

Inleiding

Officiële naam van de organisatie:	Prana Training & Coaching / Prana / 2BEe
Maatschappelijke zetel:	St-Elooiskeer 27 9770 Kruishoutem - België
Adres:	St-Elooiskeer 27 9770 Kruishoutem - België
Telefoonnummer:	09/3830311
Faxnummer:	09/3830312
E-mailadres:	info@prana.be
Website:	www.prana.be
Startjaar van de doorgelichte activiteiten:	1997
Huidige juridische vorm:	cvba/bvba/bvba - 1997
Naam van de directeur, functie:	Mevr. Iris Willems - managing director
Contactpersoon, functie:	Dhr. Geert Vermaerke - vennoot - trainer
Datum van de audit:	30-03-2009
Auditverantwoordelijke:	Iris Willems
Lid van:	VKW, VOV, Voka, Unizo
Erkend door:	-
Ondernemingsnummer:	0887.585.434/0426.728.338
Vestiging(en):	9770 Kruishoutem - België 2260 Westerlo - België 1370 Jodoigne - Belgique 9260 Serskamp - België 2625 LR Delft - Nederland

Auditor

Lut Kint

Scope van de audit

De scope van de audit werd als volgt bepaald:

Training: training, coaching en personal coaching in persoonlijke ontwikkeling & selfcoaching, stressmanagement, communicatie, managementvaardigheden, verkoop, veranderingstrajecten en teambuilding

Qfor erkenning

Op basis van de controles uitgevoerd door de auditor heeft de Certificatiecommissie beslist dat de doorgelichte organisaties en hun activiteiten beantwoorden aan de norm Qfor ClientScan.

Geldigheidsperiode: van 27-03-2009 tot 27-03-2012

De geldigheidsperiode is de maximum geldigheidsduur. Voor een actuele lijst van alle geldige Qfor erkenningen kunt u steeds terecht op www.qfor.org.

Toelichtingen

Toelichting bij de gegevens hierboven: Prana bvba werd opgericht in 1997. In 2007 werd een tweede vennootschap opgericht onder de naam Prana Training & Coaching cvba. 2BEe bvba werd opgericht in 2006. Tijdens deze audit werden de activiteiten van Prana Training & Coaching en 2BEe doorgelicht.

Toelichting bij het rapport: Voor de leesbaarheid van dit rapport werd geopteerd om te spreken over Prana. Hieronder vallen de activiteiten van Prana Training & Coaching, Prana en de activiteiten van 2BEe, de juridische entiteiten die tijdens deze audit werden doorgelicht. Meer informatie over de geschiedenis en structuur van de organisaties vindt u in het eerste deel van dit Qfor rapport.

Voorstelling van de organisatie

Ontstaan, geschiedenis en structuur

De organisatie bestaat sinds 1997 onder de naam Prana bvba. In 2007 werd een nieuwe vennootschap opgericht: Prana Training & Coaching. Deze organisatie heeft het statuut van een coöperatieve vennootschap met beperkte aansprakelijkheid. Prana bvba beheert het patrimonium, de infrastructuur en de medewerkers in vast dienstverband. Alle handelsactiviteiten vallen onder Prana Training & Coaching cvba.

Op het ogenblik van de audit werkt Prana Training & Coaching met zeven franchisenemers, vier in België en drie in Nederland. Enkel de organisaties Prana Training & Coaching, Prana en de franchisepartner 2BEe werden tijdens deze audit doorgelicht. Samen opereren ze onder de commerciële naam Prana Training & Coaching.

De organisatie 2BEe is één van de franchisenemers met wie Prana Training & Coaching werkt. 2BEe werd opgericht in 2006 door Christel d'Hollander. De organisatie heeft het juridisch statuut van een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid.

Prana Training & Coaching werd opgericht door Iris Willems, klinisch psychologe van opleiding. Samen met haar partner, Geert Vermaerke, zijn ze de twee zaakvoerders en allebei actief als trainer/coach. Geert Vermaerke houdt zich bezig met de uitbouw van de klantenportefeuille voor Prana Training & Coaching. Iris Willems is verantwoordelijk voor de interne werking, de marketing en de opvolging van de franchisepartners. Sinds 2006 werkt de organisatie uitsluitend met franchisepartners en sluit met hen een samenwerkingsakkoord af. De partners identificeren zich voor 100 % met de diensten van Prana Training & Coaching en dragen dezelfde filosofie uit. Elke partner werkt uitsluitend voor Prana Training & Coaching als zelfstandig trainer/coach en wordt opgeleid in de Prana-eigen thema's. Daarnaast heeft elke trainer een eigen specifieke kennis en ervaring binnen het domein van het ontwikkelen van persoonlijke- en managementvaardigheden. Voor alle marketing- en managementondersteuning kunnen zij rekenen op Prana Training & Coaching. Zij voeren enerzijds opdrachten uit voor Prana Training & Coaching en kunnen ook hun eigen klanten maken. Als franchisenemers kunnen zij ook voor elkaar in onderaanneming werken.

Prana Training & Coaching cvba heeft geen eigen medewerkers in vast dienstverband. Zij doet een beroep op drie medewerkers van Prana die de functie vervullen van office manager en assistenten. Zij staan in voor de planning, administratie, communicatie en IT.

Activiteiten en specifieke kenmerken

Prana biedt trainingen, coaching en personal coaching aan binnen de domeinen persoonlijke ontwikkeling & selfcoaching, stressmanagement, communicatie, managementvaardigheden, verkoop, veranderingstrajecten en teambuilding.

In 2000 startte de organisatie met de opleiding 'Selfcoaching®': inzichten en methodes voor een positieve stresshantering en zelfsturing in functie van doelen. Dit trainingspakket werd door Iris Willems ontwikkeld en vormt een eigen handelsmerk van de organisatie. Deze opleiding wordt in open aanbod en in-company gegeven.

Eind 2005 verscheen het gelijknamige boek 'Selfcoaching®: Ontdek de ongekende mogelijkheden van uw brein. Emotioneel intelligente zelfsturing in werk en privé.' Dit boek wordt tijdens de opleiding gebruikt als didactisch materiaal.

In de andere trainingspakketten die worden aangeboden, vormen de selfcoachingtechnieken de rode draad. Aansluitend op de groepstrainingen kan elke deelnemer ook individueel gecoacht worden.

Prana biedt de mogelijkheid om de training Selfcoaching® in de toekomst gratis te herhalen in haar open opleidingsaanbod. Voor een aantal trainingen heeft ze e-reminders uitgewerkt die de deelnemers ontvangen gedurende één jaar na de training. Hierin wordt steeds een tip uit de training ter herinnering gebracht. Op regelmatige basis organiseert Prana 'inspiration sessions' waarop ex-cursisten gratis uitgenodigd worden en waarnaar ze iemand mogen meebrengen ter introductie. Sinds 2009 organiseert ze follow-up selfcoachingsessies voor alle ex-selfcoachingcursisten, ook voor wie deze training in-company heeft gevolgd. Op deze manier wil Prana een alumnigroep van selfcoachingcursisten creëren die extra aan ervaringsuitwisseling kunnen doen.

Toekomstige ontwikkelingen

Prana is voortdurend op zoek naar processen en mogelijkheden om haar dienstverlening te optimaliseren. Zo is Prana onder meer bezig met het ontwikkelen van de training 'Selfcoaching®' voor specifieke doelgroepen zoals het onderwijs. De doelstelling is om te blijven groeien en haar klanten vertrouwd te maken met het totale aanbod van de organisatie.

Prana wil het systeem met franchisepartners verder uitbouwen om in de toekomst te komen tot een maximum van vijftien franchisepartners.

Prana heeft in 2007 een gebouw aangekocht met het oog op de uitbouw van een training- en seminariecentrum met gastenkamers voor onder meer residentiële vergaderingen. Eind 2009 zal de eerste fase van de verbouwingen afgewerkt zijn en verhuist Prana Training & Coaching naar deze nieuwe locatie te Oudenaarde. Zodra de gastenkamers klaar zijn, zal ook een particulier aanbod in verband met 'Selfcoaching®' worden aangeboden in combinatie met een weekendverblijf.

Visie

"Prana wil bedrijven laten ervaren dat hun rendement sterk kan verhogen door aan de basis te zorgen voor goede selfcoachinginzichten en -vaardigheden bij de medewerkers.

Prana is ervan overtuigd dat 90% van de medewerkers slechts 50% van hun totale potentieel benut ten gevolge van stress en conditioneringen. Elkeen laten ervaren hoe men meer uit zichzelf kan halen is haar missie. Voor Prana staan praktijk- en resultaatgerichtheid centraal. Een goede theoretische basis vinden ze noodzakelijk, maar deze dient telkens op een creatieve manier naar de praktijk vertaald te worden.

Van haar medewerkers verwacht Prana dat ze meedenken met de klant en zich betrokken en flexibel opstellen. Door het loslaten van hun vaste denkkaders bieden zij hun klanten steeds een originele maatoplossing."

Tekst zoals weergegeven door de organisatie zelf.

Bezoek aan de organisatie

Gedurende het bezoek werd door de auditor via een steekproefsgewijze controle de informatie zoals opgenomen in dit auditrapport gevalideerd.

Doorgelichte activiteiten

Vormen van dienstverlening

Open opleidingen:	tussen 10 en 50 dagen / jaar
In-company opleidingen:	meer dan 50 dagen / jaar
Coaching:	tussen 10 en 50 dagen / jaar

Domeinen

Communicatie:	meer dan 50 dagen / jaar
Management:	meer dan 50 dagen / jaar
Human resources:	meer dan 50 dagen / jaar

Thema's

Prestaties van het laatste jaar per thema en vorm van dienstverlening uitgedrukt in aantal dagen

Thema's	Open opleidingen	In-company opleidingen	Coaching
Selfcoaching	23	114	10
ManagentVitality	5	28	10
Creativiteit		45	
Time-management		5	
TeamEfficiencyTraining		67	
WellBusiness		7	
Totaal: (314)	28	266	20

Klantenbestand

Profiel van de personen

uitgedrukt in : aantal klanten

topmanagement:	18 %
bedrijfsleiders van kmo's:	5 %
middle management:	35 %
bedienden:	40 %
zelfstandige ondernemers:	1 %
andere:	1 %

Activiteitensector

uitgedrukt in : aantal klanten

handel en distributie:	10 %
industrie:	26 %
transport:	1 %
bouw:	3 %
financiën:	14 %
overheid:	2 %
non profit:	2 %
diensten:	41 %
andere:	1 %

Bedrijfsgrootte

uitgedrukt in : aantal klanten

minder dan 250 medewerkers:	34 %
250 medewerkers of meer:	66 %

Type klant

uitgedrukt in : aantal klanten

directe eindklanten:	99 %
klanten voor wie de organisatie in onderaanneming werkt:	1 %

Aantal verschillende klanten

2008:	tussen 11 en 100
2007:	tussen 11 en 100
2006:	tussen 11 en 100

Talen

uitgedrukt in : aantal klanten

Frans:	17 %
Nederlands:	74 %
Engels:	10 %

Recente referenties zoals vermeld door de organisatie:

Belgacom - DHL - Sanoma - Gamma - KBC - Siemens - Provincie Antwerpen - Stora Enso - Bolckmans - C-cure

Qfor ClientScan

Training

Deze synthese is gebaseerd op de antwoorden van een steekproef genomen door de auditor onder alle opdrachtgevers van de periode van 01-02-2008 tot en met 31-01-2009.

Tijdens het bezoek werd de volledigheid van de klantenlijst op basis waarvan het klantenonderzoek werd uitgevoerd gecontroleerd door de auditor.

Aantal klanten door de auditor geselecteerd en ondervraagd: 10.

Periode van het klantenonderzoek: van 16-03-2009 tot en met 23-03-2009.

Uit de contacten met de klanten kan de auditor afleiden dat zij tevreden tot heel tevreden zijn over de organisatie en haar dienstverlening.

De organisatie en haar trainingsactiviteiten beantwoorden aan de Qfor ClientScan.

Resultaat

Scores	nvt	1	2	3	4	5	Gemiddelde
Algemene indruk	-	-	-	-	-	10	5,00/5
Voortraject	-	-	-	-	5	5	4,50/5
Uitvoering	-	-	-	-	2	8	4,80/5
Projectmanagement	-	-	-	-	4	6	4,60/5
Rapportering & tools	-	-	1	-	6	3	4,10/5
Consultants	-	-	-	-	1	9	4,90/5
Natraject	1	-	-	-	6	3	4,33/5
Relatiemanagement	-	-	1	-	9	-	3,80/5
Administratie & logistiek	-	-	-	1	9	-	3,90/5
Prijs-kwaliteitverhouding	2	-	-	2	5	1	3,88/5

Legende scores: nvt: niet van toepassing - 1: heel ontevreden - 2: ontevreden - 3: neutraal - 4: tevreden - 5: heel tevreden

Percentage algemene indruk : 100%

Percentage ondervraagde klanten waarvan de algemene indruk over de organisatie 'tevreden' of 'heel tevreden' is.

Percentage tevredenheid aspecten : 94%

Som aantal scores 'tevreden' en 'heel tevreden' in verhouding tot het totaal aantal scores, telkens van de 9 deelaspecten.

Gemiddelde waarde geëvalueerde aspecten : 4,32/5

Gemiddelde waarde van alle scores toegekend door de klanten aan de 9 deelaspecten behandeld tijdens het klantenonderzoek

Homogeniteitsindex algemene indruk : 100%

Geeft de mate van homogeniteit of dispersie weer van de antwoorden over de algemene indruk, op een schaal van -100 tot 100.

Homogeniteitsindex tevredenheid aspecten : 89%

Geeft de mate van homogeniteit of dispersie weer van de antwoorden over de tevredenheid van de 9 deelaspecten, op een schaal van -100 tot 100.

Gewogen gemiddeld tevredenheidsniveau : 4,66/5

Gemiddelde waarde van 'gemiddelde waarde van de algemene indruk' en 'gemiddelde waarde van alle scores betreffende de 9 deelaspecten'.

Synthese:

Zie synthese hieronder

Qfor ClientScan

Training

Deze synthese is gebaseerd op de antwoorden van een steekproef genomen door de auditor onder alle opdrachtgevers van de periode van 01-02-2008 tot en met 31-01-2009.

Tijdens het bezoek werd de volledigheid van de klantenlijst op basis waarvan het klantenonderzoek werd uitgevoerd gecontroleerd door de auditor.

Aantal klanten door de auditor geselecteerd en ondervraagd: 6.

Periode van het klantenonderzoek: van 16-03-2009 tot en met 23-03-2009.

Uit de contacten met de klanten kan de auditor afleiden dat zij tevreden tot heel tevreden zijn over de organisatie en haar dienstverlening.

De organisatie en haar trainingsactiviteiten beantwoorden aan de Qfor ClientScan.

Resultaat

Scores	nvt	1	2	3	4	5	Gemiddelde
Algemene indruk	-	-	-	-	1	5	4,83/5
Voortraject	-	-	-	-	3	3	4,50/5
Uitvoering	-	-	-	-	1	5	4,83/5
Projectmanagement	-	-	-	-	5	1	4,17/5
Rapportering & tools	-	-	-	-	4	2	4,33/5
Consultants	-	-	-	-	-	6	5,00/5
Natraject	-	-	1	-	3	2	4,00/5
Relatiemanagement	1	-	-	-	5	-	4,00/5
Administratie & logistiek	1	-	-	-	4	1	4,20/5
Prijs-kwaliteitverhouding	1	-	-	-	5	-	4,00/5

Legende scores: nvt: niet van toepassing - 1: heel ontevreden - 2: ontevreden - 3: neutraal - 4: tevreden - 5: heel tevreden

Percentage algemene indruk : 100%

Percentage ondervraagde klanten waarvan de algemene indruk over de organisatie 'tevreden' of 'heel tevreden' is.

Percentage tevredenheid aspecten : 98%

Som aantal scores 'tevreden' en 'heel tevreden' in verhouding tot het totaal aantal scores, telkens van de 9 deelaspecten.

Gemiddelde waarde geëvalueerde aspecten : 4,35/5

Gemiddelde waarde van alle scores toegekend door de klanten aan de 9 deelaspecten behandeld tijdens het klantenonderzoek

Homogeniteitsindex algemene indruk : 100%

Geeft de mate van homogeniteit of dispersie weer van de antwoorden over de algemene indruk, op een schaal van -100 tot 100.

Homogeniteitsindex tevredenheid aspecten : 96%

Geeft de mate van homogeniteit of dispersie weer van de antwoorden over de tevredenheid van de 9 deelaspecten, op een schaal van -100 tot 100.

Gewogen gemiddeld tevredenheidsniveau : 4,59/5

Gemiddelde waarde van 'gemiddelde waarde van de algemene indruk' en 'gemiddelde waarde van alle scores betreffende de 9 deelaspecten'.

Synthese:

De klanten appreciëren de eerste contacten met Prana en de manier waarop ze geïnformeerd worden. De eerste contacten lopen vlot. De klanten zijn voldoende geïnformeerd over de inhoud van de open opleidingen. Bij in company opleidingen zijn er vooraf gesprekken om de doelstellingen en inhoud vast te leggen. Klanten kunnen opteren voor een standaardinhoud of een op maat uitgewerkte opleiding. Doorgaans ontvangen de klanten een uitgewerkte offerte die ze omschrijven als volledig en gedetailleerd. De 'Inspiration sessions' vinden de klanten een goede manier om kennis te maken met het programma en de inhoud.

Wat de klanten appreciëren in de trainingen is de nadruk op het oefenen. Er wordt een theoretische inleiding gegeven en daarnaast zijn er veel oefeningen. Voor bepaalde opleidingen wordt aan de deelnemers vooraf gevraagd om iets voor te bereiden. De klanten appreciëren deze manier van werken. De klanten omschrijven de opleidingen als zeer interactief met veel ruimte voor individuele vragen. De talrijke voorbeelden die gegeven worden, komen uit de praktijk en spreken aan. De uitvoering van de individuele coaching wordt professioneel ervaren door alle klanten.

Alle klanten spreken over een correcte planning en timing gedurende de opleiding. Ook het ritme van de open opleidingen vinden de klanten goed omdat het de mogelijkheid biedt om tussentijds te oefenen. De flexibiliteit van de trainer wordt op prijs gesteld. Ook de mogelijkheid om met verschillende trainers en in verschillende talen te werken is een pluspunt.

De klanten zijn tevreden over het didactische materiaal dat tijdens de opleiding wordt gebruikt. Zij krijgen als deelnemer ook een syllabus of werkdocument. De klanten omschrijven het materiaal als voldoende en duidelijk. Eén klant betreurt dat het boek niet in het Engels beschikbaar is.

De klanten waarderen vooral het goede inlevingsvermogen, de rustige aanpak en de goede kennis van zaken van de trainers. De respectvolle manier waarop er wordt omgegaan met de mensen en de informatie wordt als zeer positief ervaren.

De meeste klanten vermelden dat er op het einde van de opleiding evaluatieformulieren worden uitgedeeld die ofwel door de klant ofwel door Prana worden opgesteld. Na een in company-opleiding volgt er doorgaans een debriefing waarbij de afgelopen samenwerking wordt bekeken en waarbij er voorstellen worden gedaan naar de toekomst toe. Hier vloeien bijvoorbeeld coachingtrajecten uit voort. De klanten vinden de vervolgsessies, die voor het eerst in 2009 werden georganiseerd, een goed initiatief. De klanten die de open opleiding Selfcoaching volgden, kunnen de opleiding opnieuw volgen. Ook dit aanbod wordt door de klanten positief beoordeeld. De klanten worden op de hoogte gehouden per e-mail/nieuwsbrief over het aanbod wat ze appreciëren. Eén klant is van mening dat er te vaak e-mails verstuurd worden.

De contacten met de medewerkers van Prana lopen goed. Alle medewerkers zijn gemakkelijk te bereiken per telefoon of e-mail. Sommige klanten appreciëren dat ze een vaste contactpersoon hebben. Anderen vinden het goed om direct in contact te komen met de persoon die zich bezighoudt met dat specifiek onderwerp. Eén klant suggereert om vervolgopleidingen en coachingtrajecten eerst te bespreken met de klant/opdrachtgever in plaats van met de deelnemers.

Alle ondervraagde klanten zijn tevreden over de administratie en facturatie. De overeenkomsten en facturen worden correct opgemaakt door Prana. Als er vragen of opmerkingen zijn, wordt hiermee rekening gehouden. Eén klant is van mening dat de administratieve opvolging sneller kon.

Indien Prana instaat voor de logistiek, voldoet deze aan de verwachtingen van de klanten. De gekozen locatie is goed bereikbaar en aangepast.

Volgens sommige klanten is Prana eerder aan de duurdere kant, anderen vinden de prijs marktconform. Eén klant vindt de prijs niet in verhouding. Eén klant vindt de opleidingen duur en is van mening dat de prijs van de syllabus in het geheel moet opgenomen worden. Over de kwaliteit van de opleidingen zijn alle klanten het eens.

Alle klanten hebben een positieve tot heel positieve algemene indruk over Prana. De organisatie wordt omschreven als een professionele en dynamische organisatie. Sterke punten die door verschillende klanten worden genoemd, zijn de gedrevenheid, de persoonlijke benadering, de vernieuwende aanpak en de grote expertise rond de onderwerpen. De overtuiging waarmee alles gebracht wordt, maakt indruk op de klant.

Human Resources

Overzichtstabel van de medewerkers

	Vaste medewerkers		Regelmatige en occasionele medewerkers		total
	#	fte	#	fte	fte
Consultants	7	7,50	0	0,00	7,50
Niet consultants	5	4,30	0	0,00	4,30

Legende: #: aantal verschillende natuurlijke personen; fte: aantal voltijdse equivalenten

Stabiliteit van het team van vaste consultants

Gemiddelde anciënniteit van de consultants (uitgedrukt in jaren):	1,50
Aantal consultants die de laatste 12 maanden de organisatie verlaten hebben:	0
Aantal consultants die de laatste 12 maanden aangeworven zijn:	4

Toelichtingen

Sinds september 2006 is de organisatie hervormd tot een franchise-organisatie. Dit houdt in dat elke trainer franchisepartner wordt en een contract aangaat van tien jaar. Hij werkt uitsluitend onder Prana als zelfstandig trainer en wordt opgeleid in de Prana-eigen thema's. Daarnaast heeft elke trainer een eigen specifieke kennis en ervaring binnen het totale domein van het ontwikkelen van persoonlijke- en managementvaardigheden. Er zijn half 2008 vier nieuwe franchisepartners gestart, waarvan twee in Nederland en twee in België. Op het ogenblik van de audit zijn er vier franchisepartners in België en drie in Nederland. In deze tabel wordt elke franchisepartner beschouwd als een voltijds equivalent omdat hij enkel opdrachten uitvoert onder de Prana-vlag.

Niet-consultants = de twee zaakvoerders van Prana Training & Coaching en drie administratieve medewerkers. De twee zaakvoerders geven ook trainingen, vandaar 7,50 fte bij consultants.

Overzicht van de opleidingsachtergrond en de werkervaring van de consultants:

Van de trainers/coaches die hun eigen bedrijf willen beginnen onder de Prana-vlag wordt verwacht dat ze ervaring hebben in de branche en dat ze commercieel zijn, emotioneel intelligent én geboeid door het menselijk potentieel. Ze zijn bereid zich volledig achter de formule van Prana te stellen en mee te denken en te werken aan de verdere professionalisering van het Prana-materiaal en de methodiek.

Interne kwaliteitsopvolging

Na afloop van een training kunnen de deelnemers de gevolgde opleiding evalueren en de opdrachtgever krijgt hier feedback over. Maandelijks is er een franchisevergadering waarin ervaringen en kennis worden gedeeld. In minder drukke periodes worden extra opleidingsdagen gepland waarvan de inhoud wordt bepaald door de franchisepartners. Alle franchisepartners kunnen bij elkaar mee een training doorlopen. Elke franchisepartner heeft naast selfcoaching en teamEfficiencyTraining, ook een eigen specialisatie. Hierdoor ontwikkelen zij zichzelf voortdurend en weet men precies hoe de collega trainers bepaalde onderwerpen benaderen en aanpakken. Eén maal per jaar worden 'herbronningsdagen' gepland waarin onderwerpen aan bod komen die voor iedereen een verrijking zijn.