie

- Introductie: wat is gamification?
- Uitleg over het effect van gamemechanieken op het menselijk brein
- Presentatie van interessante cases uit de praktijk
- Leren werken met het Octalysis model for human motivation van gamewetenschapper Yu-Kai Chou
- Gezamenlijk een marketingvraagstuk formuleren waar we 's middags mee aan de slag gaan

### → Namiddag

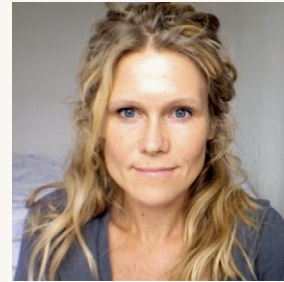
Werk sessie

- Op basis van het geformuleerde marketingvraagstuk het Octalysis-model invullen
- Brainstorm over mogelijk in te zetten gamemechanieken
- Keuze uit gamemechanieken en opzet gamification framework
- Eerste aanzet (campagne)voorstel waarin we de gamemechanieken indelen over verschillende marketingmiddelen

## Prijs

595 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille. Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

Strategisch en creatief denker **Manon**

**Beurskens** geniet een stevige reputatie als expert in gamification, de toepassing van spelprincipes in een niet-spelgebonden context. Manon publiceert op het online marketingplatform frankwatching.com en is medeoprichter van Monty, the gamification company. Samen met haar collega's ontwikkelde Manon gegamificeerde campagnes voor onder andere Philips, Plan Nederland, Samsung, Zorgverzekeraar VGZ, Stichting Kinderpostzegels en Eneco.

# Neuromarketing

🕒 1 dag

📅 27 april & 28 september

📍 Gent & Mechelen

In deze opleiding krijg je belangrijke inzichten in het overtuigingsproces. Vanuit een wetenschappelijk en psychologisch kader wordt je overladen met concrete voorbeelden om meer rendement uit je marketing te halen. Het gaat hierbij niet om grote aanpassingen, maar wel om kleine trucjes die een groot verschil kunnen betekenen. De opleiding is zeer interactief opgebouwd en wordt luchtig gebracht. Na de opleiding kan je zelf aan de slag of kan je met onderbouwde kennis je marketingverantwoordelijke aansturen. Zo ga je naar huis met een ingevuld verbeterplan dat voor meer klanten zal zorgen.

## Voor wie?

Door deze opleiding te volgen leer je wat termen als neuromarketing, nudging en conversie-optimalisatie concreet inhouden. Je zal online makkelijker potentiële klanten overtuigen, maar de kennis is ook perfect toepasbaar in een offline wereld. Dankzij alle psychologische trucjes zal je met meer impact communiceren.

## Waarom deelnemen?

Elf (of met je team) de nodige stappen te zetten om op een andere manier naar spanningen en conflicten te kijken én ze te leren herkennen

- Je eigen werk- en communicatiestijl kennen
- Hoe spanningen bespreekbaar maken en in dialoog te gaan
- Welke stappen te zetten om conflicten aan te pakken
- Hefbomen kennen om een gezonde communicatie- en dialoogcultuur mogelijk te maken in je team en/of je organisatie
- Meer inzicht verwerven in wat er in jouw organisatie speelt
- Een plan van aanpak over conflicten op de werkvloer opmaken

## Programma

### Intro

#### Theoretisch kader

In dit deel wordt de wetenschappelijke theorie die neuromarketing onderbouwd toegelicht en worden de belangrijkste principes toegelicht:

- Wetenschappelijke onderbouwing van neuromarketing
- De grondleggers: Kahneman, Cialdini, Carnegie en Thaler
- De "Neuro" in neuromarketing
- Nudging – of hoe mensen subtiel te stimuleren om een bepaalde keuze te maken
- Neuromarketing en conversieoptimalisatie

#### Meer dan 100 voorbeelden uit de praktijk

- We bespreken verschillende casussen die neuromarketing in de praktijk brachten:
- Hoe een bakker zijn conversie met 512% verhoogde door aan te geven welk product het populairst was
- Hoe een kachelverkoper een hogere prijs als maatstaf bij zijn klanten verankerde door het duurste product prominent te tonen
- ...

#### Onderzoek en analyse op eigen kanalen

- Van de theorie gaan we naar de praktijk en passen we de kennis toe op de eigen kanalen:
- Worden uw sociale mediakanalen efficiënt ingezet volgens de principes van de neuromarketing?
- Hoe optimaliseert u uw Facebook, Instagram en LinkedIn pagina's en communicatie?
- Hoe ziet de website eruit? De meeste winstmarges zijn namelijk daar te behalen. Communiceert en converteert de website zoals hij zou kunnen?
- Op basis van deze analyse vatten we alle verbeterpunten samen.

#### Actieplan

- In dit deel lichten we toe hoe u de kennis kan omzetten in een concreet actieplan. Zo kan je op het einde van de opleiding meteen zelf aan de slag.

## Prijs

395 EUR

Voor deze opleiding kan u gebruik maken van de KMO-portefeuille. Meer informatie over de KMO-portefeuille vindt u op de website.



## Docent

**Reinout Van Zandycke** is zaakvoerder van Exposure en gespecialiseerd in de combinatie digitale marketing en sociale psychologie. Hij adviseert en leidt bedrijven op in het optimaliseren van online communicatie om zo meer klanten te genereren. Zijn workshops gaan vooral over beïnvloeding, neuromarketing en nudging. De inzichten en kennis vergaarde hij door wereldwijd verschillende opleidingen te volgen en experts te interviewen. In 2017 publiceerde hij hier zijn eerste boek over en binnenkort komt zijn tweede boek uit.

