

COMPETENCE FACTORY

THEMA: IEDEREEN IS CREATIEF!

Het bijhouden van kennis van onlinemarketing-ontwikkelingen is essentieel om in dit vakgebied vooruit te komen. Maar wie hiervoor aanklopt bij de Competence Factory krijgt standaard meer. Creativiteit, balans en entrepreneurial skills vormen bij dit opleidingsinstituut belangrijke onderdelen van trainingen. “Als je iemand wilt leren een boot te bouwen, leer hem dan verlangen naar de zee. Dit komt van een Chinees gezegde en is een prachtige samenvatting van onze visie,” vertelt CEO René Steuer. “Inspireren en doelen meegeven zijn basisvoorwaarden om leerstof gemakkelijker op te nemen. Tegelijkertijd moet je weten welk onderdeel van de ‘botenbouw’ bij jou past, zodat je werk binnen een team ook een fantastische uitdaging blijft.”



Future proof

De Competence Factory biedt 170 trainingen gericht op ‘future jobs’, waaronder design thinking, online marketing, webdesign en UX. “We willen in alles goed zijn.

Dus hebben we trainers die vanuit hun eigen werkzaamheden met gave praktijkvoorbeelden komen, inspireren en het beste uit mensen halen.”

Great Place to Work 2021, Beste opleider 2020, de vele positieve individuele reviews; bij de Competence Factory zijn ze trots op alle verkregen erkenning. Toch is dit voor Steuer ook een reden om extra stappen te blijven zetten. “Al sinds onze start dertig jaar is ‘de mens’ bij ons het uitgangspunt. In de IT en marketing staat techniek centraal. Wij zien daarbinnen veel mensen vastlopen. Daarom koppelen we kennistrainingen aan persoonlijke skills. Als je lekker in je vel zit, werk je fijner. Bovendien, mooie skills en creativiteit zitten in het DNA van ons allemaal. En precies die elementen ga je, naast vakken, opnieuw ontdekken met onze trainingen.”

WWW.COMPETENCEFACTORY.NL



FOSBY THEMA: ALTIJD OP ZOEK NAAR NIEUWE RECORDS

Als je doet wat je altijd hebt gedaan, dan moet je niet verwachten dat de uitkomst plots zal veranderen. Daarom zoekt online marketingbureau Fosby altijd naar nieuwe mogelijkheden om met e-commerce voor betere resultaten te zorgen. “Wij schudden de boel graag een beetje op.”

Je moet het maar durven: zeggen dat je records gaat breken. Online marketingbureau Fosby deinst daar niet voor terug, sterker nog: dat is hun eerste belofte aan een nieuwe klant. Managing director Jeroen de Koning: “Dat maakt meteen ons gezamenlijke doel helder: wat wil je verbeteren, wat gaan we beter doen dan ooit?” De naam Fosby hebben ze afgeleid van de Amerikaanse hoogspringer Dick Fosbury, die op de Spelen van 1968 de wereld versteld deed staan met een nieuwe hoogspringtechniek en prompt het goud pakte. “Hij durfde naar zijn techniek te kijken en die opnieuw uit te vinden. Die frisse blik, die durf, dat is waar wij ons aan spiegelen. Nieuwe dingen proberen, geijkte processen aanpakken en opschudden, op elk gebied de performance verbeteren. Als je jezelf als doel stelt om bij een webshop het hoogste aantal transacties per dag te overstijgen, ik noem maar iets, dan kijk je meteen al anders naar wat je aan het doen bent.”



De Koning geeft geregeld in-company trainingen in Google Ads en Google Analytics en ziet dan wat er aan mogelijkheden allemaal over het hoofd wordt gezien. “In e-commerce is alles meetbaar; we moeten onze reputatie van record breaking agency dus wel waarmaken. Dat doen we met kennis, expertise en tools, maar vooral met onze frisse kijk op de business van de klant.”

En de klant? “Die moet vooral durven. Zonder durf kun je je niet onderscheiden van de concurrentie. En dan breek je nooit records.”

WWW.FOSBY.NL