

Succesrecept voor 'n battle of talent

Neem een communicatiebureau dat nieuwe teamleden zoekt. Meng dat met een hbo-marketingopleiding en breng het op smaak met tientallen studenten. Organiseer vervolgens een battle en laat dit een week flink koken. Zie hier het succesrecept van Artica uit Ootmarsum voor personeelswerving 2.0; een recept dat ook veel oplevert voor studenten, Saxion én klanten.

TEKST | PARTNERS IN TEKST FOTOGRAFIE | ARTICA

INGREDIËNTEN ARTICA BATTLE 2019

- 8 teams 2e-jaars-Saxionstudenten (40 tot 75 man)
- 2 communicatiecases met instinkers (leer ze doorvragen!)
- 3 dagen uitwerken, dag 4 presentatie+halve finale, dag 5 winnaar
- Jury bestaand uit caseklanten, docenten en 'Articanen'
- 1 trip naar Berlijn voor winnend team
- Zie ook www.articabattle.nl

"We zagen veel talenten na hun marketingopleiding naar het westen vertrekken", vertelt art director Hilbert Seine van Artica. "Dus vroegen we ons af: welk aandeel kunnen wij leveren in een oplossing?" Zo ontstond in 2014 de eerste Artica Battle: "Een week lang studenten aan echte cases van onze klanten laten werken en begeleiden. Onze boodschap? Mooi werk is dichterbij dan je denkt!", vult copywriter Brahma T. Ramsodit aan.

Eén misser? Alles verknald

De studenten ervaren via de battle de praktijk tot op het bot. "Van 9 uur 's morgens tot 10 uur 's avonds, inclusief pizza", grijnst de art director. Zelf gaan we ook zelden voor half 6 weg, dus dit is het echte werkveld." Volgens Ramsodit gaat het bij de battle

ook niet altijd om goede resultaten, maar minstens zo veel om het goed begeleiden van het creatieve proces. "Inclusief een goede presentatie houden. Want met één slechte presentatie op dag 4 kunnen ze hun hele case verknallen."

Succes voor Artica & studenten

Wat de battle oplevert? "Zelf zien we snel wie goed is. Zo hebben we direct keus uit veel studenten voor een stage.

'Met één slechte presentatie op dag 4 kunnen ze hun hele case verknallen'



Verder namen we dankzij de battle al verschillende collega's aan. Onder meer voor een bijbaantje. Leuker dan vakken vullen! Ook komen er studenten terecht op marketingafdelingen van potentiële klanten; zij weten ons nu makkelijker te vinden en weten waar we voor staan." Volgens Seine krijgen de studenten zelf van de battle onder meer vertrouwen in hun eigen kunnen. "Ze leren de praktijk kennen en worden enthousiast. Of niet. In dat geval weten ze dat ze niet moeten beginnen aan dit vak. En is iemand teleurgesteld als hij verloor? Dan leggen we uit: het ging niet om

het winnen, maar om het proces. Dát heb je geleerd!"

Succes voor school en klanten

Ook Saxion profiteert; docenten krijgen bijvoorbeeld meer inzicht in wat er speelt. En de klanten achter de cases? "In vijf jaar leverde de battle een handvol bruikbare ideeën en inzichten op. Bij Dancing Bruins werd een van onze inzichten door de studenten bevestigd. En voor toeristisch Twente kwam Koning Othmar écht tot leven", besluit Seine. Kortom, iedereen wordt winnaar dankzij de battle.

ARTICA IN HET KORT:

- Artica in het kort:
- Communicatiebureau
- Bestaat ± 45 jaar
- Ruim 60 medewerkers
- Werkt o.a. voor Aeronamic, DEMCON, Groothuis Schilders, Grolsch, HEKS'NKAAS®, Weusthuis Makelaardij
- www.artica.nl

TIPS VAN SEINE & RAMSODIT

- Bedenk, wat wil je bij vacatures: competenties afvinken of talent vinden...?
- Vraag je af: waarom zou iemand voor je kiezen? Salaris staat niet bovenaan!
- Komen mensen met ideeën? Geef ruimte in plaats van 'nee' of 'maar'.
- Geef creativiteit een plek vanuit inhoud in plaats van hiërarchie.
- Begrijp iemands persoonlijke uitdaging.