

## EFFECTGROEP\*



## ‘WE KIJKEN ALTIJD GOED NAAR DE MATCH’

**Effectgroep\* maakt de strategische keuze voor talentontwikkeling, zodat talenten en persoonlijkheden in klantteams elkaar optimaal aanvullen en creativiteit en kwaliteit hand in hand gaan. Dit wordt beloond met hoge scores voor eventmarketing en communicatieadvies.**

Mariëlle Timmers, COO, werkt al bijna tien jaar bij effectgroep\*, en Kirsten Flik, Head of Creative, dertien jaar. “Zo lang ergens blijven is best bijzonder in deze branche”, vertelt Mariëlle, “zeker op onze leeftijd. Maar hier krijgen we alle ruimte om vanuit ons talent te werken. Als je je verantwoordelijkheid pakt en de wil hebt om je te blijven ontwikkelen, wacht hier echt een mooie toekomst.”

**TALENTEN BENUTTEN**

Mariëlle en Kirsten dagen hun collega's uit om zich breed te ontwikkelen, puur om te voorkomen dat medewerkers zich achter hun talent verschuilen. Mariëlle: “Het is heel makkelijk om te zeggen dat een project niet binnen je talent past. Maar persoonlijke ontwikkeling zit 'm soms juist in het ongemakkelijke. We sturen samen met hr sterk op hoe mensen hun talent goed kunnen benutten.”

“Op basis van een talententest, liefst al tijdens het sollicitatieproces, adviseert onze hr-manager hoe we de talentontwikkeling van een medewerker binnen een persoonlijk ontwikkelingsplan kunnen faciliteren”, legt Kirsten uit. “Denk aan coaching of externe trainingen. Ook organiseren we lunch & learns en masterclasses.”

**MATCH**

“Je zoekt mensen die op een fijne manier in de wedstrijd staan”, vervolgt Kirsten. “Maar dat blijft maatwerk. En een

*‘We krijgen hier alle ruimte om vanuit ons talent te werken’*

medewerker moet zelf de verantwoordelijkheid nemen om daarin stappen te blijven zetten.”

“Een medewerker moet ook passen in de bureaudynamiek”, vult Mariëlle aan. “Daarom kijken we altijd goed naar de match. Dat doen we zowel om de opdrachtgever ons beste werk te kunnen leveren als om te zorgen dat een project past bij het talentgerichte werken van de medewerker zelf.”

“Die match zoeken we ook met opdrachtgevers die kiezen voor de mash-up van Amsterdamse creativiteit, Rotterdamse lef, Groningse nuchterheid en Brabantse gastvrijheid die ‘effectgroep\*’ heet”, vertelt Kirsten. “Ja, en daarom voelen we ons zo thuis in Utrecht!”, lacht Mariëlle.

Dat deze aanpak werkt, blijkt uit de prijzen die effectgroep\* wint. “Hoge posities in ranglijsten maken ons wel kritisch”, zegt Kirsten daarover. “Leveren we nog steeds kwaliteit? En zijn we creatief genoeg? Zeker gezien de ontwikkelingen in AI moet menselijke creativiteit hand in hand gaan met kwaliteit. Dat zijn speerpunten voor ons team, maar zeker ook voor onze klanten. Uiteindelijk doen we het voor hen.”



DEEL ONLINE