

Uw bedrijfsstijl:

Uw organisatie heeft zich reeds bewezen. Uw organisatie heeft binnen de markt en bij het (grote) publiek een sterke reputatie. De naam van uw organisatie is een merk. Uw organisatie vindt haar reputatie dusdanig belangrijk dat één van de speerpunten het behouden van deze status is. Imago, status en reputatie zijn allen van groot belang voor uw organisatie. Onnodige risico's worden vermeden aangezien uw organisatie middels een duidelijke planmatige werkwijze een lange termijn visie nastreeft. Efficiëntie, innovatie en een sterke focus op concurrentie zijn eveneens belangrijk voor uw organisatie. Voorts heeft uw organisatie een leidende rol in de markt waarin zij zich begeeft. Uw organisatie levert uw klanten hoogstaande producten. Uw producten zijn vernieuwend en creatief.

Uw medewerkers zijn er trots op om voor uw organisatie te werken. Zij hebben over het algemeen goede arbeidsvoorwaarden met bijbehorende voorzieningen op de werkvloer. Er is sprake van een duidelijke hiërarchie op de werkvloer, waar de dress code traditioneel representatief is. De omgangsvormen zijn formeel. Uw medewerkers werken middels duidelijke bedrijfsprocessen, overeenkomstig het nastreven van de lange termijn visie. Uw medewerkers zijn over het algemeen wat jonger en zijn competitief ingesteld. De gedrevenheid van uw medewerkers is bijzonder groot. Zij hebben dan ook geen 9 tot 5 mentaliteit. Ze zijn hoger opgeleid.



Uw ideale kantoor:



Uitstraling algemeen: Uw kantoor dient de naam en status van uw organisatie niet zo zeer te versterken, maar eerder te bevestigen. Het kantoor dient er representatief en stijlvol uit te zien.

Lokatie karakteristieken: Uw kantoor is gevestigd op een A-lokatie aan de rand van de stad. De lokatie dient prominent en goed zichtbaar te zijn. Uw kantoor dient met zowel de auto als het openbaar vervoer goed bereikbaar te zijn. Ruim voldoende parkeergelegenheden is een vereiste.

Gebouw karakteristieken: Uw kantoor bestaat over het algemeen uit duurdere en duurzame materialen. Het kantoor dient een imposante, maar niet extreem uitgesproken sfeer uitstralen. Belangrijk is dat van buitenaf de naam en het logo van uw organisatie duidelijk zichtbaar zijn. Uw kantoor dient de naam en faam van uw organisatie voornamelijk naar buiten toe te communiceren.

Werkplek karakteristieken: In uw kantoor zijn de ontvangstruimten imposant. Werknemers hebben vaste werkplekken. Een promotie gaat vaak gepaard met een grotere kamer. Voorzieningen in het kantoor zijn belangrijk.

