

Ingrid interviewt

# Hans Janssen, oprichter DenkProducties

**Een leven lang leren is een van Ingrid's levensmotto's. Het is een van de redenen waarom zij actief is als consultant en trainer. In deze nieuwe serie, interviewt Ingrid iedere keer iemand die haar inspireert, van wie zij wil leren of heeft geleerd. Kennis die zij ook graag anderen gunt.**

**D**it keer praat ik uitgebreid met Hans Janssen, oprichter van DenkProducties. Iedereen kent dit wel: MBA in één dag met Ben Tiggelaar of Forward Thinking Leadership, het event waarvoor hij Barack Obama naar Nederland haalde en dat qua lobby en organisatie een bijzonder uitdagend event was. Zelf ken ik DenkProducties van een aantal seminars die ik er volgde. Ik gun mezelf ieder jaar één cursus of seminar en een aantal keer eindigde ik 'in de bankjes' bij Hans. Altijd actieve, leuke, leerzame dagen en daarna kan ik de nieuwe kennis direct vertalen naar de praktijk.

## GEEN COMPROMISSEN

Hans en zijn team bieden tien tot vijftien seminars per jaar aan op het gebied van leiderschap, beïnvloeding en persoonlijke productiviteit; de 'zachte' kanten van het zakendoen. In vijftien jaar is hij erin geslaagd om de topaanbieder te worden. De seminars zijn stuk voor stuk grote producties die pas relevant worden als er minstens 100 deelnemers zijn. De toegevoegde waarde zit hem verder in de kwaliteit van 'zijn docenten'; mensen die in staat zijn om een programma didactisch zo vorm te geven en te dragen dat de kennis zich diep in het brein van deelnemers nestelt en deze maximaal wordt geprikkeld om er iets mee te doen.

Mensen komen blij naar buiten kan ik beamen. Hans schetst het beeld van leerzame dagen, waarin bijvoorbeeld een zakenman van A tot Z wordt bijgepraat over een bepaald thema dat hij direct kan toepassen in de praktijk. Als je op zoek bent naar een training met veel een-op-een aandacht, veel introspectie en diepe feedback, zullen deze seminars wellicht niet de juiste snaar

raken. Voor alle anderen die houden van veel inhoud, actief leren in een inspirerende omgeving dan zit je bij de strak geproduceerde seminars van DenkProducties goed.

## PRIKKELEN, IMPACT, BEÏNVLOEDEN EN OVERTUIGEN

De uitdaging zit hem vooral in het samenstellen van een mooi evenwichtig portfolio in combinatie met iedere keer weer nieuwe deelnemers in de zaal krijgen. Programma's ontwikkelen zich continu en worden na iedere versie verbeterd. Het verleiden van nieuwe deelnemers is een continue marketinguitdaging, zoals iedere ondernemer dat kent. "Mensen denken altijd dat het bij ons vanzelf gaat, maar niets is minder waar", geeft Hans aan. Er komen best veel deelnemers via mond-tot-mond reclame maar marketing blijft altijd een bottleneck. Hoe trigger je mensen om zich in te schrijven voor een seminar? Het heeft alles te maken met prikkelen, impact, beïnvloeden en overtuigen.

Een belangrijke ontwikkeling die Hans ziet, is een verschuiving naar internet-gedreven economie. Hij is daar ook mee bezig binnen Elephant Road, waar hij partner is. Ze bieden programma's aan met medewerking van bestsellerauteurs. Hij merkt daar meteen bij op dat dit pas echt succesvol is als er sprake is van blended leren, dus een combinatie van online aangevuld met live bijeenkomsten. Alleen online maakt het lastiger mensen aan te zetten tot actie. Zo'n live sessie werkt dan niet alleen als stok achter de deur, vanzelfsprekend biedt het een extra aanvulling op het inhoudelijke programma. De vragen die je hebt verzameld bij de online sessies, kun je daadwerkelijk stellen aan de docenten, wat mensen als meerwaarde ervaren.

## INSPIRATIE DIE JE MOET ERVAREN

Hans haalt zelf inspiratie uit twee events die hij jaarlijks bezoekt. The Next Web draait om technologische ontwikkelingen: kennis delen, ontdekken, uitvinden en verbeteren en dat in een event waar beleven centraal staat. Tijdens het Nordic Business Forum Finland wordt hij geïnspireerd door het bomvolle, uitdagende programma, de mensen die hij er ontmoet en het verhaal achter dit event. Het inspireert hem zo dat hij dit jaar met zijn hele team gaat.

## NIETS WILLEN MISSEN

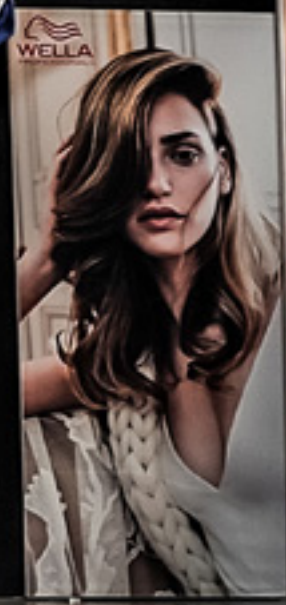
Zijn gedrevenheid en enthousiasme werkt aanstekelijk. Als ik hem vraag waar hij nog van droomt, zegt hij met een brede glimlach, "een jaarlijks terugkerend signature event. Een event waar de fans van DenkProducties als vanzelfsprekend naar toe komen omdat je onderdeel wilt zijn van die bubbel. Waar je kunt vernieuwen. Waar leren centraal staat en natuurlijk beleven." Hans is een groot voorstander van adaptieve verandering, waarbij je mensen de gelegenheid geeft zich aan de omstandigheden in hun omgeving aan te passen. Ik zie het al gebeuren: zo'n dag die je jezelf jaarlijks cadeau doet omdat het zorgt voor inspiratie, voor inhoud die vraagt, nee oproept tot nadenken, waar je je volle aandacht aan kunt geven. Even alle prikkels aan de kant, want - dat is wel duidelijk - zo zitten de seminar van DenkProducties ook in elkaar: je wilt er niets van missen!

[www.denkproducties.nl](http://www.denkproducties.nl)

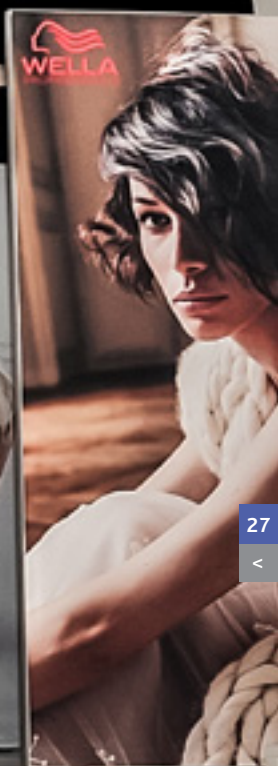
Ingrid Rip is een gedreven event-professional. Haar specialisatie is de (wetenschappelijke) associatiemarket. Ze is gecertificeerd meeting designer, trainer en projectmanager en helpt organisaties zoals convention bureaus, venues en verenigingen resultaten te verbeteren.

[www.rrem.nl](http://www.rrem.nl)

DE MARKT ZIT VOL MET  
GATEN



WELLA



WELLA

