

COACHING IS EEN BUSINESS TOOL MET ROI

Na 13 jaar actief promotie maken voor haar business stelt Marleen Boen, zaakvoerster van Training & Coaching Square, vast dat coaching nog altijd te weinig credibiliteit geniet bij bedrijfsmanagers. Door Trends toe te voegen aan haar marketing mix, bevrijdt ze haar bedrijf, en meteen de hele sector, van dat “fluffy” imago.



V.L.N.R. STEVEN VAN GENECHTEN, NATACHA CIEZKOWSKI EN MARLEEN BOEN



Wat maakt van Training & Coaching Square een buitenbeentje in de coaching sector?

MARLEEN BOEN, zaakvoerster Training & Coaching Square: “Bij onze opstart, begin jaren 2000, waren wij pioniers. We startten een instituut op om de coaching business legitiem te maken. Dat was nooit gezien. Wij hebben dan ook als enige in Vlaanderen een internationale certificatie behaald om coaches op te leiden. Een hoger certificaat dan ACTP (Accredited Coaching Training Program) bestaat er niet. Daardoor hebben we een aantal Belgische coaches zo ver kunnen krijgen, ook Professional Certified Coach te worden.”

Waaruit bestaat dat coachen dan?

MB: “Onze definitie van coaching is: perceptieverruiming. Het gaat er dus om dat mensen hun kijk op de dingen veranderen. Je wijzigt iemands gedrag niet met een stok achter de deur, maar wel door hem op andere gedachten te brengen. Mensen die tot nu toe hebben geloofd dat ze alleen maar succes kunnen bereiken door hard te werken, komen tot het inzicht dat ze door slimmer te werken, en open te staan voor indrukken van anderen, evenveel of meer succes kunnen bereiken. Het is pas als ze dit inzien, dat ze zich anders zullen gedragen!”

Wie zijn je klanten?

MB: “We richten ons op bedrijven die innoverend willen werken, die een transformatietraject willen opstarten. Zij beseffen dat ze daarvoor niet alleen processen moeten veranderen, maar ook hun mensen. Bedrijven die hun medewerkers de kans willen geven hun ‘beliefs’ en hun waarden onder de loep te nemen en gericht hun gedrag aan te passen. Bedrijven waarvan de managers eindelijk begrijpen dat hun management veel waardevoller wordt als ze met andere oren gaan luisteren. Zo zien zij hun beroep als manager veranderen. Het wordt een veel aangenamer en zelfs prettiger beroep, dat hen allesbehalve een burn-out bezorgt. Dat is onze missie: het beroep van manager herwaarderen.”

Het effect van de metafoor

MB: “Ons product spreekt pas als we content brengen. En dat kan via een metafoor. Als ik zeg dat iedereen een ruwe diamant in zich heeft, begrijp je het makkelijker. De metafoor

“Onze missie is: het beroep van manager herwaarderen.”

is dankbaar om uit te werken. Een briljant heeft 84 facetten. Da’s zeer complex. Wel, het is net zo complex om een mens te laten evolueren. Zoiets doe je niet met een ‘quick fix’. Wij stellen dus bedrijfsleiders de vraag: ‘Doe jij alles wat nodig is om je mensen te laten stralen als brilljanten?’ Dat is het verhaal!”

Aan de bomen schudden

NATACHA CIEZKOWSKI, Associate Certified Coach: “Vorig jaar hebben we 4 opiniestukken van Marleen geplaatst in Trends, verspreid over het jaar. Die content hebben we gemaximaliseerd door ze ook via onze eigen sociale media en in newsletters te hergebruiken. De artikels kaderden in de reeks ‘Expert aan het woord’.”

MB: “Ons uitgangspunt was: mogen we eens aan de bomen schudden? We wilden een beetje provocatief zijn. Onze boodschap is immers niet: ‘Beste manager, doe maar rustig verder zoals je bezig bent.’ We willen verandering teweegbrengen. Dat was het uitgangspunt van deze opiniestukken.”

Waar decision makers informatie halen voor hun business

STEVEN VAN GENECHTEN, Account Manager B2B bij Roularta Media: “Samen met De Tijd en L’Echo organiseerden we met Trends de Decision Makers Survey. Daaruit bleek dat decision makers vooral uit magazines en websites informatie en inspiratie halen voor hun business. Met deze informatie in het achterhoofd hebben we een crossmediaal contentplan uitgewerkt waarin de opiniestukken en de expertise van Marleen over de HR-sector ook doorgetrokken en gebundeld werden in een digitaal dossier op Trends.be.”

Een effect op eigen business en op de hele sector

MB: “Onze aanwezigheid in Trends werkt imagooversterkend en verhoogt onze credibiliteit. En dat geldt niet alleen voor ons, maar voor onze hele sector. Wij zijn de voorlopers en willen dat blijven.”

Vindt u het boeiend om de grootste business community aan te spreken? Combineer businesssegmentatie met creatieve communicatie.

Daarvoor neemt u contact op met Steven Van Genechten via steven.van.genechten@roularta.be of 02 467 58 32

Roularta Media
Your premium choice
www.roulartamedia.be