



# People Marketing Academy - Strategische Inspiratiesessies

De Bridgevest People Marketing Academy heeft een aantal Strategische Inspiratiesessies ontwikkeld. Dit zijn bijzondere interactieve sessies, die een omslag in denken kunnen betekenen. Ze laten u kennis maken met nieuwe kanten van het HR-vak en zijn gericht op het stimuleren van inspiratie, creativiteit en innovatie.

Tijdens onze Strategische Inspiratiesessies doet uw team uiteenlopende ideeën op, die waardevol kunnen zijn voor uw HR-visie, -beleid en -aanpak. We helpen de teamleden op een creatieve en vernieuwende manier te denken. Dat doen we door middel van een praktische en doelgerichte aanpak.

## Thema's Strategische Inspiratiesessies

Onze Strategische Inspiratiesessies zijn gericht op een vijftal hoofdthema's op het gebied van HR en marketing.



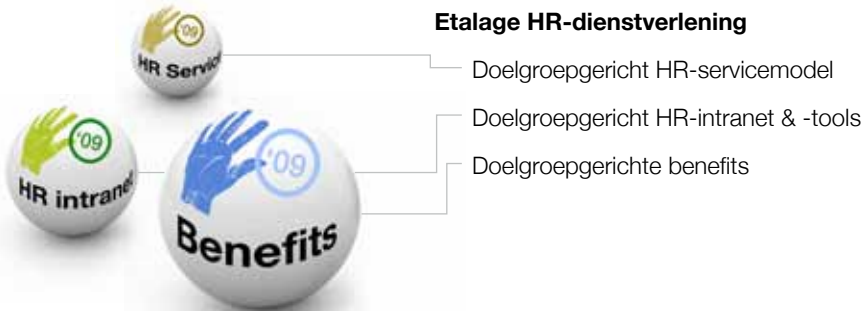
### HR-Marketingstrategie



### Van Corporate naar Employer Brand



### Etalage HR-dienstverlening



### HR als business partner



### Vinden, binden & boeien



## Werkwijze en tools

Tijdens de Strategische Inspiratiesessie zullen we gebruik maken van verschillende technieken voor het opdoen van inspiratie en het genereren van vernieuwende, praktische ideeën. De toepassing ervan hangt af van de doelstellingen die u voor ogen heeft en de deelnemers aan de sessie.



### **Work - life event modelling**

Deze techniek geeft inzicht in de verschillende doelgroepen waar u mee te maken heeft. De levensfasen van mensen en belangrijke gebeurtenissen per levensfase worden in beeld gebracht. Vervolgens worden er ideeën gegenereerd in relatie tot uw HR-dienstverlening en/of arbeidsmarketingactiviteiten.



### **Trendwatching**

Deze aanpak is gericht op het identificeren van trends in de samenleving, maatschappij en arbeidsmarkt. Vervolgens worden de sterke punten en het onderscheidend vermogen van uw organisatie in beeld gebracht en gerelateerd aan de waargenomen trends, zodat u weet waar uw organisatie op in kan spelen. Dit maakt het mogelijk om te identificeren op welke trends uw organisatie kan inspelen.



### **Brand creation**

Het creëren van een sterk werkgeversmerk staat hier centraal. We schetsen het 'karakter' van uw werkgeversmerk aan de hand van beelden, kleuren en woorden. Deze techniek brengt alle associaties van de deelnemers omtrent het brand in beeld en vervolgens wordt gezamenlijk de basis voor een brand gelegd.



### **Dress to succes**

Door de doelgroep letterlijk aan te kleden, krijgen de deelnemers een beeld van het gedrag en de voorkeuren van deze doelgroep. Een levensgroot uitgetekend model zorgt voor discussie over life style, mediagedrag en motivatie. Deze aanpak geeft inzicht in de wijze waarop de doelgroep getriggerd en geïnspireerd kan worden.



### **Van koffiëcorner naar verjaardagsfeestje**

Wat vertelt de medewerker over u als werkgever aan zijn/haar collega's in de koffiëcorner op het werk of op een verjaardag? We brengen uitspraken en mogelijke conversaties in beeld en koppelen ze aan het gewenste werkgeversimago. Deze techniek geeft inzicht in de mate waarin het gewenste imago aansluit bij de realiteit.



### **Carrièrepaden**

We stippelen letterlijk de mogelijke carrièrepaden uit, die een medewerker kan doorlopen. Welke afslagen kan iemand onderweg nemen? En welke weg leidt tot persoonlijk succes? Een techniek die de deelnemers in staat stelt een helder beeld te krijgen van carrièreperspectieven, talentdevelopment en groei, vanuit het perspectief van de medewerker. Met de opgedane inzichten kunnen de paden worden gelegd die aansprekend zijn voor de verschillende doelgroep en aansluiten bij het HR-beleid.



## Terugblik op de toekomst

Waar willen we later trots op zijn? Welke mijlpalen willen we halen? Met elkaar verplaatsen we ons naar het jaar 2020 en werken we aan het jubileumboek voor de medewerkers op dat moment. Hoe staat de organisatie ervoor? Welke projecten en doelstellingen hebben we met succes behaald? En hoe ziet het dienstverband anno 2020 eruit? We gaan de toekomst creëren en vieren!



## Ervaar de toekomst

Professionele acteurs zetten zeer realistisch de meest uiteenlopende profielen neer. Deze confrontatie met de (toekomstige) werkelijkheid zorgt voor nieuwe inzichten. Een dynamische en verfrissende vorm, waarbij na afloop de ervaringen worden gedeeld en geanalyseerd. Hoe zou HR kunnen anticiperen op dat wat gaat komen?

### Maatwerk & voorbereiding

Op basis van een intakegesprek met de opdrachtgever worden de doelstellingen en gewenste resultaten duidelijk omschreven en vastgelegd. In dit gesprek wordt ook specifiek ingegaan op de aansluiting met uw bedrijfsstrategie en visie.

### Duur Strategische Inspiratiesessie

Afhankelijk van de beoogde doelstellingen kan een strategische inspiratiesessie een halve dag tot twee dagen duren.

### Rapportage en visualisatie

Binnen een week ontvangt u van ons een gedetailleerde rapportage met daarin de geformuleerde ideeën, concepten en eventuele actiepunten. Dit kan eventueel ook aangevuld worden met een visualisatie van concepten.

### Doelgroep & deelnemers



**Deze sessies zijn onder andere gericht op MT-leden, HR-managers, recruiters, (arbeidsmarkt) communicatiespecialisten, HR-beleid & -ontwikkelingmanagers.**



**Aanbevolen wordt deel te nemen met een multidisciplinair team dat bestaat uit 6 tot 10 deelnemers. De variëteit aan perspectieven verrijkt de sessie.**

### Meer informatie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Bridgevest.