



**TIM CHRISTIAENS,
DE TIMEMANAGER**

Kwart werknemers mailt niet op kantoor

Terwijl medewerkers in hun privéleven digitale toepassingen zoals sociale media en onlinebankieren als normaal beschouwen, blijkt de digitalisering op de werkvloer heel wat minder vanzelfsprekend. Uit de jaarlijkse werknemersonderzoeken van hr-dienstenleverancier SD Worx blijkt dat een kwart van de werknemers niet kan e-mailen op kantoor en slechts één op de drie toegang heeft tot sociale media zoals LinkedIn.

Ook bij de digitalisering van processen als verlofaanvragen of de inventarisatie van opleidingen laten heel wat bedrijven kansen liggen. Aangezien dat tijdsintensieve handelingen zijn, ligt de potentiële efficiëntiewinst nochtans voor de hand. Bovendien zijn de werknemers vragende partij voor meer digitalisering. Zo wenst meer dan de helft een digitale

loonbrief, terwijl amper een kwart van de werkgevers dat kan aanbieden.

Rendabiliteit en een complexe regelgeving zijn de belangrijkste redenen waarom bedrijven aarzen om te starten met e-toepassingen. Toch beseffen steeds meer werkgevers dat de digitalisering van tijdrovende processen niet alleen tot een hogere efficiëntie, maar ook tot een betere service aan de medewerkers kan leiden. Aangezien werknemers almaar flexibeler willen werken en daarvoor de juiste tools beschikbaar moeten zijn, is een verdere digitalisering van de werkomgeving onontbeerlijk. Elke werkdag de digitale klok enkele jaren terugdraaien is dan ook simpelweg geen optie.

De auteur is expert in tijdmanagement bij Time Management Company.



MARKETING

Lang brood, lang roepen

Ondanks zijn Frans klinkende naam is Croustifrance, een specialist in voorgebakken brood, een Belgisch bedrijf. Het werd vijftien jaar geleden opgericht door Wim Martens, behoort nu tot Vandemoortele, de Europese marktleider in diepgevroren bakkerijproducten, en haalde een omzet van 70 miljoen euro. 26 miljoen daarvan werd in België behaald, de rest in Nederland, Frankrijk en sinds kort ook Polen en Italië. Om zijn vijftiende verjaardag te vieren, pakt het merk uit met een wedstrijd die nog loopt tot 11 november: 100 mensen kunnen een jaar lang een gratis stokbrood per dag winnen. Deelnemers surfen naar gratisstokbrood.be en roepen in het microfoontje van hun computer zo lang mogelijk 'Croustifrance'. De campagne is het werk van het agentschap Focus Advertising en gaat gepaard met acties in Belgische steden.



TOOL

Interactief presenteren

Het Amsterdamse Presentain is een start-up die innoveert op de markt van bedrijfspresentaties. Het werkt als volgt: je maakt een account aan, waarop je je presentaties oplaadt. Via de Presentain-app op je smartphone kun je je mobieltje als clicker gebruiken. De toehoorders kunnen je presentatie volgen via de

Presentain-app op hun eigen mobieltje of tablet en kunnen tijdens de presentatie vragen stellen of meedoen aan een peiling. Als je dat wilt, wordt je praatje opgenomen zodat je het later online kunt zetten. Een voordeel van de tool is dat je makkelijker leads kunt verzamelen onder de toehoorders.