

## Employer branding als stokpaardje

Veel bedrijven investeren massaal in allerlei loonvoordelen en vergoedingen om nieuwe talenten aan te trekken en bij zich te houden, maar vaak vergeten ze nog hun beste wapen: hun **merk**. Toch is 'employer branding' een essentieel gegeven. Met de Smart Way of Working is er bij de werknemer vaak een vervaging van het gevoel om erbij te horen ten opzichte van het bedrijf. De trots om tot een organisatie te behoren, geassocieerd te worden met en geïdentificeerd te zijn door een **bedrijfscultuur** is fundamenteel voor de **motivatie** van werknemers om bij te dragen aan de **gezamenlijke doelstellingen**.

Nochtans stel ik vast dat de 'employer branding' meestal onvoldoende ontwikkeld is bij de klanten die een beroep op ons doen om samen met hen na te denken over een optimale inrichting van hun **werkruimten**. Maar als ze in hun benadering geen rekening houden met dat gevoel van erbij te horen, dan lopen ze het risico de mist in te gaan. Want als je **talenten aanwerft**, mag er geen dissonantie zijn in de dialectiek tussen je ondernemingsproject en je werkruimte. De **samenhang** tussen beide moet de medewerker ertoe brengen om aansluiting te vinden bij de doelstelling van de organisatie en geeft hem de **trots** om te werken aan een doel dat hem iedere dag weer zal mobiliseren. Terwijl er sterk leiderschap nodig is om de waarden van een bedrijf te smeden en te bevorderen, zijn de werknemers de beste **ambassadeurs** om het bedrijf uit te dragen. Het versterken van de bedrijfscultuur door de indeling en het ontwerp van de werk-, eet- en ontspanningsruimten is dan ook een van onze leidmotieven bij de workplaceprojecten die we voor onze klanten uitwerken.

### Een levende showroom

Het is belangrijk dat de klanten die bij ons op bezoek komen, een **duidelijk beeld** hebben van onze filosofie. Daarom hebben we dit credo ook toegepast bij de inrichting van onze eigen kantoren in het Glaverbel-gebouw in Watermaal-Bosvoorde. Het gebouw op zich draagt bij tot een sterk merkimage voor Colliers. Het heeft een geschiedenis, is gebouwd met edele materialen en zit helemaal in het groen, zelfs binnenin het gebouw zelf. De interieurinrichting resulteerde in een heleboel landschapskantoren, met **gediversifieerde ruimtes** en zeer uiteenlopende inrichtingsthema's. Driedimensionele blokken herbergen systematisch een **bubble** - een enkele (of dubbele) gesloten werkruimte - en een vergaderzaaltje. De lichte landschapskantoren zijn geschikt voor maximaal 10 personen om een zekere mate van **intimiteit** en comfort te garanderen op het werk. De principes van clean desk en **flex desk** zijn aan de orde.

Via de inrichting worden de **waarden** uitgedragen, namelijk **autonomie**, verantwoordelijkheid, **transparantie** en **synergie**. Onze **teams** zijn multidisciplinair: ingenieurs, architecten, vastgoeddeskundigen, economen, interieurarchitecten en facility managers werken er eensgezind samen. Werken in silo's moet vermeden worden: **interactie** tussen onze werknemers is absoluut vereist. Door die gedachtegang hebben we ons laten leiden bij de realisatie van onze **collaboratieve ruimten**.

Kortom, hoewel bij vele workplaceprojecten de strategie vaak gebaseerd is op de 3 B's van **Bricks**, **Bytes** en **Behaviour**, zou daar nog een vierde B aan toegevoegd moeten worden, namelijk die van **Branding**. Dat is een van onze stokpaardjes.

Annick Van den Bulcke  
Head of Occupier Advisory  
Colliers International Belgium



JDE



AON



Danone



AON



VOO

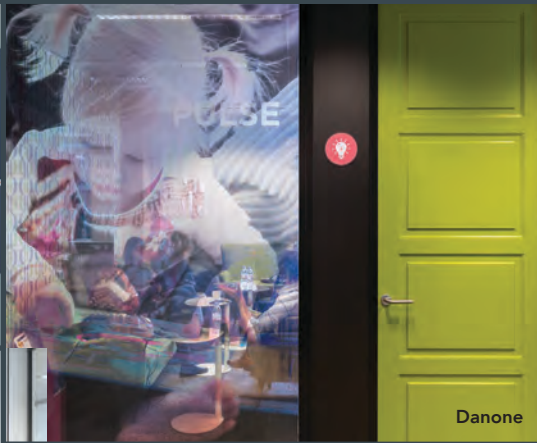


Danone





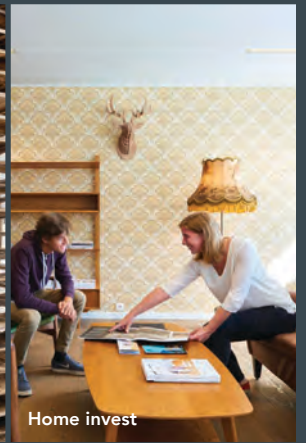
VOO



Danone



JDE



Home invest



VOO



AON



AON



VOO



[www.colliers.be](http://www.colliers.be)