



**TIM CHRISTIAENS,
DE TIMEMANAGER**

Geleefd door anderen

Hans is een fitte vijftiger die op de transportafdeling van een multinational werkt. Toen ik hem vroeg waar hij het moeilijk mee had in zijn tijdsbesteding, kreeg ik een antwoord dat ik wel vaker hoor: "Hoe kan ik in godsnaam prioriteiten stellen als ik word geleefd door anderen? Iedereen blijft me maar bellen en mailen met dringende problemen die bij voorkeur gisteren al opgelost moesten zijn." Volgens Hans is werken op een transportafdeling niet te vergelijken met een baan waarbij je regelmatig de tijd krijgt om eens rustig na te denken. "De verkoopafdeling zit je voortdurend achter de veren en in-tussen staan de vrachtwagens te wachten om geladen te worden."

Hans had natuurlijk gelijk, maar toch is het mogelijk ook in zulke banen duidelijke

doelstellingen en prioriteiten te stellen. Vaak zijn dringende opdrachten helemaal niet zo dringend. Ook bij Hans bleek dat het geval te zijn. Berichten die hij inschatte als urgent, bleken dat bij navraag niet echt te zijn. Zulke opdrachten kunnen dus, anders dan wat Hans dacht, eenvoudig worden ingepland. Die dag nog liet hij aan iedereen weten dat hij alleen nog aanvragen met een duidelijke tijdslijm behandelde. Andere verzoeken stuurde hij vanaf dan terug. Aan het einde van de rit bleken de klanten de service van Hans meer te appreciëren, omdat ze hun goederen niet meer te vroeg ontvingen.

De auteur is expert in tijdmanagement bij Time Management Company.

MARKETING

Bofferding sponsort rugby

Meer en meer merken vinden de weg naar sportmarketing. Jupiler heeft bijvoorbeeld zijn naam verbonden aan



het voetbal en Audi aan het hockey. De Luxemburgse brouwer Bofferding sponsort vanaf dit seizoen de hoogste afdeling in het rugby, een sport die net als hockey de afgelopen jaren sterk in de

lift zit in België. De sponsor van de Bofferding Rugby League tekende een contract van vijf jaar met de Belgische Rugby Bond. Volgens Bofferding vindt het biermerk zijn merkwaarden terug in de sport: passie, authenticiteit, ploeggeest, moed, strijdvaardigheid en traditie.

START-UP

Videogames in het echt



De Amerikaanse start-up Anki.com combineert robotica met artificiële intelligentie. Als eerste product koos het voor een toegankelijk en betaalbaar speelgoedautootje, dat vanaf deze maand te koop is. Het circuit waarop de autootjes rondzoeken, rolt uit als een mat. Je kunt de kleine robotjes in auto-vorm zelf aansturen, maar ze zijn intelligent genoeg om zichzelf te besturen, als een soort voorproefje van de auto zonder bestuurder waar Google aan werkt. Anki maakt daarvoor gebruik van de iOS-software van Apple. Via een app kun je dus tegen een vriend



racen of het opnemen tegen het autootje zelf. De start-up gooide hoge ogen in Silicon Valley. Volgens TechCrunch haalde het bedrijf 50 miljoen dollar op bij bekende investeerders als Andreessen Horowitz en Index Ventures. Het speelgoedautootje is maar een voorproefje: het bedrijf wil nog meer slimme robots maken, en niet alleen voor de speelgoedindustrie. Bekijk het filmje via de qr-code.

ANKI.COM
Voorproefje van de auto zonder bestuurder.