

# Leren hoeft geen pijn te doen

DENKPRODUCTIES IS DOOR DE LEZERS VAN MANAGEMENT TEAM UITVERKOREN TOT NUMMER 2 IN DE TOP 3 VAN MANAGEMENTOPLEIDERS ZONDER MBA-ACCREDITATIE. DE GEMIDDELDE DEELNEMERSBEOORDELING IS 9,0. EEN BIJZONDERE PRESTATIE VOOR EEN EVENEMENTENORGANISATIE DIE ZICH HEEFT GESPECIALISEERD IN EENDAAGSE BIJeenKOMSTEN ROND EEN SPECIFIEK ONDERWERP. SALESMANAGEMENT SPRAK MET HANS JANSSEN OVER DE SUCCESFACTOREN VAN ZIJN BEDRIJF.

Interview en tekst **THIJS VERHEES**

Voor dit interview hebben we afgesproken in Den Bosch bij de Verkadefabriek, met een industriële look die wat 'dwars' aandoet. Blijkbaar een brandpunt voor cultureel talent. Een locatie die *Hans Janssen* van DenkProducties op het lijf geschreven is. Janssen heeft een jongensachtig enthousiasme over zich, dat niet helemaal strookt met zijn indrukwekkende trackrecord. DenkProducties is door de lezers van Management Team uitverkoren tot nummer 2 in de Top 3 van managementopleiders zonder MBA-accreditatie. De gemiddelde deelnemers-beoordeling is 9,0. Een bijzondere prestatie voor een evenementenorganisatie die zich heeft gespecialiseerd in eendaagse bijeenkomsten rond een specifiek onderwerp.

## ENTERTAINMENT

Hoe komt het dat DenkProducties zo hoog scoort? Janssen: "We doen er alles aan om de deelnemers in één dag het best mogelijke programma te bieden. Hierbij vinden we niet alleen de inhoud van groot belang, maar zeker ook de vorm. Wij vinden dat leren geen pijn hoeft te doen, of heel moeilijk gemaakt moet worden. Leren mag ook leuk en onderhoudend zijn. Onderzoeken tonen aan dat entertainment en educatie eerder vrienden zijn dan vijanden. Natuurlijk is het niet de bedoeling dat het alleen maar lollig is. We zijn er daarom ook erg trots op dat de lezers van Management Team ons zo'n bijzonder hoge score hebben toegekend."

## EIGEN WEG

Jullie hebben sinds kort een eigen weg gekozen. "We hebben heel lang nauw samengewerkt met Focus Conferences. Doordat beide organisaties zelfs in deze moeilijke tijd bijzonder succesvol waren, konden we niet langer gebruikmaken van een gedeelde backoffice. De eisen die DenkProducties aan de organisatie stelt, zijn andere dan die de succesvolle collegereeksen van Focus Conferences stellen. Beide bedrijven waren er daarom bij gebaat dat ze een eigen organisatie kregen, waarop ze verder konden bouwen." Janssen en *Hans Groen* van Focus doen nog steeds veel samen en hebben hun hechte band weten te behouden; een belangrijke prestatie voor twee zo succesvolle ondernemers. "DenkProducties was meer de rebel van de twee bedrijven. Wij zochten prikkelende teksten als



'Onweerstaanbaar leiderschap' en 'Ik heb altijd gelijk' en we haalden toppers naar Nederland als *Robert Cialdini* en binnenkort *Dan Heath*. Ik heb altijd de ambitie gehad om sterke inhoud te combineren met een sterke presentatie. Ik geloof niet dat mensen meer of beter leren in collegebanken; het mag best swingend zijn."

## DE TOEKOMST VAN LEREN

Hans is gefascineerd door het vraagstuk hoe hij de stof die de deelnemer gedurende een dag krijgt aangeboden nog beter kan laten indalen. "Het gaat erom dat mensen na een bijeenkomst van een dag ook werkelijk toepasbare kennis mee naar huis nemen. We zijn als team dan ook doorlopend op zoek naar nieuwe manieren om die kennis optimaal over te brengen, maar ook om te zorgen dat deze geactiveerd wordt. Zo hebben we samen met *Remco Claassen* voor zijn programma 'Verbaal Meesterschap' een multimediale opvolging ontworpen, ter voorbereiding van een heel interactieve training. We combineren daarmee de mogelijkheden van e-learning en het intrainen van concrete vaardigheden met de kennis die tijdens het seminar is opgedaan. De ervaringen van deze nieuwe opzet zijn spectaculair. Het blijft een zoektocht gericht op de meest optimale vorm van leren en doen in de praktijk, en we willen daarin de allerbeste zijn. Onze seminars moeten aantoonbaar een bijdrage kunnen leveren aan het succes van de deelnemers; dat is onze grootste ambitie." ●