



**TIM CHRISTIAENS,
DE TIMEMANAGER**

Beter presteren kost slechts een kwartiertje per dag

Volgens een recent onderzoek van de Harvard Business School volstaat het om aan het einde van de werkdag een kwartiertje terug te blikken op het werk om heel wat beter te kunnen presteren. Aan de hand van experimenten is aangetoond dat reflectietijd bepalend is voor de productiviteit. Door de stijgende werklust nemen we de tijd niet meer om eens na te denken over wat we de voorbije dag hebben gedaan. Zo stellen de onderzoekers dat de gemiddelde Amerikaan de afgelopen veertig jaar bijna 200 uren per jaar extra is gaan werken. Aangezien we vaak zelfs de gewone dagelijkse werkzaamheden niet eens de baas kunnen, is tijd nemen om lessen te

trekken uit onze werkdag veelal een utopie. Als medewerkers het gevoel krijgen dat ze het werk niet afgewerkt krijgen, werken ze vaak zelfs nog harder om hun achterstand in te halen. Hoog tijd dus om die vicieuze cirkel te doorbreken en bewust de tijd te nemen om onze werkdag te overschouwen. Hoe kunnen we dat praktisch aanpakken? Blokkeer dagelijks een kwartier in de agenda, bij voorkeur net voor u uw werkdag afsluit. Zorg voor een notitieboekje en tracht dit tenminste een maand vol te houden. Zo kan u zelf evalueren of u tijdswinst boekt.

Tim Christiaens is expert time management bij The Time Management Company.

RECLAME

De bus die voor 'bad buzz' zorgde

In de reclame stuit je, net als elders, weleens op slechte goede ideeën. Voorstellen die tijdens een breinstormsessie fantastisch lijken, maar die heel anders uitdraaien wanneer ze worden uitgevoerd. De stunt van het sportschoenenmerk adidas rond het Franse nationale voetbalelftal is een voorbeeld van een idee dat enkel goed leek op papier. Om de herinnering aan de dramatische Franse campagne op het vorige WK uit te wissen — de spelers gingen toen zelfs in staking — besloot adidas symbolisch de WK-bus van die campagne te verbrijzelen. Een spectaculaire stunt en een leuk idee, ware het niet dat adidas niet langer de officiële sponsor van de Franse ploeg. Nu is dat Nike. Daardoor kreeg de stunt van adidas de bijmaak van misplaatste revanche. Maar dat was lang niet het ergste. De bus werd verbrijzeld tijdens een event met 400 genodigden. Dat leverde vooral 'bad buzz' op: heel wat mensen lieten op het internet hun afkeuring blijken. Waarom de bus niet geven aan een klein voetbalclubje in plaats van hem kapot te maken? Adidas probeerde zich te verdedigen door te zeggen dat de artistieke compressie van de bus geveild zou worden voor een goed doel, maar het was toch vooral het imago van adidas dat ondertussen was verbrijzeld.

START-UP

Na Airbnb en Uber, nu Cookapp?

Cookapp.com hoort in het rijtje van Airbnb en Uber. Airbnb gooide de hostelsector overhoop met zijn zakenmodel: particulieren kamers laten verhuuren via internet en de gasten hun ervaring laten beoordelen. Uber deed hetzelfde met de taxisector met zijn app om snel en handig taxiriten te bestellen. Cookapp.com is een app waarmee je je huis voor een avond kan omtoveren in een restaurant met jezelf als chef. De start-up testte zijn



model eerst uit in Buenos Aires en is sinds kort ook actief in New York.

Volgens de trendwatchersite Springwise kan niet iedereen zomaar zijn huis omvormen tot een pop-uprestaurant. Eerst wordt de keuken gecontroleerd en moet de amateurkok een proefdiner klaarmaken. Zo wil Cookapp de kwaliteit garanderen. Klanten betalen met een vrijwillige 'donatie'. Daarmee omzeilde de start-up de New Yorkse wet die bepaalt dat enkel erkende restaurants of verkopers maaltijden mogen verkopen.