



# KATI-advies geeft jouw bedrijf eigenheid en slagkracht

Wie ben je, waar sta je in de wereld en hoe wil je dat anderen jou zien? Enkele vragen die belangrijk zijn bij het bepalen van een marktpositionering. Maar dat is vaak makkelijker gezegd dan gedaan. Gaby Wullink van KATI-advies adviseert en begeleidt daarom ondernemers bij het ontwikkelen, beschrijven en gebruiken van hun eigenheid, hun bedrijfsidentiteit.

“Op deze manier creëer ik meer samenhang, focus en betrokkenheid, zodat een onderneming meer impact krijgt naar buiten toe,” vertelt Gaby. “En intern zorgt het voor meer werkplezier. Sinds september ben ik mijn bedrijf KATI-advies actief begonnen vanuit mijn missie om bedrijven effectiever te laten werken door hun karakter bloot te leggen. Daarbij moeten bedrijven vooral de houding van hun medewerkers niet vergeten. Dat is ontzettend belangrijk voor het slagen van een onderneming. Door mijn technische achtergrond als industrieel ontwerper zit mijn meerwaarde in systeemdenken. Ik kan het gedrag, de communicatie en de symboliek in een bedrijf makkelijk aan elkaar koppelen. En ik geef praktische tools aan het management om mee te sturen.”

## Meerwaarde

“Bedrijfsidentiteit geeft een kader

waarbinnen mensen werken. Het zorgt voor duidelijkheid en vrijheid van medewerkers om te bewegen en het geeft bedrijven daadwerkelijk een karakter,” stelt Gaby. “Dat is waar klanten zich aan hechten. Het is van cruciaal belang om de markt, de cultuur en de bedrijfsdoelstellingen te verbinden, om zaken met elkaar te integreren. Dat integrale advies maakt KATI-advies uniek. Bij ontwerp- of reclamebureaus krijg je vooral een plan gericht op vormgeving en communicatie, dus naar buiten toe. KATI-advies richt zich veel meer op het lekker lopen van een bedrijf en het stroomlijnen van processen, medewerkers, gedrag, houding en ook vormgeving en communicatie. De meerwaarde zit ‘m erin dat mensen van waarde willen en nu ook kunnen zijn voor het bedrijf waarvoor ze werken. Ze handelen namelijk vanuit één geest (identiteit). Het management kan daar als instrument nog bewuster van worden. Je

haalt meer potentieel uit je medewerkers als ze geen vaste taakjes voorgeschreven krijgen, maar meer hun eigen ‘ding’ kunnen doen en hun talent optimaal kunnen benutten.”

## Zuiver

“KATI staat voor zuiverheid. En daarom vind ik deze naam zo van toepassing. Samen met bedrijven ga ik op zoek naar hun zuivere kern. Wie ben je? Wat drijft je? Wat zijn maakt jou uniek? Hoe blijf je in balans met je omgeving? Bedrijven zijn nooit klaar en altijd in ontwikkeling. Zeker bij een fusie, overname of de start van een nieuwe onderneming vind ik het geweldig om samen in de spiegel te kijken en te komen tot een ijkpunt, een identiteit, waarop je als onderneming verder kunt bouwen.”

[www.kati-advies.nl](http://www.kati-advies.nl)

Tekst: Esther Paans | Foto: Fotografie Sylhouette