

Inhoudelijke vragen projectvoorstel opleidingen in bedrijven en organisaties

1. Geef een korte **situatieschets** van uw organisatie zowel naar werking als naar context. Wat is de **missie/visie** van uw organisatie? Welke stappen heeft uw organisatie gezet op het vlak van **opleidingsbeleid**? **Welke opleidingen** hebben werknemers in een recent verleden gevolgd?

Manu-Mail is een kleine KMO al jarenlang actief in mailings en marketingbeleid in onderaanneming. Manu-Mail biedt alle diensten aan die in verband staan met het verzenden van mailings: pre-press, copywriting, databeheer, adressenbestanden, adresseren, opvolging van de acties (fulfilment: van voorraadbeheer over samenstelling tot het eigenlijke versturen van de pakketten) en mailhandling (de afwerking van de mailing voor het verzenden).



Door de hele digitale revolutie staat Manu-Mail echter op een kantelpunt. Daar waar we ons tot voor kort nog konden verder specialiseren in deze offline media campagnes, merken we nu dat de klant steeds meer vraag heeft naar een totaalaanpak met online marketing die aangevuld wordt met gerichte offline acties in plaats van omgekeerd.

De afgelopen jaren hebben we deze kanteling ingezet en zijn we met succes steeds meer dienstverlening gaan ontwikkelen in deze nieuwe markten.

Samen met de klant maken we een ijzersterk marketingplan op, gebaseerd op de wensen en het gepaste budget. De in-house combinatie van zowel offline als online dienstverlening zorgt er voor dat het marketingplan volledig uniform is en dat de beiden naadloos op elkaar aansluiten.

Offline

Als erkend Bpost partner en mailid gecertificeerd bedrijf kunnen wij steeds de beste posttarieven aanbieden. Dat gecombineerd met de nieuwste technologieën qua printing en vulmachines zorgt er voor dat we mailings kunnen verwerken aan de scherpste prijzen.

Door onze investering in de nieuwste technologie kunnen we ongeveer 80 à 90% van alle zendingen machinaal verwerken, wat zorgt voor een daling van de personeelskosten en op zijn beurt zorgt voor een lagere prijs voor de klant.

Omdat Manu-Mail NV zowel een drukkerij als een mailingbedrijf is, kunnen wij kleinere volumes én grotere volumes aan zeer competitieve prijzen verwerken.

Manu-Mail NV heeft een op maat gemaakte software ontwikkeld die het maximale uit het adressenbestand van de klant haalt door deze te verbeteren met het straatnamenbestand van Bpost. Ook ontdebbling draagt hier toe bij door dubbele gegevens uit het bestand te verwijderen. Ook zijn wij dealer van een adressenbestand B2B dus kunnen samen met de klant ook een adressenbestand opbouwen.

In het kader van deze klantenbestanden is veiligheid een absolute prioriteit. Via een closed loop systeem zorgen we dat menselijke handeling zo beperkt mogelijk gehouden worden. Bovendien zitten alle gegevens op aparte servers achter een firewall, zijn alle pc's geavanceerd beveiligd en wordt de data na de mailing onmiddellijk verwijderd (tenzij anders overeengekomen).

Online

De tijd van enkel offline massa reclame is al een tijdje verdwenen, ook enkel online reclame is ondertussen achterhaald. De ideale combinatie is on- en offline gepersonaliseerde reclame.

Voor de online marketing gaan we met de klant op zoek naar de beste strategie voor de online marketing. We werken hierin met een vast stappenplan:

1. Op basis van de website, facebook account, 10 belangrijke zoekwoorden in de sector en 5 concurrenten analyseren we de huidige situatie
2. Op basis van een website audit doen we aanbevelingen om de website hoger te laten scoren. Indien gewenst gaan we de website zelfs volledig hermaken.
3. We maken samen met de klant een stappenplan op om hoger te scoren in Google. Wij hebben daarvoor een 48 stappenplan ontwikkeld. Het is aan de klant om te bepalen hoe ver die daarin wil gaan.
4. Als gecertificeerde Google partner kunnen we zeer gericht Google ads inschakelen om de website van de klant helemaal bovenaan te laten komen. Ook met Google remarketing en via het Google display netwerk kunnen we de doelgroep nog beter bereiken.
5. Via social media en influencers zorgen we voor een goed bereik.
6. De online webshop via Google shopping kan de klant ook helemaal aan ons overlaten. Zowel de opbouw als het logistiek gedeelte kunnen wij verzorgen.
7. Dit combineren we waar wenselijk met offline campagnes en email marketing.

Missie

Manu Mail is een sterke speler op het vlak van het aanbieden van totaalconcepten rond direct mail, digitaal printen en online marketing, volledig volgens de behoeftes van de klant. Manu Mail beheert het hele productieproces - van innoverend concept, over de productie tot en met de distributie, waardoor wij zelf garant staan voor kwaliteit, veiligheid en duurzaamheid.

Opleidingsbeleid

Manu-Mail is al ruim tien jaar een erkend invoeg- en inschakelingsbedrijf. Dat betekent dat wij actief werk maken van de inclusie van laaggeschoolde, langdurig werklozen. Dat weerspiegelt zich ook in het opleidingsbeleid. Van bij de start van de tewerkstelling gaan we met de medewerkers samenwerken aan zijn/haar groeiplan. Dit is zeer bewust een individueel verhaal en volledig op maat van de medewerker. In samenspraak kijken we steeds wat de noden zijn en waar de medewerker extra ondersteuning zou kunnen gebruiken. Dat kan enerzijds betekenen dat er een opleidingsplan uitgewerkt wordt als de medewerker wil en kan groeien. Maar het kan ook betekenen dat we samen beslissen dat bepaalde taken niet wenselijk of haalbaar zijn op dat moment. Dat is echter heel zelden het geval en vooral afhankelijk van fysieke beperkingen eerder dan mentale capaciteiten.

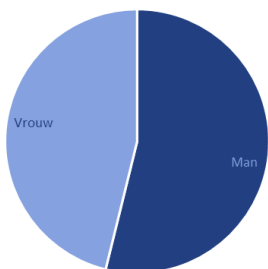
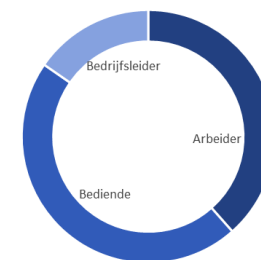
De afgelopen jaren is vooral ingezet op het verwerven van kennis in het gebruik van nieuwe machines en het correct verwerken van klantgegevens en adressenbestanden conform GDPR wetgeving.

De hoger opgeleide bedienden hebben zich de afgelopen jaren verdiept in online marketing en daar verscheidene opleidingen rond gevolgd.

Iedereen heeft de afgelopen vijf jaar ook redelijk wat opleidingen gevolgd rond lean management, zowel intern als extern.

2. Bespreek kort het **personeelsbestand** en hou daarbij rekening met de diversiteit aan werknemers in uw organisatie. Hou rekening met: leeftijd, opleidingsniveau, anciënniteit, gender, functieniveau, afkomst...?

Manu-Mail kent een vrij kleine maar zeer trouwe ploeg medewerkers. Op dit moment zijn we in totaal met 13. Dat zijn de twee bedrijfsleiders, Bart Noël en Dirk Praet, 6 bedienden en 5 arbeiders. De bedienden werken samen met Bart met de klant aan al het voorbereidende werk en de klantencontacten, de arbeiders werken samen met Dirk aan de machinale verwerking van de mailings.



Het hele personeelsbestand van Manu-Mail wordt gekenmerkt door evenwicht. Er is een evenwicht in arbeiders en bedienden, maar ook een evenwicht in mannen en vrouwen. Met in totaal 7 mannen en 6 vrouwen kunnen we zeker spreken van een mooie balans.

Bovendien moeten we hier ook vermelden dat ons streven naar gendergelijkwaardigheid vruchten afwerpt. Daar waar je zou verwachten dat de mannen dan de machinearbeiders zijn en de vrouwen de bedienden, zien we ook daar een mooie mix. Van de 6 medewerkers die dagelijks aan de machines staan zijn er 4 vrouwen en 2 mannen. Bij de 7 medewerkers in het bureau zijn er 5 mannen en 2 vrouwen.

Het opleidingsniveau van de medewerkers is ook vrij evenwichtig met een iets groter overwicht aan laaggeschoolden. Oorzaak daarvan is de blijvende inzet in de aanwerving van laaggeschoolde langdurig werklozen in het kader van onze erkenning als invoeg- en inschakelingsbedrijf. Dat is ook mee ingegeven door het feit dat beide bedrijfsleiders zelf lager geschoold zijn en er zich bijgevolg volledig van bewust zijn dat de kwaliteiten van een medewerker niet altijd af te lezen zijn van het al dan niet hebben van een diploma.



Als we tot slot de leeftijdsdiversiteit in ogenschouw nemen zien we ook daar weer een mooie verdeling over de verschillende leeftijdsgroepen heen, waarbij vooral opvalt dat we er de laatste jaren bewust naar gestreefd hebben om de oude ervaring van de vijftigplussers aan te vullen met vernieuwing door vooral twintigers en dertigers aan te werven. Alle twintigers zijn de laatste 2 jaar aangeworven als vervanging voor medewerkers die met pensioen gingen.



3. Geef een **korte inhoud** van elke opleiding (maximum 15!) en beargumenteer voor elke opleiding afzonderlijk hoe deze opleiding past binnen de inhoudelijke focus van deze oproep. Geef met andere woorden aan waarom deze passen binnen de focus van de OESO Skills strategy, met name het creëren of versterken van 21^{ste}-eeuwse vaardigheden:

- Digitale geletterdheid
- communiceren
- Creatief denken en handelen
- Kritisch denken
- Probleemoplossend denken en handelen
- Samenwerken
- Sociale en culturele vaardigheden
- zelfregulering

Naam opleiding	Korte Inhoud	Beargumenteer hoe deze opleiding past binnen de focus van de 21 ^e eeuwse vaardigheden
Digital marketing	<p>De veranderende markt vraagt van jou als marketeer dat je volledig op de hoogte bent van kansen en mogelijkheden die online marketing te bieden heeft. Wil je daarom je kennis en inzichten actualiseren op het gebied van online marketing? In de opleiding Digital Marketing komt de kern van digital marketing aan bod en de invloed hiervan op strategisch denken en het functioneren van de organisatie. Na afloop van deze opleiding beschik je over de kennis en vaardigheden om met succes geïntegreerde marketingplannen op te stellen. Door de praktijk- en resultaatgerichte aanpak kun je de leerstof direct toepassen in je eigen werk.</p> <p>Volgende zaken komen tijdens de opleiding aan bod:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maatschappelijke en technologische trends (zoals Internet of Things, robotisering en 3D-printing) en digitale marketing • Keuze segmenten/personen waarvoor waarde gecreëerd wordt • Personalisatie voor organisatie en klant • Klantprofielen op basis van data-analyse • SMART doelstellingen formuleren voor de inzet van online marketing • De waardepropositie van de eigen organisatie • De rol van online marketing binnen de customer journey • Een naadloze aansluiting tussen on- en offline touchpoints (omnichannel) • De rol die cocreatie, crowdsourcing, coproductie, co-innovatie, mass customization, individual customization, crowdfunding speelt in het productrealisatieproces • (Mobiele) websites en apps binnen het productrealisatieproces • Pricing: dynamic pricing/yield pricing, realtime pricing • Online verkoopkanalen 	<p>Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in digitale toepassingen om een marketingstrategie te kunnen uittekenen. In die zin past deze opleiding helemaal binnen de focus Digitale geletterdheid.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • E-fulfillment binnen het distributiebeleid • De impact van een platformstrategie • De effectieve mix van online marketingcommunicatie-instrumenten • Retargeten van de doelgroep via bijvoorbeeld audience, contextual, geografische, sociodemografische of behavioural targeting • De rol van contentmarketing bij online branding, klantenwerving en retentie • Klantrelatie en eCRM • Service aan bestaande klanten via (mobiele) website, apps, e-mail en social media 	
Content marketing	<p>Deze cursus zit zeer gestructureerd in elkaar: Je begint met het bepalen van je doelen en je doelgroep. Aan de hand daarvan maak je een contentstrategie die perfect aansluit bij wat je wil bereiken. Vervolgens werk je aan een planning en ga je aan de slag met de creatie en promotie van de content.</p> <p>Tenslotte leer je hoe je het succes kunt meten en hoe je je campagne kunt optimaliseren. Kortom: je doorloopt het complete proces met de cursus Content Marketing.</p> <p>Volgende items komen daarbij zeker aan bod:</p> <ul style="list-style-type: none"> • introductie van contentmarketing en community; • commitment, budget en organisatie; • contentdoelen en -doelgroepen; • contentstrategie en -tactiek; • contentplanning; • contentcreatie en -ontwerp; • content en concepten (pre)testen; • contentpromotie, conversaties en community management; • conversie meten, analyseren en optimaliseren; • SEO en SEA; • schrijven voor het web; • e-mailnieuwsbrieven; • weblog. 	<p>Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in het opstellen van een goede marketingstrategie, welke communicatiekanalen daarvoor beschikbaar zijn en hoe je deze kan aanwenden. Dit valt volgens ons perfect binnen de focus Communicatie.</p> <p>Daarnaast ligt de focus hierin heel erg op content marketing in een digitaal kader waardoor deze oproep ook voor een stuk geplaatst kan worden in de focus Digitale geletterdheid.</p>
Digital en media planning	<p>Je wilt een integrale marketingstrategie ontwikkelen waarmee je de inhoud, positionering en look en feel van je klant over al zijn kanalen uitrolt. Welke technologische mogelijkheden kun je benutten? Hoe zet je social in? En hoe zorg je dat online en offline dezelfde uitstraling hebben? Deze en andere vragen komen aan bod in deze opleiding Digital en Media Planning.</p> <p>In dit programma ga je aan de slag met vraagstukken rondom bijvoorbeeld de positionering van het merk en de verschillende kanalen waar je gebruik van maakt. Je herkent de klanten en hun behoeften en gedrag en stelt op basis hiervan persona's op. Deze zullen je helpen de klanten op verschillende punten van de customer journey van</p>	<p>Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in digitale toepassingen om een marketingstrategie te kunnen uittekenen. In die zin past deze opleiding helemaal binnen de focus Digitale geletterdheid.</p>

	<p>de juiste informatie te voorzien, waardoor ze uiteindelijk de producten gaan afnemen en trouwe klanten worden. De inzichten die je tijdens de opleiding opdoet, breng je samen in een marketingstrategie die al je marketingactiviteiten omvat.</p> <p>Tijdens de opleiding komen volgende items aan bod:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positionering, branding en communicatie • Branding en creatieve ontwikkeling • Buyer journey, customer journey en persona's: onderzoek naar consument en markt • Marketingcommunicatie en -instrumenten • Online marketingcommunicatie • Nieuwe mediatoepassingen: voice, gamification, augmented reality, virtual reality • Public relations en voorlichting • Sponsoring en promoties • Direct-marketingcommunicatie • Persoonlijke verkoop en evenementen • Geïntegreerde on- en offline aanpak • Mediatypen en mediaspecialismen • Mediaplan, mediaselectie en executie • Budget en accountability 	
Digitale archivering	<p>Tegenwoordig is de digitale informatiehuishouding de norm. Naast het vastleggen van de digitale documenten is het belangrijk om met een efficiënte mappenstructuur en mappenbenaming digitaal te kunnen archiveren zodat de toegankelijkheid is geborgd.</p> <p>Tijdens de cursus komen de volgende onderwerpen aan bod:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wat is digitaliseren? Wat is archiveren? Wat is digitaal archiveren? • Documenten: verschijningsvormen, status, werkstromen en levensloop • Werken met digitale documenten: creatie, raadpleging, bewaring en schoning • Zaakgericht Werken (of procesgericht werken) nader uitwerken; een en ander is afhankelijk van de werkomgeving • Compliance: waarom bewaren, documentwaarde, wetten, normen en interne wensen • Structuren van archieven: inzicht in organisatie en functionaliteiten, ontsluiten, classificatiekenmerken en bestandsnamen in mappenstructuren • De infrastructuur: hardware, software en netwerk • Voorbeelden van digitaal archiveren in de praktijk 	Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in digitale toepassingen voor archivering. In die zin past deze opleiding helemaal binnen de focus Digitale geletterdheid.
Data beveiliging	<p>Het programma bestaat uit 2 modules waarin aandacht wordt besteed aan verschillende belangrijke facetten van gegevensbescherming. Je gaat hierbij aan de slag met zowel het juridische kader als ook de praktische uitvoeringsaspecten van gegevensbescherming.</p> <p>De inhoud bestaat zeker uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - General Data Protection Regulation (GDPR) - Juridisch kader en risico - Technische vereisten gegevensbescherming 	Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in de beschikbare technologie voor data beveiliging en hoe daar moet mee omgesprongen worden. In die zin past deze opleiding helemaal binnen de focus Digitale geletterdheid.

	<ul style="list-style-type: none"> - Risico-inventarisatie ten aanzien van gegevensbescherming - Informatiebeleid en gegevensbescherming - Borging van gegevensbescherming - Privacyplan voor jouw organisatie - Klachtenbeleid, signalering en afhandeling - Compliance en governance 	
Gebruik van online tools in offline settings	<p>De wereld digitaliseert onverminderd door. Alle maatschappelijke en zakelijke domeinen worden hierdoor geraakt en beïnvloed. In deze opleiding bekijken we wat dit betekent voor events en beurzen op fysieke locaties.</p> <p>De onderwerpen zijn onder andere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De nieuwe paradigma's voor marketing en sales - Marketing en Technologie: hulpmiddel of vormgevend fenomeen? <ul style="list-style-type: none"> - Digital & User Experience - Data: het cement van transformatie - Artificial intelligence, deep learning and machine learning - Augmented & Virtual Reality - Voice: techniek en toepassingen - A connected world: Internet of Things - Social Media & Communities - Blockchain: techniek en toepassingen - Digital (self)service - Data gedreven marketing/sales - Omnichannel eCommerce - Organisatorisch Redesign als onderdeel van Digital Transformation - Persoonlijke vaardigheden bij het richting geven aan digitale transformatie 	<p>Dit is een opleiding waarin de cursist meer inzicht krijgt in de mogelijkheden voor het gebruik van digitale tools in offline settings. In die zin past deze opleiding helemaal binnen de focus Digitale geletterdheid.</p>

4. Geef aan hoe de opleidingen binnen dit project matchen met de **leer- en opleidingsbehoeften** van de werknemers en met de noden van de organisatie. Geef aan op basis van welke informatie en analyse u dit inschat. Welke initiatieven hebt u hiervoor genomen? Doe dit voor elke opleiding afzonderlijk. Zijn er opleidingsnoden ontstaan als gevolg van covid- 19 en zo ja, welke? In welke mate tracht u in dit projectvoorstel in te spelen op deze noden? Welke inspanningen gaat u leveren om opleidingen op afstand te organiseren of om de juiste omstandigheden te creëren teneinde opleidingen te laten doorgaan.

Manu-Mail staat voor een grote verandering in de manier van werken. De laatste twee jaar hebben we er voor gekozen om niet meer louter op offline marketing in te zetten, maar ook een online dienstverlening aan te bieden. Het afgelopen jaar is nogmaals duidelijk gebleken dat online marketing steeds meer aan belang wint. De crisis heeft er voor gezorgd dat bedrijven die vroeger nog voornamelijk op offline marketing vertrouwden, nu ook steeds meer de stap online zetten, toch zeker gedeeltelijk.

Tot nu toe was de online marketing voornamelijk een verhaal van een paar medewerkers binnen het bedrijf. Aangezien het aandeel offline steeds verder blijft teruglopen, zijn we het gesprek aangegaan met het volledige team. De vraag die we onszelf stelden was vooral hoe iedereen zijn of haar rol en takenpakket zag in dit veranderend verhaal.

Het antwoord daarop was vrij unaniem. Iedereen wil graag in mindere of meerdere mate mee groeien met deze nieuwe ontwikkelingen. Zeker ook bij de lager geschoolde medewerkers leeft dat gevoel. Zij weten dat ze bij Manu-Mail steeds kansen gekregen hebben om te blijven groeien en willen dat nu ook samen exploreren. Zij geven duidelijk aan dat ze graag mee willen kijken hoe zij een rol kunnen spelen in dit nieuwe verhaal. De bereidheid om te groeien is groot. Hoe en in welke richting, dat is iets dat met elke medewerker individueel zal bekeken worden. Via dit opleidingspakket dat we samen als volledige groep opgemaakt hebben willen we iedereen een goede basis kunnen aanleren. Van daar uit kan iedereen zich dan verder specialiseren in de richting waar hij/zij het meeste aansluiting bij heeft. En ook de offline dienstverlening blijft bestaan, dus ook daar zullen we medewerkers voor blijven nodig hebben. Maar het feit dat iedereen de basis kent, zorgt er voor dat er niemand uit de boot valt door een gebrek aan kennis.

Naam opleiding	Leerbehoeften organisatie én medewerkers?	Op basis van welke info/welke initiatieven?
Digital marketing	Door de steeds grotere invloed van digital marketing, willen wij als bedrijf ook niet blijven stil staan. We willen de klant een totaalverhaal aanbieden en daar maakt digital marketing een belangrijk deel van uit. Met deze opleiding willen we de medewerkers inzicht geven in die digital marketing, wat het inhoudt en in welke mate dat gelijk loopt en verschilt van de reeds gekende	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. Dit is de basisopleiding die iedereen een beeld moet geven van de nieuwe weg die we zullen bewandelen naast hetgeen waar we al jaren expert in zijn. Van

	'traditionele' marketing.	daar dat de medewerkers echt uitkijken naar deze opleiding
Content marketing	Tot op heden was onze expertise vooral gericht op het vormgeven en uitwerken van drukwerk. Met de verschuiving naar zowel offline als online marketing zien we ook de noodzaak om de klant te kunnen begeleiden in het uitwerken van de booschap zelf over de verschillende platformen. Dit ligt voor een deel in lijn met wat we vandaag doen, maar betekent toch ook een aanzienlijke uitbreiding van onze dienstverlening.	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. Hier heerst zeer veel enthousiasme over bij alle medewerkers omdat ze zich hier echt een goede voorstelling van kunnen maken aangezien dit voortbouwt op kennis die ze vandaag reeds hebben. Dit komt dus in hun ogen hun huidige manier van werken ook zeer ten goede.
Digital en media planning	Door het organiseren van deze opleiding willen we de medewerkers een breed beeld geven van de mogelijkheden die onze klanten hebben met betrekking tot hun marketingstrategie, zowel offline, waar we nu sterk in zijn, als online en hoe deze in een samenhangende planning kan samen gebracht worden. Door het volgen van deze opleiding kunnen medewerkers beter meedenken met de klanten en een goede planning opmaken om deze strategie mee vorm te geven. Deze kennis in huis hebben, verspreid bij alle medewerkers geeft ons een boost om sneller en beter te kunnen groeien in deze voor ons nieuwe markten.	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. Deze vraag komt er omdat in het samenspel tussen online en offline marketing het juist op elkaar afstemmen van de verschillende initiatieven heel belangrijk is. Dit heeft gevolgen voor de klant, maar zeker ook voor de medewerkers in hun nieuwe takenpakket én in het huidige takenpakket van offline printmedia. ook die planning moet daar op afgestemd worden.
Digitale archivering	Hoe langer hoe meer krijgen we te maken met digitale data die op een correcte manier gearhiveerd moet worden. Zeker, maar niet uitsluitend, omdat hier ook belangrijke regelgeving rond bestaat die we te respecteren hebben. Als we als bedrijf er voor kiezen om nog meer de digitale weg in te slaan, dan moeten we zorgen dat alle medewerkers ook goed weten hoe ze deze bijkomende gevoelige data correct kunnen archiveren.	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. De medewerkers vragen naar deze opleiding omdat deze kennis nu al in bepaalde mate aanwezig is, maar dat ze het gevoel hebben dat ze daar zeker nog een verdieping van kunnen gebruiken.
Data beveiliging	Meer digitale data betekent een hogere nood aan een goede beveiliging van deze informatie. Deze opleiding leert ons als team de tools kennen waarmee we deze beveiliging kunnen organiseren, hoe die tool in te stellen en te gebruiken. Dit zal essentiële kennis blijken te zijn voor ons als bedrijf in de toekomst.	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. Hier leven bij de medewerkers veel vragen rond. Alle medewerkers zien het nut in van digitale beveiliging, maar zijn niet vertrouwd met de IT tools die daarrond bestaan en hebben daar wat schrik van. De hoop is dat deze opleiding drempelverlagend werkt en hen het vertrouwen geeft waar ze naar op zoek zijn.
Gebruik van online tools in offline settings	We worden nu reeds regelmatig gevraagd om drukwerk en een stuk van de organisatie te voorzien voor events die bedrijven opzetten.	Dit is een van de opleidingen die aan bod is gekomen tijdens het overleg waarop we met alle medewerkers hebben samengezeten om onze toekomst

	<p>Met de shift naar digitaal, willen we deze digitale wereld ook op die events binnenhalen. Hier zijn verschillende tools voor beschikbaar die we tijdens deze opleiding gaan leren beheren en gebruiken zodat we ze vlot kunnen aanwenden als de situatie zich aandient.</p>	<p>als bedrijf te bespreken en in functie van deze oproep de juiste opleidingen te bepalen. Alle medewerkers waren hierin evenveel betrokken. Een aantal medewerkers is hier zeer enthousiast over en is mentaal helemaal klaar om dit stuk van onze dienstverlening mee te helpen uitwerken.</p>
--	--	---

5. Bespreek op basis van de analyse van de leerbehoeften binnen de organisatie de **finale doelgroep** van dit project (indien mogelijk afzonderlijk per opleiding). Hoe zal u rekening houden met de diversiteit (bv. gender en leeftijd) van het personeelsbestand tijdens de opleidingen die u voorziet in het project? Bespreek het aandeel kansengroepen en het aandeel van werknemers met routinejobs of jobs die die een sterke impact ondervinden van technologie en digitalisering. Welke acties onderneemt u om deze doelgroepen te bereiken? In welke mate worden opleidingen aangepast aan bepaalde doelgroepen? Illustreer aan de hand van concrete voorbeelden.

De finale doelgroep zijn de 8 lager geschoolden binnen Manu-Mail. Dit zijn 5 arbeiders, 1 bediende en de 2 bedrijfsleiders. Dit zijn 4 mannen en 4 vrouwen. De vijftigplussers die we in dienst hebben vallen allemaal onder de categorie laaggeschoold, dus zij maken op die manier al deel uit van de doelgroep.

Alle opleidingen zijn bedoeld voor al deze medewerkers. Zij zijn van bij de start van dit project zeer actief betrokken geweest. In de eerste plaats hebben we met iedereen de mogelijkheden besproken en samen vastgelegd welke opleidingen het meest nuttig zouden kunnen zijn voor iedereen. Van daar uit hebben we steeds in gezamenlijk overleg verder gebrainstormd en zijn we tot de hier opgenomen opleidingen gekomen. Deze manier van werken zal tijdens dit project niet anders zijn.

We blijven vinger aan de pols houden bij alle medewerkers. Zowel op individuele momenten als tijdens teamvergaderingen zal de voortgang van dit project besproken worden. In de bespreking met alle medewerkers zal het dan vooral gaan om de inhoudelijke voortgang om er voor te blijven zorgen dat de opleidingen echt oplossingen aanreiken voor de vragen waar de medewerkers mee zitten.

Alle medewerkers zullen door beide bedrijfsleiders steeds gemotiveerd worden om de opleidingen met een open geest aan te vatten. Dit in het geval dat zou nodig zijn, wat we niet echt vermoeden. Door het creëren van een groepsgevoel rond deze opleidingen op een vast moment in de werkweek vermoeden we dat een groot deel van de motivatie vanzelf zal komen. Maar we blijven de ogen open houden voor tekenen van opleidingsmoeite en zullen in dat geval met de medewerker in kwestie of met het hele team bespreken hoe we daar het best aan tegemoet komen.

Alle opleidingen zijn zeer laagdrempelig en interactief. We willen zeker geen saaie lezing organiseren, maar wel een opleiding waarbij medewerkers zelf aan de slag moeten en geactiveerd worden. Ze moeten de leerstof aan de lijve ondervinden zodat die echt blijft plakken. Als medewerkers toch moeite zouden hebben, kunnen we door de kleine groep waarmee we werken steeds de opleiding aanpassen aan die individuele nood.

6. Op welke manier worden de opleidingen gegeven? Op welke manier garandeert u een efficiënte kennisoverdracht met deze manier van lesgeven? Hou rekening met o.a. lesgever (intern/extern) opleidingsvorm (werkvloer/klassikaal/...), opleidingsinhoud (praktijk/ cases/theorie, ...). Indien u voor E-learning kiest, beargumenteer waarom precies voor deze opleidingsvorm wordt gekozen. Hoe zal u omgaan met restricties in het kader van Covid-19?

Alle opleidingen worden georganiseerd in kleine groep zodat de lesgever zo veel mogelijk kan inspelen op de leersnelheid van de medewerker. Ook wordt de opleiding steeds zo concreet mogelijk gemaakt door de begrippen en concepten steeds te vertalen naar de dagelijkse praktijk van de medewerker.

Aangezien alle opleidingen op vrijdagnamiddag zullen georganiseerd worden (zie verder onder vraag 7) bij ons in het bedrijf, voorzien we niet dat we veel hinder zouden hebben van eventuele covid-19 restricties. In het geval een externe lesgever niet aanwezig mag zijn, kunnen we de opleiding verschuiven en op dat ogenblik een interne opleiding geven. De ruimte die we ter beschikking hebben is ruim groot genoeg om een groep van 8 medewerkers aangenaam te laten plaatsnemen zonder de afstandsregels te overtreden. In het geval dat ook interne opleidingen niet fysiek kunnen plaatsvinden, zullen we in eerste plaats kijken hoe we dezelfde opleiding via videocall kunnen organiseren. Een aantal stukken van opleidingen zijn daar vrij makkelijk naar aan te passen.

Naam opleiding	Manier van lesgeven
Digital marketing	<p>Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer. Deze opleiding vertrekt vanuit de theorie, maar koppelt die onmiddellijk aan de praktijk. De cursisten zullen via praktijkoefeningen de geleerde theoretische kaders aan de lijve ondervinden.</p> <p>Deze manier van werken zorgt er voor dat de tijd die gespendeerd wordt aan het overbrengen van de theorie zelf tot een minimum herleid wordt, zonder in te boeten aan kwaliteit. Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.</p>
Content marketing	Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er

	<p>maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer. Deze opleiding vertrekt vanuit de theorie, maar koppelt die onmiddellijk aan de praktijk. De cursisten zullen via praktijkoefeningen de geleerde theoretische kaders aan de lijve ondervinden.</p> <p>Deze manier van werken zorgt er voor dat de tijd die gespendeerd wordt aan het overbrengen van de theorie zelf tot een minimum herleid wordt, zonder in te boeten aan kwaliteit. Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.</p>
Digital en media planning	<p>Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer. Deze opleiding vertrekt vanuit de theorie, maar koppelt die onmiddellijk aan de praktijk. De cursisten zullen via praktijkoefeningen de geleerde theoretische kaders aan de lijve ondervinden.</p> <p>Deze manier van werken zorgt er voor dat de tijd die gespendeerd wordt aan het overbrengen van de theorie zelf tot een minimum herleid wordt, zonder in te boeten aan kwaliteit. Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.</p>
Digitale archivering	<p>Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer. Deze opleiding vertrekt vanuit de theorie, maar koppelt die onmiddellijk aan de praktijk. De cursisten zullen via praktijkoefeningen de geleerde theoretische kaders aan de lijve ondervinden.</p> <p>Deze manier van werken zorgt er voor dat de tijd die gespendeerd wordt aan het overbrengen van de theorie zelf tot een minimum herleid wordt, zonder in te boeten aan kwaliteit. Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende</p>

	lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.
Data beveiliging	<p>Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer. Deze opleiding vertrekt vanuit de theorie, maar koppelt die onmiddellijk aan de praktijk. De cursisten zullen via praktijkoefeningen de geleerde theoretische kaders aan de lijve ondervinden.</p> <p>Deze manier van werken zorgt er voor dat de tijd die gespendeerd wordt aan het overbrengen van de theorie zelf tot een minimum herleid wordt, zonder in te boeten aan kwaliteit. Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.</p>
Gebruik van online tools in offline settings	<p>Tijdens deze opleiding worden de verschillende beschikbare tools overlopen. Hun nut en werking wordt uitvoering besproken en de deelnemers zullen ook zelf met deze tools aan de slag gaan om aan de lijve te ondervinden hoe ze die moeten instellen en gebruiken.</p> <p>Door de focus op de praktijk leren de cursisten de geleerde lessen onmiddellijk in praktijklessen om te zetten en kunnen ze eventuele struikelblokken nog tijdens de opleiding bespreken. Dit maakt het leerproces rijker.</p> <p>Deze manier van lesgeven zorgt er ook voor dat de cursisten niet gedurende lange tijd passief moeten zitten luisteren, hetgeen het leertraject voor cursisten met een aversie voor schools leren enorm ten goede komt.</p> <p>Deze opleiding wordt zeer bewust in kleine groepen gegeven zodat er maximaal kan ingespeeld worden op de noden van elke individuele deelnemer.</p>

7. Voeg in de applicatie een planningssjabloon toe waarin u een overzicht geeft van de opleidingen. Geef (in dit document) aan hoe u met volgende zaken rekening houdt: inhoudelijke logische aansluiting van de opleidingen, voldoende spreiding, beschikbaarheid en inpassing in de reguliere takenopvolging van de werknemer, buffer op het einde van het project, ...

Zie bijlage voor het planningssjabloon.

Met dit project willen we een ambitieus opleidingstraject aanvatten. Iedereen beseft dat hier de nodige inspanningen voor zullen moeten geleverd worden. We hebben gezamenlijk beslist dat we elke vrijdagmiddag gedurende dit project vrij maken om opleidingen te voorzien. Niet iedereen zal altijd een opleiding volgen op dat moment, maar het merendeel toch wel. Door op die manier van bij de start rekening te houden met een werkweek van 4,5 dagen in de planning maken we het onszelf makkelijker. We moeten dan immers niet altijd op de kalender zitten kijken wie wanneer welke opleiding heeft. Ook met externe lesgevers wordt afgesproken om de opleidingen telkens te voorzien op die momenten. Door iets minder opdrachten aan te nemen en echt te investeren in deze tijd, willen we de werkdruk voor de medewerkers niet verhogen zodat ze het werk dat ze normaal op 5 dagen doen, nu op 4,5 dagen moeten zien rond te krijgen.

Ook voor deeltijds werkende medewerkers is deze vrijdagmiddag een geschikt moment. Dan zijn alle medewerkers sowieso aanwezig en moet dus niemand de privé planning hieraan aanpassen.

Tot slot is dit ook een mooi moment van de week omdat er dan geen taken meer liggen te wachten die nog stress zouden kunnen opleveren. We zorgen er samen voor dat alle opdrachten van de week vrijdagmiddag buiten zijn zodat iedereen met een open geest de opleiding kan aanvatten.

In de planning zoals wij hem nu opgemaakt hebben, hebben we aan het einde van het project anderhalve maand over. Die tijd houden we vrij zodat we nog ruimte hebben om een beetje te schuiven moest een opleiding om de een of andere reden toch niet kunnen plaatsvinden.

De inhoudelijke opvolging van de opleidingen zal verlopen zoals dit in dit project is opgenomen: eerst opleiding 1, dan 2 en zo verder. Dit lijkt ons de meest logische inhoudelijke opbouw omdat de latere opleidingen voortbouwen op concepten uit de eerdere opleidingen. De laatste opleiding staat daar iets meer los van, maar die plaatsen we bewust aan het einde van dit project omdat we daar nog het minst mee aan de slag zijn gegaan binnen het bedrijf.

8. Beschrijf de projectopvolging binnen de organisatie. Hou daarbij rekening met volgende elementen:

- Wie neemt welke verantwoordelijkheden op bij deze opvolging?
- Bespreek welke activiteiten er voorzien worden wat betreft aansturing, (administratieve) opvolging, bijsturing, evaluatie, in kaart brengen van het effect van de opleiding; medewerkersbevraging; budgetbewaking en rapportering.
- In welke mate levert de organisatie inspanningen om alle opleidingen als gepland te laten doorgaan?

Dit project wordt opgevolgd door een trio, Bart Noël als bedrijfsleider, Kenzo Noël die zal instaan voor een groot stuk van de interne opleidingen en Stefanie De Maerschallck die de administratieve kant voor zich zal nemen.

Stefanie zal het grootste deel van het organisatorische en voorbereidende stuk op zich nemen. Zij zal met de externe lesgevers contacten leggen en met hen afspreken welke momenten zij de opleidingen kunnen komen verzorgen. Ze zal ook zorgen dat de opleidingslocatie, die bij ons op het bedrijf is, klaar staat en dat alle nodige materialen aanwezig zijn. Ze zal zorgen dat de opleidingen aangemaakt zijn in de tool die ESF ter beschikking stelt. Bij de start van de opleiding zal er altijd iemand van deze drie mensen aanwezig zijn voor het geval er zich problemen zouden voordoen met de registratie of als er toch nog zaken zouden nodig zijn. Steffi Asselman is de back-up voor het geval Stefanie zou uitvallen. Zij zal ook op de hoogte zijn van de hele procedure en van de gemaakte afspraken.

Stefanie bundelt na afloop van de opleiding de evaluatieformulieren en verwerkt deze zodat die kunnen besproken worden. Alle evaluaties (geanonimiseerd) worden besproken door de bedrijfsleiders en worden ook teruggekoppeld naar alle medewerkers op het teamoverleg. Als er aanpassingen moeten gebeuren aan een opleiding op basis van feedback van een medewerker, wordt dit onmiddellijk teruggekoppeld naar de lesgever zodat die daar rekening mee kan houden bij volgende opleidingsmomenten.

Stefanie houdt een overzicht bij van alle georganiseerde opleidingen en de bijhorende kostprijs. Dit dient als basis voor Bart om een goede projectopvolging te kunnen doen. Maandelijks wordt door de beide zaakvoerders de stand van zaken bekeken en wordt besproken waar er eventuele aanpassingen dienen te gebeuren. Ook budgetmatig wordt op dat moment een stand van zaken opgemaakt zodat tijdig bijstellingen kunnen gebeuren.

Aangezien elke vrijdag vrijgehouden wordt in de planning zodat de opleidingen kunnen plaatsvinden zien we weinig redenen waarom opleidingen niet zouden kunnen plaatsvinden. In het geval van restricties die we niet in de hand hebben (zoals bij corona het geval was), zullen we in eerste instantie overschakelen op interne opleidingen. Als dat ook niet toegelaten is, gaan we kijken in welke mate we bepaalde

opleidingen kunnen organiseren via Zoom calls. Een aantal opleidingen zou zich hier zeker voor kunnen lenen, zodat we toch de planning zo min mogelijk moeten omgooien.

De rapportage naar ESF zal voorbereid worden door Stefanie die vooral de administratieve en financiële kant zal klaarmaken. Inhoudelijk zal Kenji het grootste voorbereidende werk verrichten. Finaal zal Bart de rapportage nakijken en naar ESF doorsturen.

