

persoonality.

Brand guide

Versie 1.0 - 03/10/2022

Ons verhaal is het verhaal van ondernemers. Mensen met lef. Die niet zijn blijven dromen, maar het zijn gaan doen. Soms van de ene op de andere dag. Soms naar lang wikken en wegen. Allemaal met een eigen verhaal, maar wel allemaal met dezelfde rode draad. In ieder verhaal is een hoofdrol weggelegd voor de medewerkers. Medewerkers maken de droom van ondernemers mede mogelijk. Zij zijn het belangrijkste kapitaal van ieder bedrijf. Er wordt veel van ze gevraagd. En natuurlijk mogen ze dan verwachten dat zaken voor hen ook dik in orde zijn.

Allereerst de basis, het juridisch werkgeverschap en alles wat hierbij komt kijken. Hier begint ons werk. Wij zorgen dat deze basis goed voor elkaar is. Maar hier stopt het voor ons niet. Wij gaan verder. Bij ons draait het om goed voor elkaar zijn. In onze ogen verdient iedere medewerker een goede werkgever. Net als dat een goede werkgever medewerkers verdient die zich écht verbonden voelen met het bedrijf.

Wij maken goed werkgeverschap bereikbaar voor iedere ondernemer. Zodat ondernemers alle ruimte hebben om te ondernemen. Want zij weten als geen ander waar ze goed in zijn en wat ze beter aan anderen over kunnen laten. Net als wij.

***Persoonality
Samen de beste werkgever***

Als Personality vertegenwoordigen wij een enorme groep gepassioneerde ondernemers. Ondernemen gaat om durven. Om avontuur en daadkracht. Om het volgen van je eigen pad. Dit inspireert ons om een krachtige, levendige en eigenzinnige merkidentiteit neer te zetten. Een doorontwikkeling van de bestaande, bekende, Personality stijl.

Onze merkwaarden spelen hierin een belangrijke rol: persoonlijk, eigenzinnig, levenslustig en betrouwbaar. 'Betrouwbaarheid' vind je terug in de eenvoud van strakke vormgeving, gebalanceerde composities en de vertrouwde blauwe Personality kleur. 'Persoonlijk' vind je terug in onze down-to-earth tone of voice, close-up fotografie en ronde, zachte vormen in designs. 'Levenslustig' en 'eigenzinnig' vind je terug in expressief kleurgebruik (oranje, rood) en opvallende patronen. Met deze creatieve, kleurrijke elementen geven we een gezicht aan onze klanten, payrollmedewerkers en aan onszelf. Waarbij er altijd focus ligt op persoonlijke verbinding. Samen vertellen wij het verhaal van de ondernemer.

Logo

Logo

Versies

Het logo bestaat uit het originele woordmerk van Persoonality.



In situaties waarin de doelgroep niet weet in welke branche Persoonality actief is, wordt 'payroll' toegevoegd.

persoonality.

persoonality.
PAYROLL

Logo

Versies

Het logo bestaat uit het originele woordmerk van Personality.

Het Personality logo wordt in twee verschillende versies gebruikt:

- Op een lichte achtergrond wordt het blauwe logo met oranje stip gebruikt.
- Op een donkere achtergrond wordt het witte logo met een oranje stip gebruikt.



persoonality.

The image shows the word 'persoonality.' in a blue, lowercase, rounded sans-serif font. The period at the end is a small orange dot.

persoonality.

The image shows the word 'persoonality.' in a white, lowercase, rounded sans-serif font. The period at the end is a small orange dot.

Logo

Witruimte

Om te zorgen dat het logo op consequente wijze wordt gepositioneerd binnen een design, is een minimale witruimte rondom het logo vereist.

De minimale witruimte rondom het logo is gebaseerd op een perfect vierkant dat gelijk is aan de x-hoogte van het logo. Dit is de afstand tussen de basislijn en haarlijn. Voor het gemak noemen we dit vierkant 'P'.

Bij het bepalen van de witruimte worden de stok- en staartlengte en de Personality punt buiten beschouwing gelaten.



Logo

Positie

De richtlijn is om het logo consequent in de rechterbovenhoek van het design te plaatsen. Hiermee zorgen we dat het logo altijd een herkenbare ‘stempel’ vormt waarmee we de afzender van de uiting benadrukken.

De afstand tussen het logo en de buitenranden van het design wordt als volgt bepaald:

1. De afstand tussen de basislijn en haarlijn heet de x-hoogte (toelichting op vorige pagina).
2. Op basis van deze x-hoogte wordt een perfect vierkant gemaakt (genaamd ‘P’).
3. Dit vierkant dient exact twee keer te passen tussen rechterbovenhoek van de letter Y en de rechterbovenhoek van het canvas.

Het plaatsen van het logo in de rechterbovenhoek wordt gebruikt voor o.a. briefpapier, digitale brieven, social media posts, InTime posts, flyers, posters, etc.

Logo

Partners

Om te zorgen dat partnerships op een consequente en onderling gelijkwaardige manier worden weergegeven, is het volgen van bepaalde richtlijnen vereist.

Het logo van de partner wordt in leesrichting altijd als eerste getoond. De plaatsing is links van het Personality logo, of erboven.

De afstand tussen de twee logo's is standaard 2 keer 'P' (toelichting op de vorige twee pagina's).

Het logo van de partner dient qua formaat optisch in balans te zijn met het Personality logo. Aangezien het Personality logo een uitzonderlijk brede vorm heeft, is het belangrijk om te zorgen dat beide logo's nagenoeg dezelfde optische 'massa' hebben. In het voorbeeld wordt dit gedaan door te zorgen dat beide logo's uit hetzelfde aantal blokken bestaan. Uiteraard is elk logo uniek, dus zal er per situatie gekeken moeten worden naar de beste verhoudingen.



Logo

Payoff

De payoff 'Samen de beste werkgever' benadrukt hoe de samenwerking tussen Persoonality en de klant leidt naar het beste werkgeverschap.

Indien de payoff in combinatie met het logo (en eventueel 'PAYROLL') wordt gebruikt, gebeurt dit altijd volgens de verhoudingen die hier worden afgebeeld.

persoonality.

Samen de beste werkgever

persoonality.

PAYROLL

Samen de beste werkgever

Logo

Payoff

De payoff 'Samen de beste werkgever' benadrukt hoe de samenwerking tussen Persoonality en de klant leidt naar het beste werkgeverschap.

Indien de de payoff zonder logo wordt gebruikt gebeurt dat op een van de volgende manieren:

- De gehele zin staat op één regel
- De zin wordt afgebroken en verspreid over drie regels

Samen de beste werkgever

**Samen
de beste
werkgever**

Logo

Payoff

De payoff 'Samen de beste werkgever' benadrukt hoe de samenwerking tussen Persoonality en de klant leidt naar het beste werkgeverschap.

Op een gekleurde achtergrond wordt de diapositieve versie van het logo gebruikt.

Aangezien de payoff onder het logo oranje is, wordt deze combinatie alleen gebruikt op een achtergrond die voldoende contrast oplevert.

persoonality.

Samen de beste werkgever

persoonality.

PAYROLL

Samen de beste werkgever

Kleur

Kleur

Palet

De merkidentiteit van Persoonality kent vier hoofkleuren; oranje, blauw, rood en wit.

Het donkerblauw van Persoonality straalt professionaliteit en betrouwbaarheid uit. Het oranje is daarbij een tegenhanger die contrast creëert en frisheid uitstraalt.

Nieuw in de Persoonality kleurenfamilie is de accentkleur rood. De toevoeging van rood geeft het gehele palet een warmere en meer levendige look. Rood staat voor passie, avontuur, eigenzinnigheid en levenslust. Hiermee brengen wij een ode aan ondernemers.

Primaire kleur



Oranje

CMYK 0 60 100 0
RGB 238 125 17
#EF7D00
PANTONE 158
RAL 2011 Tieforange

Primaire kleur



Blauw

CMYK 100 57 0 50
RGB 0 59 109
#003B6B
PANTONE 295
RAL 5003 Saphirblau

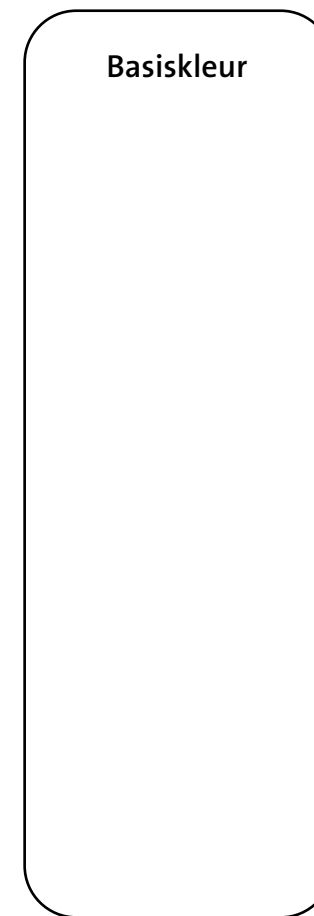
Accentkleur



Rood

CMYK 0 90 92 0
RGB 230 51 32
#E63320
PANTONE - NTB
RAL - NTB

Basiskleur



Wit

CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
#FFFFFF
PANTONE -

Typografie

Typografie

Basis

Het standaardlettertype van Personality is TheSans, een modern sans serif font.

We gebruiken TheSans in twee verschillende zwaartes.

- Voor titels en highlights wordt TheSans B8 ExtraBold (regular of italic) gebruikt.
- Voor bodytekst wordt TheSans B6 SemiBold (regular of italic) gebruikt.

TheSans B6 SemiBold Regular

TheSans B6 SemiBold Italic

TheSans B8 ExtraBold Regular

TheSans B8 ExtraBold Italic

Typografie

Toepassing

Dit voorbeeld is de leidraad voor de opmaak van basisteksten. Denk hierbij aan brieven, offerteteksten, nieuwsberichten etc.

Voor hoofdtitels wordt TheSans B8 ExtraBold (regular of italic) gebruikt.

Voor een inleidende alinea kan eventueel TheSans B8 ExtraBold (regular of italic) worden gebruikt.

Voor bodytekst wordt TheSans B6 SemiBold (regular of italic) gebruikt, waarbij highlights worden aangeduid met TheSans B8 ExtraBold (regular of italic).

Alineas worden altijd doorgeschreven. Een nieuwe alinea wordt ingeleid door een witregel.

Bodytekst wordt links uitgelijnd. Uitvulling is optioneel. Woordafbrekingen kunnen worden gebruikt, mits de lettergrepen op logische wijze worden gescheiden.

De verschillende zwaartes, groottes en kleuren van de lettertypes dienen voor een duidelijke hiërarchie te zorgen die het lezen gemakkelijk maakt.

Lorem ipsum dolor sit

Fic ipsum re numquam, simus ent latur solum faces explam derum hic tenti a ipietur? Quia consequias a nitasin nimusapelia si sene sequis et por sundio qui dellesti dolupta aceperi 'occabo'.

Itaturecaes quidis essit iuntur, imus, volor sa as veniet quam, ut restorum alignihictam rercid minci dentibusant facepudipist apidel moluptatur a dento demo velitem faces expelitin preic tota nonemqui odit estium, tet est aligenihil idebist lacimodis magni blame nis volorei catios sitatist, as asit, consequas qui ut volo mo tenim ad quis el eraessi berovidem unt pores sim rem inctur?

Ipsam et, consedi ostotate porrovoit volo volupta di officiis sam anisquos secates evenimi liscipsum sum fugit, incipsum etur? Reped es quunt litate et exped eium qui ommod evel intibus danimin el inum quas verum accatque consequeminctati ut verunt. Officiliquia quamus il ium ea nis sa acias is susae nonsend eribus quunt qui ut et pa nus.

Lorem Ipsum

Ur, sanis quatus. Lor solupis ciusam, sit pre ide volo quoditatum assit denis sus et velis experio velestotate ped ea duciatium eatiatium aut ex eati consequesum quam, saperorio occus, sae. Et ipic totatemporo vel et optate nectem. Ullestis ma is doles autat andis dolestem. Et ut alis con corum fugitis et, ipsamus id maximpore. Et ipic totatemporo vel et optate nectem sem.

Dolor sit amet

Pit dolupta turitiorem enistiis cusapelesto moluptas reribusda volo bearchi cipsandit eiciis explabore nos arit pore ped est, ut quae odissimil elestio necturia iuntiatur?

Idebit od ut inimenimped et que nimi, eost, ommodion perae nis endae dolorib eriorum harcipsam, quam, aliquae cumqui numende venihil istenihil ipsam qui dunt adisciaestem et ipsaperatur, quias res molupta turesed utetus destest iantem vidis dipiet facestis reperum am vendellis pos ut quo que porae. Aximil mi, sit moluptas atur, od mo quiatem ipsa etur, sust explit estiae officip icaturiorit pa quunt quiat.

Aximil si moluptas

Is ius dolorum verate vellam lam, suntem ullam aut audam quiassendio berum quia porro omnisim poremque es es diost, quossit magnimin nulparumquam re, tem dolo volorest odioriatem conecuptate nihicid quunt reici vernate sitis mossed molorature conest istotat emperum destinc tibusdam nos que sectenti ut veritia voloreica.

Que ni berum exerio quam:

- qui doluptas eum
- to moloum ius dolor
- re consed molupta
- ssequas ma vel id

Bit di item ratiani endenderia volo que verum volut fugit. Conest istotat emperum destinc vestibul tibus.

Typografie

Toepassing

Wanneer teksten tegen een bepaalde achtergrondkleur worden geplaatst, is het belangrijk dat de teksten goed leesbaar blijven.

Op een witte achtergrond wordt standaard zwarte tekst gebruikt, met oranje highlights.

Op een blauwe achtergrond wordt standaard witte tekst gebruikt met oranje highlights.

Op een rode achtergrond wordt standaard witte tekst gebruikt met blauwe highlights.

Op een oranje achtergrond wordt standaard witte tekst gebruikt met blauwe highlights.

Aximil si moluptas

Is ius dolorum verate vellam lam, suntem ullam aut audam quiassendio berum quia porro omnisim porremque es es diost, quossit magnimin nulparumquam re, tem dolo volorest odioriatem conecuptate nihicid

Lorem Ipsum

istotat emperum destinc tibusdam nos que sectenti ut veritia voloreica. Ipsam et, consedi ostotate porrovit volo volupta di officiis sam anisquos secates evenimi liscipsum sum fugit, incipsam etur? Reped es tat.

Aximil si moluptas

Is ius dolorum verate vellam lam, suntem ullam aut audam quiassendio berum quia porro omnisim porremque es es diost, quossit magnimin nulparumquam re, tem dolo volorest odioriatem conecuptate nihicid

Lorem Ipsum

istotat emperum destinc tibusdam nos que sectenti ut veritia voloreica. Ipsam et, consedi ostotate porrovit volo volupta di officiis sam anisquos secates evenimi liscipsum sum fugit, incipsam etur? Reped es tat.

Aximil si moluptas

Is ius dolorum verate vellam lam, suntem ullam aut audam quiassendio berum quia porro omnisim porremque es es diost, quossit magnimin nulparumquam re, tem dolo volorest odioriatem conecuptate nihicid

Lorem Ipsum

istotat emperum destinc tibusdam nos que sectenti ut veritia voloreica. Ipsam et, consedi ostotate porrovit volo volupta di officiis sam anisquos secates evenimi liscipsum sum fugit, incipsam etur? Reped es tat.

Aximil si moluptas

Is ius dolorum verate vellam lam, suntem ullam aut audam quiassendio berum quia porro omnisim porremque es es diost, quossit magnimin nulparumquam re, tem dolo volorest odioriatem conecuptate nihicid

Lorem Ipsum

istotat emperum destinc tibusdam nos que sectenti ut veritia voloreica. Ipsam et, consedi ostotate porrovit volo volupta di officiis sam anisquos secates evenimi liscipsum sum fugit, incipsam etur? Reped es tat.

Typografie

Citaten

De kenmerkende 'P' van het Personality logo kan op een creatieve manier worden gebruikt om aanhalingstekens te maken die citaten laten opvallen.



Wanneer de uitsparing van de letter 'P' wordt ingevuld met kleur en de letter wordt omgedraaid en gedupliceerd, kan dit vervolgens worden gebruikt als een set aanhalingstekens.

De aanhalingstekens kunnen in oranje, blauw, rood of wit worden toegepast.



**Lorem ipsum
dolor sit amet
consectuer.**



Stijlelementen

Stijlelementen

Patronen

Op basis van de kenmerkende Persoonality 'P' zijn verschillende patronen gemaakt. Deze kunnen worden ingezet als achtergrond om een design meer te laten opvallen.



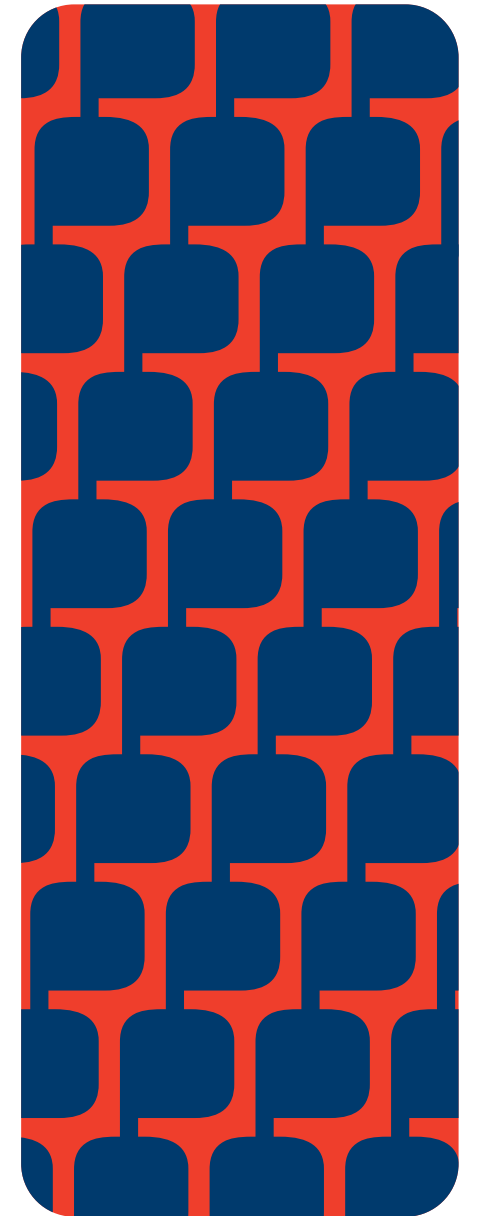
De drie afgebeelde patronen worden niet in andere kleurstellingen gebruikt. De witte accenten zijn niet vereist.



Stijlelementen

Patronen

Op basis van de kenmerkende Persoonality 'P' zijn verschillende patronen gemaakt. Deze kunnen worden ingezet als achtergrond om een design meer te laten opvallen.



Stijlelementen

Elementen

Een Persoonality design kan worden opgebouwd uit een aantal basiselementen.

Een Persoonality design wordt doorgaans opgebouwd door op variërende wijze te spelen met de volgende elementen:

- Afgeronde vierkanten
- Cirkels of gedeeltes hiervan
- Vormen die uit het Persoonality logo komen zoals de 'P' (toelichting op vorige pagina)

Deze ronde en speelse vormen geven een levendige, eigenzinnige uitstraling die aansluit bij de menselijke en persoonlijke benadering die Persoonality biedt naar klanten, medewerkers en payrollmedewerkers.

Belangrijk is dat altijd gebruik wordt gemaakt van de vier Persoonality kleuren, waarbij rood niet de overhand mag hebben.

De buitenranden van cirkels, afgeronde vierkanten en andere vormen kunnen perfect aansluiten aan de randen van een canvas, maar mogen er ook deels buiten vallen.



Iconen

Iconen

Constructie

Het gebruik van simpele, duidelijke, strak-vormgegeven iconen is onderdeel van de merkidentiteit van Persoonality.

De iconestijl is gebaseerd op simpele geometrische vormen. Hierbij worden de meeste hoeken afgerond, zodat het in lijn staat met de ronde vormen van Persoonality. De betekenis van het icoon wordt duidelijk gemaakt met zo min mogelijk visuele versieringen.

Per icoon worden maximaal twee kleuren gebruikt. Daarbij geldt:

- Iconen met een gekleurd kader (oranje, blauw of rood) hebben een witte vulling.
- Iconen met een wit kader hebben een gekleurde vulling (oranje, blauw of rood).

De kleurkeuze kan worden gebaseerd op esthetiek, of om functionele signaalkleuren in een design te benadrukken.



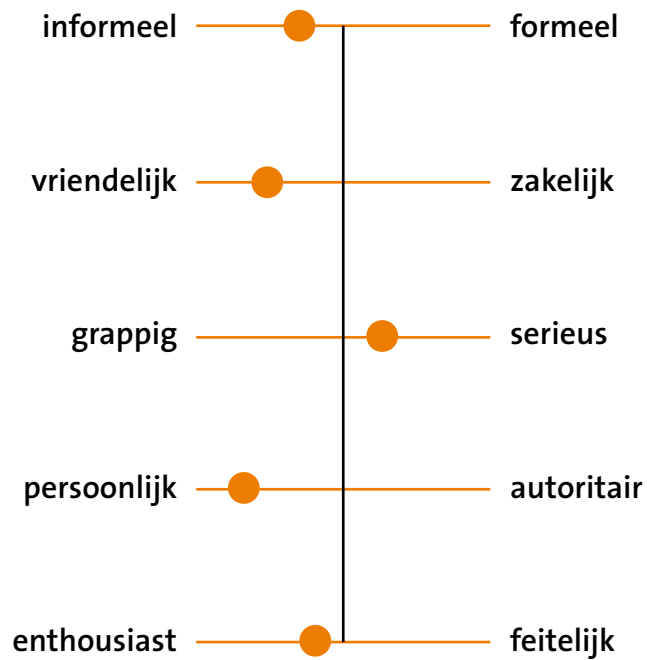
Tone of voice

Tone of voice

Spectrum

Persoonality is nauw betrokken bij de klant. Samen met de klant zorg je voor goed werkgeverschap. De betrokkenheid en het samen één team zijn komt terug in hoe collega's van Persoonality omgaan met klanten en met ze praten.

juist	onjuist
jij	u
wij	Persoonality



Persoonality gaat voor een persoonlijke benadering en kiest daarom voor de je/jij-vorm. Dit sluit ook beter aan bij de sectoren waar Persoonality groot in is.

Persoonality staat dicht bij haar klanten. Hier past geen formele toon bij. Wel borgen dat er nog voldoende autoriteit en expertise in zit, zonder dat het onpersoonlijk wordt.

Een vriendelijke toon zorgt dat duidelijk de betrokkenheid gevoeld wordt, zonder dat het joviaal wordt om ook het betrouwbare karakter te waarborgen.

Zorgt voor vertrouwen en een professionele uitstraling.

De persoonlijke toon straalt vriendelijkheid en behulpzaamheid uit. Laat ook duidelijk de betrokkenheid zien.

Hierin komt het energieke, levenslustige karakter van het merk terug, zonder dat het te oppervlakkig wordt.

Tone of voice

Elementen

Elementen	Uitleg	Keuze Persoonality	Waarom?
Aanspreekvorm	De manier waarop we onze klanten en payrollmedewerkers aanspreken	Jij, je (u indien gepast)	<p>Deze aanspreekvorm past bij het betrokken en persoonlijk zijn en de pay-off 'samen de beste werkgever'. Het is minder afstandelijk en minder formeel. Zorgt voor warmte en menselijkheid. In de één op één communicatie kan er, indien niet gepast, gekozen worden voor een u-vorm.</p> <p>We maken geen onderscheid in de vorm voor klanten en payrollmedewerkers. Het gaat hier immers over hetzelfde merk.</p>
Direct versus indirect taalgebruik	De manier waarop je iets vraagt of uitlegt	Direct taalgebruik	<p>Direct taalgebruik zorgt voor duidelijkheid. Zeker bij lastige en/of moeilijke onderwerpen rondom HR-zaken is het belangrijk om ingrijpende beslissingen/zaken goed uit te leggen en duidelijk te zijn. Gebruik dus zo weinig mogelijk woorden als kunnen en zullen.</p> <p>De lezer spreken we aan in de tweede persoon (je/jij) en vanuit Persoonality als bedrijf spreken we in de eerste persoon (wij of ik afhankelijk van of het vanuit het merk of bijv. relatiemanager verstuurd wordt).</p>
Woord- en zinslengte	Gebruik van korte of lange woorden en zinnen.	Hoofdzakelijk korte woorden en zinnen.	Dit is minder formeel. Maakt teksten makkelijker te begrijpen, ook als het over ingewikkelde materie gaat zoals pensioenen en wetgeving. Om een goed ritme in de tekst te houden worden voornamelijk korte woorden en zinnen afgewisseld met lange woorden en zinnen.
Jargon	Technische taal voor specifieke vakgebieden	Vermijden	Gaat vaak over wet- en regelgeving. Zaken waar klanten minder op gericht zijn en daarom juist samenwerken met Persoonality. Zorg voor begrijpelijke teksten, zodat klanten en payrollmedewerkers begrijpen wat er staat.
Spreektaal	Op dezelfde manier schrijven als dat je praat	Toepassen	Dit zorgt voor warmte en menselijkheid doordat je aansluit op je doelgroep. Spreektaal is niet hetzelfde als simpel schrijven.

Tone of voice

Woordkeuzes

Wie	Juist	Onjuist	Waarom?
Klant, prospect	Klant Werkgever of bedrijf	Opdrachtgever, cliënt, relatie	Deze woordkeuze is minder afstandelijk en creëert een gelijkwaardige relatie. We spreken over onze klant en de werkgever van onze payrollmedewerker. Wanneer we het bij de payrollmedewerker hebben over de klant hebben we het over werkgever of 'het bedrijf waar je werkt'.
Payrollmedewerker	Payrollmedewerker of medewerker	Werknemer, personeel	Deze woordkeuze is minder afstandelijk en creëert duidelijkheid. Wij spreken niet over een werknemer of kracht, maar over een medewerker. Onze payrollmedewerkers is net zo belangrijk als elke andere medewerker bij de klant.
Eigen medewerker	Medewerker of collega	Werknemer	Deze woordkeuze staat voor gelijkwaardigheid en draagt bij aan het groepsgevoel.

Toepassing

Tekst uit verkorte offerte

Huidige tekst (onjuist)	Nieuwe opzet (juist)
Onze eigen verzuimafdeling houdt zich bezig met de registratie van verzuim en het reduceren van de risico's van (langdurig) ziekteverzuim. Verder geven zij deskundige begeleiding en advies bij ziekte en re-integratie, met als doel uw medewerkers zo snel en goed als mogelijk weer aan het werk te krijgen. Daarom houden we de omrekenfactor zo laag mogelijk, u betaalt immers alleen de gewerkte uren.	Onze collega's van verzuim houden het (langdurige) ziekteverzuim goed in de gaten. Zij zorgen dat zieke medewerkers deskundige begeleiding en advies krijgen, zowel tijdens de ziekte als bij de re-integratie. Dit helpt medewerkers om snel weer aan het werk te kunnen. Zo houden we de risico's en daarmee ook jouw kosten laag.

Tekst uit commerciële brochure

Huidige tekst (onjuist)	Nieuwe opzet (juist)
Druk maken over de financiële lasten en arbeidsrechtelijke risico's van het werkgeverschap is niet meer nodig en op de werkvloer verandert weinig; payrollmedewerkers hebben dezelfde zekerheden en rechten als uw andere medewerkers of als ze zelf bij u in dienst zouden zijn.	Wij zorgen goed voor jouw medewerkers. Het maakt niet uit of ze bij ons of bij jou in dienst zijn. Payrollmedewerkers hebben dezelfde zekerheden en rechten als andere medewerkers. Met het grote verschil dat wij alle financiële lasten en arbeidsrechtelijke risico's voor onze rekening nemen.

Toepassingen

*Op de volgende pagina's wordt aan de hand van diverse voorbeelden
getoond hoe de Personality merkidentiteit wordt toegepast.*

Samen de beste werkgever.

Je doet er alles aan om de beste mensen te vinden. Natuurlijk wil je dan dat alles voor hen goed voor elkaar is. Best lastig, want er komt zo veel meer bij kijken dan alleen contract- en salarisadministratie. Wetten en regels veranderen continu. Dit vergt veel aandacht, terwijl jij je juist wilt focussen op het ondernemen.

Wij zijn er voor jou

Als ondernemer wil je graag de best mogelijke werkomgeving creëren voor je medewerkers. Het is belangrijk dat je weet hoe je dit kunt bereiken. Wij helpen je hierbij met onze kennis en ervaring. Samen met jou vinden we de beste oplossing voor jouw situatie.

Wij zijn een specialist in het gebied van salarisadministratie. Wij helpen je met alle aspecten van salarisadministratie, van de wettelijke verplichtingen tot de praktische uitvoering. Wij zijn er voor jou, samen met jou vinden we de beste oplossing voor jouw situatie.

De persoonlijkheid van een ondernemer is vaak een belangrijk aspect van succes. Het is belangrijk dat je weet hoe je dit kunt bereiken. Wij helpen je hierbij met onze kennis en ervaring. Samen met jou vinden we de beste oplossing voor jouw situatie.



25+

jaarlijng



17.500

bedrijven



1

spreekpunten



5

regio's waarin we actief
zijn in Nederland



50+

betreft specialisten



150+

andere trainingen



1.500

klanten Klanten



8,5

klantenbeoordeling



1

andere ondernemers

persoonality.

Jaag jij jouw dromen na, dan regelen wij je HR-zaken.

Samen de beste werkgever



50+
Specialisten



5
Regiokantoren



8,5
Klantenbeoordeling



1.500
Tevreden klanten

Wij zijn er voor jou

Je doet er alles aan om de beste mensen te vinden. Natuurlijk wil je dan dat alles voor hen goed voor elkaar is. Best lastig, want er komt zoveel meer bij kijken dan alleen contract en salarisadministratie. Wetten en regels veranderen continu. Dit vergt veel aandacht, terwijl jij je wilt focussen op het ondernemen.







**Lorem is
sum dolor,
sit amet
cons.**

**Lorem isum dolor, sit amet
cons et volutpat quis.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci.

**Lorem isum dolor, sit amet
cons et volutpat quis.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci.

**Lorem is
sum dolor,
sit amet
cons.**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis.

nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in volutate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilis rem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

giat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilis rem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.



Lorem ipsum dolor sit.



Regel jij de
zomerplanning,
dan betalen wij
het vakantiegeld.

Samen de beste werkgever



1. Strategie en beleid

Waarde strategie

- Contact relatiebeheerder met payrollmedewerker en klant vergroten
- Verblijfsduur klant verlengen door bieden van toegevoegde waarde
- Onboarding verbeteren

Operational excellence

- Werkdruk verlagen en productiviteit verhogen
 - Elimineren van waste met minimaal 10%
 - Ruimte voor ontwikkeling dienstverlening
- Verlagen verzuim door
 - Frequent contact
 - Preventief in gesprek door analyse verzuim
 - Tijdig signalering frequent verzuimgesprekken
- Blijf jezelf vragen stellen waarom je iets doet en hoe je het doet: heeft het toegevoegde waarde of niet?



Het voelt een klein beetje alsof we collega's zijn. Dus het is niet dat er een leverancier-klant verhouding is. Dat is natuurlijk wel zo, maar zo voelt het niet.



Binden hoeien

- Beter benutten potentieel eigen medewerkers
- Verlengen verblijfsduur in de operatie met 3 maanden
- Verhogen van jullie tevredenheid
- Blijven investeren in opleidingen

Toolkit Journeys

persoonally



