



**TIM CHRISTIAENS,  
DE TIMEMANAGER**

## Uw landschapsbureau

De kans dat u in een landschapsbureau werkt, is tegenwoordig vrij groot. Bedrijven experimenteren steeds meer met hun kantoorinrichting en de vele voordelen van landschapsbureaus slaan aan bij werkgevers. Werknemers lopen er vaak minder warm voor. Een vaak aangehaald tegenargument is lawaaioverlast. Recent onderzoek van Jabra en Yougov bij 11.906 kantoormedewerkers bevestigt dat die negatieve perceptie niet enkel in België, maar wereldwijd leeft.

Voor werkgevers hebben landschapsbureaus wel voordelen. Een open omgeving leidt tot een betere communicatie en meer creativiteit, want er is meer interactie tussen de collega's. Zelfs tussen verschillende afdelingen en hiërarchieën komen er gemakkelijker gesprekken op gang. Een bijkomend pluspunt is dat de werkgever minder investeert in technolo-

gie, want die wordt meer gedeeld, en in kantoorruimte, want een kleinere oppervlakte volstaat.

Toch spelen de nadelen van landschapsbureaus werknemers parten. Jabra en Yougov stellen dat de verhoogde interactie leidt tot minder concentratie en productiviteit bij een groot deel van de kantoormedewerkers. Zijn landschapsbureaus dan enkel kommer en kwel? In combinatie met thuiswerken, teamkantoren, flexibele werkuren of stille ruimtes hoeft een landschapskantoor geen slecht idee te zijn. U wint tijd door uw werkplek afhankelijk van uw taak te kiezen. Routinetaken voert u bijvoorbeeld te midden van andere collega's uit, maar voor taken die meer concentratie vereisen, werkt u het beste in afzondering.

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

## Slimme Twittercampagne van Volvo



Het reclamebureau BBDO Belgium bedacht een originele reclamecampagne voor de Volvo XC60, een wagen die uitpakt met zijn automatische remsysteem. BBDO maakte het Twitteraccount @FollowedByVolvo aan en begon bekende en invloedrijke Belgen op Twitter te volgen. Wanneer iemand je begint te volgen, krijg je een berichtje dat je een nieuwe volger hebt. Als de invloedrijke twitteraars op de volger klikken, krijgen ze een berichtje te zien waarin Volvo aankondigt dat ze nu worden 'gevolgd' maar zich dankzij het remsysteem van Volvo geen zorgen hoeven te maken – met een link naar een filmpje. Het filmpje over de eenvoudige, maar slimme twittercampagne ziet u via bovenstaande qr-code.



## Met Polyvore uw favoriete producten voorstellen

De Amerikaanse starter Polyvore gooit hoge ogen met het businessmodel van zijn socialcommerceplatform. Je kunt het een beetje vergelijken met het prikbordnetwerk Pinterest, waarop de leden collages maken van beelden en dingen waar ze van houden. De twintig miljoen maandelijkse unieke bezoekers op Polyvore zijn modebewuste mensen die op de site collages

maken van kleding en accessoires die ze vinden op het internet. Op Polyvore kunnen ze hun vondsten bundelen in een visuele set die anderen kunnen bekijken. Als anderen in zo'n set een jasje of tas zien die ze leuk vinden, klikken ze op het product en komen bij de verkoper terecht. De verkoper betaalt voor die kliks. Via dat doorklikken verdient Polyvore goed geld en

bovendien levert het surfgedrag van de bezoekers interessante informatie voor de kledingmerken op. De CEO van het bedrijf is Jess Lee, die vijf jaar geleden zo'n gefundeerde analyse van de site mailde naar de stichter van Polyvore, dat hij haar prompt in dienst nam. Sinds 2011 maakt Polyvore naar eigen zeggen winst en verdubbelt het zijn omzet haast elk jaar.