



**TIM CHRISTIAENS,  
DE TIMEMANAGER**

## Thuiswerk is een blijver

Nadat Marissa Mayer, de CEO van Yahoo!, eerder dit jaar bekendmaakte dat ze het thuiswerken in haar bedrijf aan banden zou leggen, volgen steeds meer Amerikaanse CEO's haar voorbeeld. Zo deelde ook Hewlett-Packard onlangs mee dat het telewerken wil terugschroeven. Toch was het idee dat iedereen overal en op elk moment zou kunnen werken, aan een stevige opmars bezig. Nieuwe technologie maakt dat ook mogelijk en initiatieven zoals de jaarlijkse Nationale Thuiswerkdag brengen de voordelen van die nieuwe vorm van werken onder de aandacht. Ondanks de nieuwe trend in de Verenigde Staten is de kans klein dat



Belgische bedrijven het thuiswerk massaal zullen afschaffen. Bij bepaalde Amerikaanse ondernemingen liep het thuiswerk de spuigaten uit. In extreme gevallen zag je bepaalde collega's soms jaren niet meer. Bovendien beschikken heel wat bedrijven niet over voldoende kantoorruimte om al hun medewerkers een plek te geven. De afstanden in de Verenigde Staten zijn ook vaak groter dan in ons land. Meer dan de helft van onze Belgische klanten stimuleert thuiswerk op een doordachte manier en heeft daar positieve ervaringen mee.

**De auteur is expert in tijdmanagement bij Time Management Company**

## MARKETING

### Alice in kerstland



Wat de Superbowl in de Verenigde Staten is voor de reclamesector, is de kerstperiode voor de Britse reclamemakers: het hoogtepunt van het seizoen, waarbij heel wat merken uitpakken met creatieve en vaak dure reclamefilmmpjes die in de media worden vergeleken en becommentarieerd. Een spot van de Britse warenhuisketen Marks & Spencer is een ver-



rassende bewerking van Alice in Wonderland, waarbij Alice deze keer terecht komt in een wonderlijke wereld met zwevende tapijten en een reuzengroot hoofd van Helena Bonham-Carter. Het filmpje kunt u bekijken via de qr-code.

## BUSINESSIDEE

### Ontevreden klanten aller landen

Op het Amerikaanse internetplatform Change.org kunnen consumenten een petitieactie opzetten. Volgens het Amerikaanse ondernemersblad Fast Company zijn er wereldwijd ondertussen meer dan 40 miljoen gebruikers die samen tot duizend petitie's per dag de wereld insturen. Veel daarvan worden gemaakt door misnoegde klanten die zich slecht behandeld voelen door een bedrijf en daartegen actie willen ondernemen. Bedrijven beginnen eraan te wennen dat hun klanten via de sociale media laten merken wanneer ze niet tevreden zijn. Change.org toont dat de ontevreden klant nog heel wat verder kan gaan door een heuse campagne te lanceren tegen een onderneming. Slimme bedrijven zorgen ervoor dat zulke petitie's niet nodig zijn.



**CHANGE.ORG**  
Een petitie in een handomdraai.