



EEN ANALYSE VAN UW EIGEN IDENTITEIT

Mensen kiezen voor organisaties zoals ze vrienden kiezen: op basis van persoonlijkheid en identiteit.

Maar hoe ervaart u uw organisatie? Hoe zou u ze willen ervaren, en door anderen laten ervaren?

Die zelfkennis doet u op tijdens de workshop

POSITIONEREN VANUIT IDENTITEIT.

Op een beredeneerde én intuïtieve manier. Met een helder rapport als output. Het geeft u een fundament en een toetssteen voor uw communicatie in de volgende jaren.

WORKSHOP

POSITIONEREN VANUIT IDENTITEIT

Ontdek de identiteit
van uw eigen organisatie
voor u doorgaat
met communicatie

GRAMMA



Waarom deze workshop ?

Zonder helder verhaal is er geen overtuigend contact met uw doelgroep(en). Zo'n helder verhaal ontstaat altijd uit een duidelijke identiteit. Uw communicatie-inspanningen zijn geloofwaardiger wanneer men weet dat uw vlag een lading dekt.

De workshop stelt zich tot doel de identiteit, het unieke verhaal van uw organisatie in kaart te brengen en duidelijk te formuleren. U kunt dan bewuster en strategischer beslissen over uw positionering tegenover de buitenwereld.

"Wij komen uit een moeilijke periode en een grondige analyse was absoluut nodig. Gramma heeft ons bijgestaan bij deze koersverandering door ook mee te denken over strategische issues. Veel van het materiaal voor deze issues werd aangeleverd tijdens de workshops die Gramma organiseerde voor onze medewerkers"

KOEN DEPAEMELAERE, CEO Portima



Concept

- Gevarieerde aanpak: zowel strategisch-conceptuele als creatief-visuele oefeningen
- Maatwerk: omdat geen twee organisaties dezelfde zijn
- Open format: geschikt voor organisaties, maar ook voor teams en zelfs individuen
- Snel, efficiënt en budgetvriendelijk
- In uw kantoren of op locatie, voor groepen van max. 10 deelnemers

An illustration at the top of the page shows several hands reaching towards the center, holding white rectangular papers. The background is a light gray gradient.

Standaardtraject

1. Intake

Probleemdefiniëring, verkenning van de positionerings-scenario's, bepalen van de krijtlijnen van de workshop
Duur: 1,5 à 2 uur

2. Voorbereiding workshop

Gamma doet een projectvoorstel, maakt afspraken, neemt relevante informatie over uw organisatie door en doet de concrete voorbereiding van de workshop

3. Workshop(s)

Afhankelijk van de vraag zijn meerdere workshops mogelijk met verschillende groepen (bv. taalgroepen, managementniveaus,...)
Duur: 2,5 à 3 uur

4. Rapportering

Presentatie, in woord en beeld, van de resultaten, conclusies en aanbevelingen
Duur: 1 à 1,5 uur

Wat gebeurt er tijdens een workshop?

Na een korte introductie volgen specifieke positionerings-oefeningen. Die kunnen zowel rationeel als intuïtief-creatief van aard zijn. Onze toolkit bevat o.a. de volgende instrumenten:

Identiteitspiramide: op zoek naar de visie en de missie van de organisatie, haar waarden en persoonlijkheid, de kernbelofte en de gewenste positionering in het hoofd van de publieksgroepen.

Semantische differentiaal: een methode om met behulp van tegengestelde begrippenparen (warm-fris, progressief-traditioneel, enz.) het 'karakter' van de organisatie te vatten.

Thema-waardenmatrix: de kernwaarden en de kernopdrachten van de organisatie worden op twee assen uitgezet. De kruising van waarden en opdrachten levert een aantal matrixcellen op: domeinen waarin u uw waarden via communicatieproducten tot uitdrukking wilt brengen.

Photosorts: de deelnemers associëren hun organisatie met foto's van mensen, omgeving, voorwerpen,... die hun worden voorgelegd.

Projectieve technieken: waarbij de organisatie wordt geassocieerd met (kenmerken van) persoonlijkheden, dieren, materialen,...

Creatieve middelen: waarbij de deelnemers zelf creatief aan de slag gaan, bv. door middel van tekeningen.



Wat levert de workshop op?

Een unieke ervaring voor de deelnemers

Samen even afstand nemen en opnieuw de fundamentele vragen stellen: verrassend wat een organisatie allemaal niet van zichzelf ontdekt!

Een inspirerend beslissingsdocument

De workshop wordt afgerond met een PowerPoint-presentatie, die een samenvatting geeft van de resultaten. Dat document is een basis voor uw strategische beslissingen.

Een sterke managementtool

Die identiteitsformulering is zowel vertrekbasis als toetssteen voor alle vormen van (interne en externe) communicatie en duurzaam design. Met de output van de workshop in de hand kunt u uw imago beter sturen in de richting van het gewenste imago.



Wie leidt de workshop?

De workshops worden geleid door CHRIS HOERÉE.

Chris Hoérée is zelfstandig consultant en freelance-medewerker van Gramma. Voordien was ze bij Toyota Europe verantwoordelijk voor marktonderzoek, brand management en corporate identity. Zij is vooral actief op het vlak van merkpositionering en naamontwikkeling en gebruikt met haar klantenteams creativiteit als instrument om tot inzicht en strategische beslissingen te komen.



En (n)u?

Voor meer informatie over de workshop **POSITIONEREN VANUIT IDENTITEIT** neemt u contact op met chris.hoeree@gramma.be. Ze komt graag en volledig vrijblijvend onze werkwijze verder toelichten.

Gramma nv
Gijzelaarsstraat 29, 2000 Antwerpen
03 230 42 70 – info@gramma.be – www.gramma.be